

# LE TEMPS

---

revue de presse Mercredi 12 janvier 2011

## La guerre du petit noir en capsules

Par Olivier Perrin

**Les concurrents de Nespresso affûtent leurs armes. Les différents acteurs du marché de la dosette se mettent en rang avant la bataille qui fera sans doute de l'ordre sur ce terrain largement occupé par Nestlé**

Les concurrents de Nespresso affûtent leurs armes. Les différents acteurs du marché de la dosette se mettent en rang avant la bataille qui fera sans doute de l'ordre sur ce terrain largement occupé par Nestlé.

Sur décision de la justice saint-galloise, le hard discounter Denner doit donc retirer ses capsules concurrentes de Nespresso, [comme l'a révélé Le Temps mardi](#), et comme en explique très clairement les raisons l'expert en droit des marques Cyrill Rigamonti dans le [Tages-Anzeiger](#), qui propose par ailleurs [un dossier](#) très complet sur le sujet. Pendant ce temps, l'entreprise de distribution de café United Coffee, basée à Genève depuis 2010, lance un système de capsules à café au niveau européen ([LT du 12.01.2011](#)). Elle vise le marché des grandes chaînes de supermarchés. Ces dosettes ne sont pas compatibles avec les machines Nespresso de Nestlé et leur commercialisation ne pose donc pas de problème juridique, à la différence des capsules mises en vente par Denner.

En attendant, sur le site de la [TSR](#), «le patron d'Alice Allison, pourvoyeur des capsules Denner, accuse le coup» dans un entretien qu'il a donné à la [Radio suisse italienne](#): «Giovanni Alberti a déjà préparé à l'intention de ses collaborateurs 25 lettres de licenciements, une mesure qu'il espère provisoire. Son entreprise s'est vue signifier l'interdiction de continuer à produire des capsules et surtout de conserver ses stocks», comme l'industriel le confirme aussi au [Corriere del Ticino](#).

Reste que ce marché risque bien de se transformer en un champ de bataille où les différentes marques affûtent leurs armes dans un paysage encore peu encombré si l'on en croit le tableau très précis qu'en dresse le site [TF1 News](#). Mais Nespresso, dont [20Minuten](#) a interviewé le patron en parallèle à celui de Denner – lequel réplique aussi dans le [Blick](#) – «fait partie des marques phares de Nestlé, qui vend ses dosettes à travers un réseau mondial de 190 boutiques», rappelle [Le Figaro](#). Mais la multinationale suisse de l'alimentaire est attaquée «par plusieurs concurrents sur ce produit. [La société suisse Ethical Coffee Company \(ECC\)](#) fournit ainsi au distributeur français Casino des dosettes de café compatibles avec la machine à café Nespresso. ECC est attaqué en justice par Nestlé pour violation de brevet. L'américain Sara Lee s'est quant à lui attaqué au monopole de Nespresso par l'intermédiaire de sa filiale Maison du Café.»

Quant à l'objectif de United Coffee, c'est, précise [La Tribune](#), de «permettre à ses clients distributeurs européens (Tesco, Waitrose, Mercadona, Lidl, Carrefour) de faire leur entrée» sur ce marché, «dont la croissance est estimée à 30% par an». Entièrement automatiques, ses machines «de conception suisse ont déjà été testées sur le marché helvétique». Elles sont destinées «aux Pays-Bas, en France, en Espagne, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Scandinavie». Et de rappeler que «la guerre des capsules de café fait rage depuis que le monopole historique de Nestlé, fondé sur un système fermé avec sa Nespresso, a été battu en brèche par des dosettes concurrentes, L'Or Espresso [...] et Ethical Coffee Company». Concurrence toute relative, puisqu'«à l'automne dernier, la filiale de Nestlé conservait cependant encore 90%» de ce marché dont [Die Presse](#) autrichienne décrit tous les enjeux.

L'équipement de United Coffee «rassemble une pression de 19 bars qui libère les arômes». Il sera disponible «dans plusieurs coloris», indique [La Dépêche du Midi](#). «Son prix sera inférieur à 130 euros et les capsules à l'unité afficheront moins de 0,30 euro.» Pour ce journal aussi, c'est «une nouvelle offensive pour Nespresso, qui avait dû faire face à la multiplication d'offres de capsules compatibles avec sa machine l'année dernière».

Ainsi, «ça va chauffer dans la guerre des dosettes», titre [L'Essentiel](#) luxembourgeois, car «c'est du lourd. Nespresso compte plus de 400 salariés et commercialise déjà plus de 500 millions de capsules de café dans le monde entier, notamment à travers le producteur de café italien Lavazza». Et pourtant, ironie du marché, se moque [Le blog télécoms de la TSR](#), «la semaine passée, la Comco a ouvert différentes procédures contre Swisscom et deux sociétés électriques». Rien à voir? Si ce n'est que «la Commission veut s'assurer que les termes des accords trouvés garantissent la concurrence sur le long terme et un accès futur équitable. Pendant ce temps, Denner ne peut pas vendre de capsules de café concurrentes à celles de Nespresso...» Bloquer la concurrence, oui, mais ce ne sera pas toujours possible, prévient la [Neue Zürcher Zeitung](#), pour laquelle la position trop dominante de Nestlé pose évidemment problème.

**LE TEMPS** © 2011 Le Temps SA