

N° 191 AVRIL 2019
 TGC - Editions DAUVERS
 12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
 02 99 50 18 90 olivier@olivierdauvers.fr

MIEUX VAUDRAIT PARFOIS NE PAS LIRE LES ÉTIQUETTES

L'ingénierie alimentaire : jusqu'où ?

LES FAITS. Les consommateurs doutent de la qualité des produits alimentaires qui leur sont proposés. En parallèle, l'imagination des industriels est sans limite. Et tout en respectant le cadre légal qui leur est fixé, leurs pratiques prêtent au moins le flanc à... réflexion.

Toutes les études convergent, hélas... Jamais la confiance des consommateurs dans leur alimentation n'a été aussi faible. A tort, rétorquent toujours (et de manière pas illégitime) les industriels. Factuellement, la sécurité alimentaire a considérablement progressé en deux décennies. Les pratiques, comme les contrôles, ont gagné en fiabilité. Mais, en parallèle, l'ingénierie alimentaire a tant ouvert le champs des possibles... Un flan sans œuf ? Possible. Les "gommes" sont là pour ça. Du rapé en sachet où le fromage ne pèse que pour un quart des ingrédients ? Possible aussi. La matière grasse végétale et l'amidon feront illusion. Les exemples sont si nombreux... Le tout, en totale légalité. Ce qui suffit donc à placer le débat non dans le champs du droit mais – plus important encore pour restaurer la confiance – sur un terrain proche de la vertu.

Quelles barrières les industriels acceptent-ils de ne jamais franchir ?

Prenez ces "délicieux petits saucissons pur poulet", imaginés par Aoste et dénichés il y a quelques jours chez Delhaize (Belgique). Pas récents mais troublants. Par tra-



dition (disons quelques siècles au bas mot), l'élaboration du saucisson suppose l'utilisation d'une viande naturellement grasse. Ce que le poulet n'est pas. Et qui donnera d'ailleurs sa valeur apparente aux yeux de certains consommateurs, davantage soucieux d'équilibre alimentaire que de traditions ancestrales (ce qui n'est en rien condamnable), outre évidemment un volet professionnel tout à fait légitime. Dans tous les cas, la promesse induite (décomplexer le snacking) se heurte alors à un problème de production.



| VALEURS NUTRITIONNELLES (pour 100 g) | | |
|--------------------------------------|------------------|----------|
| 426 kcal | Énergie | 496 kcal |
| 34 g | Matières grasses | 40 g |
| 15 g | (dont saturés) | 14 g |
| < 0,1 g | Glucides | 1 g |
| 30 g | Protéines | 33 g |
| 5,1 g | Sel | 4,6 g |

Il est donc indispensable... d'enrichir la mûlée, ce mélange de viande qui est ensuite embossé pour produire saucisson ou saucisse sèche. **Va donc pour de... l'huile de palme. Et pas qu'un peu ! 16 %.** Résultat : un produit presque aussi gras que la version pur porc. Pour le client qui aura pris la peine de décrypter la

liste des ingrédients, la déception est garantie. Certes, ici comme dans tous les exemples similaires, rien n'est caché. Mais le problème est ailleurs. En premier lieu sur l'écart parfois abyssal entre promesse et réalité, ce qui, par principe, nourrit la suspicion ambiante ; ensuite sur les barrières que les industriels acceptent ou non de franchir. Bien au-delà d'Aoste et ses "délicieux petits saucissons", la question se pose à tous les industriels et à leurs représentants. Et, faute d'y répondre, la défiance s'installe dans l'opinion. Ce qui, pour le coup, est... 100 % naturel.

Olivier Dauvers



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
 l'analyse sans concession
 du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

NOUVELLE ÉDITION 2019

VIENT DE PARAÎTRE

Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers



Edition **2019**

84 pages - 22 € ttc

Olivier Dauvers vous fait partager une année à **visiter** les magasins, **décoder** les stratégies des enseignes, **éplucher** les prospectus.

Mois par mois, le bêtisier complet de l'année avec les nouvelles enseignes, les bonnes et mauvaises **pratiques merchandising**, les initiatives marketing, etc. Le tout illustré d'**exemples 100 % terrain !**



« Personne ne regarde les magasins comme lui... Et, surtout, n'ose le raconter... »



UN CADEAU ORIGINAL (ET PRO)
POUR VOS CLIENTS, VOS COLLABORATEURS, ETC.



éditions
DAUVERS

Pour commander votre exemplaire
www.olivierdauvers.fr / boutique

Commande en nombre
(à partir de 9 €/ex)
caroline.bazin@editionsdauvers.fr