

# Casino lance ses dosettes Nespresso

Nestlé perdra son monopole sur les capsules des machines Nespresso. Celles de Casino sont 20 % moins cher.

IVAN LETESSIER

**CONSUMMATION** « Nespresso, What else ? » susurre George Clooney dans les publicités pour le café en dosettes inventé par Nestlé. Quoi d'autre que Nespresso ? Les dosettes Casino ! Début mai, le distributeur commercialisera sous sa marque des capsules d'espresso, pur arabica et autres dévas... compatibles avec les machines Nespresso.

Jusqu'ici, les propriétaires de ces cafetières étaient obligés de s'approvisionner auprès de la filiale de Nestlé, qui a déposé de nombreux brevets depuis le début des années 1980 pour se protéger. En théorie, ceux concernant la première génération de capsules tombent dans le domaine public fin 2012.

Une jeune PME, Ethical Coffee Company, semble avoir trouvé la faille pour contourner les brevets protégés. Il faut dire que son fondateur, Jean-Paul Gaillard, a été patron de Nespresso de 1988 à 1997. Il travaille depuis deux ans sur ce projet et a mandaté deux cabinets d'avocats pour valider que sa capsule ne viole aucun brevet. L'usine d'Ethical Coffee tourne déjà en région Rhône-Alpes, avec une capacité de production initiale de 300 millions de dosettes.

Chez Nespresso, qui a réalisé l'an passé un chiffre d'affaires mondial de 2,8 milliards de francs suisses, dont près d'un quart en France, on attend de voir (et de goûter) le produit avant de réagir. Mais on assure que les ripostes commerciales sont déjà prêtes.

En France, le marché du café en dosettes est estimé à 1 milliard d'euros, dont la moitié pour Nespresso. D'autres fabricants ont sorti des systèmes concurrents : Senseo (Maison du Café et Philips), Tassimo (Kraft et Bosch) et Dolce Gusto (Nescafé). Mais Nespresso était le seul à avoir garanti, grâce à ses brevets, le monopole pour ses dosettes. Un avantage de taille, car c'est sur les capsules, et non sur les machines, que les industriels réalisent le gros des bénéfices.

## Capsules biodégradables

Il y a donc une place à prendre pour les concurrents de la capsule Nespresso, qui bénéficie de la meilleure image de marque du secteur. D'autant que de nombreux propriétaires de machine, et pas les plus pingres, renâclent de plus en plus à se réapprovisionner, vu le coût des dosettes : 35 centimes pièce.

« Nos dosettes seront 20 % moins cher, assure-t-on chez Casino. Et elles seront disponibles dans nos plus de 7 500 magasins, alors que les Nespresso ne sont vendues que dans dix-sept boutiques dans l'Hexagone, ainsi que sur Internet. » Elles seront ensuite également vendues chez Monoprix et Leader Price.

Autre argument avancé par Casino : ses capsules de café sont entièrement biodégradables en six mois. « Elles sont constituées en fibre végétale, souligne-t-on chez le distributeur. Même le filtre est en papier. » Les véritables capsules Nespresso, en aluminium, sont cri-



tiquées par les buveurs de café soucieux de l'environnement. A tel point que Nestlé a mis sur pied un système de collecte et de recyclage des capsules usagées. Pour poursuivre l'essor de ses produits à sa

Début mai, Casino commercialisera des dosettes d'espresso, pur arabica et autres dévas... compatibles avec les cafetières Nespresso.

S. SCHIANGI/LE FIGARO

EN BREF

**Hermès sort de sa JV dédiée au « méga-yacht »**  
Hermès a cédé au chantier naval monégasque Wally sa part de la coentreprise qu'il avait constituée pour la construction d'un très grand yacht baptisé Wally. Face à la complexité de la phase de construction d'un groupe de luxe a préféré céder les commandes au chantier naval. Le prix du Wally, qui vient d'être présenté au salon nautique d'Abu Dhabi, oscille entre 50 et 100 millions d'euros.

**Essilor place 2010 sous le signe des acquisitions**

Essilor, le numéro un mondial de l'optique ophtralmique, a annoncé hier des résultats légèrement inférieurs au consensus, avec un bénéfice à 394 millions d'euros, en hausse de 3,1 % sur un an. Le groupe table sur un contrecoup économique plus favorable en 2010 qu'en 2009. « L'an 2010 sera celle de l'accélération des petites acquisitions à travers le monde et de l'intégration des grandes acquisitions », a déclaré le nouveau directeur général, Hubert Sagnières.

## RÉSULTATS ANNUELS

# 2009

UNE RÉACTION  
VICIOUSE

CHIFFRE  
D'AFFAIRES