



# SAVEUR DE L'ANNÉE 2009 : DANS LES COULISSES DU SUCCÈS

Pour la douzième année consécutive, les consommateurs ont rendu leur verdict pour faire ressortir du lot plus de 184 produits « reconnus Saveur de l'année ». L'occasion de faire le point sur l'organisation, la méthodologie et l'impact de ces distinctions uniques en leur genre.

Le 21 octobre dernier, au terme de 9000 heures de dégustation et au prix de plus de 43.000 tests consommateurs (tests + contrôle) effectués dans 18 laboratoires répartis dans toute la France, 184 produits se voyaient décerner la distinction « Reconnu Saveur de l'Année 2009 ». S'il est indéniable que les clients accordent aujourd'hui à ce logo la valeur d'un « signe de qualité » digne de foi entraînant pour les produits distingués le début d'une nouvelle carrière (+ 30% en valeur et en moyenne en 2007), on ignore trop souvent de quelle manière les consommateurs effectuent leur choix. Raison pour laquelle nous nous intéressons dans les pages qui suivent à la méthodologie, la notoriété et l'impact des Saveurs de l'Année...

→ SAVEUR DE L'ANNEE est organisé par Monadia, premier institut de qualité consommateur français

# « RECONNU SAVEUR DE L'ANNÉE » : une méthodologie rigoureuse axée sur le consommateur

Entièrement basée sur l'analyse sensorielle, la méthodologie qui débouche sur la reconnaissance d'un produit en tant que « Saveur de l'Année » est d'une grande rigueur technique tout en demeurant 100% humaine. Et c'est bien cela qui fait toute sa force...

**M**ais d'abord, qu'est-ce que l'analyse sensorielle ?... Derrière cette technique savante (que l'on pourrait définir comme l'analyse des propriétés organoleptiques d'un aliment) se cache une réalité toute simple : comment un aliment est-il perçu - à tous points de vue : visuel, olfactif, gustatif, etc. - par celui qui le déguste ? Pourquoi est-il apprécié par lui ? Ou pourquoi l'est-il moins ?...

C'est ce que permet de déterminer l'analyse sensorielle d'un produit. Grâce aux cinq sens humains bien sûr : la vision, l'audition, l'odorat, le goût et le toucher, grâce également à ce que l'on nomme la somesthésie et qui qualifie d'autres sensations comme la sensibilité tactile (rugueux, lisse...), kinesthésique (dur, élastique...), thermique (chaud, froid...) et chimique (piquant, irritant...). Et si l'on fait appel à l'homme plutôt qu'à la machine pour ces mesures, c'est parce qu'il est à lui seul un fabuleux laboratoire d'analyse, mettant en œuvre des millions de fibres nerveuses. Parce qu'également, la machine est incapable de rendre compte de l'impression réelle produite par des stimuli. Or, ce « caractère agréable » des produits (« j'aime », « je n'aime pas »), c'est justement cela qu'il s'agit de mesurer.

Une approche avant tout hédonique donc (quel plaisir ?) qui s'effectue auprès d'un grand nombre de consommateurs pour obtenir un avis collectif fiable et repose sur des normes définies par l'AFNOR.

## UNE LOGISTIQUE IMPRESSIONNANTE

- 18 laboratoires d'évaluations sensorielles
- 9000 heures de dégustation
- 43.000 test consommateurs (dégustations & suivi)



### LE PANEL :

Pour mesurer la juste place d'un produit sur l'échelle du plaisir agréable/désagréable, il est fait appel à des dégustateurs « naïfs » (et non à des « experts »). En un mot : des consommateurs ordinaires, naturellement recrutés pour être représentatifs de la population.

### LES PRODUITS :

Chaque produit est testé par 120 consommateurs (ou, dans le cadre d'une gamme par 60). Chaque produit étant évalué en fonction de 5 critères : impression générale, aspect, odeur, texture et goût. Critères notés sur une échelle de 0 à 10, les consommateurs exprimant librement « ce qui leur a (dé)plu » dans le produit goûté.

Dans la mesure du possible, les consommateurs dégustent les produits selon le modèle du menu traditionnel et, afin d'éviter toute saturation ou lassitude, ils ne dépassent jamais le nombre de 6 produits goûtés.

### LE CAHIER DES CHARGES :

Il est élaboré à partir des normes de l'analyse sensorielle en vigueur : cabines individuelles, éclairage, température et hygrométrie adaptées.

