

La grande distribution se lance dans la bataille du « mieux manger »

Système U met au point une application baptisée Yaquoidedans, permettant de visualiser la composition de la plupart des produits alimentaires du marché.

LE MONDE ECONOMIE | 11.05.2018 à 06h43 | Par Laurence Girard (*/journaliste/laurence-girard/*) et Cécile Prudhomme (*/journaliste/cecile-prudhomme/*)



COLCANOPA

Depuis 2006, Leclerc possède son Quiestlemoincher.com, qui propose de comparer les prix des produits dans les enseignes de la grande distribution alimentaire. Système U, lui, aura son « Yaquoidedans ». Selon nos informations, le groupement coopératif prépare depuis plusieurs mois le lancement, au troisième trimestre, d'une application mobile qui permettra de visualiser dans le détail la composition de la plupart des produits alimentaires du marché, en scannant simplement l'étiquette à l'aide d'un smartphone.

Cette application utilisera la base de données collaborative sur les produits alimentaires de l'association à but non lucratif Open Food Facts. Forte de 3 400 contributeurs, particuliers et entreprises, cette dernière répertorie les ingrédients, les allergènes, les additifs, la composition nutritionnelle et toutes les informations présentes sur les étiquettes des aliments. Elle a déjà constitué 310 000 fiches produits. Ce qui permettra aux utilisateurs de Yaquoidedans de signaler les ingrédients auxquels ils sont allergiques, pour pouvoir les éviter.

Les consommateurs français sont de plus en plus nombreux à utiliser des applications mobiles pour améliorer leur alimentation. La plus populaire est sans conteste Yuka, qui donne des appréciations sur les catégories d'ingrédients et suggère une alternative plus saine. « Six mois après son lancement, début 2017, nous avons 100 000 utilisateurs ; au bout d'un an, un million, et aujourd'hui, 3,5 millions, dont 2 millions qui scannent régulièrement », raconte Julie Chapon, cofondatrice de Yuka. Un succès qui doit beaucoup au bouche-à-oreille. « Nous travaillons avec Open Food Facts, qui reçoit chaque jour de 1 000 à 1 500 nouvelles contributions. Actuellement, 95 % des produits scannés en magasin sont reconnus », affirme-t-elle.

« Nous recensons une centaine d'utilisations de nos données, avec des applications très spécifiques, pour les diabétiques, par exemple, ou ceux qui veulent manger sans huile de palme »,

précise Stéphane Gigandet, président d'Open Food Facts. L'association a également développé sa propre application, en mettant en vitrine le Nutri-Score, un système d'étiquetage qui permet d'évaluer et de comparer les qualités nutritionnelles des produits manufacturés à l'aide d'une échelle de couleurs et de lettres allant de A à E. Prôné par le ministère de la santé, il n'est que facultatif. « *Nous affichons le Nutri-Score sur 100 000 produits, même sur ceux que les industriels ne souhaitent pas étiqueter* », dit M. Gigandet.

Qu'ils aient été rendus méfiants par les multiples scandales alimentaires, par la présence de perturbateurs endocriniens, de résidus de pesticides et de conservateurs contestés, ou qu'ils soient simplement en quête d'un mode de vie plus sain, les consommateurs cherchent à être mieux informés avant d'acheter. Pour 80 % des Français, « *consommer mieux aujourd'hui, c'est consommer moins* », et 70 % d'entre eux pensent que « *la qualité des produits alimentaires s'est détériorée ces dernières années* », d'après une étude de l'Observatoire E. Leclerc des nouvelles consommations, réalisée avec l'institut Ipsos et parue en octobre 2017. Elle révèle aussi que moins de 30 % des Français estiment que, pour être certain de la qualité des produits alimentaires, il vaut mieux acheter une grande marque.

« *A la confiance s'est substituée la défiance face aux grands groupes, partagée largement par la génération des "millennials", les 18-35 ans* », reconnaît Emmanuel Faber, PDG de Danone. Certains industriels ont décidé de réagir. Quitte à accepter le Nutri-Score ou à modifier leurs recettes. Des jambons sans nitrites, des saucisses végan, des pâtes sans gluten ou des déclinaisons des grandes marques en bio font leur apparition dans les rayons pour accompagner les nouvelles habitudes alimentaires. Sachant que, selon une étude OpinionWay pour Bjorg, Bonneterre & Compagnie publiée en mai, « *quasiment un Français sur dix évite complètement certains aliments comme le gluten, le lactose ou encore les allergènes et que 17 % des Français ont adopté un régime alimentaire particulier* ». Et deux Français sur trois mettent des produits bio dans leur panier.

Une thématique du « mieux manger » de plus en plus en vogue chez les consommateurs, que les distributeurs commencent à intégrer. Carrefour a annoncé cette année des investissements massifs dans le bio et la traçabilité grâce à la technologie de la « blockchain » (transmission d'informations sans intermédiaire) sur plusieurs produits, dont le poulet. Intermarché a modifié le 3 mai son programme de fidélité pour « *récompenser les clients qui choisissent de mieux manger* », en les faisant bénéficier d'avantages sur leur carte de fidélité s'ils achètent des fruits, des légumes ou des produits bio de sa propre marque.

Lire aussi : Carrefour met en place un système de traçabilité des aliments

[/economie/article/2018/03/06/carrefour-met-en-place-un-systeme-de-tracabilite-des-aliments_5266182_3234.html](http://economie/article/2018/03/06/carrefour-met-en-place-un-systeme-de-tracabilite-des-aliments_5266182_3234.html)

Système U a engagé des investissements « *importants* » – mais confidentiels – pour créer sa propre application. « *La démarche n'est pas mercantile, et ce ne sera pas un objet publicitaire. Le nom de "Système U" n'apparaîtra que discrètement* », explique-t-on en interne. Ce projet s'insère dans son positionnement plus responsable envers les filières, accentué lors des Etats généraux de l'alimentation, fin 2017. « *Au passage, l'application valorisera les produits de notre marque de distributeur, car les consommateurs pourront constater qu'ils ont des recettes saines, et cela nous obligera à être encore plus vertueux* », observe-t-on chez Système U. Une façon aussi de redorer la mauvaise image des distributeurs.