

**ÉDITORIAL****DÉTOX OU INTOX ?**

*Les nouvelles ne sont pas très bonnes. Selon Kantar, les dépenses des ménages (PGC et FLS tous circuits) ont diminué de 1,2% en volume en 2019 et progressé de seulement 0,2% en valeur. La baisse est particulièrement forte dans les alcools (-6,4%), les viandes (-4%) ou les surgelés (-3,3%). Des chiffres certes à nuancer avec une hausse de 8,5% des repas pris hors-domicile, voire l'émergence des nouveaux circuits. « La détox alimentaire des Français se poursuit » résume Kantar.*

*Mais alors, qu'en est-il de la premiumisation, de la montée en gamme, de la transition alimentaire ? Elles ne suffisent pas à compenser le fait que, toujours selon Kantar, « 11% des Français déclarent ne pas s'en sortir du tout ». En outre, elles sont devenues un élément de la négociation commerciale, comme l'a montré le contentieux entre Intermarché et Coca-Cola, le premier s'y référant pour justifier son choix de diminuer l'exposition de certaines gammes du second.*

*Serait-ce de l'intox ? Il paraît que les « négos » se passent mieux cette année. Pourtant la tendance à la baisse de la valorisation observée en 2019 semble déjà se poursuivre, voire s'aggraver. On comprend pourquoi les distributeurs poussent la transition alimentaire : au-delà de leur souci du mieux manger et de la planète, elle contribue à cette valorisation du marché, donc aux marges. Mais elle ne signe pas l'armistice dans la guerre des prix.*

**Benoît JULLIEN**

**LE MAIL AGROALIMENTAIRE** est une lettre électronique mensuelle destinée aux professionnels de l'univers agroalimentaire, de la production agricole à la distribution alimentaire et à la restauration. Elle est réalisée par des journalistes et ses informations sont acquises "en direct", ses analyses, indépendantes de tout intérêt partisan ou commercial.

**Abonnement : 205 euros HT (246 euros TTC) pour onze numéros par an (numéro double en juillet-août).**

*L'abonnement au MAIL AGROALIMENTAIRE est strictement réservé à son seul souscripteur nominal. Pour les abonnements groupés, nous consulter.*

**Déclaration CNIL n°1150509**

Rédacteur en chef : **Benoît JULLIEN**

**ICAAL** - information et conseil agroalimentaires

21, rue Le Peletier - 75009 Paris

Tél. : 01 45 89 90 74

**contact@icaal.fr**

RETROUVEZ-NOUS SUR INTERNET : [www.icaal.fr](http://www.icaal.fr)

## ENTRETIEN

### MARQUES, FOODWATCH VOUS REGARDE !



Retrouvez notre interview de Karine Jacquemart, directrice générale de Foodwatch France.

[En savoir +](#)

## ALERTES

### EXTENSION DU DOMAINE DE LA LUTTE CONTRE LE GASPI

La loi relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire est étendue depuis le 1<sup>er</sup> janvier à la restauration collective privée ainsi qu'aux industries agroalimentaires. Comme pour les distributeurs, il leur est désormais interdit de rendre impropres à la consommation les invendus alimentaires encore consommables. Les restaurateurs préparant plus de 3 000 repas par jour et les industriels réalisant plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires doivent proposer une convention aux associations habilitées pour l'aide alimentaire.

### LE VIN FRANÇAIS DE PLUS EN PLUS CONCURRENCÉ

S'ils restent leaders du marché mondial du vin, « les vins français sont en retrait significatif sur certains marchés » observe Sopexa dans sa huitième étude Wine Trade Monitor réalisée auprès de près d'un millier d'opérateurs dans sept pays (Allemagne, Belgique, Chine continentale, Hong-Kong, Etats-Unis, Japon et Royaume-Uni).