Les séances de dégustation s'effectuent dans des laboratoires d'analyses sensorielles indépendants répartis dans toute la France et respectant notre cahier des charges. Ils sont d'ailleurs pour la plupart accrédités COFRAC.

### LA DÉGUSTATION EN LABORATOIRE :

Chaque produit est testé de façon anonyme en cabine individuelle dans les conditions préconisées par les normes en vigueur (AFNOR, COFRAC...) selon un protocole de préparation élaboré en concertation avec le fabricant. La présentation des produits cherche à se rapprocher au maximum de l'univers de consommation habituel.

### « RECONNU SAVEUR DE L'ANNÉE » :

Est reconnu « Saveur de l'Année », le produit qui, ayant atteint le seuil minimum gustatif de sa catégorie, obtient la plus haute note moyenne d'impression générale.

Un rapport comportant les résultats détaillés des tests est établi pour chaque produit candidat qui subit par ailleurs des analyses physico-chimiques en laboratoire. Ces analyses seront renouvelées pour les produits vainqueurs en cours d'année.

### LES PLUS :

Enfin, chaque produit « Reconnu Saveur de l'Année » est retesté en cours d'année afin de s'assurer qu'il est toujours autant apprécié des consommateurs. Résultat : 90% des consommateurs sont satisfaits des produits Saveur de l'Année qu'ils ont achetés.



NOUVEAU

Tout le bon goût du chocolat Milka...  
... *Sans Sucres Ajoutés!*



\*Étude Monadia : testé par 120 consommateurs de juin à septembre 2008 (catégorie : Confiserie (produits de la forme - produits lights)) - [www.saveurdelannee.com](http://www.saveurdelannee.com)

Kraft Foods France S.A.S. au capital de 55 630 330 € - RCS Versailles 455000937 - 78942 Villey Villacoublay Cedex.



## Sociétés dont un produit a été reconnu Saveur de l'Année

### A

Alliance Océane SAS, Appro SA, Argédís (2 produits), Artic France.

### B

Bacardi - Martini France, Bardinet, **Barilla**, Belmonte, Bernaudeau, Biscuits Poult, Blédina, Bonduelle Conserve International, Bongrain Gérard (2 produits), Brasserie Bavaria, **Brioche et Viennoiserie Thomas**.

### C

C. Marion et Cie, Campina, **Caraibos Cipt SAS**, Castelli France, CCLF, Charal Surgelés, Charcuterie Pierre Schmidt, Cobreco, Code CHR, Commerciale Tereos, Compagnie des Fromages et Riches Monts (2 produits), Conserverie du Languedoc (3 produits), Continental Foods, CP Merchandising Compagny LTD (2 produits).

### D

Danone (3 produits), **Daregal**, Del Monte Foods France, Delpeyrat Montagne Noire, Duc.

### E

Elpozo France, Elvir (2 produits), Euralis Gastronomie - Montfort (3 produits), Eurodough (2 produits), Européenne de Condiments, **Eurosugar**.

### F

Famille Michaud Apiculteurs, Ferrero France, Feyel - Artzner, Fiorucci, Fleury Michon (2 produits), Foods International SAS, France Kebab, Friesland Foods Cheese France, Fromageries Bel (3 produits), Fromageries de l'Etoile (2 produits), Fromageries des Chaumes).

### G

Gastronomie Distribution, Gendreau SAS, Gillot SAS, Gosselin SAS, Grands Moulins de Paris SA, Groupe Bel, Guyader.

### H

H. Mounier SA, **Halles Mandar**, Haribo - Ricqlés - Zan, **Hipp France**.

### I

Idyl SAS (2 produits), Inbev France (2 produits), Ireks France SARL, Ital Passion (3 produits).

### K

**Kraft Foods France** (5 produits).

### L

La Martiniquaise (3 produits), La Toque Angevine, Labeyrie (3 produits), Lactalis (7 produits), Lactel, Laita, L'Assiette Bleue, LDC, Leroux, Les Crudettes, Lesieur, Loeul et Piriou, Lor Nougat, **Lotus Bakeries France**, **Lucien Georgelin**.

### M

Madrage (2 produits), Mars France (2 produits), Merisant, Mix Buffet.

### N

Nautilus Food SA, NDM (Groupe Loste Grand Saloir), Nestlé France (2 produits), Nutrition & Santé.

