

60
millions
 de consommateurs

FRUITS ET LÉGUMES
Les circuits bon marché

CHASSE AUX PROMOS
*Toutes les techniques
 pour payer moins*

MANGER SAIN, BON ET PAS CHER



158 PRODUITS DÉCRYPTÉS
*Quand Aldi, Intermarché, Lidl, Picard...
 font mieux que les grandes marques*

Toujours reliés à 60

Alerte produits !

Pour être informé des produits rappelés par les fabricants pour des **raisons sanitaires** (contaminés par la bactérie *Escherichia coli*, listériose...); **pour défaut de sécurité** (appareils pouvant prendre feu), **défaut d'étiquetage** (allergènes non indiqués dans la composition du produit)...

60millions-mag.com

S'INFORMER / TÉMOIGNER / ALERTE

Des actus

Des informations inédites en accès gratuit pour connaître en temps réel ce qui fait l'actualité de la consommation.

Un complément indispensable à votre magazine et à ses hors-séries.

LE + DES ABONNÉS

La possibilité d'accéder **gratuitement** à la formule numérique des magazines et à **l'ensemble des tests** de «60».

Un forum

Pour échanger autour de vos problèmes de consommation ; découvrir si d'autres usagers connaissent les mêmes difficultés que vous. On compte aujourd'hui **38000 fils de discussion** sur la banque, l'énergie, l'assurance, l'auto, l'alimentation, les achats en ligne, les fournisseurs d'accès à Internet, les livraisons, les grandes surfaces...

Magazine édité par l'**Institut national de la consommation** (Établissement public à caractère industriel et commercial)
18, rue Tiphaine, 75732 Paris Cedex 15
Tél. : 01 45 66 20 20 Inc-conso.fr

Directeur de la publication
Philippe Laval

Rédactrice en chef
Sylvie Metzlerard

Rédactrice en chef déléguée (hors-série)
Adeline Trégouët

Rédacteurs en chef adjoints
Sophie Coisne (hors-série)
Hervé Cabibbo (mensuel)
Fabienne Loiseau (site Internet)

Directrice artistique
Véronique Touraille-Sfeir

Secrétaire générale de la rédaction
Martine Fédor

Rédaction
Elodie Toustou (cheffe de rubrique), Fanny Bijoui-Narnias, Cécile Blatze, Fabrice Brochain, Sarah Corbeel, Cécile Coumau, Laure Marescaux, Stéphanie Molinier, Laurence Ollivier, Marie Pellefigue

Collaboration technique
Antoine Haentjens, Xavier Lefebvre

Secrétariat de rédaction
Bertrand Loiseau, Jocelyne Vandellos (premiers secrétaires de rédaction)
Mireille Fenwick, avec Cécile Demailly

Maquette
Valérie Lefeuvre (première rédactrice graphique), Guillaume Steudler

Responsable photo
Céline Derceux

Photos couverture
iStock

Site Internet www.60millions-mag.com
Matthieu Crocq (éditeur Web)
Brigitte Glass (relations avec les internautes)
redactionweb@inc60.fr

Diffusion
William Tétré (responsable)
Gilles Taillandier (adjoint)
Valérie Proust (assistante)

Relations presse
Anne-Juliette Reissier-Algrain
Tél. : 01 45 66 20 35

Contact dépositaires, diffuseurs, réassort
Promévente, tél. : 01 42 36 80 84

Service abonnements
60 Millions de consommateurs
45, avenue du Général Leclerc
60643 Chantilly Cedex
Tél. : 01 55 56 70 40

Tarif des abonnements annuels
11 numéros mensuels + Spécial impôts :
49 € ; étranger : 62,50 € ;
11 numéros mensuels + Spécial impôts
+ 7 hors-séries : 83 € ; étranger : 108 €

Dépôt légal : avril 2022

Commission paritaire
N° 0922 K 89330

Photogravure : Key Graphic

Impression : RFI

Distribution : MLP

ISSN : 1270-5225

Imprimé sur papier : Galerie Lite Bulk 54 g
Origine du papier : Kirkniemi, Finlande
Taux de fibres recyclées : 0 % recyclées
Certification : PEFC. Eutrophisation : 0,00 kg/t
© Il est interdit de reproduire intégralement
ou partiellement les articles contenus dans
la présente revue sans l'autorisation de l'INC.
Les informations publiées ne peuvent faire l'objet
d'aucune exploitation commerciale ou publicitaire.



éditorial



GIL LEFALCONNIERS

METTONS EN PLACE DE NOUVELLES ROUTINES

Nous avons été, ces derniers mois, les observateurs impuissants d'une hausse des prix fracassante. Gaz, électricité et carburant, d'abord. Denrées alimentaires ensuite. Et cette inflation ne va pas s'arrêter dans l'immédiat. Pour preuve, à l'heure où nous bouclons, la grande distribution reprend les négociations tarifaires avec les industriels. Ces discussions, qui ont lieu une fois par an, se sont arrêtées en mars dernier sur une augmentation des prix de 3 % en moyenne. Seize jours plus tard, fait inédit, elles ont repris, la hausse décidée ne permettant pas aux producteurs et aux fabricants d'encaisser le tsunami d'augmentations des matières premières.

Pas de doute, les étiquettes vont encore valser. Nous nous voyons déjà renoncer à certains produits du quotidien. À moins que... Pour tenir face à ce genre de crise, les sciences humaines nous donnent un conseil : retrouver une forme de contrôle. Les prix s'envolent, c'est le moment de mettre en place de nouvelles stratégies de consommation : tester les ventes en direct à la ferme ou à la criée pour des produits moins chers et tout frais, surfer sur les sites des chasseurs de promotions qui répertorient les ristournes, anticiper ses menus, mitonner les restes... Afin de dépenser moins.

Nous avons également expérimenté l'optimisation des réductions, un cumul de remises qui diminue le coût de certains produits. Et côté petits prix, pas question de faire grise mine. Dans ce numéro, nous avons cherché à savoir si les marques de distributeur valaient le coup d'un point de vue nutritionnel. Eh bien oui, souvent. Comme quoi, adopter de nouveaux réflexes alimentaires, ce n'est pas être radin, c'est être malin.

SOPHIE COISNE
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE DES HORS-SÉRIES

À propos de 60 Millions de consommateurs

60 Millions de consommateurs et son site www.60millions-mag.com sont édités par l'Institut national de la consommation (INC), établissement public à caractère industriel et commercial, dont l'une des principales missions est de « regrouper, produire, analyser et diffuser des informations, études, enquêtes et essais » [article L 822-2 du code de la consommation].

L'INC et 60 Millions de consommateurs informent les consommateurs, mais ne les défendent pas individuellement. Cette mission est celle des associations agréées, dont la liste figure en page 114.

Le centre d'essais comparatifs achète tous les produits de façon anonyme, comme tous les consommateurs. Les essais de produits répondent à des cahiers des charges complets, définis par les ingénieurs de l'INC, qui s'appuient sur la norme des essais comparatifs NF X 50-005. Ces essais ont pour but de comparer objectivement ces produits et, le cas échéant, de révéler les risques pour la santé ou la sécurité, mais pas de vérifier la conformité des produits aux normes en vigueur. Les essais comparatifs de services et les études juridiques et économiques sont menés avec la même rigueur et la même objectivité.

Il est interdit de reproduire les articles, même partiellement, sans l'autorisation de l'INC. Les informations publiées dans le magazine, en particulier les résultats des essais comparatifs et des études, ne peuvent faire l'objet d'aucune exploitation commerciale ou publicitaire.

60 Millions de consommateurs, le magazine réalisé pour vous et avec vous.



Édito	3
Pouvoir d'achat	
Les petits prix, c'est fini !	6
Accès à une alimentation saine	
Territoires de malbouffe	10
ALLÉGER SON TICKET DE CAISSE, CHICHE !	14
Bons de réduction, cartes de fidélité...	
Des armes anti-inflation ?	16
Réduire la facture	
Les tuyaux des promophiles	22
Marges des industriels	
Quand les prix grimpent en douce	24
Promotions	
Des embrouilles plein les rayons	26
Grande distribution	
La bataille du pas cher	28
Déstockage alimentaire	
Le bon filon des invendus	32
Applis antigaspis	
Manger pour presque rien	37
Achats en ligne	
Comparer les drives, ça vaut le coût ?	40

À noter : les produits cités dans ce numéro sont indiqués à titre d'exemple. La totalité de l'offre commerciale des fabricants ne peut être représentée. Les prix ont été relevés sur Internet ou en magasin, ils peuvent fortement varier selon les points de vente.