Ils restent toutefois référencés par 89% des professionnels interrogés, devant les vins italiens (75%) et espagnols (67%). Désormais, les attentes se tournent surtout vers les vins bio et biodynamiques, notamment dans les pays anglo-saxons. L'étude note par ailleurs une percée des vins légers en alcool tandis que le rosé perdrait en attractivité aux Etats-Unis.

**ORANGINA SUNTORY FRANCE** s'est doté d'un éco-calculateur « Harmony » simulant les impacts environnementaux de l'ensemble des paramètres de production. Ses boissons sont désormais évaluées ainsi tout au long de leur cycle de vie.



### POLÉMIQUE

Le film *Food Evolution* a fait l'objet de nombreux blocages en France. Son distributeur dans l'Hexagone, 2iFilms, regrette qu'il n'ait pas reçu les soutiens traditionnels aux documentaires pour être catalogué comme « un film de propagande pro-OGM », alors qu'il ne viserait qu'à établir un débat équilibré.



**CLASSEMENT**

**L'ALIMENTAIRE A PERDU DE SON POUVOIR DE MARQUE**

- « Patron, on est mal ! ». Les efforts publicitaires déployés par Lidl portent non seulement leurs fruits sur les parts de marché de l'enseigne (voir plus bas), mais également sur son image. VMLY&R (nouveau nom de Young & Rubicam, comme quoi les cordonniers...) a renouvelé avec Kantar son étude TOP 50-BAV en 2019 sur « les marques les plus puissantes et les plus connectées en France ». Et L'univers alimentaire s'en sort quasiment sinistré.

- Certes, la distribution dans son ensemble conserve une part importante de ce classement avec onze marques d'enseigne présentes dans ce top 50. Mais Lidl – et c'est une véritable performance, mais seulement relative - n'arrive qu'en onzième position, supplantant Leclerc en treizième. A noter toutefois les fortes progressions de Naturalia, Biocoop et Grand Frais.... Au détriment de Picard qui rétrograde en 52ème position.

- Côté marques alimentaires, c'est le fiasco presque total. La première, Nespresso, n'émarge qu'à la 20ème position. En 2009, Nutella était la première marque de ce classement, et Coca-Cola, la troisième. Elles se retrouvent en 37ème et 28ème position respectivement (s'y ajoute Danone en 39ème). Déjà sur la deuxième marche du podium en 2009, Google occupe désormais la première, devant Amazon, Youtube, Samsung et Netflix. Bienvenus dans la vraie vie !



et **NESPRESSO** sauvent l'honneur.

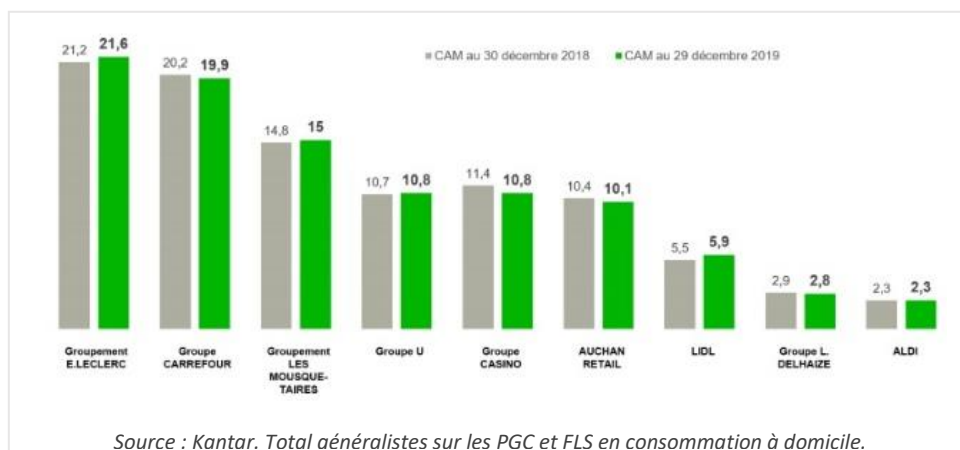
**DISTRIBUTION**

**PARTS DE MARCHÉ : ET EN 2019, LES GAGNANTS SONT... LECLERC ET LIDL**

Mois après mois, on a vu Lidl et Leclerc grignoter leur marché, suivis d'Intermarché et Système U.

