

Saveurs Dans deux cas sur

Longtemps, avec les produits des hypers, on en avait surtout pour son argent. A force de nouvelles recettes et de tests consommateurs, le goût est aujourd'hui au rendez-vous.

Au cœur de la Beauce, chez le laitier Novandie, filiale d'Andros, un blockhaus: le centre de R & D, accessible à une poignée de salariés seulement. «Nous avons deux ou trois secrets à protéger», sourit Arnaud Rapp, responsable grands comptes de l'entreprise. A l'abri des regards se trouve en effet une usine miniature (cuves, lignes de production et systèmes de refroidissement) vouée à l'élaboration de nouvelles recettes. Une dizaine d'ingénieurs cuistots y concoctent chaque année 600 prototypes de mousses, liégeois et brassés. Pour Mamie Nova et Bonne Maman, les marques du groupe? Non, ce labo crée exclusivement des desserts estampillés Leclerc, Carrefour ou Auchan. Et pour cause: Novandie fabrique près de 250 000 tonnes de yaourts par an (2,5 milliards de pots!) pour le compte des hypers français.

De quoi assouvir l'appétit des consommateurs pour les marques de distributeurs (MDD). Toutes enseignes confondues, elles représentent en volume 36% des ventes de produits alimentaires. Dans certains rayons, elles écrasent même les

grands noms: en 2008, au dernier pointage, 80,8% des mélanges de légumes surgelés, ou encore 72,9% des saucisses en conserve et 65,9% des saumons fumés étaient étiquetés Casino, Carrefour, Système U, etc. «Les MDD ne se contentent plus d'être 20 à 25% moins chères, note une ancienne acheteuse de la grande distribution. Depuis dix ans, leur succès récompense aussi l'amélioration de leur qualité.»

La dégustation que nous avons organisée fin mars à Paris le confirme. Réuni à l'Atelier culinaire Chef Martial, notre jury – un cuisinier, une critique gastronomique, deux consultants, un nutritionniste et une journaliste de Capital – a comparé à l'aveugle quinze types de produits: jambon, noix de Saint-Jacques, brownie, jus d'orange... et même un café en dosette (lire page 60). Verdict? Certaines marques, comme Bordeaux Chesnel, sont plébiscitées, mais, deux fois sur trois, les recettes des distributeurs sont jugées meilleures. Guidés par leurs seules papilles, nos experts ont sanctionné le tarama Blini, le saumon fumé Labeyrie ou la Danette, au profit de leurs rivaux signés Auchan, Monoprix et Intermarché.

L'ambitieux objectif des enseignes – vendre, sous leur logo, des produits au moins aussi bons que les équivalents de marque – semble donc atteint. Grâce, d'abord, aux normes qu'elles imposent à leurs fournisseurs. Plus question de faire moins cher en lésinant sur la qualité. Sur le site quimpérois de Meraliance, un gros producteur de saumon fumé, les poissons

Suite page 56 ▶



Premier produit testé: le jus d'orange.

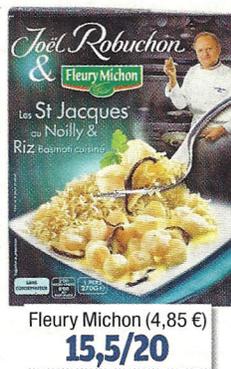
Rillettes pur porc



La filiale du groupe Bongrain produit des rillettes MDD, mais garde le secret de sa propre recette. Temps et température de cuisson, morceaux de viande choisis? Mystère, mais notre jury a adoré le goût et l'aspect artisanal. Loin de la médiocrité des hypers: l'aspect des rillettes U a été comparé à celui «de la nourriture pour animaux».

* Prix pour un pot de 220 g.

Plat cuisiné de chef



A chacun sa toque étoilée et sa recette de Saint-Jacques. Robuchon (Fleury Michon) l'emporte avec ses pétoncles cuisinés à la sauce au Noilly, très parfumés. La version light de Senderens (Carrefour), aux petits légumes, est jugée fade. Troigros pour Casino? Le jury salue l'emploi de vraies noix (et non de pétoncles), mais juge le plat trop «industriel».

LA COMPOSITION DE NOTRE JURY

Jean-Michel Cohen, nutritionniste; Martial Enguehard, chef cuisinier (Chef Martial); Laurent Boudahout, consultant chez CCDessert; Vincent Vibrac, consultant chez Management de l'intelligence de l'offre; Elodie Rouge, critique gastronomique.

trois, les MDD l'emportent



Au centre, l'onctueuse crème Intermarché.



Vincent Vibrac compare les colas.