PETITS PRIX OU GRANDES MARQUES ? 42

Les meilleurs de nos essais 44

Céréales au chocolat

Un excès de sucre qui pose problème 46

Chocolats en poudre

Pas tous des amis du p'tit déj..... 48

Desserts lactés

Bons pour le moral, moins pour la santé..... 50

Miels de fleurs

La qualité en rayon 54

Pains pour burgers

Un engouement pas toujours justifié 56

Champagnes bruts classiques

Ça pétille même à petit prix..... 58

Grande distribution

À quelle marque se fier ?..... 61

Aliments ultratransformés

À consommer avec modération..... 62

Sauce bolognaise

Viande et tomate en quantité très variable....66

Biscuits fourrés chocolat

Ce n'est vraiment pas le goûter idéal !..... 68

Fromages fondus

Une vache en pleine forme..... 70

Veloutés

Plus de légumes, s'il vous plaît ! 72

Substituts végétaux à la viande

Pas aussi sains qu'ils en ont l'air 74

Yaourts

Mais où sont passés les fruits ? 76

Cordons bleus

Une volaille bien malmenée 78

Pizzas jambon fromage

On est encore loin de l'Italie... 80

Frites surgelées au four

Elles n'ont pas toutes la patate ! 82

Saucisses knacks

Un concentré de gras et d'additifs 84

Additifs

Les plus courants 86

Glossaire

Les dessous de votre assiette..... 87

DES ASTUCES QUI VALENT DE L'OR 88

Coût des fruits et légumes

Faire baisser l'addition 90

Viande et poisson

Privilégier les circuits courts 96

Prêt à l'emploi ou homemade ?

Le fait maison sort gagnant 102

Astuces culinaires

Optimiser ses courses..... 108

Pouvoir d'achat

PETITS PRIX, C'EST FINI !

L'année 2022 commence à peine que le pouvoir d'achat des Français est déjà sous tension extrême. Mis à mal par la flambée des prix des énergies, il est à présent rogné par l'augmentation insolente des produits alimentaires.

Des rayons sans plus aucun paquet de café des marques L'Or, Maxwell, Senseo, Grand'Mère ou Jacques Vabre... Et en guise d'explication, une affiche clamant « *Nous défendons toujours votre pouvoir d'achat* ». C'est le « spectacle » auquel ont assisté certains clients d'Intermarché, en février dernier. La raison de la disparition subite de ces produits ? Un bras de fer entre la centrale d'achat de l'enseigne et le numéro un mondial du café, Jacobs Douwe Egberts (JDE). Intermarché a refusé la hausse des prix de 25 % que ce dernier voulait imposer sur ses produits. JDE a donc décidé unilatéralement de cesser d'approvisionner l'enseigne. La justice a obligé la multinationale à reprendre ses livraisons.

DÉJÀ 3 % DE HAUSSE SUR DE NOMBREUX PRODUITS

Cet incident illustre l'extrême tension dans laquelle se sont déroulées les dernières négociations commerciales entre la grande distribution et les entreprises agroalimentaires, et qui se sont achevées le 1^{er} mars 2022. La France est le seul pays au monde à imposer par la loi une date butoir à ces tractations annuelles obligatoires à l'issue desquelles sont fixés les prix des produits des grandes marques, sur les douze mois suivants. Cette année, les nouvelles ne sont pas bonnes pour les consommateurs : industriels et enseignes se sont accordés sur une hausse de l'ordre de 3 % à 4 % en moyenne du prix des biscuits, yaourts, conserves, pains industriels, plats cuisinés...

Après une décennie de baisse des prix menée par les enseignes de la grande distribution et leurs pressions sur les fournisseurs, la flambée des matières premières, conséquences de la reprise économique post-Covid et du conflit en Ukraine, pourrait sonner la fin de la partie. Prix agricoles (céréales, sucre, lait, viande...) et coûts industriels (énergie, transports, emballages...) s'envolent et impactent fabricants et transformateurs. Les agriculteurs ne sont pas épargnés : le coût des aliments pour le bétail, engrais, carburant... a bondi de + 19,8 % entre décembre 2020 et décembre 2021. Une explosion des charges insupportable pour les exploitations déjà sous tension.

POUR LES AGRICULTEURS, LE COMPTE N'Y EST PAS

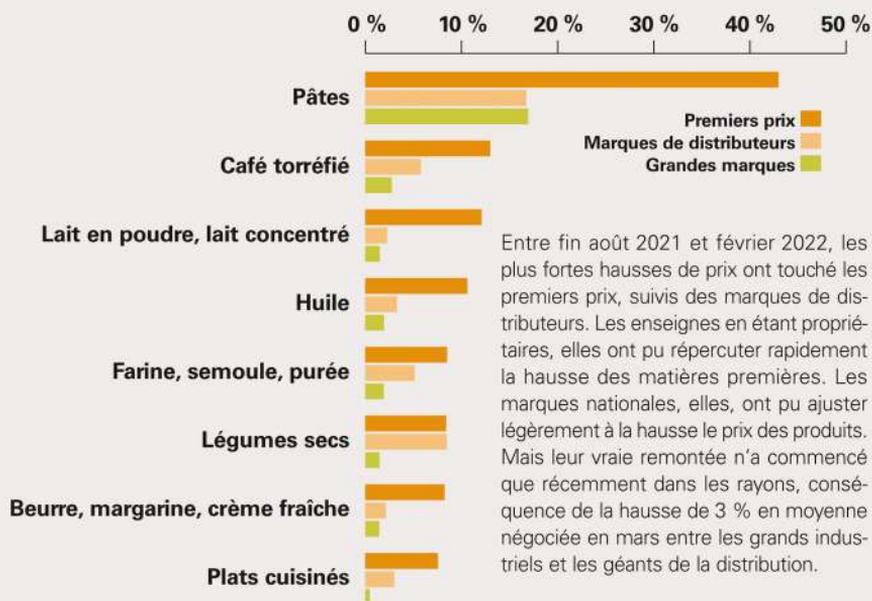
Pour protéger leurs revenus, la loi Egalim 2* exige que la part des matières agricoles entrant dans la composition des produits alimentaires ne soit pas négociable. Hélas, les enseignes ne jouent pas toujours le jeu. Pour ne pas l'avoir respectée, Intermarché s'est ainsi vu infliger une amende administrative de plus de 19 millions d'euros. Et l'enseigne des Mousquetaires n'est pas la seule dans le viseur de la Répression des fraudes... Les industriels aussi grincent des dents. Lors des négociations annuelles, les fabricants n'ont obtenu en moyenne que la moitié des hausses de tarifs qu'ils avaient demandées. « *Les hausses brutales et inattendues des prix des matières premières* »

(Suite page 8)

ISTOCK



LES GRANDES MARQUES N'ONT PAS COMMENCÉ LEUR HAUSSE



Entre fin août 2021 et février 2022, les plus fortes hausses de prix ont touché les premiers prix, suivis des marques de distributeurs. Les enseignes en étant propriétaires, elles ont pu répercuter rapidement la hausse des matières premières. Les marques nationales, elles, ont pu ajuster légèrement à la hausse le prix des produits. Mais leur vraie remontée n'a commencé que récemment dans les rayons, conséquence de la hausse de 3 % en moyenne négociée en mars entre les grands industriels et les géants de la distribution.

Source : NielsenIQ. Augmentations moyennes entre fin août 2021 et février 2022.

que nous utilisons pour fabriquer et emballer les produits (électricité, gaz, métaux, plastique, bois...) fragilisent la viabilité économique de notre filière », s'alarme Jérôme Foucault, président de l'Association des entreprises de produits alimentaires élaborés (Adepale), qui rassemble 400 TPE, PME et entreprises de taille intermédiaire françaises de la transformation alimentaire. Ces circonstances exceptionnelles ont poussé le gouvernement à intervenir : à la mi-mars, alors que les contrats annuels venaient tout juste d'être signés, il a appelé à ce que distributeurs et industriels de l'agroalimentaire se remettent autour de la table pour reprendre les négociations. Ces nouvelles tractations inédites, qui porteront à la fois sur les grandes marques et les marques de distributeurs, se traduiront inévitablement par une augmentation des prix dans les rayons, bien au-delà des 3 % annoncés. Même si la grande distribution tentera sans doute d'en limiter l'ampleur.

