



Le marketing ne nourrit pas son homme

Produits gadgets ou trop sophistiqués, les Français ne sont pas satisfaits de l'offre alimentaire

Consommation

Avaler de petites pilules comme les spationautes? Ce n'est toujours pas pour demain. A l'inverse, les aliments savoureux, mais aussi authentiques et simples, ont le vent en poupe. C'est ce qu'affirment les experts qui se sont penchés sur nos assiettes pour le Salon international de l'agroalimentaire (SIAL), qui réunit 6 000 exposants du 21 au 26 octobre à Paris-Nord Villepinte (Seine-Saint-Denis)

« Avec la crise, l'alimentaire redevient une bulle de petits plaisirs quotidiens », souligne Xavier Terlet, président de XTC World Innovation, qui a conduit des études croisées avec TNS Sofres au mois de juin auprès de mille personnes dans chacun des sept pays étudiés, sur l'adéquation (ou non) de l'offre du secteur à la demande des consommateurs. « Les Français économisent sur les produits basiques, en achetant par exemple des pâtes à petit prix, mais ils s'offrent un très bon chocolat fin », témoigne-t-il.

Les géants de l'agroalimentaire ont du mal à anticiper les besoins réels. « Ils ne répondent pas aux demandes des consommateurs », juge Pascale Grelot-Girard, directrice du département Consumer de TNS Sofres. Alors que les Français sont demandeurs de produits de proximité, dont on connaît la provenance et qui font travailler des régions voisines, les industriels « leur proposent des "cosmetofood" aux formules compliquées, tel ce yaourt "à acides gras polyinsaturés et aux fibres bifidogènes" », ironise Xavier Terlet.

Les consommateurs, de mieux en mieux informés, voudraient qu'on ne les prenne plus pour de grands enfants. Ce que ne fait pas



Au Salon international de l'agroalimentaire, à Villepinte, en 2008. FRANCK PRIGNET POUR L'É MONDE

la marque Nutella quand, utilisant de l'huile de palme pour sa mythique pâte à tartiner, elle porte sur l'étiquette la vague mention d'« huile végétale ».

Les besoins de catégories entières de consommateurs sont insuffisamment pris en compte. Certains seniors doivent ainsi renoncer à manger des sardines ou des cornichons, faute de pouvoir ouvrir les boîtes. « Plutôt que de proposer une "soupe nomade", qu'on consomme en marchant, les industriels devraient s'intéresser à cette population grandissante. C'est dans leur intérêt. A 70 ans, on a encore plus de vingt ans à vivre, non? », souligne M. Terlet.

Même constat d'inadéquation du côté des enfants. De plus en

plus autonomes, ils se servent eux-mêmes dans le réfrigérateur, activent le micro-ondes... « Moi, adulte, il m'arrive de me brûler avec le récipient, mais pour eux, avec leur maladresse naturelle, on n'a encore rien prévu », martèle un expert.

Miniconserve

Seule une dizaine de produits sur 403 innovations présentées au SIAL réunissent les critères de simplicité et de praticité que réclament les consommateurs. Ainsi, ce yoghourt bio en berlingot de la marque Vrai peut tenir huit heures hors du réfrigérateur et se glisser dans les cartables. Pour les seniors, une miniconserve à base de maquereau (Perlas 999) s'ouvre en tirant sur un caoutchouc. Pour les amateurs d'authenticité, ce merlu fumé Armorik en direct des ports bretons, pêché « en Atlantique nord-est de façon responsable » et « débarqué en Finistère Sud ».

Le repas garde une place importante dans la vie des Français. Un sur deux affirme prendre du plaisir en cuisinant, selon une enquête publiée à l'occasion du Salon Cuisinez by M6 qui se tient à la porte de Versailles à Paris du 18 au 21 octobre (Etude Gira Conseil réalisée en août sur un échantillon représen-

tatif de 853 personnes). Destinée aux passionnés de cuisine, ce Salon, ouvert au public, se veut un prolongement des émissions « Top Chef » et « Un dîner presque parfait ». Ces programmes ont modifié le regard de beaucoup sur la cuisine. Ainsi, à Dax (Landes), le 22 septembre, une compétition a attiré des cuisiniers amateurs de toute la France pour réaliser une recette de magret de canard. Le 13 octobre, à Saint-Péray (Ardèche), une cinquantaine d'aficionados se sont affrontés lors du premier championnat du monde de la caillette.

Aujourd'hui, 82% des Français disent cuisiner fréquemment, tout en admettant le faire moins et moins bien que leurs parents. En cause, le manque de temps et l'insuffisante transmission par les aînés (argument avancé par la moitié des sondés). Au quotidien, 67% des Français déclarent limiter la dépense à 5 euros par personne et par repas. La cuisine plaisir est surtout l'affaire du week-end et des dîners entre amis. Le souci diététique n'est invoqué que par 30% de ceux qui cuisinent, juste avant la modération du prix de revient, ce qui peut laisser perplexe ■

VÉRONIQUE LORELLE ET
J.-C. RT

Le goût se forme dès le plus jeune âge

Comment se forme le goût chez les enfants? C'est ce que cherche à comprendre l'étude Opaline (Observatoire des préférences alimentaires du nourrisson et de l'enfant), menée depuis 2005 par le Centre des sciences du goût et de l'alimentation (INRA/CNRS/Université de Bourgogne). Dès le plus jeune âge, des tempéraments différents coexistent: les enfants « faciles », et les

« difficiles » qui rechignent à goûter tout aliment nouveau. Le début de la diversification alimentaire, qui démarre vers 5 mois et demi, est déterminant pour la formation des préférences, ainsi que les pratiques familiales. Les parents jouent en effet un rôle essentiel dans l'orientation des préférences de leur enfant. (Lire aussi « Comment faire goûter de tout à bébé » sur Lemonde.fr)