

HERMES LANCE
HERMESETAS MINI-SWEETS
L'EDULCORANT 0 CALORIE

Alors que la population française craint l'obésité⁻¹⁻ et recherche une alimentation saine et diététique, les professionnels de la nutrition n'avaient jusqu'alors pas réussi à créer un édulcorant 0 calorie alliant plaisir et santé. C'est aujourd'hui chose faite !

HERMESETAS MINI-SWEETS : LA REPONSE D'HERMES

L'entreprise HERMES lance HERMESETAS MINI-SWEETS, la petite sucrée 0 calorie qui s'adresse autant aux hommes et femmes actifs qui surveillent leur alimentation qu'aux diabétiques. Fabriqué à base de saccharine⁻²⁻, HERMESETAS MINI-SWEETS est recommandé par les professionnels de la santé. Il permet d'édulcorer les boissons chaudes ou froides, un comprimé équivalent à un morceau de sucre d'environ 5 g. Son goût est très proche du sucre pour un coût faible (PVC 400 comprimés : 2,98€).

Ce nouveau produit est disponible dans les grandes enseignes françaises (Auchan, Carrefour, Casino, Champion, Cora, Géant, Leclerc, Match, Monoprix...) en distributeurs de 400 et 1 200 comprimés :

- HERMESETAS MINI-SWEETS 400 : format pocket très tendance. Son boîtier transparent permet de voir le mécanisme. Il est facile à glisser dans un sac.
- HERMESETAS MINI-SWEETS 1200 : rond et transparent en bas, il a une bonne prise en main. Son look est très années 1980 !

Le **système de distribution unique** en un seul "clic" permet d'être servi instantanément.

Caractéristiques des comprimés HERMESETAS MINI-SWEETS :

Édulcorant à base de saccharine et excipient

Informations nutritionnelles par comprimé :

- Valeur énergétique : 0
- Protéines : 0
- Glucides : 0
- Lipides : 0

400 comprimés : Vendu par carton de 24 produits - EAN 7610211153308

Prix de vente conseillé : 2,98€ / produit

1 200 comprimés : Vendu par carton de 12 produits - EAN 7610211153407

Prix de vente conseillé : 5,97€ / produit

⁻¹⁻ + 15% source INSEE du 17/01/2003

⁻²⁻ Plus excipient



HERMESETAS EN FRANCE : UNE PROGRESSION FULGURANTE

Créée en 1904, la société suisse HERMES est la 1^{ère} entreprise à avoir commercialisé de l'édulcorant et à lancer dès 1932 la 1^{ère} gamme complète d'édulcorants pour le grand public. Elle est présente dans plus de 100 pays.

Alors qu'HERMES est entré sur le marché français il y a seulement 5 ans, l'entreprise est devenue très rapidement **n°2 de la vente d'édulcorants** tant en GMS qu'en pharmacie. HERMES est également leader du marché en Marques Distributeurs.

HERMES affiche ainsi une **progression en 2003 de 23%** alors que le marché français ne progresse que de 3,09% en valeur et 1,56% en volume⁻³⁻. La société a ainsi pris 7,48% de points supplémentaires portant ainsi sa **part de marché à 19,3% en Hypermarchés**.

Depuis son arrivée, HERMESETAS a redynamisé le linéaire des édulcorants français en lançant une série d'innovations : 1^{er} édulcorant liquide qui résiste à la chaleur, 1^{er} édulcorant aux fructofibres en stick, 1^{ers} comprimés vendus sous forme de briquets ou de cartes de crédit, 1^{er} édulcorant au Bifidus en poudre aux Fructofibres.

A cet effet, les packagings de trois produits ont été revus :

- HERMESETAS Liquide : nouveau flacon incassable, nouveau système de dosage plus facile, nouvelle contenance -200 ml-
EAN 7610211157108 - Prix de vente conseillé : 4.94€ / produit
- HERMESETAS Bocal poudre aux Fructofibres : nouveau design du flacon plus ergonomique pour une meilleure prise en main.
EAN 7610211153605 - Prix de vente conseillé : 2,96€ / produit
- HERMESETAS recharge 5 x 100 comprimés offert avec un briquet GOLD 100 rechargeable
EAN 761024637006 – Prix de vente conseillé : 5,58€ / produit

CAMPAGNE TELE EN 2004

Cette année, une importante offensive publicitaire est lancée. L'objectif fixé étant d'augmenter la part de marché de la marque de manière significative : + 30% en 2004.

Le dispositif mis en place comprend notamment :

- Une campagne TV (budget doublé par rapport à 2003) qui mettra en avant les MINI-SWEET avec un slogan accrocheur "le clic, c'est chic !"
- Des actions publi-promotionnelles : actions de couponing (27 millions de coupons de réduction émis), 4 actions d'échantillonnage (4 millions d'échantillons distribués dans les hypermarchés), 2 actions "satisfait ou remboursé"...

Échantillons sur simple demande

RENSEIGNEMENTS PRESSE

Laurence de Boerio

172 chemin de Gabardie - 31200 Toulouse

Tél. 06 03 10 16 56 - E-mail : deboerio@wanadoo.fr

⁻³⁻ Source Nielsen/Secodip du 4 octobre 2003