LE PRIX DES PRODUITS DE BASE S'EST DÉJÀ ENVOLÉ

Si l'augmentation des étiquettes des produits de marques se fait sentir depuis plusieurs semaines dans les rayons, celle des produits alimentaires ne date pas d'hier. Exemple éloquent avec le relevé effectué par A3Distrib sur le kilo de coquillettes de milieu de gamme des marques de distributeurs (MDD, qui comprennent premiers prix, produits de milieu de gamme et premium, NDLR) entre fin juillet 2021 et début mars 2022 : + 75 % pour les Fiorini d'Intermarché (de 0,75 à 1,31 €), + 72 % pour la Marque repère de E.Leclerc (de 0,74 à 1,27 €), + 70 % chez Système U (de 0,77 € à 1,31 €)... Du jamais vu ! Le prix du beurre relevé par le spécialiste suit la même tendance : celui de la marque de distributeur d'Auchan affiche une hausse de plus de 14 % entre septembre 2021 et février 2022, atteignant 2 € la plaquette de 250 g contre 1,96 € pour celle de la marque nationale Président (+ 0,51 %).

DES RÉPERCUSSIONS RAPIDES SUR LES MDD

Pourquoi de telles hausses de prix sur les produits des grandes surfaces ? « Parce que les marques de distributeur sont gérées, voire fabriquées, directement par les enseignes. Celles-ci ont donc pu répercuter plus vite la hausse des

matières premières sur leurs propres produits, explique Emmanuel Cannes, expert des prix chez le panéliste NielsenIQ. Certaines envolées ont été spectaculaires en février, notamment celle du café (+ 13 % sur les premiers prix contre + 2,8 % sur les grandes marques), les légumes secs (+ 8,5 % sur les premiers prix contre + 4,6 % sur la totalité des produits) mais aussi le riz ou l'huile, ce qui conforte le constat des consommateurs que la hausse des prix touche les produits du quotidien. » Cette « inflation ressentie », bien palpable dans les budgets, n'est pas près de se calmer. « Il faut compter de six à neuf mois entre la hausse du prix des matières premières sur les marchés et son impact en magasin », poursuit Emmanuel Cannes.

UNE CONTRACTION BIEN RÉELLE DU POUVOIR D'ACHAT

Désormais, même l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) anticipe une baisse du pouvoir d'achat des Français au premier semestre 2022. Deux éléments pèsent en effet : les prix de l'énergie et des carburants, et la hausse des produits alimentaires, qui ne fait que commencer. Résultat, les grandes surfaces aiguisent leurs armes pour continuer à attirer les consommateurs dans les magasins.

« En 2021, nous avons constaté pour la première fois une hausse inédite du nombre de produits en promotion : par exemple, les ventes de "lots virtuels", type 1 produit offert pour 3 achetés, ont bondi de 27 %, indique Emmanuel Cannes. Cette hausse va se poursuivre cette année car elle a un impact immédiat sur les acheteurs. » Pour remplir leurs réfrigérateurs et placards, les consommateurs sont plus que jamais à l'affût de bons plans. Et, en la matière, les possibilités sont nombreuses : optimiser les promotions (lire p. 16-21), fréquenter sans complexes discounters et destockeurs (lire p. 32-36), cultiver l'infidélité en ne fréquentant pas toujours les mêmes enseignes, s'approvisionner en produits locaux, via des circuits courts (lire p. 90-99). Autant de réflexes en passe de devenir des habitudes bien ancrées dans le quotidien des consommateurs dont le pouvoir d'achat est mis à rude épreuve. ■

ÉLODIETOUSTOU

* Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous

« LE RESTE À VIVRE DES FRANÇAIS A DIMINUÉ DE FAÇON IMPORTANTE »

Énergies, transports, assurances... l'augmentation des dépenses contraintes conduit

bon nombre de Français à rogner sur leur budget alimentation, selon Jean-Pierre

Poulain, sociologue et anthropologue à l'université de Toulouse-Jean Jaurès*.



Quand tout augmente, l'alimentation est-elle une variable d'ajustement ?

Pas forcément pour les classes moyennes, qui vont plutôt diminuer leurs sorties. Mais pour ceux dont les loisirs se réduisent à peu de chose, le budget alimentaire est

le premier affecté. Le reste à vivre des Français, c'est-à-dire la part du budget sur laquelle des décisions peuvent être prises à l'échelle du mois, a diminué de façon importante, alors que les indicateurs macro-économiques commencent tout juste à constater une baisse du pouvoir d'achat (-0,9 % en 2022 selon l'Insee contre +1,9 % en 2021, NDLR). Mais ce n'est pas du tout ce que ressentent bon nombre d'entre eux. Leurs dépenses contraintes augmentent (loyers, énergies, assurances, abonnements...) et entament leurs revenus. Ces pressions fortes se traduisent par la réduction de certaines dépenses.

Au-delà du prix, quels facteurs influencent le choix des aliments ?

Le premier critère est lié au lieu d'habitation et au degré d'urbanisation. En France, un peu moins de 70 % des achats sont faits dans la grande distribution, contre plus de 80 % au Royaume-Uni ou aux Pays-Bas. Nous avons des supermarchés puissamment organisés. Mais notre tissu de petits commerces de centre-ville résiste, tout comme les marchés de plein air, qui retrouvent de la vigueur en milieu urbain. Le second critère réside dans le choix des enseignes. Les discounters (qui proposent premiers prix et moins de variété, NDLR) attirent des

gens qui ont une forte tension sur leur budget mais aussi ceux qui sont dans une logique d'achat malin, des classes moyennes qui vont y acheter une partie des produits et complètent dans d'autres commerces.

La contraction du pouvoir d'achat conduit-elle à renoncer à certains aliments ?

Les moins aisés ne renoncent pas à certains « produits de plaisir », comme les boissons sucrées, les biscuits ou les barres chocolatées... même si, nutritionnellement parlant, ils ne sont pas les plus recommandables. L'idée d'un impact sur la santé dans le futur a peu de prise. Quant à la viande, on observe des attitudes nuancées. Les personnes à faible pouvoir d'achat vivent douloureusement le fait de devoir se contraindre sur la viande. Pour eux, en manger, c'est « bien manger ». À l'inverse, chez un grand nombre de personnes dotées de davantage de moyens, l'idée d'en consommer moins souvent mais de meilleure qualité ou d'avoir des repas sans viande a fait son chemin.

Le fait de « manger sain » a-t-il la même importance pour tout le monde ?

L'importance et la crédibilité accordées à la nutrition varient selon le genre et la position sociale. Elles sont plus importantes pour les femmes que pour les hommes, même si cela évolue. Les classes moyennes et supérieures sont plus sensibles aux aspects nutritionnels que les foyers les plus modestes. Cela s'explique en partie par le rapport au temps : si j'ai suffisamment d'argent pour me projeter dans l'avenir, l'alimentation devient un levier du « capital santé ». C'est moins le cas lorsque mes contraintes me font raisonner sur des échelles de temps courtes, la fin du mois, parfois moins.

* Et titulaire de la chaire « Food Studies » de la Taylor's University de Kuala Lumpur (Malaisie)

Accès à une alimentation saine

TERRITOIRES DE MALBOUFFE

Les déserts existent bel et bien en France. Pas de sable à l'horizon pour leurs habitants mais des kilomètres à parcourir pour trouver des commerces alimentaires, et surtout des produits frais et sains. Collectivités territoriales et associations se mobilisent.

C'est un événement pour les 12000 habitants d'Épinay-sous-Sénart (Essonne) : une boulangerie a ouvert ses portes fin 2021 dans la commune. « *De quoi ravir les habitants qui attendaient cela depuis très longtemps* », se réjouit la ville sur son site Internet. Les commerces de proximité ont peu à peu tiré le rideau de fer. La seule supérette du centre-ville pratique des prix trop élevés pour la plupart des habitants, dont 24 % vivent sous le seuil de pauvreté. Pour se nourrir, ils sont contraints de prendre leur voiture ou les transports en commun.