Logiquement, cela se retrouve dans les parts de marché des groupes de distribution calculées par Kantar Worldpanel pour l'ensemble de l'année 2019. Leclerc consolide sa première place, Intermarché sa troisième. U est en passe de supplanter Casino.

Les intégrés, Carrefour, Casino (avec des cessions de magasins) et Auchan sont à la peine.



## CHIFFRES D'AFFAIRES 2019

## CARREFOUR

80,7 milliards d'euros TTC, +3,1% en comparable, dont 38,8 milliards en France (-0,1%) :

- Hypermarchés, 20 milliards (-2,1%),
- Supermarchés, 12,8 milliards (+1,9%) et
- Proximité et autres, 6 milliards (+2,2%).

Le groupe attend une croissance à deux chiffres de son résultat opérationnel courant en France.

## CASINO

34,6 milliards d'euros HT, +2,2% en comparable (+0,9% sinon), dont 16,3 milliards en France (+0,3%, -2,8% respectivement).

## INTERMARCHÉ

27,5 milliards d'euros (avec l'international), dont 23,5 pour Intermarché en France (+1,9%) et 1,12 milliard pour Netto (+1,5%).

## SYSTÈME U

20,5 milliards TTC, +3%

## LES DISTRIBUTEURS PARVIENNENT À FREINER AMAZON EN FRANCE

Le e-commerce reste la grande spécialité de l'Asie du Sud-Est. Selon Kantar sur l'ensemble des ventes de PGC en 2019, sa part de marché atteint 20,3% en Corée du Sud, 15,2% en Chine et 8,7% à Taiwan. Mais l'Europe arrive, assez loin derrière, en deuxième position : Royaume-Uni, 7,6%, et France, 6,2%, puis, encore plus loin, Espagne, 2,4%. Kantar note d'ailleurs qu'en France, Amazon – 5% du on

line en PGC – voit sa croissance passer de 44 à 14% en un an. Les nombreuses ripostes des distributeurs (drive piéton notamment) semblent parvenir à enrayer sa progression.

D'ici à 2025, Kantar prévoit que la part de marché du e-commerce pourrait atteindre 8% du e-commerce des PGC dans l'Hexagone.

## CARREFOUR DÉMARRE L'ANNÉE SUR LES CHAPEAUX DE ROUE

- Acquisitions de Dejbox, « pionnier » de la livraison de déjeuners en entreprise (400 000 repas par mois) et de Potager City, « leader » de la livraison par abonnement en ligne de paniers de fruits et légumes extra-frais et de saison issus des circuits courts avec 3 300 points de retrait.

- Ouverture du premier hypermarché Carrefour en Ouganda (2 800 mètres carrés, 20 000 références et 130 salariés).

- Création d'une **blockchain** sur la Filière Qualité Carrefour en saumon avec Leroy.

- Lancement de la Prime Marché par Carrefour Market : 10% de réduction tous les jours sur les produits frais, quelque soit la marque, pour les détenteurs de la carte.

**AUCHAN RETAIL** a présenté un projet de réorganisation assorti d'un plan de départs volontaires sur ses fonctions « siège » et « produits ».

Objectif : 677 suppressions de postes et 135 créations, soit la suppression nette de 517 emplois.

Chez **CORA**, 1 077 salariés, sur 7 620 concernés, ont refusé de signer un avenant à leur contrat de travail. Bien qu'aucun plan social n'ait été envisagé, leur licenciement pourrait être décidé. Le groupe a réalisé 4,43 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2019, en baisse de 19% depuis 2011.