### O

Orangina Schweppes (3 produits), Oso - Delta Pêche (2 produits).

### P

**Pain Concept**, Petitgas, Phil XN / Philibert Savours, Popy, **Prim'Co**, Prim'Land.

### R

Refresco France (4 produits), Roldi.

### S

SA Festival des Pains, Salaisons Dijonnaises, SARL Presta-Celf po Celfnord, Saveol, Sill, SNC Neptune Distribution, SNVC, Société des Caves - SCPR Etablissement Fromages & Terroirs, Soleco SAS, Soleou (2 produits), Solinest, Souchon d'Auvergne.

### T

Tendriade - Collet (3 produits), **Tereos**, Terre de France, Top Neg International (3 produits), Tradition du Terroir de Sologne, Triomphe SNAT.

### U, V, W

Ugpban, Unilever France, United Biscuits (2 produits), Venelli, Viviers de France, Vranken Pommery Monopole, William Saurin.



## IMPACT COMMERCIAL : la force de l'évidence

**Notoriété quasi maximale auprès de la distribution, en hausse continue auprès du public, Reconnu Saveur de l'Année apporte une valeur ajoutée considérable qui booste les ventes et fidélise les clients. Chiffres à l'appui.**

**V**ouloir entrer dans l'impact chiffré des produits Reconnus Saveur de l'Année, c'est aborder des données et pourcentages en progression constante se déclinant en trois volets majeurs : distributeurs, medias, consommateurs. Avec pour refrain : « valeur en progrès ! ».

### CÔTÉ DISTRIBUTEURS :

En 2008 (selon BVA), 92% des professionnels de la distribution connaissent « Reconnu Saveur de l'Année », identifié comme un signe qualitatif par 78% des responsables en magasin et comme entraînant une augmentation du CA par 76% des acheteurs en centrales. Les opérations nationales sur le terrain sont plébiscitées à 88%. Normal : certaines ont généré des progressions moyennes de CA jusqu'à 190%.

### CÔTÉ MEDIAS :

Sur les 9 premiers mois de 2008, Reconnu Saveur de l'Année, ce sont 35 campagnes TV pour 3324 spots, soit plus de 10 passages/jour. Une visibilité phénoménale : 4798 millions de contact TV sur les 15 ans et + (+3%). Sans oublier 400 millions de contacts presse (+ 25% / 2007).

### CÔTÉ CONSOMMATEURS :

En 2008, la notoriété progresse de 3% (68 %) et atteint chez les femmes 78%, et dans les foyers avec enfants 74%. Institutionnalisés dans son principe de fonctionnement (l'appel fait aux consommateurs) par 95% d'entre eux, Reconnu Saveur de l'Année est un signe « digne de confiance » (81%) et un « incitateur » d'achat (72%) qui tient ses promesses (90% d'acheteurs satisfaits). Signe de qualité donc et de fidélisation (79%) Reconnu Saveur de l'Année est enfin, et surtout, un logo qui fait vendre : + 29,7% en valeur et en moyenne selon IRI.



Retrouvez Saveur de l'Année  
sur [LSA.fr](http://LSA.fr) et sur [LSA News](http://LSA News)

UNE NOUVELLE SENSATION RECONNUE

0% Cuisson  
100% Goût



Une **PRISE À FROID**  
qui préserve toutes  
les **SAVEURS**  
des fruits.

**NOUVEAU SANS CUISSON**

**Daddy**  
Ma  
**Nouvelle CONFITURE®**

SUCRE POUR CONFITURE

DU SUCRE

DES FRUITS

UN MIXER

**C'EST PRÊT...!** 200g

Une utilisation  
**SIMPLE** et **RAPIDE**

Une confiture fraîche  
**EN TOUTE SAISON**

**Daddy** s'engage pour l'innovation et pour le goût !

\*Étude Monodia : testé par 120 consommateurs de juin à septembre 2008 (catégorie produits pour la pâtisserie, pour les desserts) - www.saveurdelannee.com

# BAGUETTES VIENNOISES

//// Pains Préemballés



## LE PRODUIT

### LA MARQUE : LA BOULANGÈRE

#### DÉFINITION :

Produits phares des boulangeries, la baguette viennoise a toujours suscité l'engouement des petits comme des grands ! Recette unique, issue du savoir faire boulanger, elle allie saveur et moelleux.

