

# La stévia se lance sur le marché européen mais pas pour remplacer l'aspartame

De Arielle VERLEY (AFP) – Il y a 2 jours

0

PARIS — La stévia, un édulcorant naturel sans calories, s'apprête à conquérir le marché européen mais les industriels de l'alimentaire, comme Coca Cola n'ont pas l'intention de remplacer l'aspartame, une substance pourtant controversée. Ils veulent plutôt créer des nouveaux produits.

Après le Japon, les Etats-Unis, ou encore la Chine et l'Australie, la Commission européenne a, à son tour, autorisé cette semaine l'utilisation des extraits de la stévia, à fort pouvoir sucrant, dans certaines catégories d'aliments, notamment produits laitiers, boissons, édulcorants de table, céréales pour le petit déjeuner, ou encore confiseries.

La France avait déjà donné son feu vert en 2010 à cette plante originaire d'Amérique du sud, utilisée depuis des siècles par les indiens guaranis.

Pour en retirer ses composants sucrés, les feuilles de la stévia sont travaillées comme le thé, à l'eau chaude. Son pouvoir sucrant est 200 à 300 fois supérieur à celui du sucre, tout en apportant zéro calorie.

"La stévia a le mérite d'être une alternative à des produits critiqués comme l'aspartame", reconnaît Jean-René Buisson, président de l'association nationale des industries alimentaires (Ania).

Mais, selon lui, si ce produit va "certainement faire une percée sur le marché (...) il ne va pas être demain un substitut à l'aspartame".

Le débat sur l'aspartame, encore récemment pointé du doigt par ses opposants pour ses effets réels ou supposés sur la santé, "va bien évidemment donner un coup de pouce à la stévia", explique Xavier Terlet, fondateur de XTC, un cabinet de conseil sur l'innovation alimentaire.

Mais en l'état actuel, la stévia doit encore relever un problème "majeur", son goût. Selon M. Terlet, les industriels vont élaborer de nouveaux produits plutôt que remplacer l'aspartame par la stévia: "vous ne pouvez pas changer le goût du Coca light, sinon c'est la révolution".

- goût de réglisse -

Dans la foulée du feu vert de la Commission, Coca-Cola France a annoncé le prochain lancement de "nouvelles innovations majeures".

La filiale française du géant américain teste depuis 2010 une version à la stévia de sa boisson Fanta still sur le marché français. En revanche pas question de lancer une déclinaison d'un coca à la stévia, indique-t-on chez Coca-Cola. Le leader mondial des sodas réaffirme sa "confiance" dans l'aspartame et affiche sa volonté de développer une gamme de produits basses calories.

De son côté, Danone se veut prudent. Le géant des produits laitiers a lancé en 2010 un yaourt dans sa gamme Taillefine à base de stévia, un produit qui "ne s'installe pas très facilement", reconnaît-on chez Danone. En raison de son goût marqué par des notes de réglisse, notamment.

Le groupe américain Merisant, leader en Europe avec sa marque Canderel (aspartame), vendue en grandes surfaces, investit massivement depuis sept ans dans la stévia.

"Nous avons constaté une forte demande des consommateurs pour des produits naturels (...) en même temps il y a un vrai intérêt pour une réduction de la consommation de sucre", explique Hugues Pitre, directeur général pour l'Europe.

En deux ans avec ses différentes marques (PureVia, Misura Stévia et Canderel Green), Merisant revendique un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros, ce qui représente déjà près de 30% du secteur des édulcorants. A cinq ans, le groupe mise sur 40% du marché français.

Premier à prendre ce type d'initiative, le groupement de distribution Système U a annoncé en octobre sa décision de bannir l'aspartame des sodas vendus sous sa marque pour le remplacer par de la stévia.

"Il n'est pas question de jeter l'opprobre" sur l'aspartame mais c'est un produit "sur lequel il y a pour le moins une controverse (...) nos clients se posent des questions", explique Thierry Desouches, porte-parole du distributeur.