

[ PRODUITS ]

INNOVATIONS

## Le dentifrice en comprimés séduit les Saoudiens

Exit brosses à dents et pâtes dentifrices ! Le laboratoire toulousain Compal vient de lancer en février, sous la marque Frescoral, deux gammes de dentifrices en comprimés, Frescoral pour la prévention des caries et Frescoral Blancheur.



Une révolution dans l'hygiène buccodentaire ! « Ce produit conçu pour être utilisé à tout moment, dans tout endroit » est déjà disponible dans 3 000 pharmacies françaises et parapharmacies et devrait à terme en atteindre 6 000. En septembre 2006, il sortira de l'Hexagone pour être distribué dans le réseau pharmaceutique du Benelux et... d'Arabie Saoudite. Certifié par l'Union française pour la santé buccodentaire (UFSBD), le comprimé Frescoral se croque, puis se brosse avec la langue avant de s'avaler. Son prix : 4,95 euros la boîte de 20 soins Frescoral Caries et 5,45 euros celle de Frescoral Blancheur.

D.R.

B.M.



D.R.

## Le Cinq, le verre progressif d'Afflelou est israélien et allemand...

« Le Cinq d'Afflelou : en cinq minutes, vous oublierez que vous portez des verres progressifs. » La phrase choc du spot publicitaire résume toute l'avancée technologique que prend l'opticien Alain Afflelou sur la concurrence. Ses nouveaux verres progressifs permettent à l'œil de s'adapter en quinze minutes contre trois à six mois pour les verres traditionnels. Jusqu'à présent, les verres progressifs adoptés par les quadras atteints naturellement de presbytie (mauvaise vue de près), occasionnaient des déformations de la vision pendant plusieurs mois. Pour réaliser cette prouesse technique, l'opticien français a fait appel au savoir-faire de deux grands de l'optique mondiale : l'allemand Carl Zeiss Vision et l'israélien Shamir Optical Industry. Conçu et fabriqué par ces deux sociétés, le Cinq est commercialisé dans tout le réseau d'Afflelou en Espagne, Belgique, Suisse, Luxembourg, Tunisie, Liban et au Maroc au prix de 325 euros la paire.

B.M.

## Le téléphone de Modelabs « made in Asia »

« Dis-moi quel est ton mobile, je te dirai qui tu es. » Voilà le message que Modelabs, spécialiste français du téléphone mobile sur mesure, adresse à ses clients, pour mieux les séduire. Ces produits très design, fabriqués en Asie en séries limitées pour des marchés de niche dont les attentes évoluent vite, reflètent le style de vie de la clientèle (ces 15-25 ans si convoités) à laquelle ils s'adressent. Les « My way », pour les jeunes femmes, s'adaptent aux couleurs de la mode, d'autres intègrent l'ergonomie de l'univers sportif, les « Hip hop fiction » jouent sur le goût pour la musique de leurs jeunes clients. Au total, il en coûte quelque



200 000 euros en moyenne de coûts de développement pour des séries de quelques dizaines de milliers d'exemplaires vendus en quelques mois en Europe. Un concept que Modelabs (151 millions d'euros de CA en 2005) exporte de mieux en mieux, avec 42 % de ses ventes réalisés à l'international.

C.M.



D.R.

## Hama exporte en Afrique depuis sa filiale française

Le nouveau «Titan» de Hama, société basée en Allemagne, permet de quitter son véhicule sans interrompre sa conversation téléphonique grâce à l'association de la technologie Bluetooth à un kit mains-libres sans installation. Les Français connaissant mieux le continent africain et ses marchés que les Allemands, ce petit appareil high-tech est distribué au Maghreb et en Afrique noire depuis la filiale française de Hama, située à Marne-la-Vallée.