Les baguettes viennoises LA BOULANGÈRE à la texture fondante et généreuse sont dotées d'un moelleux incomparable !

Produit service, elles sont déjà fendues pour faciliter la réalisation de sandwiches ou le passage au toaster. A déguster à tout moment de la journée, au petit déjeuner en tartines, au déjeuner en sandwich, ou au goûter, selon les envies.

#### VARIÉTÉS :

- Recette nature fabriquée à partir de farine de type 55
- Recette complète fabriquée à partir de farine de type 150



**D.L.U.O.** : 16 jours

**P.V.C.** : 1,99 €

#### CONDITIONNEMENT :

- Sachet de 4 baguettes
- Colis de 7 uvc

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS

## LE FABRICANT

### PAIN CONCEPT

Parc Atlantique  
85 210 SAINTE HERMINE  
Tél. : 0251281100  
Fax. : 0251281101  
Adresse Internet :  
[www.painlaboulangere.com](http://www.painlaboulangere.com)

#### LES RESPONSABLES PRODUIT :

Melle Aline JEANNIN

# BRIOCHE TRESSÉE TERROIR 600G PUR BEURRE BRIOCHE TRESSÉE EN TRANCHES 450G PUR BEURRE

//// Brioche tressée



## LE PRODUIT

### LA MARQUE : MALINE THOMAS

#### DÉFINITION :

Nos brioches, fabriquées en Vendée, vous séduiront par leur couleur dorée, brune nuancée, une mie onctueuse et une aromatisation légère. Au petit déjeuner, comme au goûter, les Brioches Tressées Terroir Maline Thomas sont un vrai régal pour les gourmets. Ces brioches, tressées à la main, sont fabriquées sans conservateur, sans ajout d'additif ni de colorant.

**COMPOSITION :** farine de froment (gluten), oeufs frais, beurre concentré reconstitué 14,6%, sucre, sucre inverti, levain, rhum, sel, levure.

**VARIÉTÉS :** Brioche Tressée Pur Beurre ou Tressée Tranchée Pur Beurre

**D.L.U.O.** : 29 jours dont 25 jours garantis livraison

#### CONDITIONNEMENT :

plateau de 5 unités  
plateau de 7 unités



**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GSA

#### DATE DE PRÉSENTATION À LA DISTRIBUTION :

Le 1<sup>er</sup> janvier 2007.

## LE FABRICANT

### BRIOCHES & VIENNOISERIES THOMAS

Parc d'Activités La Belle Entrée  
85140 LES ESSARTS  
Tél. : 02.51.62.85.85  
Fax. : 02.51.62.87.59  
Adresse Internet :  
[commercial@briocesthomas.com](http://commercial@briocesthomas.com)  
[www.malinethomas.com](http://www.malinethomas.com)

#### LE RESPONSABLE PRODUIT :

Mr THOMAS Vincent

# SUCRES ARÔMATISÉS

/// Sucre



## LE PRODUIT

### LA MARQUE : BEGHIN-SAY

#### DÉFINITION :

Béghin-Say crée une nouvelle gamme de sucres aromatisés aux arômes naturels : 5 saveurs gourmandes pour le plus grand plaisir des papilles.

- Le Sucre à la Vanille Bourbon : la meilleure des saveurs de vanille naturelle des îles de l'Océan Indien.
- Le Sucre à la Cannelle des Indes : des bâtons de cannelle finement broyés aux arômes chaleureux et suaves des Indes.
- Le Sucre Saveur Citron : un choix d'arômes naturels et délicats pour le plaisir des amateurs de ce fruit.

Ces sucres sont idéales en saupoudrage sur vos crêpes, gaufres et salades de fruits, en sucrage dans vos laitages, boissons chaudes ou froides et en pâtisseries pour de délicieux desserts aromatisés.

#### COMPOSITION :

- Sucre, arôme naturel de vanille Bourbon, poudre de vanille Bourbon (0,1%), anti-agglomérant : silice

- Sucre, cannelle des indes (1,7%)
- Sucre, arôme naturel, anti-agglomérant : silice

#### VARIÉTÉS :

Sucre à la Vanille Bourbon, Sucre à la Cannelle des Indes, Sucre Saveur Citron

**D.L.U.O. :** 2 ans

**P.V.C. :** 2,70 €

#### CONDITIONNEMENT ET PACKAGING :

Doypack® de 300 g

#### MARCHÉ TEST ET ÉTUDES :

Tests organoleptiques et tests d'acceptation du produit.