Les chercheurs américains appelleraient sans doute Épinay-sous-Sénart un *food desert* ou « désert alimentaire ». Outre-Atlantique, ce type de territoire répond à une définition bien précise : un tiers des habitants réside à plus de 1,6 km du commerce alimentaire le plus proche pour les urbains et à plus de 16 km pour les ruraux. Et au moins 20 % de la population vit sous le seuil de pauvreté. Résultat : 23,5 millions d'Américains habitent dans un food desert, soit 6,9 % de la population.

Combien de Français sont dans ce cas ? Difficile à dire car la définition de désert alimentaire ne fait pas encore consensus. On sait en revanche que 3,5 millions de Français adultes n'ont pas accès à une nourriture saine et équilibrée en quantité suffisante, d'après l'étude nationale sur les consommations alimentaires (Inca 3) de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses).

Bon à savoir

L'EFFET CATALYSEUR DU CONFINEMENT

Au début de la crise sanitaire, beaucoup de Français se sont rués dans les hypermarchés pour faire des stocks.

Un phénomène de courte durée. Car le confinement a eu pour conséquence « une réorientation très importante vers les produits frais, locaux et les circuits courts », selon l'étude Manger au temps du coronavirus, pilotée par

le Réseau mixte technologique alimentation locale.

La fermeture des marchés en plein air a été compensée par des mouvements citoyens qui ont organisé des ventes directes du producteur au consommateur. Selon Catherine Darrot, sociologue, « cette crise pourrait constituer un accélérateur de transition ». À condition que les plus précaires en bénéficient : la crise du

Covid a fait grimper de 45 % les demandes d'aide alimentaire (Secours catholique).



DES QUARTIERS VIDÉS DE LEURS COMMERCES DE BASE

Si les États-Unis ont une longueur d'avance sur nous, c'est aussi parce que « l'épidémie d'obésité a favorisé une prise de conscience plus précoce », indique Coline Perrin, chargée de recherche à l'Inrae. En 2010, l'administration Obama a accordé des allègements fiscaux aux supermarchés qui ouvrent dans ces quartiers dépourvus de commerces d'alimentation. Autre particularité de ces food deserts, ils sont liés à



La fermeture des commerces de proximité pousse les gens à manger moins frais.

la discrimination raciale et au *redlining*, une pratique consistant à classer les quartiers comme « désirables », « en déclin », ou « à risque » et qui a pour conséquence de vider ces quartiers des services de base et des commerces alimentaires sains.

LES PRODUITS FRAIS MOINS SOUVENT AU MENU

En France, le terme même de désert alimentaire est loin de faire l'unanimité. Même si « *les inégalités dans l'accès à l'offre alimentaire ne sont une réalité que personne ne conteste* », déclare Audrey Pulvar, coprésidente de la commission Stratégies alimentaires territoriales de France urbaine, une association qui rassemble les grandes agglomérations.

La définition s'est donc adaptée à nos problématiques hexagonales. On parle de déserts alimentaires lorsqu'un territoire combine un faible accès à la fois aux commerces d'alimentation et aux produits sains. Toutefois, la proximité avec un commerce d'alimentation ne résout pas tous les problèmes d'accès à une nourriture saine. Prenons l'exemple de Montpellier. Une étude du Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement

(Cirad) et de l'Inrae a montré qu'en grande banlieue 44 % de la population vit à plus de 1 km d'un supermarché ou 3 km d'un hypermarché. Des distances certes modestes mais qui restent un frein pour les personnes âgées, par exemple. « *Les habitants intègrent leurs courses alimentaires dans des routines de déplacement, comme leur trajet pour se rendre au travail. Ils choisissent aussi les commerces selon d'autres commodités : la présence d'un parking, la diversité et la qualité des produits, les prix, ou encore la fréquentation sociale* », observe le chercheur. Les conséquences de l'éloignement des commerces pour les habitants sont tangibles. Certains consommateurs sont contraints de faire le « plein » de courses pour le mois. Conséquence : les produits frais sont vite épuisés.

LE CAUCHEMAR DES ZONES ENVAHIES PAR LES FAST-FOODS

Mais, parfois, l'accès à une nourriture saine n'est pas lié à un problème de distance mais à sa localisation au milieu de commerces de malbouffe, type fast-food ou kebab. « *C'est ce que l'on appelle les "bourbiers alimentaires"* », indique Coline Perrin. *Dans ces quartiers, les habitants les plus pauvres se déplacent moins que les autres*

LE CHÈQUE ALIMENTAIRE DURABLE... EN BOIS !

Emmanuel Macron avait promis de créer un chèque alimentaire durable. « On attend toujours », s'impatiente Boris Tavernier, de l'association Vrac. En décembre 2021, Bruno Le Maire, le ministre de l'Économie et des Finances, a reconnu que « cette mesure était très compliquée à mettre en œuvre ». Qui pourra en bénéficier ? Quels produits seront accessibles ? Ces questions, qui pourraient faire varier le coût de la mesure de plusieurs centaines de millions à trois milliards d'euros, ne sont pas tranchées. La France Insoumise préconise que ce chèque soit « destiné aux [...] 30 % de personnes les plus pauvres de la population ». Le gouvernement attendait la remise d'un rapport définitif fin février pour trancher.



et sont donc plus exposés à cette offre de mauvaise qualité. » Malgré ce diagnostic imparfait, de plus en plus de collectivités locales mènent des actions anti-désert alimentaire. En 2014, la loi d'avenir pour l'agriculture encourage le développement des « projets alimentaires territoriaux », qui visent à relocaliser l'agriculture et l'alimentation dans les territoires. Vente de terrains publics à des prix attractifs au bénéfice des agriculteurs, aides à l'installation pour des transformateurs tels que des laiteries, soutien aux épiceries solidaires, création de cuisines partagées pour les plus précaires qui vivent dans des hôtels... l'éventail des mesures est large. À Marseille, par exemple,

Aux Aygaldades, (Marseille) l'absence de transports complique l'accès aux produits sains et locaux.



la Cité de l'agriculture a lancé l'Opération désert alimentaire, en 2019, avec la création d'un marché de producteurs dans les quartiers Nord, d'une Association pour le maintien de l'agriculture paysanne (Amap), d'une ferme urbaine, la distribution de paniers de légumes solidaires, bio et locaux à petits prix... mais aussi des outils de sensibilisation comme des ateliers de cuisine ou des visites de producteurs. « Parce que même si les habitants de ces quartiers savent cuisiner sainement, prévient Audrey Pulvar, il ne suffit pas d'ouvrir des magasins sains pour qu'ils y aillent. » D'autant que certaines idées ont la peau dure. « Le bio, ces habitants pensent que c'est pour les riches, » renchérit Boris Tavernier, le fondateur de Vrac, une association qui favorise le développement de groupements d'achats dans les quartiers prioritaires. Or le bio est parfois accessible. Les habitants des quartiers prioritaires où intervient Vrac sont impliqués dans le choix des producteurs, des produits, mais aussi en participant aux distributions.

DE L'IMPORTANCE D'IMPLIQUER LES HABITANTS CONCERNÉS

« Choisir, c'est essentiel pour tout consommateur », insiste Boris Tavernier, qui veut rompre avec la logique de l'aide alimentaire où les bénéficiaires « ont droit à des produits souvent de mauvaise qualité qu'ils n'ont pas choisis parce que les banques alimentaires récupèrent les invendus de la grande distribution ». Mais ces initiatives associatives ne fonctionnent que si les collectivités locales mettent au pot. « Nos produits, vendus à prix coûtant, restent 60 % plus cher que ceux de Lidl, conventionnel ou bio, reconnaît Coralie, de l'association Vrac. Sans un système d'ajustement des prix grâce à un financement public, les produits resteraient difficilement accessibles. »

Ces systèmes font-ils reculer les déserts alimentaires ? C'est ce que cherche à savoir Vrac, en menant une étude d'impact. À ce stade, celle-ci révèle que les habitants se sentent considérés, « qu'ils peuvent participer comme n'importe quel citoyen à la transition écologique ». Mais, même aux États-Unis, les résultats se font attendre. Michelle Obama, l'ex-Première Dame, visait l'éradication des déserts alimentaires en 2017... ■

CÉCILE COUMAU

VIVRE DANS UN DÉSERT ALIMENTAIRE REND-IL MALADE ?