### Et aussi...

- Le groupe Zouari a été autorisé à reprendre **Picard** par l'Autorité de la Concurrence.
- Le **Petit Ballon** devient le partenaire caviste exclusif de **Monop'** pour réorganiser l'ensemble des caves de l'enseigne.
- Après le succès de Lidl, **Aldi** se met à son tour à la pub télé. L'enseigne allemande a choisi de se démarquer nettement de la distribution classique, pour faire « Place au nouveau consommateur », promettant la meilleure qualité au meilleur prix.
- **Intermarché** expérimente un potage urbain d'intérieur avec **Infarm** dans huit magasins de la région parisienne pour proposer ses propres herbes fraîches.



### OUVERTURES

- **Les Comptoirs de la Bio** à Marzy, dans la Nièvre, à Mallemort, dans les Bouches-du-Rhône, et à La Garde, dans le Var.

### OFFRE

- **Intermarché** décline sa marque **Merci !** dans le miel avec « Les Apiculteurs vous disent Merci ! » développée avec le spécialiste **Famille Vacher**.

- **Lidl** se met au vert en lançant une sélection végétarienne (assortiment veggie, burgers végétariens, plat préparé au quinoa).

### ARTISANAT

- Les artisans **boulangers** se dotent d'un nouveau label « **Boulangers de France** » qui s'en prend directement aux industriels de la boulangerie ainsi qu'aux chaînes.
- Selon la Fédération des **Fromagers** de France, le métier de crémier-fromager reprend des couleurs avec 50 créations et 30 reprises par an.

### RESTAURATION

#### LE **CLICK & COLLECT** SUPPLANTERAIT LA LIVRAISON

Selon The NPD Group, le « *click & collect* » est en train de damer le pion à la livraison de repas. Cette solution a augmenté de 51% ces deux dernières années, soit deux fois plus vite que les commandes livrées. **Ses avantages** : la flexibilité, tout en se dispensant des frais de livraison et en évitant de longues attentes aux heures de pointe.

### OUVERTURES

- **Bioburger** à Nantes, premier établissement régional de l'enseigne après cinq à Paris.
- **DS Café** (restauration « healthy ») à Bordeaux et à La Défense.

### CARTE

- **Starbucks** étoffe son offre avec des pâtisseries venues d'Amérique et le **Berry Hot Chocolate**, boisson « gorgée d'amour ».



- **Vapiano** relance sa gamme hiver jusqu'au 30 mars avec l'assiette *Piatto mista*, la soupe *Zuppa di funghi*, des ravioli *ricotta e spinaci* ou *con carne* ainsi que des *Mac & cheese al perorino* et un *risotto pecorino e spinaci*.

## TECHNOLOGIES & SERVICES

### INGRÉDIENTS

- Réunis dans Nactarome, le fonds Ambienta et les managers des groupes AromataGroup et Ipam ont acquis 100% du capital de **Nactis Flavours**.

- Sauce Teriyaki est le nouvel arôme naturel d'**Aromatech**, exhausteur de goût sucré-salé « finement » épicé, pour sauces, plats cuisinés, marinades, chips...

### PRODUCTION

- La **FIM** (Fédération des Industries Mécaniques) lance un annuaire de l'offre mécanicienne française selon les critères de recherche propres aux industries agroalimentaires qui représentent 11% de ses débouchés.

- **Termet** (groupe Bobet) présentera au prochain CFIA (10 au 12 mars à Rennes) la PMS300, presse à matière stercoraire destinée aux abattoirs de petite taille, ainsi qu'un système d'électronarcose pour ovins doté d'un troisième point de contact.

### LOGISTIQUE

- Le chiffre d'affaires du groupe **Stef** a augmenté de 5,7% (3,9% à périmètre constant) en 2019 pour atteindre 3,4

milliards d'euros. Son PDG Stanislas Lemor note que les « *activités de conditionnement industriel, qui nous permettent d'offrir à nos clients des prestations combinées au transport et à la logistique, enregistrent une belle performance* ».