Saumon fumé de Norvège



Monoprix (2,99 €*)
15/20



Système U (2,20 €*)
14,5/20



Labeyrie (3,83 €*)
7/20

Si Labeyrie fait état de tests consommateurs positifs, nos experts ne sont pas d'accord. Ils ont jugé le saumon leader trop rose, trop brillant, trop industriel. Le goût ? Trop fumé, trop salé, trop gras. Monoprix (bon goût) et U (bien fumé) s'en sortent beaucoup mieux. Rien d'étonnant donc si les MDD s'octroient plus de 60% du marché.

Tarama œufs de cabillaud



Auchan (2,64€*)
8,5/20



Carrefour (2,55€*)
8/20



Blini (2,99€*)
5/20

Là aussi, le leader du tarama, Blini, avance des tests plus flatteurs que le verdict de notre jury, qui relève un petit goût de mayonnaïse en tube. Sans faire l'unanimité, le produit Auchan a semblé plus savoureux. Peut-être parce qu'il contient 25% d'œufs de cabillaud, contre 20% chez Blini.

* Prix pour un pot de 250 g.

Biscuits au chocolat au lait



Système U (0,90 €)
15/20



LU (1,15 €)
14,5/20



Monoprix (1,16 €)
10/20

Bien que les trois recettes comportent exactement le même taux de chocolat au lait (48%), notre jury en a mieux retrouvé le goût dans le biscuit U (son producteur de longue date : Morina-Baie). Il faut dire que les MDD se sont taillé une jolie part du marché total de la biscuiterie, avec environ 40% des volumes.

Crème dessert chocolat



Intermarché (0,99 €*)
15,5/20



Leclerc (0,97 €*)
12/20



Danone (1,15 €*)
8/20

Malgré une amélioration régulière de sa recette, la crème de Danone est jugée un brin gélatineuse et fade. Chez Intermarché, la texture est onctueuse et le goût intense. Comme pour nombre d'autres produits, l'enseigne a ses propres usines de crèmes desserts et multiplie les essais : saveur macaron, chocolat sur lait de coco...

* Prix pour 4 pots.

Prix relevés début avril à Paris (Système U, Intermarché, Monoprix, Casino) et en banlieue (Auchan, Carrefour, Leclerc).

Les enquêteurs des hypers inspectent les champs

► Suite de la page 54
arrivent après 12 à 14 mois en mer et 6 en eau douce. Ils sont préparés puis salés au sel sec – bannière, l'injection de saumure dans la chair, une technique plus rapide et moins chère. Une fois les nerfs, les parties grasses et l'essentiel du muscle brun retirés, les filets sont découpés en tranches de 30 grammes minimum. Pas une fois le saumon

n'aura été congelé. Malgré tout, l'industriel s'y retrouve : fournir la grande distribution lui permet de réduire à néant les frais de marketing et de se garantir de gros volumes de production. En échange, les enseignes imposent des cahiers des charges minutieux. «Nous nous engageons sur l'origine des ingrédients, l'absence d'OGM ou la taille des fruits utilisés», énumère

Joël Saint-Vanne, le directeur général de Dailycer, le plus gros fournisseur européen de céréales MDD. Son blé ? Dur, pour plus de croustillance, et cultivé en Provence. Son maïs ? Bien jaune, dégermé, en gros grains. Pas question de filouter : les enseignes envoient chaque année un expert inspecter le site, pourtant multicertifié (ISO 9000, IFS, BRC...). Chez un impor-

tant producteur de légumes surgelés, Gelagri, les enquêteurs sont même conduits jusque sur les terres des agriculteurs. Et, à en croire un fournisseur de biscuits, «toutes les enseignes sont aussi pointilleuses».

Mais c'est le prix à payer pour relever le défi qu'elles se sont fixé : ne pas lancer un produit si les tests consommateurs ne lui

Suite page 58 ►



Les carottes font grimacer le nutritionniste.



Laurent Boudahout juge le goût du jambon.



Le jury observe la brillance des biscuits.

Cola



* Prix pour 1,5 l.

Leclerc est fier de son soda, sorti devant le vrai Coca dans les tests internes. Mais notre jury ne le trouve pas vraiment à la hauteur. Quant à l'Intermarché, il lui est reproché un goût de «sirop cola» trop dilué, voire de «liquide vaisselle». Coca résiste : peut-être l'effet d'un marketing très efficace de l'américain.

Brownie au chocolat



Seul à ressembler vraiment à un brownie et non à un cake, le gâteau Leclerc sort vainqueur. Pas de quoi estomaquer les troupes de la Sca-mark (l'entité de 140 salariés chargée des MDD chez Leclerc) : lors d'un récent test, 80% des consommateurs se disaient prêts à racheter le produit, contre 53% pour le célèbre Brossard.

Carottes râpées



* Prix pour 300 g.