Notre environnement alimentaire a un impact sur notre état de santé,

selon des chercheurs de l'Université Stanford, aux États-Unis.

Ils viennent de publier la plus grande étude américaine menée sur cette question.

Pendant six ans, un million d'Américains ont déclaré à la fois ce qu'ils mangeaient et leur code postal. Les résultats, publiés dans la revue *Nature Communications*, sont nets. Les personnes ayant l'accès géographique le plus important aux épiceries consomment davantage de fruits et légumes frais, moins de fast-foods et de sodas, et ont moins de risques d'être affectées par le surpoids et l'obésité. Ce sont dans les quartiers à prédominance hispanique et noire que la présence d'une épicerie a le plus d'effet sur l'amélioration de la santé. De tels résultats ouvrent des horizons. On pourrait, par exemple, imaginer travailler sur l'implantation des commerces de produits sains en complément des recommandations du Plan national nutrition santé. Cependant, cette étude nécessite d'être confirmée par d'autres.

UN ACCÈS FACILE FAVORISE LA DIVERSITÉ

« Le lien entre désert alimentaire et maladies chroniques n'est pas clair, reconnaît Éric Robitaille, chercheur à l'Institut national de santé publique du Québec. Certaines études concluent que ce lien existe ; d'autres que non. » En fait, les études les plus robustes, menées sur une large population suivie pendant de nombreuses années font défaut. On sait néanmoins qu'un accès géographique facile à des produits sains modifie le panier des consommateurs. Une étude menée à Montpellier par le Cirad et l'Inrae a ainsi montré que les personnes vivant à moins de 1 km d'un marché consomment nettement plus de fruits et légumes que les autres. Autre observation : lorsque des personnes habitent dans des « borbiers alimentaires », ces quartiers dans lesquels les épiceries sont noyées au milieu des fast-foods et des commerces de malbouffe, leur santé trinque. *« La présence d'un borbier alimentaire prédit plus fortement le taux d'obésité d'une population que l'absence d'épiceries »,* ont constaté



Les commerces de malbouffe (ici, un restaurant Dairy Queen, aux États-Unis) étouffent les rares magasins de produits sains.

des chercheurs américains en 2017. Et plus le revenu des habitants est faible, moins ils sont mobiles et plus l'impact sur la santé est fort.

DES AMÉNAGEMENTS URBAINS PRÔNÉS

Les chercheurs incitent les politiques à prendre des mesures de « zonage » *« qui limitent simultanément l'accès aux points de vente d'aliments malsains et incitent les détaillants d'aliments sains à s'installer dans les quartiers mal desservis »*. Ces mesures doivent être considérées *« comme des stratégies visant à accroître l'équité en matière de santé »*. Mais ces outils d'aménagement urbain doivent être maniés avec précaution. *« Aux États-Unis, certains quartiers où des mesures avaient été prises pour améliorer l'accès à des commerces, se sont embourgeoisés, déclare Simon Vonthron, de l'Inrae. Les loyers ont augmenté et les populations les plus précaires ont dû s'installer dans des zones plus éloignées. »*

ALLÉGER SON TICKET DE CAISSE ? CHICHE !

Face à l'inflation, diminuer sa facture alimentaire devient un défi. Les promotions ne sont pas toujours avantageuses, comme l'a montré notre enquête, qui pointe de fréquentes entourloupes. En revanche, de sérieuses économies vous attendent en faisant vos courses dans des supermarchés d'un genre nouveau, en utilisant des applis ou en marchant dans les pas des chasseurs de promos.



Bons de réduction, cartes de fidélité...

DES ARMES ANTI-INFLATION ?

Pour fidéliser les consommateurs, enseignes et marques proposent tout un arsenal qui réduit la facture au moment du passage en caisse. Ces offres promotionnelles valent-elles vraiment le coup ? Nous avons enquêté et les avons testées pour vous.

Une facture réduite de 15 % sur l'alimentation et de 56 % sur les produits d'hygiène et d'entretien. Voici l'économie que nous sommes parvenus à réaliser en suivant les techniques des chasseurs de promotions pendant cinq semaines. Et ce sans changer nos habitudes de consommation (marques, conditionnement...), ni faire nos courses dans d'autres enseignes que nos magasins fétiches. Seule concession : consacrer un peu de temps à la recherche de promotions. Remises immédiates, bons de réduction, cagnottes, abonnements... Les grandes surfaces, les marques et des acteurs

spécialisés rivalisent, en effet, de solutions pour optimiser son budget courses, pour peu que l'on sache en profiter.

Pour commencer la chasse aux meilleures promotions en magasin, les prospectus disponibles à l'entrée des enseignes, dans les boîtes aux lettres ou sur Internet constituent un média de choix. Les versions numériques de ces catalogues peuvent être trouvées sur de nombreux sites et applications : Tiendeo, Bonial, FidMe, connu pour stocker en ligne les cartes de fidélité, ou Quoty, spécialisé dans les offres de remboursement et coupons de réduction numériques. Le site

Repères

L'ENCADREMENT DES PROMOS PÈSE SUR LE BUDGET

■ Fini le produit offert pour un acheté. Depuis fin 2018, la loi Agriculture et Alimentation (Egalim) interdit aux enseignes toute promo supérieure à 34 % dans l'alimentaire. Le seuil de vente à perte a été

relevé de 10 % et les magasins ne peuvent plus avoir plus d'un quart de leurs produits en promotion.

■ Cette loi vise notamment à assurer une juste rémunération des agriculteurs lors des négociations commerciales qui se déroulent entre grande distribution et industriels pour la fixation des prix des produits vendus dans les grandes surfaces.

■ Les restrictions sur les promotions ne concernent pas les

produits d'hygiène et de beauté, ni la droguerie... Mais elle a porté un sacré coup au porte-monnaie des promophiles, qui trouvent moins d'opportunités en rayon.

■ Chaque année, le manque à gagner pour un client qui n'achète que des aliments en promotion a été évalué à 1 904 € chez Leclerc, 1 352 € à Intermarché et 1 065 € chez Géant, selon une étude de 2018 réalisée par A3Distrib/NielsenIQ.





Les Français aiment les coupons de réduction : ils en ont utilisé 350 millions en un an.

anti-crise.fr (*lire p. 21*) va plus loin, en rapprochant les produits en promotion des catalogues de tous les bons plans trouvés chez les marques pour les cumuler et donc économiser encore plus.

Dans ces prospectus, on déniche la promotion préférée des Français : la remise immédiate, par exemple - 10 ou - 30 % sur certains produits. Avec elle, le gain apparaît tout de suite sur le ticket de caisse et ne nécessite pas de carte de fidélité. Autre promotion chouchou des consommateurs : l'achat par lots (trois produits achetés, un offert, par exemple), qu'ils peuvent repérer dans les catalogues ou sur des affichettes en magasin. Gare toutefois aux promos illégales (*lire p. 26*). La loi Egalim, qui encadre les promotions sur les produits alimentaires depuis trois ans, en limite un peu l'attrait (*lire encadré p. 16*).

CARTE DE FIDÉLITÉ : VAUT-ELLE TOUJOURS LE COUP ?

Quid de la traditionnelle carte de fidélité ? Elle reste bien présente dans le portefeuille des consommateurs. 68 % d'entre eux jugent qu'il s'agit du dispositif le plus efficace pour préserver son pouvoir d'achat, selon un sondage de poll&roll pour UntieNot's (2021). Pour convaincre, chaque enseigne déploie ses stratégies propres. Avec plus

de 10 millions de porteurs, celle d'Intermarché promet notamment 10 % de réduction aux familles nombreuses sur 1200 produits du quotidien et 5 % sur le montant du panier à ceux qui peuvent justifier d'un quotient familial inférieur à 700 €. Carrefour propose de son côté à ses 14 millions de détenteurs d'activer des *prime* (famille, marché, bio), permettant de décrocher - 10 % sur tout le rayon fruits et légumes et une sélection de produits de marque Carrefour. La petite carte en plastique connaît même un nouveau souffle avec des programmes entièrement accessibles sur téléphone portable. Lancées en 2021, les applications Lidl Plus et M' de Monoprix, avec leur programme de fidélité associé, font le pari de la personnalisation : le consommateur se voit proposer des offres exclusives. Chez Lidl, le choix du digital est assumé puisqu'il n'existe pas de carte physique. En revanche, chez Monoprix, le client qui le souhaite peut conserver sa carte plastique.