- **EV Logistique** a développé une plateforme digitale pour apporter un stock de proximité aux PME et TPE inférieur à 2 000 palettes via l'un de ses 57 sites cumulant 420 000 mètres carrés de stockage.

- **Candia** (Sodiaal) opte pour la palette locative de LPR, renonçant à la palette échange. Cela correspond à 1,5 million de palettes en Europe.

### EMBALLAGES

- **Gilac** a été récompensé sur Europain pour sa nouvelle gamme de bacs à diviseuses en matière biosourcée à partir de canne à sucre. La gamme compte également des bacs plats, à ingrédients, à pâtons, etc. Ils sont personnalisables, notamment par IML (étiquetage dans le moule).



- **Ifco** a présenté sur Fruit Logistica la version finale de son application MyIFCO dédiée aux bacs plastiques réutilisables.

### RESTAURANT

- **Metro France** a lancé une Charte Origine France avec dix fédérations pour « une meilleure valorisation de la production agricole française dans la restauration indépendante ». →



Se posant comme « premier fournisseur » de cette dernière, le groupe ambitionne d'augmenter la quote-part de l'origine France dans ses produits bruts. Une opération sera menée dans ses 98 entrepôts le 24 mars prochain.

- Déjà implantée dans quinze établissements, la start-up franco-portugaise **Miap** va digitaliser le bistro du Village by CA Aquitaine, de la commande au paiement, pour augmenter le ticket moyen et optimiser le service, avec un programme de fidélité construit via un module d'intelligence artificielle. « *Le client prend le pouvoir en commandant et en payant de manière autonome avec son smartphone* ».

## NOUVEAUX PRODUITS

### INDICE ICAAL JANVIER 2020

163,9 BASE 100 : OCTOBRE 2006

+0,76% (CUMUL ANNUEL MOBILE PAR  
RAPPORT AU MOIS PRÉCÉDENT)

#### BAROMÈTRE DE L'ACTIVITÉ INNOVANTE DES IAA FRANÇAISES.

Après un rebond en janvier, l'évolution de notre indice ralentit mais conserve sa tendance positive, ce qui est déjà pas mal pour un mois de janvier. En attendant mars et avril avec impatience !

*Cet indice est élaboré sur la base d'un recensement de lancements opérés par les entreprises depuis le mois de novembre 2005.*

## CHARCUTERIE-TRAITEUR

- **Terres de Breizh** : *Notre saucisson sec.* Avec seulement 10% de gras (contre 20% pour les recettes standard) et un boyau naturel, saucisson élaboré à partir de porcs issus du réseau des Fermes 4 soleils fondé par la Coopérative Le Gouessant. En format 200 grammes.



## FRUITS & LÉGUMES

- **Seeberger** : *Fruits à coque (amandes, noix de cajou) et olives vertes séchées*, en sachet de 125 grammes.



- **enKamania** : *aKtion*. Deux encas pour sportifs contenant 25 grammes de fruits secs et de fruits à coque, vendus par boîte de dix sachets : plein de *K'arburant* (amandes, noisettes, raisins secs) et *full réK'up* (noix de cajou, baies de goji, pistaches).

IAA

## ÇA S'EST AUSSI PASSÉ EN...

FÉVRIER 2020

- *Cérélia (Croustipate, 459 millions d'euros de CA), est reprise par le fonds Ardian.*
- *Solexia reprend Allier Volailles (14,2 millions d'euros de CA).*
- *Feyel & Artzner acquiert La Ferme du Puntoun (12 millions d'euros de CA dans le foie gras et le canard).*
- *Saveurs & Délices intègre Guisabel. Basée (3 millions d'euros dans le chocolat).*
- *Les Petits Plaisirs (Provol & Lachenal, Jules Courtial) reprennent Drôme Salaisons (2 millions d'euros de CA dans la charcuterie).*

### SURGELÉS-GLACES

- **Pierre Hermé** : *Macaron Ice Cream*. Le célèbre pâtissier signe avec Papila Collection un macaron glacé suivant trois saveurs - vanille, chocolat ou ispanhan - déjà distribué chez Auchan.



