



THÉS

269,41 M€

Le chiffre d'affaires, à +0,1%

-1,2%

L'évolution en volume

+1,4%

L'évolution des prix

INFUSIONS

177,88 M€

Le chiffre d'affaires, à +6,1%

+2,2%

L'évolution en volume

+3,8%

L'évolution des prix

Source: Iri - tous circuits - CAM au 1.7.2018

CE QU'IL FAUT
RETENIR

- L'argument bien-être et plaisir est toujours moteur d'innovation
- Des saveurs originales émergent pour une clientèle rajeunie
- L'attraction d'une offre aux origines mieux affichées

PHOTOS: PAGÈS - JARDIN BIO/LÉA NATURE

DÉCLINAISON
DE THÉS VERTS

Jardin bio propose quatre nouveaux thés verts avant une infusion cassis-menthe en janvier 2019.

Ils s'offrent une cure de jouvence

En conjuguant plaisir, bien-être et mélanges inédits, thés et infusions réussissent à conquérir des consommateurs plus jeunes, très attentifs à l'origine des matières premières.

« Nous sommes sur un marché historiquement stable, tiré par des innovations plaisir, bio et bienfaits, surtout portées par des petites marques dynamiques et un prix accessible. Il reste très loin de son potentiel. Notre choix, c'est de continuer à le tirer vers le haut », promet Olivier Thébaud, directeur général de Pagès. La PME auvergnate née en 1859 lance trois thés blancs bio aux fleurs (bleuet, rose, mauve), un thé vert bio à l'aloé vera.

Cette évolution a conduit Araquelle à renouveler depuis la Provence sa gamme Romon nature avec trois propositions: Fantasses, Festives et Frappées, d'où se distinguent un « crazy mojito » ou un « magic cola ». « On nous reprochait d'être trop dans l'imagerie du bio senior et aisé alors qu'un public plus jeune a émergé, admet Philippe Petit, son dirigeant. Dans un emballage ludique, nos 14 nouvelles tisanes,

aux goûts plus exotiques, satisfèront sa curiosité ».

Chez Jardin bio (Léa nature), Christophe Cisowski, chef de groupe Santé bio, note cependant que les infusions sont toujours plus prisées par des acheteurs plus âgés que par les trentenaires. Si le groupe lancera en janvier 2019 une infusion cassis-menthe, il proposera dès octobre de nouveaux thés verts: Chai, Brûleur et Boost. « La promesse énergisante, tonifiante s'inscrit dans le timing de la rentrée, mais nous jouons aussi sur la valeur sûre du cocooning à la scandinave », explique-t-il.

Nature toute !

Ce rajeunissement de la clientèle se combine avec l'exigence croissante d'une identification claire de l'origine des matières premières. La Scop Éthiquable présente un thé vert jasmin de Chine où feuilles de thé et fleurs de jasmin sont roulées ensemble pour un arôme 100 % naturel,

et trois infusions d'Équateur avec stevia: cacao, orange-cannelle, passion. « Le consommateur veut retrouver le vrai goût des produits et se montre soucieux des conditions de production. Il sait qu'Éthiquable lui garantit une traçabilité absolue ! », indique Rémi Roux, gérant et directeur commercial. Déployée en France avec Paysans d' Ici, cette pratique l'a conduite à s'associer avec Scop TI et la coopérative agricole Sicarappam, sur trois infusions bio digestion, détox et détente. Mélangeant, aromatisant et conditionnant ses thés dans ses ateliers français certifiés Ecocert, Compagnie coloniale affiche ses 170 ans avec « 170 », mix de thés blancs et verts, et complète sa collection Noël avec Hiver austral, un rooibos aromatisé fruits rouges et mandarine. « Originaire d'Afrique Australe, le rooibos répond à une demande grandissante des consommateurs » assure Vincent Balajé, le dirigeant. ■

JEAN-CHRISTOPHE BARLA



« Sans jouer sur des allégations médicinales superfétatoires ou aberrantes, le bio peut être léger, gourmand et moderne, pas régressif ni sacrificiel. »

Olivier Thébaud, directeur général de Pagès