Ce produit n'a pas convaincu nos experts : «Comme la sauce brûle le légume, les producteurs doivent ajouter quantité de colorants et de conservateurs», explique le chef Martial Enguehard. Moins colorées, plus craquantes et plus savoureuses, les carottes de Carrefour s'en sortent un peu mieux.

Jambon blanc supérieur



* Prix pour un paquet de 4 tranches.

Sceptiques face à l'aspect reconstitué du jambon Casino, nos testeurs en ont finalement apprécié le goût. Celui de Carrefour a été jugé trop luisant, trop rose et trop salé, tandis que le jambon Herta, pourtant plus appétissant, a pâti de son fumé un peu trop artificiel. Par contre, les marques des distributeurs ne présentent aucun avantage prix sur ce produit.

PHOTOS: R. DELIZE POUR CAPITAL

Prix relevés début avril à Paris (Système U, Intermarché, Monoprix, Casino) et en banlieue (Auchan, Carrefour, Leclerc).

Leclerc organise environ 1500 dégustations par an

► Suite de la page 56

décernent pas une note égale ou supérieure à celle de la marque. Chaque année, Système U commande 900 dégustations de cakes, boissons et plats cuisinés, Leclerc environ 1500 et Carrefour 2 500. A chaque fois, une soixantaine de volontaires évaluent à l'aveugle la texture, l'aspect et le goût. Au menu, nouveaux produits, mais aussi

des recettes retravaillées, pour suivre les évolutions des grandes marques. «Il suffit de quelques mois pour les imiter», confie un fournisseur.

Il arrive pourtant que les hypers calent. Certaines marques sont de tels mythes – Coca-Cola, Nutella... – que les MDD, même quand elles rivalisent lors des tests à l'aveugle, terminent KO en rayon. Parfois aussi, la

réplique est rendue impossible par les brevets associés à une innovation, comme pour les Mikado de LU, ou par un processus de fabrication difficile à reproduire. Chez Novandie, on avoue qu'égaliser le feuilleté de Nestlé (une alternance de disques de chocolat dur et de mousse) ne sera pas une mince affaire.

Mais ces révolutions restent rares, car coûteuses. Le plus

souvent, les grands groupes se contentent d'innover à la marge. Quand ils ne sont pas relégués en position de suiveur. La crème dessert type Danette à l'abricot ou à la fraise? Signée Leclerc. Le macaron sans gluten? Auchan. Et le sirop pour cocktails, ultraconcentré, à la violette ou au caramel? Super U. La guerre des papilles ne fait que commencer. *Claire Bader* ♦



Le consultant attentif à l'odeur des produits.



Le saumon MDD, largement plébiscité.



Au bout de trois heures, remise des copies.

Compote sans sucre



Materne (1,40 €*)
14/20



Auchan (0,90 €*)
13/20



Monoprix (1,35 €*)
9/20

* Prix pour 4 pots.

Avec son «bon goût de pomme», Materne remporte le combat des compotes. Son atout? La variété de fruits choisis, qui sont légèrement acidulés et granuleux. Mais Auchan n'est pas loin. Logique: sa purée comporte plus de pommes (99,7% contre 99%) pour la même teneur en sucre (10,3 grammes).

Jus d'orange



Système U (1,40 €*)
12,5/20



Tropicana (2,10 €*)
12/20



Auchan (1,10 €*)
12/20

* Prix pour 1 l.

Trop sucré, le Tropicana a été battu par le produit U, jugé plus équilibré. «Trouver le bon mélange, la bonne acidité, exige de nombreuses dégustations, note Marc Gunther, directeur de la filiale MDD de Système U. Et, chaque année, tout est à refaire car, en fonction des récoltes, les approvisionnements changent!»

Chips nature



Intermarché (0,76 €*)
17/20



Vico (1,15 €*)
11/20



Système U (0,95 €*)
10,5/20

* Prix pour 150 g.

Les chips d'Intermarché ont séduit nos jurés grâce à leur croustillance, leur aspect traditionnel et leur vrai goût de pomme de terre. L'autre MDD, U, par contre, manque de couleur et de saveur. Sur ce créneau, plus d'un produit sur deux est vendu sous une marque de distributeur (source PLMA).

Taboulé oriental



Auchan (1,02 €*)
13,5/20



Pierre Martinet (1,07 €*)
13/20



Monoprix (1,06 €*)
10,5/20

* Prix pour 200 g.

Un grain de semoule sépare le taboulé Martinet de celui d'Auchan. Et pour cause: le distributeur suit à peu de chose près la même recette que le traiteur (huile d'olives, poivrons, raisins, citron). Monoprix a tenté l'originalité (concentré d'orange et vinaigre de tomate). Sans grand succès auprès de notre jury.

Prix relevés début avril à Paris (Système U, Intermarché, Monoprix, Casino) et en banlieue (Auchan, Carrefour, Leclerc).