- **Caresse Antillaise** : *Sorbet artisanal*. La marque de jus de fruits exotiques lancera pour la belle saison une gamme de cinq sorbets « artisanaux » : mangue, goyave rose, coco peyi, gingembre et fruit de la passion, en pot de 460 millilitres.



### ÉPICERIE SALÉE

- **Valfleuri** : *Com'O jardin Bio*. Deux recettes de pâtes bicolores, Serpentine et Animaux, au blé dur français et riches en légumes bio (Nutri-Score A), en sachet de 250 grammes apportant l'équivalent de 400 et 350 grammes de légumes respectivement.

- **Connétable** : *Thon albacore label rouge*. Après le maquereau, la sardine ou le thon blanc, la gamme label rouge se renforce avec un thon albacore au naturel en boîte de 160 grammes.

- **La Potagère** : *Gaspacho*. Nouvelle gamme bio courgette au curry et au lait de coco, tomates et poivrons rouge, tomate et basilic ou légumes verts.





- **Jardin à croquer** : *Crackers de légumes*. Nbread lance à la Grande Epicerie des crackers bio 100% végétal, composés à 70% de légumes et 25% de pois chiches, valorisant les coproduits agroalimentaires et sans gluten.



## ÉPICERIE SUCRÉE

- **Kinder** : *Maxi Dark & Mild*. Edition limitée au chocolat noir, disponible de fin février à fin avril.



- **Il était un fruit** : *Mon goûter bio*. Pommes croquantes ondulées en format individuel de 15 grammes pour enfants. Nature ou infusées à la fraise.



- **Funky Veggie** : *Cœur de boule*. Snacks cacao-noisettes-cœur fondant praliné et cookie dough-cœur fondant cajou.



- **Schär** : *Delishios* : La marque sans gluten lance des billes de céréales enrobées de chocolat au lait en sachet de 125 grammes.

- **Favols** : *Les créatives*. La gamme pâtisseries de type confiture, toujours cuite à basse température, s'étoffe d'un Délice myrtille muffin.



- **Kalios** : *Hypnose, Défense, Harmonie ou Joie*. Infusions grecques issues de mélanges de plantes aromatiques séchées au soleil et provenant de Naxos, dans les Cyclades, en boîtes métal de 30 grammes.

- **Kellogg's** : *Extra...* Trois nouvelles recettes sans sucre ajoutée et une nouvelle recette bio sans huile de palme.



... *Special K...* Protein, deux références enrichies en protéines végétales.

... *Coco Pops*. Version « white » au chocolat blanc.

- **Ricola** : *Bonbons aux plantes suisses*. Nouvelle saveur citron vert-thé vert, sans sucre (édulcorant à base de stévia).

- **TooGood** : Deux références de gomme à mâcher végétal garanties sans copolymère isobutylène-isopène, à base de xylitol (édulcorant issu de l'écorce de bouleau), en packs cartonnés de 19 grammes déjà chez Franprix.

## BOISSONS NON ALCOOLISÉES

- **Cacolac** : *Mon premier Cacolac*. Format briquette de 20 centilitres, recyclable, avec une recette revisitée de la boisson au lait.



\* Danone (BSN alors) a déposé une marque « *Mon premier...* » depuis 1994. Dans les marques déposées, on trouve aussi « *Mon premier Nesquik* » par Nestlé ou « *Mon premier jambon* » par Madrange.

- **Bú** : *Bouillons de fruits*. Boissons biologiques cuisinées aux fruits : *Le malicieux* (poire, anis étoilé, gingembre), *Le polisson* (pomme, rhubarbe, verveine) ou *Le joyeux* (grenade).