#### PROMOTION :

Echantillonnage, Bons de réduction.

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS

## LE FABRICANT

#### COMMERCIALE TEREOS

Tour Lilleurope - 11, Parvis de Rotterdam  
59777 Lille

Tél. : 03 28 38 75 40

Fax : 03 28 38 75 43

bmichel@tereos.com

www.tereos.com

www.beghin-say.fr

#### LES RESPONSABLES PRODUIT :

- Bernard Michel (directeur marketing),
- Rémy Faussemagne (directeur des ventes)

## LES PRESTATAIRES

**PACKAGING :** BCR

# ORIGINAL SPECULOOS À TARTINER

/// Pâtes à tartiner



## LE PRODUIT

### LA MARQUE : LOTUS

#### DÉFINITION :

Pâte à Tartiner à l'Original Speculoos LOTUS  
Une onctueuse pâte à tartiner composée à 57% de l'Original Speculoos LOTUS : elle en a le goût caramélisé si caractéristique.

Elle se consomme bien sûr idéalement sur du pain mais aussi sur des crêpes, brioches et peut accompagner de nombreux desserts. Parfaite pour les petits-déjeuners et goûters, elle s'adresse à toute la famille comme l'Original Speculoos Lotus. Elle est sans arômes artificiels et sans colorants.

#### COMPOSITION :

Speculoos 57% (farine de froment, sucre, huile et graisse végétales, farine de soja, sirop de sucre candi, poudre à lever (carbonate acide de sodium), sel, cannelle), Huile de colza, Sucre, Emulsifiant (lécithine de soja), Acidifiant (acide citrique).



**D.L.U.O. :** 8 mois

**P.V.C. :** 2,59 €

#### CONDITIONNEMENT :

Fardeau de 12 pots en verre de 400g.

**PACKAGING :** Pot en verre de 400g.

#### MARCHÉ TEST ET ÉTUDES :

L'Original Speculoos A Tartiner LOTUS a été lancée en Belgique en Février 2008 et détient déjà 11% de part de marché volume des pâtes à tartiner. Elle a conquis 19% des foyers belges et apporte de la croissance au marché.

#### PROMOTION :

Animations - Dégustations en magasins - Echantillonnage sous forme de coupelles.

#### RELATIONS PRESSE ET PUBLIQUES :

Dossier de Presse (août 2008)

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS,

Cash&Carry et grossistes.

#### PRODUITS CONCURRENTS :

Toutes Pâtes à Tartiner

#### DATE DE PRÉSENTATION

À LA DISTRIBUTION : Juillet 2008

## LE FABRICANT

#### LOTUS BAKERIES FRANCE

Place du Château - 59560 Comines

Tél. : 05.20.39.34.37 - Fax : 05.20.39.45.62

Adresse Internet : scc.com@lotusbakeries.com

www.lotusbakeries.com

#### LES RESPONSABLES PRODUIT :

Thierry Roose - Louise Bailliet - Martine Tant

## LES PRESTATAIRES

**PACKAGING :** Graphèmes

**ANIMATION DES VENTES :** Allée Centrale

**PROMOTION :** Nikita et Quetzal

**RELATIONS PRESSE :** BMRP

#### RAISONS MARKETING DU LANCEMENT :

Succès du goût de l'Original Speculoos Lotus en Grande Distribution et en Hors Domicile.

# TOMATES CERISE BASILICO ET TOMATES CERISE NAPOLETANA

//// Sauces pour pâtes



## LE PRODUIT

**LA MARQUE :** Barilla

### DÉFINITION :

Barilla innove avec Tomates Cerise Basilico et Tomates Cerise Napoletana après trois années de recherche pour créer une variété de tomate cerise allongée, plus douce et moins acide. Ces deux nouvelles sauces aux parfums méditerranéens révèlent une saveur de tomate unique et plus intense.

### COMPOSITION :

Sauce à base de tomates cerise.

### VARIÉTÉS :

Basilico et Napoletana.

**D.L.U.O. :** 10 mois

**P.V.C. :** 1,50 €

### CONDITIONNEMENT :

Pot verre 200g / Carton de 12 UVC

### PACKAGING :

Le packaging met en avant la qualité des ingrédients utilisés, notamment la tomate cerise.