COUPONS : LES ACHETEURS LES PLÉBISCITENT

Près de 3,5 milliards de coupons de réduction sont émis par an pour 350 millions utilisés par les Français, selon une étude de Madame Benchmark (2019). Malgré un fléchissement



Les cartes de fidélité se dématérialisent de plus en plus, mais il en reste des millions en France.

lié à la pandémie, ces petits bons restent une part importante des dispositifs promotionnels aujourd'hui. Ils ont été utilisés par 80 % des acheteurs en 2021 (sondage OpinionWay pour Catalina). On les trouve en magasin, collés sur les produits, dans les rayons, les prospectus et, en version imprimable, sur les sites des marques ou chez les spécialistes tels que Ma vie en couleurs ou Envie de plus. Pour peu qu'on dispose d'une imprimante, il est possible de bénéficier en permanence de réductions sur des produits de marques. Il faut toutefois être sérieusement motivé car, au-delà de l'inscription

plus ou moins intrusive en termes de données à communiquer (*lire encadré p. 19*), certains sites – surtout ceux des marques – manquent totalement d'ergonomie. Mais le jeu en vaut la chandelle, car un coupon vous permet d'obtenir une réduction sur un produit... qui fait déjà l'objet d'une promotion ! Le cumul est normalement interdit, mais en pratique, nous ne nous sommes jamais fait refouler en caisse.

OFFRES DE REMBOURSEMENT : SURTOUT SUR DES APPLIS

Parfois confondues avec les bons de réduction, les offres de remboursement constituent des offres distinctes. Le consommateur les trouve le plus souvent sur des applications dédiées (Shopmium, Quoty, Coupon Network...). Elles permettent de se faire rembourser quelques dizaines de centimes et jusqu'à plusieurs euros, après l'achat d'un ou de plusieurs produits, sur son compte bancaire ou Paypal, en scannant le code-barres du produit et/ou en envoyant son ticket de caisse. « *Nous avons rendu du pouvoir d'achat aux Français à hauteur de 1,5 million d'euros en 2020* », indique Guillaume Durand, le dirigeant de Shopmium, qui totalise 3,5 millions de connexions chaque mois. Chez Coupon Network, son concurrent, également prisé des amateurs de promos, il est aussi possible d'associer ses cartes de fidélité et de se faire rembourser directement sur son compte bancaire ou Paypal sans envoyer le ticket de caisse. Ces applis regroupent à elles seules une bonne partie des offres du marché. Mais cela ne doit pas vous empêcher d'en utiliser d'autres car,

Bon à savoir

LES NON-CONNECTÉS, BIENTÔT EXCLUS DES PROMOS ?



- Les catalogues imprimés sont-ils voués à disparaître ? Pas tout de suite. Des expérimentations ont lieu chez Leclerc et Carrefour. Ce dernier a choisi, en début d'année, de digitaliser ses prospectus à Paris et Lyon-Villeurbanne. « Les clients qui souhaitent toujours recevoir un catalogue papier ou ne sont pas équipés d'un smartphone, peuvent l'indiquer et nous effectuerons un envoi postal », explique l'enseigne.
- La société Birds, qui analyse les prix en catalogue pour la grande distribution, confirme que les prospectus restent stratégiques : « Le papier semble préhistorique à l'heure du digital, mais pour une enseigne, les achats en promotions peuvent s'effondrer de 30 % sans ce support indispensable pour attirer des clients. »

encore une fois, il vous sera possible en pratique de cumuler les remboursements sur un même produit – même s'il est spécifié que ce n'est pas autorisé. Une faille du système qui permet aux plus acharnés d'aller au-delà des 34 % de promotion autorisés par la loi Egalim.

ABONNEMENTS : UN OUTIL DE FIDÉLISATION

Depuis 2019, les formules d'abonnement payantes se sont développées, inaugurées par le groupe Casino. Contre une dizaine d'euros par mois – moins s'il s'engage sur six ou douze mois –, le consommateur bénéficie d'une réduction de 10 % sur son panier. Plus de 200 000 personnes ont déjà souscrit à l'offre payante Casino Max Extra, tandis que Monoprix, autre enseigne du groupe qui s'est lancée à l'été 2021, affiche déjà plus de 50 000 adhésions à Monopflix. À Carrefour, une formule à 5,99 € par mois sans engagement est testée dans la région de Rouen. Elle offre une réduction de 15 % sur plus de 7 000 produits de marques de distributeur. L'occasion pour les enseignes d'accroître leurs ventes et de fidéliser leurs clients, voire d'en gagner de nouveaux... et pour le consommateur de faire de substantielles économies.

UN MOYEN POUR LES ENSEIGNES DE CONTOURNER LA LÉGISLATION

Fabrice, qui réside à Clichy-la-Garenne (92), a tenté l'aventure Casino il y a près d'un an. « J'ai essayé la formule à 10 € par mois, puis je suis passé à l'abonnement annuel, 30 € moins cher. L'avantage, c'est que les 10 % de remise sur le magasin sont cumulables avec d'autres réductions. Et si on associe son compte bancaire à son abonnement dans l'application Casino Max et qu'on règle avec cette dernière, on obtient même 1 % de réduction supplémentaire, détaille-t-il. Il faut tout de même faire attention. Si on a récupéré en caisse un bon de réduction de 10 € pour tout achat supérieur à 60 €, cette réduction ne s'appliquera que si on a fait 60 € d'achat, remise déduite des 10 % liés à l'abonnement. De plus, si la caissière oublie de décompter les 10 € et qu'on s'en rend compte trop tard, ça devient très compliqué car le supermarché n'a manifestement plus la main pour gérer la réclamation. »

GARE À VOS DONNÉES PERSONNELLES !

Enseignes et marques sont gourmandes

d'informations sur votre vie, vos habitudes

d'achat... Devez-vous tout leur dire ?

Contre une carte de fidélité, un bon de réduction ou une offre de remboursement, vous devrez communiquer des données personnelles. Les marques, les enseignes et les sites comptent dessus pour apprendre de vos habitudes. Mais la limite est parfois floue entre un ciblage destiné à vous envoyer des offres personnalisées et un profilage qui pourrait être envoyé à d'autres sociétés. Nous avons fait le point avec Samia M'hamdi, juriste.

1. Avant de finaliser une inscription, lisez les politiques de confidentialité et les conditions générales d'utilisation (CGU) pour savoir ce qu'il va advenir de vos informations personnelles, et si vous pouvez facilement exercer vos droits (modification, suppression) sur ces données, grâce à une adresse ou un formulaire de contact.

2. Vérifiez que l'envoi d'informations et d'offres commerciales en provenance du site ou de l'appli (parfois de partenaires) n'est pas coché d'office.

3. À l'inscription, ne remplissez le formulaire qu'avec les données obligatoires (votre nom, votre mail, voire votre ville). Si d'autres éléments sont requis, rien ne vous empêche de tricher sur votre âge ou la composition de votre foyer.

4. Utilisez de préférence une adresse mail créée spécifiquement pour recevoir ces offres. Vous ne polluerez pas votre boîte principale et repêrerez plus facilement les « spammers ».

5. Pour recevoir vos remboursements, votre IBAN peut vous être demandé. Vérifiez que le site est suffisamment sécurisé : il doit afficher un cadenas en tête de la barre d'adresse ou une adresse commençant par « https ».

6. Si une application vous propose la géolocalisation, n'acceptez que si le service apporté le justifie (pour vous orienter vers une enseigne de proximité, par exemple). Vous pouvez l'activer ou la désactiver quand vous le souhaitez.