## BOISSONS ALCOOLISÉES

- **Plaimont** : *La Table du Malin*. Cuvée AOC Madiran sans sulfites ajoutés.

- **1664** : Lancement exclusif en GMS de deux bières, *Bio non filtrée*, la première bio de la marque de Kronenbourg, et *Créations Houblon*, alliance de deux nouveaux houblons au Strisselspalt (citra et mosaïc).

- **Heol an Oriant 1672** : Gin breton bio composé de 17 ingrédients.

## ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

- **Monbento** : Nouvelle collection de bentos, bouteilles et accessoires.



Boîte dotée d'un couvercle intermédiaire avec joint antibactérien, éventuellement adaptée en ice pack, ainsi que bouteilles isothermes.

## BTOB

- **Pringles** : *Minis*. La marque, désormais détenue par Kellogg, aborde le marché de la distribution automatique avec un format inédit en France. Cette version Minis est adaptée aux contraintes des distributeurs avec un sachet souple de 30 grammes, en version Originals ou Sour Cream & Oignon.



- **Bel Foodservice** : *La Vache qui rit et Boursin*. Sauces fromagères en queezes de 750 grammes, primées aux Saveurs de l'Année Restauration.



- **Florette Food Service** : Kits de dix salades repas, Les classiques (caesar, parisienne, italienne, chèvre, fromagère niçoise) ou de saison (indienne, orientale) ...

... *Pickles de légumes* en seau de 2,8 kilogrammes (chou rouge, oignon rouge, betterave ou carotte) ...

... *Bases veggies* associant légumes frais et légumineuses en barquettes de 780 grammes, prêtes à l'emploi...

... *Barquettes* de 500 grammes de garnitures végétales.

- **Monin** : *Le Fruit*. Nouveau parfum citron vert.



- **Lagunitas** : *Petaluma Fuzz*. Edition limitée brut rose IPA.

- **Nespresso Professionnel** : *Peru Organic*. Premier café bio et « neutre en carbone » de la marque à destination des entreprises, restaurateurs et hôteliers.

## PACKAGING-DESIGN

- **Capri-Sun** : Nouveau format de poche de 33 centilitres avec bouchon refermable, plus grande que la poche actuelle (20 centilitres), pour les adolescents.



- **Milka** : Nouveaux packagings de tablettes affichant « ses » vaches Gerda, Moocha, Marisa ou Lola.

- **Vedrenne** : Nouvelle bouteille éco-responsable de sirops conçue par Verallia en 70 centilitres pour les GMS et un litre pour la CHR.

- **Le Petit Basque** : Nouvelle identité visuelle mettant à l'honneur la brebis Lacaune, le lait du Sud-Ouest, la fabrication en Gironde, depuis 1959...



## À venir...

- **Pom'Potes**. Mom Groupe s'engage à ce que ses gourdes soient 100% recyclables d'ici à deux ans.

## PUBLICITÉ – OPÉRATIONS

### DÉBLOQUER LES ENFANTS SUR LE POISSON

Franche Filière Pêche, le CNC (conchyliculture) et le Cipa (aquaculture) s'associent dans une campagne de valorisation de leurs produits soutenue par l'Union européenne. « *Mange ton poisson !* » est le slogan développé (c'est sans doute du second degré) pour relancer la consommation enfantine, bien en-deçà des deux prises hebdomadaires recommandées par le PNNS, avec kit pédagogique et livre de jeux.

## ÉLU PRODUIT DE L'ANNÉE SUR M6

M6 Publicité s'allie avec la marque « Elu produit de l'année » dont les 59 produits lauréats ont été dévoilés le 21 janvier [voir les Palmarès 2020]. Elle va leur proposer un dispositif publicitaire exclusif avec un emplacement « *préférentiel contextualisé* » en TV ainsi qu'en radio (sur RTL) et des formats « *premium interactifs et contextualisés* » en digital sur 6play.