### PUBLICITÉ :

Soutien TV

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS



## LE FABRICANT

### BARILLA FRANCE

2 place des Vosges - Immeuble Lafayette

La Défense 5 - 92 051 Paris La Défense

Tél. : 01.56.37.43.00

Fax. : 01.47.89.54.55

Adresse Internet : [www.barilla.fr](http://www.barilla.fr)

### LES RESPONSABLES PRODUIT :

- Clémence Levilain (Chef de produit sauces)
- Sophie Deby (Chef de groupe)
- Géraldine Fiacre (Directrice marketing)

## LES PRESTATAIRES

**PACKAGING :** Mancini.

### RAISONS MARKETING DU LANCEMENT :

Barilla propose deux recettes 100% inédites : Tomates Cerise Basilico et Tomates Cerise Napoletana, afin de redynamiser les recettes simples (ex. Napolitaine : -15% en volume, année 2007).

# MON DÎNER BONNE NUIT

//// Plats pour bébés



## LE PRODUIT

**LA MARQUE :** HiPP Biologique

### DÉFINITION :

Mon Dîner Bonne Nuit : les menus du soir qui ravissent les papilles des tout-petits ! Pour ces assiettes avec morceaux destinées aux 15-36 mois, HiPP a sélectionné ce que la nature a de meilleur. Cette gamme végétarienne à base de pâtes et de légumes biologiques est parfaitement adaptée pour le repas du soir.

Pratiques et transparentes, ces assiettes sont micro-ondables, bio, et à prix très accessible !

**COMPOSITION :** Pâtes et légumes biologiques

### VARIÉTÉS :

- Spaghetti Tomates Mozzarella (dès 15 mois)
- Conchiglie aux Petits légumes (dès 15 mois)
- Rigatoni à la Napolitaine (dès 18 mois)



- Petites Lasagnes aux Légumes (dès 18 mois)

**D.L.U.O. :** 12 mois

**P.V.C. :** 1,96 €\*

### CONDITIONNEMENT :

Barquette prête-à-vendre de 6 assiettes.

### PACKAGING :

Assiette plastique micro-ondable.

Le code couleur « nuit étoilée » indique que le produit est recommandé pour le dîner du soir.

Sa forme de cœur est très appréciée des mamas. Sa transparence permet aux parents d'apprécier la texture et la couleur du produit avant l'achat.

### PUBLICITÉ :

Insertions presse et internet au 1<sup>er</sup> semestre 2009.

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS et magasins biologiques

### PRODUITS CONCURRENTS :

Blédichef

## LE FABRICANT

### HiPP FRANCE

58 bd des Batignolles - 75017 PARIS

Tél. : 01 44 70 12 20

Fax. : 01 44 70 12 29

Adresse Internet :

[www.hipp.fr](http://www.hipp.fr)

### LES RESPONSABLES PRODUIT :

Amélie TERRIEN (Responsable Marketing)

## LES PRESTATAIRES

### RAISONS MARKETING DU LANCEMENT :

Les parents sont à la recherche de produits prêts-à-l'emploi, mais au goût proche du fait-maison. C'est pourquoi HiPP a mis tout son savoir-faire culinaire au service de recettes et de textures vraiment différentes, qui font découvrir aux bébés les plaisirs d'une nourriture saine et savoureuse.

\* Source : panel IRI - 1<sup>er</sup> semestre 2008

# SMOOTH MIX®

/// Smoothies Ambiants

CARAIBOS®

Smooth Mix®



## LE PRODUIT

**LA MARQUE :** Caraïbos®

### DÉFINITION :

SMOOTH MIX® Mangue-Passion de CARAIBOS® : Un délicieux smoothie 100% fruits mixés. Une gourmandise bien-être pour le plaisir des sens. Une recette savoureuse 100% plaisir : D'une couleur jaune/orangée éclatante, SMOOTH MIX® Mangue - Passion de CARAIBOS® vous séduira par son parfum intense et fruité et vous surprendra par sa texture douce et velouté.

Une recette naturelle 100% bien-être : Alliance harmonieuse de jus de fruits et de purée de fruits sélectionnés et mixés, SMOOTH MIX® Mangue - Passion est sans sucres ajoutés, sans colorants et sans conservateurs.

A déguster très frais à tout moment de la journée : Petit déjeuner, petit creux de 11H, apéritif ou tout simplement envie de fruits, SMOOTH MIX® Mangue - Passion de CARAIBOS® participe à l'apport journalier en fruits recommandé.