Pour Olivier Dauvers, journaliste spécialiste en grande consommation, l'abonnement est intéressant pour le consommateur, car il est « très vite amorti. En revanche, cela suppose qu'il accepte d'abandonner sa liberté d'aller voir ailleurs, pour profiter de promotions supplémentaires ». Vu du distributeur, l'abonnement fait plus figure de « programme de rétention » que de simple programme de fidélité. Ce que confirme Laurent Enselme, le fondateur du site de bons plans anti-crise.fr (voir page suivante), pour qui l'abonnement nuit à la recherche des meilleures offres promotionnelles.

Quoi qu'on en pense, l'abonnement est l'une des rares voies légales explorées par les distributeurs pour passer outre l'encadrement des promotions alimentaires à -34 % au maximum, car les 10 ou 15 % de remise s'appliquent sur l'ensemble du panier, produits alimentaires et non alimentaires confondus. Ce dispositif a de l'avenir, et ce d'autant plus que « le consommateur dépense mécaniquement plus lorsqu'il est abonné, indique Olivier Dauvers. Lorsque Carrefour annoncera la généralisation de son test, il y a fort à parier que les autres enseignes se sentiront obligées d'avoir leur propre offre ».

À QUEL MONTANT S'ÉLÈVENT LES ÉCONOMIES POSSIBLES ?

Il semble donc possible de réduire sa facture, dans la limite de 34 % sur certains achats voire... au-delà ! En ajoutant aux promotions des enseignes, dénichées dans les catalogues ou en rayon, des coupons de réduction et des offres de remboursement, par exemple.

Nous avons voulu connaître l'impact sur le pouvoir d'achat, sans changer nos habitudes de consommation ni nos enseignes habituelles. En revanche, nous avons consacré beaucoup de temps à la lecture des catalogues, et à vérifier sur les sites et applications spécialisés si des promotions supplémentaires étaient disponibles. Résultat, après cinq semaines de courses et 430 € de dépenses en produits alimentaires, nous avons obtenu 14 € de remise immédiate, mis 13 € sur notre cagnotte et fait passer en caisse 7 € de bons de réduction imprimés par nos soins. Enfin, nous avons profité d'environ 26 € de remboursement sur des sites comme Shopmium, Coupon Network et Quoty, ou des sites de marque tels Maison Foody (Labeyrie) et Envie de bien manger (Lactalis). L'ensemble représente 60 € d'économie, soit presque 15 % de la facture totale !

DES RÉDUCTIONS IMPORTANTES SUR L'HYGIÈNE ET LA BEAUTÉ

En produits non alimentaires, nous avons dépensé à peine plus de 42 €, mais réalisé des économies bien plus remarquables. Nous avons ainsi obtenu 7 € de remise immédiate, présenté 2,80 € de bons de réduction, cagnotté 9,80 € et profité de 4,20 € d'offres de remboursement. L'ensemble nous a donc permis d'économiser 23,80 €, soit plus de 56 % de la facture totale ! Cette économie s'est notamment jouée sur l'achat d'une lessive d'un montant de 7,65 € qui donnait lieu à un cagnottage de 6,12 €, auquel nous avons ajouté un bon de réduction de 2 € et une offre de remboursement de 2 € également. Une jolie optimisation de 132 %. Merci le mois du blanc (janvier), réputé pour ses bonnes affaires en matière de lessive ! En conclusion, les réductions les plus importantes sont à rechercher du côté des rayons hygiène, beauté ou droguerie. De l'argent économisé d'un côté qui sert à alléger la facture de l'autre. ■

STÉPHANIE MOLINIER

Les promotions en rayon peuvent se cumuler avec d'autres offres.



LEUR MÉTIER : CHASSEURS DE PROMOTIONS

Laurent et Sophie Enselme, fondateurs du site anti-crise.fr, se sont investis dans une mission : traquer toutes les promotions pour aider le plus grand nombre à faire ses courses au meilleur prix.



Ni l'un ni l'autre n'auraient imaginé un jour être à la tête d'un site Internet fréquenté chaque mois par plusieurs centaines de milliers d'internautes. Pour Laurent et Sophie Enselme, fondateurs du site anti-crise.fr, l'aventure débute en mars 2014.

RÉUNIR LES BONS PLANS SUR UN SITE

Laurent est au chômage depuis de longues années après un burn-out. Sophie, ex-comptable, se consacre aux enfants. Contraints de déménager car leur loyer est devenu trop élevé pour leurs moyens, ils réfléchissent à des solutions pour remplir le réfrigérateur tout en dépensant le moins possible. Achat de produits premier prix ou en date courte... Cela ne suffit pas. Laurent, qui a toujours rêvé de travailler dans l'informatique, se tourne vers le web pour dénicher des promotions. À sa grande surprise, dans les années 2010, aucun site n'offre de solution vraiment complète pour réduire ses tickets de caisse. Tout au plus, les forums et sites qu'il fréquente se contentent de mettre en avant quelques bons plans. Laurent tente de faire bouger les choses, pour passer à une offre exhaustive, plus ambitieuse, sans grand succès. Poussé par Sophie, il décide de lancer anti-crise.fr. L'objectif du site ? Partager avec les internautes toutes leurs trouvailles. Un boulot monstre, qui se traduit par la mise en ligne des catalogues

« optimisés » de toutes les grandes enseignes. Consultables gratuitement, ils permettent en un coup d'œil de repérer les produits les plus intéressants. Par exemple, un rasoir Gillette à 10,40 €, qui vous rapporte finalement 4,36 € en profitant d'une remise immédiate ainsi que d'un remboursement différé par la marque (satisfait ou remboursé), soit une optimisation de 140 % ! Ou trois paquets de gâteaux Napolitain de LU, qui vous reviennent à 1,10 € au lieu de 8,80 € en cumulant promotion du magasin et bons de réduction d'un site spécialisé, soit 87 % de réduction.

ILS GARDENT LEUR INDÉPENDANCE

Aujourd'hui, le passe-temps est devenu une petite affaire qui tourne bien. Le couple a même pu embaucher Diane, qui aide Sophie à collecter les bons de réduction pour les ajouter à leur base, à publier les offres de remboursement et à modérer le forum. Approchés par les marques ou les enseignes, les Enselme ont fait le choix de rester indépendants, en se finançant uniquement avec la publicité. « *Quand on met une sélection en avant, c'est parce que c'est intéressant pour le consommateur et pas parce qu'on gagne quelque chose dessus* », martèle Laurent. D'ailleurs, le couple continue de traquer les bons plans pour ses propres courses.

Réduire la facture

Les tuyaux des promophiles

Pour dénicher les bons plans, il faut être méthodique, patient et utiliser des sites et des applications qui permettent de cumuler les promos. Une organisation payante puisque certains produits finissent par être presque gratuits voire... rapportent !

Les « promophiles » disposent de techniques bien rodées pour alléger la facture aux rayons alimentation et hygiène. Ils sont même capables de se procurer des produits qui ne leur coûtent pas un sou voire... qui leur font gagner un peu d'argent ! Comment font-ils ?

Première astuce, ils traquent les offres « satisfait ou remboursé » sur les produits d'hygiène. Proposées par les marques qui veulent vous inciter à découvrir leurs nouveautés, elles permettent de vous faire rembourser, par courrier ou en ligne, tout ou partie du prix de l'article après achat. Vous pouvez les dénicher en rayon, parfois sur les applis Quoty, Coupon Network et Shopmium, ou sur les sites des marques et ceux qui les recensent (anti-crise.fr, plusdebonsplans.com, le forum

madstef.com...). Il vous faut toutefois respecter les modalités de l'offre à la lettre, par exemple entourer la date d'achat et le prix des produits sur les tickets, pour être remboursé quelques semaines plus tard (entre trois et six) par virement ou en bons d'achat. Notons que ce type d'offres tend à disparaître au rayon alimentation en raison de l'encadrement tarifaire des promotions.

DES OFFRES QUI PEUVENT ÊTRE AJOUTÉES LES UNES AUX AUTRES

Cumuler promos en magasin et plusieurs bons de réduction sur un même produit, c'est possible ! À la clé, un remboursement partiel, ou même total, de votre achat. Cette activité est chronophage et nécessite une organisation millimétrée. Il faut repérer les promotions les

plus intéressantes sur les catalogues, puis vérifier auprès des acteurs qui en proposent quels bons de réductions utiliser pour faire chuter la note.