## LION SE MET AU PARFUM



*Eau de Lion* est un « véritable parfum » évoquant l'odeur d'un petit déjeuner avec des céréales de la marque de Nestlé. Son lancement est accompagné d'un film empruntant « *de manière parodique* » aux codes de la publicité des parfums pour homme. En édition limitée pour 300 flacons à gagner en participant à un jeu sur [www.eaudelion.com](http://www.eaudelion.com).

**MALO** va réaliser une campagne d'affichage dans le métro parisien à l'occasion du prochain Salon de l'Agriculture : des panneaux (5,1 par 4,9 mètres aux abords de la porte de Versailles et 300 affiches (4 par 3) sur les quais des stations.



**CAPRI-SUN** « *rafraîchit* » sa stratégie globale pour faire valoir sa naturalité (jus de fruit et eau de source) : nouvelle copie télé ou influence et relations presse avec Cap & Cime et réseaux sociaux avec 65DB (TBWA)...

**HEINEKEN** a signé un partenariat de trois ans avec Prévention Routière pour encourager au « zéro alcool » au volant.

Après sa fusion avec Pernod en France, **RICARD** met fin à son soutien à l'Union des Clubs Taurins Paul Ricard, rebaptisée Union des Clubs Taurins de France, souhaitant « *se recentrer sur d'autres priorités en accord avec ses enjeux stratégiques* », « *à l'heure où notre société traverse une situation difficile sur le marché français* » précise Bruno Goimier, directeur de la communication de l'entreprise.

Le groupe **PERNOD RICARD** a pris de nouveaux engagements contre la consommation d'alcool par des mineurs. Parmi eux, ne pas leur proposer d'extensions sans alcool de ses marques ou renforcer les barrières digitales.

## CONCOURS

- **Ile-de-France** : 7ème édition d'IdFood, concours de l'innovation alimentaire en Ile-de-France : inscriptions jusqu'au 10 avril sur <https://concours-idfood.fr> pour publication lors du Sial.

- **Bio** : 8ème édition du Concours national de la création agroalimentaire biologique : candidatures jusqu'au 31 mai sur [www.concours-bio.fr](http://www.concours-bio.fr) pour remise de prix en septembre.

## LIRE

### DES RACINES ET DES GÈNES

Coffret encyclopédique de deux livres (soit plus de 1 000 pages !) sur « *une histoire mondiale de l'agriculture* » par Denis Lefèvre, dans la collection L'écopoches de Rue de l'échiquier.

### LE GUIDE DE L'ŒUFFINEUR

Ouvrage « *encyclopédique* » (là, c'est eux qui le disent !) sur l'œuf publié par Mas d'Auge.

## AGENDA

### SIA

Le « salon » ouvre ses portes le 22 février jusqu'au 1<sup>er</sup> mars, toujours à la porte de Versailles



### M.A.D.E. 2020

Salon européen des savoir-faire dédiés à la création de produits sur-mesure, les 17 et 18 mars à la porte de Versailles.

### LES ATELIERS DU FRAIS

Edition 2020 du rendez-vous des acteurs de la zone marché organisé par *Linéaires*, à Paris le 19 mars.

### MPV

Marketing Point de Vente, du 24 au 26 mars à la porte de Versailles, suivant quatre secteurs d'exposition (PLV permanente et éphémère, agencement et mobilier, digital retail et activation, conseil, design).

### LE SALON DE L'APÉRO

Du 15 au 17 mai, au parc des expositions de Narbonne.

### NOUVELLE-AQUITAINE

Salon de l'agriculture de Nouvelle-Aquitaine, du 16 au 14 mai, au parc des Expositions de Bordeaux.

### GOURMET SÉLECTION

Les 13 et 14 septembre, à Paris-Porte de Versailles, le « *salon de l'épicerie fine et du bon gout* ».

RETROUVEZ-NOUS SUR INTERNET : [www.icaal.fr](http://www.icaal.fr)