



## COMMUNICATION

### LES NOUVELLES ÉGÉRIES DE DOVE

Issues d'un casting organisé du 8 mars au 4 juin qui a vu défilé 7 853 femmes, ces 4 élues se prénomment Rym, Fanny, Armelle et Marie. Elles seront à l'affiche d'une grande campagne en magasin et d'une parution dans un magazine féminin.

## LE CHIFFRE

# 45 %

La part de marché de Samsung en juillet 2012, ce qui en fait la marque numéro une des ventes mondiales. Un succès porté notamment par le lancement du Galaxy S3. À 38,2 %, Apple, qui devrait sortir un nouvel iPhone au 3<sup>ème</sup> trimestre, poursuit sa forte croissance aux États-Unis

Source : Kantar Worldpanel Comtech

## JEAN-MARIE NUSSE, CONSEILLER DU PRÉSIDENT DE CLAIREFONTAINE

### «La certification PEFC est un levier»



© JIMMY DELPRE

**LSA - Depuis 2006, Clairefontaine est engagé dans la démarche PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières) et produit une gamme de produits certifiés. Qu'est-ce qui vous a motivé à entreprendre cette action ?**

**Jean-Marie Nusse -** Sur un marché de plus en plus sensible, cette certification contribue non seulement à l'essor de la forêt, mais constitue aussi une garantie

pour les clients. Ne pas nous engager aurait pu, par exemple, nous contraindre à abandonner certains marchés. Les grands organismes ont besoin d'afficher une image verte. Il est important d'être certifié et que ça soit su.

**LSA - Cela a-t-il un impact sur le prix de vente ?**

**J.-M. N. -** Non. Les gens ne veulent pas payer plus cher pour un produit inscrit dans une démarche verte. Le pro-

duit doit être écologique ; ils considèrent que c'est un dû. Mais il est difficile de déterminer ce qui motive les clients finaux, surtout pour nous, qui ne sommes pas en contact direct. En revanche, nous constatons que les revendeurs cherchent à avoir une image écolo. Ils sont attentifs aux produits offerts aux consommateurs finaux. Cela fait partie d'un réel mouvement. ■

**PROPOS RECUEILLIS  
PAR A. REINHARDT**

## CONSO



### Les digital natives, accros aux mobiles

L'entrée au lycée marque, pour les adolescents, une plus grande indépendance. Selon l'étude SIMM-TGI Youth de Kantar Media TGI, que se soit pour communiquer avec leurs amis ou pour rassurer leurs parents, c'est à ce mo-

ment-là que le taux d'équipement pour les téléphones mobiles arrive au maximum, avec 94 % pour les 15-19 ans, contre 57 % pour les 11-14 ans, dépassant celui de l'ensemble de la population (82 %).

Les 11-14 ans se tournent plus volontiers vers des usages ludiques, alors que les plus âgés sont plus axés sur l'internet. Ces derniers sont d'ailleurs plus sensibles aux promotions faites via la géolocalisation et sont plus enclins à faire des achats via leur téléphone. ■



© KLUCKERMINTH - FOTOLIA

## CONJONCTURE

### Des hausses à prévoir pour les fruits et légumes

Encore un été éprouvant pour la filière. «Le climat agité de ces derniers mois a entraîné une prolifération massive des maladies : mildiou, botrytis ou encore sclérotinia», souligne le collectif Sauvons les fruits et légumes. Les cultures d'artichauts, de pommes de terre, de pommes et de vignes ont, entre autre, subi de graves dommages. Si l'estimation des pertes n'est pas encore connue, ces mauvaises récoltes pourraient se



© J.-M. PECHART

traduire par des hausses de prix au kilo dès la rentrée. Déjà, le prix des pêches et nectarines a augmenté, sur un an, de 17 et 12 % selon France Agrimer. Le secteur des fruits et légumes frais ne bénéficie pas d'un contexte favorable : les quantités de fruits achetées augmentent peu en ce début d'année (+ 1,4 % par rapport à la même période 2011), mais les légumes enregistrent une baisse de 3,2 %. ■

**J. DELVALLÉE**