### COMPOSITION :

Jus de fruits et purées de fruits sélectionnés et mixés.

### VARIÉTÉS :

Mangue - Fruit de la Passion.

**D.L.U.O. :** 18 mois

**P.V.C. :** 2,95 €

### CONDITIONNEMENT :

Bocal 75 cl.

### PACKAGING :

Un format dégustation / convivialité adapté à une mono-consommation ou à partager en famille ou entre amis.

### RÉSEAU DE DISTRIBUTION :

GMS et CHR.



### LE RESPONSABLE PRODUIT :

Bruno Dardoize

## LES PRESTATAIRES

### PACKAGING :

People From Design

### RAISONS MARKETING DU LANCEMENT :

- Un produit qui répond aux attentes des consommateurs.
- Un produit qui apporte de la valeur ajoutée sur un marché jus ambiants banalisé.
- Un marché des smoothies en développement et à fort potentiel.

## LE FABRICANT

### CARAIBOS®

49 avenue d'Iéna - 75116 Paris

Tél. : 0811 110 723

Fax. : 01 47 20 39 10

Adresse Internet :

[www.caraibos.com](http://www.caraibos.com)

# DOSETTES INDIVIDUELLES D'HERBES AROMATIQUES SURGELÉES

/// Aides culinaires surgelées

## LE PRODUIT

**LA MARQUE :** Darégal

### DÉFINITION :

Darégal, leader des herbes aromatiques surgelées, innove en proposant ses 5 meilleures ventes en dosettes individuelles. Le conditionnement en dosettes individuelles préserve la qualité ainsi que la fluidité des herbes. Simple et pratique d'utilisation, la dosette d'herbe aromatique est la juste dose pour une personne.

### COMPOSITION :

Persil : persil • Basilic : basilic • Ciboulette : ciboulette • Ail : ail, huiles végétales (5% maxi) • Echalote : échalote, huiles végétales (5% maxi)

### VARIÉTÉS :

Persil, Basilic, Ciboulette, Ail et Echalote.

**D.L.U.O. :** 2 ans

**P.V.C. :** 2,80 €

### CONDITIONNEMENT :

Persil, basilic et ciboulette : boîte de 9 dosettes de 4g.

Ail et échalote :

boîte de 11 dosettes de 6g.

**PACKAGING :** Boîte carton

### RELATIONS PRESSE ET PUBLIQUES :

Aurélie Marteau

Adresse : Darégal

6 boulevard Joffre - 91490 Milly-la-Forêt

Tél. 01 64 98 29 12

Mail : [aurelie.marteau@dairegal.fr](mailto:aurelie.marteau@dairegal.fr)

### RÉSEAU DE DISTRIBUTION :

GMS

### DATE DE PRÉSENTATION À LA DISTRIBUTION :

Dosettes de persil, basilic et ciboulette : septembre 2007.



Dosettes d'ail et d'échalote :

septembre 2008.

**PRODUITS CONCURRENTS :** Aucun

## LE FABRICANT

### DARÉGAL

6 boulevard Joffre - 91490 Milly-la-Forêt

Tél. : 01 64 98 29 00

Fax. : 01 64 98 29 57

Adresse Internet : [www.daregal.fr](http://www.daregal.fr)

### LE RESPONSABLE PRODUIT :

Fabrice Oger (directeur des ventes)



## «MES IDÉES POTAGES» «MES IDÉES PURÉES»

//// Légumes Frais



### LE PRODUIT

**LA MARQUE :** Priméale

**DÉFINITION :**

Priméale réunit dans une même barquette la bonne association de légumes frais, dans les bonnes proportions avec une proposition de recette simple et savoureuse pour 4 à 6 personnes

**COMPOSITION :**

- Mes idées potages Retour du marché : Carotte, poireau, pomme de terre, oignon, rutabaga, céleri branche.
- Mes idées purées : carotte, pomme de terre, panais

**D.L.U.O. :** 8 jours

**P.V.C. :** 2,50 à 2,80 €/barq

**CONDITIONNEMENT :**

Barquette 1kg



**PACKAGING :**

Barquette bio-dégradable fabriquée à partir de ressources renouvelables d'origine végétale.

