

# DOSSIER **BILAN**

## LES LANCEMENTS

# Service minimum pour l'innovation

Crise oblige, 2011 s'est révélée sage en termes de lancements. Au programme, des extensions de gamme, des diversifications de marques, de nouveaux designs et de l'importation de concepts.

**U**ne prise de risques *a minima*. En ces temps de conjoncture économique incertaine, les fabricants n'ont pas fait preuve d'audace. « *L'heure est à l'innovation prudente et maîtrisée* », confirme Xavier Terlet, directeur du cabinet XTC.

Ce qui tranche quelque peu avec le cru 2010 qui s'était révélé plutôt riche. Avec l'arrivée, par exemple, en alimentaire, des dosettes compatibles Nespresso, chez Casino et Sara Lee, et, en non-alimentaire, de l'iPad ou de Kinect de Microsoft. En 2011, aucun lancement marquant. Pire, la commercialisation de Nesfluid, par Nestlé, qui s'apparentait pour le coup à une rupture, a été stoppée faute de résultats commerciaux (LSA n° 2197).

### Drivée par le high-tech

On reste toutefois loin d'une année « blanche ». « *Contrairement à 2009, où les projets avaient été stoppés net, les lancements, à défaut d'être spectaculaires, se sont maintenus à un bon niveau pour mieux se positionner en phase avec les attentes du public* », affirme Xavier Terlet. De fait, les fabricants ont creusé le filon de la « naturalité », de la proximité et du plaisir en multipliant les nouvelles recettes. Le levier de la déclinaison de marques, rassurant en temps de crise, a joué à plein. C'est l'exemple de l'arrivée de Carambar sur les géliifiés, de Jacquet sur la pâtisserie industrielle, d'Oasis au rayon ultrafrais ou encore de Pierre Martinet sur les smoothies. À noter, enfin,

## Prudence et maîtrise

Présentation de la **3DS DE NINTENDO**, la première console 3D sans lunettes. C'est le lancement de l'année dans le jeu vidéo et l'un des majeurs dans l'univers du high-tech.

Nouveau design pour **LA BOUTEILLE RICARD**. Inchangée depuis sa création en 1932, la bouteille ronde, généreusement copiée, s'efface au profit d'une fiole rectangulaire, avec le logo gravé en creux sur les flancs. Arrivée de **PHILADELPHIA** en France. Venue tout droit des États-Unis, cette spécialité fromagère à tartiner

ou à incorporer dans des préparations culinaires, importée dans l'Hexagone par Kraft, représente un des lancements majeurs de l'année dans l'ultrafrais.

Sortie de **L'IPAD 2**. Plus rapide, plus légère et plus fine, la nouvelle version de la révolutionnaire tablette d'Apple lancée en mars 2010 était un événement quasiment tout aussi attendu.

Lancement des deux premiers sirops à la stévia chez **FRIUSS** et **TEISSEIRE**.

Changement de design pour **LA BOUTEILLE LÉGENDAIRE DE COCA-COLA**. Pour ses 125 ans, la marque s'offre de nouvelles formes plus soulignées, tout en intégrant 25 % de PET recyclé.

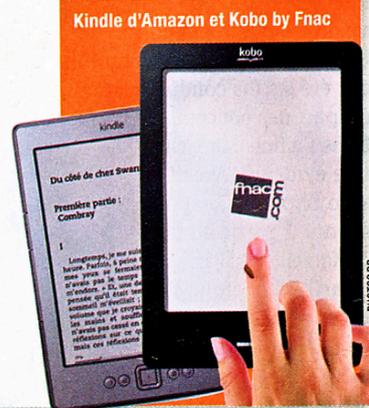
Lancement de la 3D passive par **LG**.

Sortie de **L'IPHONE 4S**. Cette cinquième version du célèbre smartphone d'Apple intègre notamment un processeur plus puissant et la commande vocale.

Commercialisation de deux nouvelles liseuses électroniques à la Fnac : **KOBO BY FNAC** et **KINDLE D'AMAZON**, disponible aussi depuis octobre sur le site français de l'e-commerçant.



Philadelphia de Kraft



Kindle d'Amazon et Kobo by Fnac

que la France a été le théâtre de l'importation de concepts étrangers à succès, comme Philadelphia de Kraft Foods.

En non-alimentaire, l'innovation a, comme toujours, été principalement portée par le high-tech. Hormis la Nintendo 3DS, première console 3D, qui connaît des résultats commerciaux en demi-teinte, le marché a surtout été rythmé par la déferlante de tablettes censées venir concurrencer l'indétrônable iPad, dont

la V2 a été dévoilée en mars. Mais aussi par l'arrivée, en fin d'année, de liseuses électroniques (Fnac et Amazon), pour qui 2011, et qui plus est 2012, pourraient bien être celles de leur décollage, affirment, avec précaution, les experts. Sachant que globalement, compte tenu des incertitudes actuelles, la prudence des fabricants... et surtout des consommateurs, devrait être à nouveau de mise en 2012. ■

FLORENCE BRAY ■■■■■