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :** GMS

### LE FABRICANT

**PRIM'CO**

Espace d'activités Fernand Finel

50450 LESSAY

Tél. : 02 35 76 10 10

Fax. : 02 35 76 10 15

Adresse Internet : primco@primco.fr

**LE RESPONSABLE PRODUIT :**

Mr François HENRY

### LES PRESTATAIRES

**RELATIONS PRESSE :** MSCA COMMUNICATION

## FRUITS FRAIS COUPÉS PRÊTS À DÉGUSTER

//// Fruits frais coupés 4<sup>ème</sup> gamme



### LE PRODUIT

**LA MARQUE :** M'les fruits

**DÉFINITION :**

Un produit solution à la consommation de fruits ... pour grignoter sain et équilibré!

Sur un marché du snacking dominé par des produits peu diététiques, les produits M'les fruits constituent une véritable pause fraîcheur et démontrent que l'on peut consommer pratique sans renoncer au plaisir d'un fruit frais en toute simplicité!

Désormais, plus besoin de sortir sa machette pour préparer la noix de coco ou de ruiner sa plus belle robe pour déguster une mangue ou de l'ananas.

M'les fruits se déguste en toutes occasions : petit-déjeuner, pause déjeuner au bureau, dessert, ou encore pour tous les petits creux et petites envies ... de nature !

**COMPOSITION :** Des morceaux de fruits gourmands NATURELS 100% fruits : sans sucre ajouté, sans conservateur ni additif.

**VARIÉTÉS :**

Ananas, Mangue et Noix de coco.

**DLC :** 7 jours

**CONDITIONNEMENT :**

Différents formats disponibles à la vente : Pots de 100 g, Les «Duos» (Concours Innovation IDF 2008) 2\*100 g, Les Coupelles de 150 g ainsi que Les Barquettes de 500 g et 1 kg.

**RÉSEAU DE DISTRIBUTION :**

GMS et RHF.

**DATE DE PRÉSENTATION À LA DISTRIBUTION :**

Déjà disponibles.



### LE FABRICANT

**HALLES MANDAR**

20 avenue de la Villette - Fleurs 562

94657 Rungis Cedex

Tél. : 01 41 80 50 00 - Fax. : 01 41 80 50 39

Adresse Internet : www.mandar.fr

**LES RESPONSABLES PRODUIT :**

Chef de produits : Jasmine Vandamme

Responsable commercial GMS :

Georges Schajer

PDG : Shaoul Abramczyk

### LES PRESTATAIRES

**ANIMATION DES VENTES :** Georges Schajer

**RELATIONS PRESSE :** Jasmine Vandamme

**RAISONS MARKETING DU LANCEMENT :**

Proposer un produit en phase avec le marché !  
Du plaisir au naturel !





# “Mes Idées Recettes”, l'innovation qui a tout bon !



**Mes Idées Purées**  
Carotte, pomme de terre, panais



**Mes Idées Potages**  
Retour du marché

Et **découvrez** le nouveau  
“**Légumes pour Couscous**” :  
les légumes, les épices, les pois chiches et la recette  
pour préparer chez soi un délicieux couscous.



## “Mes Idées Recettes” :

- ⊙ **Pratique**, tout est dans la barquette !
- ⊙ Des idées recettes **faciles**, saines et **gourmandes**.
- ⊙ Un concept **novateur** avec un fort potentiel au rayon fruits et légumes.

100% légumes



PRIM'CO - 36 rue de la Grande Vallée - 50710 CRÉANCES  
T. 02 33 76 30 50 - F. 02 33 76 30 51

  
**Priméale**  
www.primeale.fr

Lucien Georgelin

Les spécialités  
de foie gras de canard  
sur lit de fruits,  
une innovation  
de Lucien Georgelin.



UN PACK  
**4 SAVEURS**  
POUR LES FÊTES,  
**UNE ENTRÉE À PARTAGER.**

UNE OFFRE  
**CONVIVIALE**  
POUR SURPRENDRE  
LE PALAIS DES GOURMETS.

En GMS en verrines de 200 et 400 g (bocal en verre)

Sur le circuit CHR : en verrines individuelles de 70 g  
et un pack des 4 saveurs en verrines de 70 g.

Conservation : DLUO de 3 ans, à conserver à température ambiante.



Lucien Georgelin S.A.S. - La Prairie de Londres - 47 200 Virazeil - Tél : 05 53 20 15 20  
Service commercial : commercial@georgelin.fr