Vous pouvez ainsi associer une remise immédiate accordée par votre grande surface à un bon de réduction de la marque imprimé par vos soins et, éventuellement, à une ou deux offres de remboursement sur les applications spécialisées. Multiplier les réductions n'est,

normalement, pas autorisé. En pratique, cela fonctionne presque à tous les coups.

Nous nous sommes livrés au jeu (*voir ci-contre*) et le verdict est sans appel : la gymnastique n'est pas aisée mais le résultat est bien au rendez-vous. Pourquoi vous en priver ? ■

STÉPHANIE MOLINIER



ISTOCK

6 ÉTAPES POUR OBTENIR DES PRODUITS À L'ŒIL

Ce parcours, testé par «60» sur deux produits apéritifs du rayon frais, est un classique pour réaliser des économies sans avoir à courir partout.



1 ON CONSULTE LES CATALOGUES

sur le site anti-crise.fr. Il indique que l'achat de 2 boîtes de fromage tartinable Boursin (5,50 € les deux), dans un Carrefour Market, permet de cumuler une remise immédiate avec 2 autres offres.



2 ON IMPRIME AVANT DE PARTIR

le bon de 2 € de réduction signalé par anti-crise.fr sur le site de la marque Ribambel, à qui Boursin appartient.



3 ON VÉRIFIE EN RAYON

que la remise immédiate de - 34 % indiquée dans le catalogue de Carrefour Market est bien en vigueur. Les 2 boîtes sont affichées à 3,62 € au lieu de 5,50 €.



4 ON PRÉSENTE EN CAISSE

le bon de réduction imprimé de 2 €. La remise immédiate de - 34 % et le bon sont déduits du total de notre ticket. Le prix de nos boîtes tombe à 1,62 €.



5 ON SE CONNECTE

au site de Ribambel pour bénéficier de l'offre de remboursement numérique de 2 €. Pour cela, il faut prendre en photo le ticket de caisse et entrer son numéro de compte bancaire (IBAN) ou le mail associé à son compte Paypal.



6 ON REÇOIT LE VIRÈMENT

de 2 € sur notre compte bancaire au bout de dix jours (contre trois indiqués par Ribambel). Notre lot nous a finalement... rapporté 0,38 € !

Marges des industriels

Quand les prix grimpent en douce

Changement d'emballage, de recette, ou lancement d'« innovations » sont autant d'occasions pour les industriels de faire valser les étiquettes. Voici quelques techniques repérées en rayons par la rédaction du mensuel et du hors-série de «60».

LA QUANTITÉ BAISSÉ MAIS LE PRIX AUGMENTE

Cette méthode sournoise porte un nom : « shrinkflation », contraction de shrink (réduire en anglais) et d'inflation. Le concept : à l'occasion d'un changement de packaging – une bouteille en plastique à la place d'une brique, par exemple – le fabricant soustrait une bonne quantité de produit.

Exemple C'est ce qui s'est passé pour Danao, la boisson lactée au jus de fruits inventée par Danone et revendue en 2007 à l'industriel français Agrial (Sunny Delight, cidres Loïc Raison et Écusson...). Ni vu ni connu je t'embrouille ? Il est vrai que cette technique n'est repérable que par les habitués du produit, et encore ! Heureusement, certains consommateurs veillent et partagent leur exaspération sur les réseaux

sociaux. Sur Facebook, Élodie rage : « Cela faisait plus de cinq ans que j'achetais ma brique [de Danao] de 1,75 litre. Mauvaise surprise ce matin : le prix est toujours à 3,29 € alors que la nouvelle bouteille fait seulement 1,35 litre ! » Constat similaire pour Olivier : « Avant le litre était à 2,31 € dans mon Monoprix ; et maintenant, c'est 900 ml à 2,63 € en bouteille plastique. » Soit plus de 25 % d'augmentation du prix au litre dans chacun des cas ! Même technique pour Coca-Cola, qui a diminué de 20 % la quantité de boisson de ses grandes bouteilles en 2018. Les jus de fruits Tropicana ont suivi un an plus tard : + 38 % au litre, selon l'association Foodwatch. Dernier exemple avec le fromage fondu Kiri en portions, dont les carrés sont passés de 20 g à 18 g... sans que le prix suive le même mouvement.



LA SIMPLICITÉ PAYÉE AU PRIX FORT

Les marques vantent à tout-va sur leurs produits leur recette « sans » : « sans conservateurs », « sans additifs », « sans colorant ». La nouvelle tendance ? Les produits « simples ».

Exemple La mayonnaise Amora « 5 ingrédients et c'est tout ». Certes, la com-

position est resserrée (huile de colza, moutarde, vinaigre de vin blanc, jaune d'œuf et sel), mais le tube s'affiche tout de même 30 % plus cher au kilo que la mayonnaise « sans conservateurs avec des œufs de plein air » de la même marque. À ce prix, le plus simple est de passer au fait maison (lire aussi p. 106) !





UN PRODUIT EN PORTIONS INDIVIDUELLES

Café en dosettes, madeleines individuelles pour le goûter des enfants : sympa, votre produit préféré sous forme de portions, pour consommer juste ce qu'il vous faut ? En pratique, cela revient à payer un prix monstre (sans parler du surplus d'emballage). Et pour les industriels, à dégager de superbes marges ! Premier exemple au rayon des fromages, où les petites portions se multiplient. Selon nos relevés, un fromage Caprice des dieux vendu en pack de trois portions individuelles coûte 62 % plus cher au kilo que la version classique de 300 g ! Rayon petit déjeuner, les capsules de café plombent la note par rapport au café moulu.

Exemple Démonstration avec des premiers prix dénichés dans le drive où nous avons réalisé nos comparatifs : le café moulu « classique » (Lavazza Il Matino) s'affiche à 6,65 € le kilo. Le paquet de dosettes compatibles Nespresso (Carrefour Simpli) est vendu 19,80 € le kilo, soit presque trois fois plus cher ! Même constat avec la première référence bio (San Marco), à 44,07 € le kilo alors que le prix est 15,40 € le kilo en version moulue (Carte noire Bio).

Mais la palme de la cherté revient aux capsules arborant la marque Starbucks, dont le prix peut aller jusqu'à 68 € le kilo ! À titre de comparaison, le « Mélange dégustation » de Laurent Baysse, meilleur torrificateur de France 2021 (Brûlerie du Cantin à Lens, dans le Pas-de-Calais), ne coûte que 23,80 € le kilo, avec mouture à la demande (expresso, filtre, turc, pour machine à piston...).

BROUILLER LES REPÈRES SUR UN PRODUIT

Crèmes desserts et yaourts en pack de 16, jambon par 6 ou 8 tranches, cordons-bleus vendus par 10... En achetant un produit au format familial, les chef(fe)s de famille sont sûrs de contenter toute leur tribu. Mais pas forcément leur porte-monnaie !

Exemple Les tranches de blancs de poulet de Fleury Michon avec 25 % de sel en moins. Qu'elles soient vendues par 4 ou par 8, l'emballage est identique : on y retrouve la même photo des tranches de poulet, mises en valeur à côté d'une salade composée, et les mêmes pastilles « 100 % filet » et « cuisiné en France ». Seul un petit détail change : la mention « fines » indiquée discrètement sur le paquet de 8. Résultat, dans le paquet de 4 tranches (14,81 €/kg), celles-ci pèsent 40 g alors que dans celui de 8 (16,04 €/kg), elles ne font que... 30 g ! Une ruse qui peut induire en erreur les consommateurs qui ne prennent pas le temps de comparer les produits. Car il y en a moins dans l'assiette, et pour plus cher ! ■

ÉLODIE TOUSTOU



Bon à savoir

EMBALLAGE MAXI, PRODUIT MINI

De petites quantités d'aliments dans de grands paquets qui induisent le consommateur en erreur : c'est ce qui a conduit l'association Foodwatch à lancer une pétition en 2020 pour dire « Stop aux produits pleins de vide ».

- Si certaines marques et enseignes (Carrefour, Monoprix, Léa Nature...) ont revu leur copie, elles sont nombreuses à ne pas avoir mis fin à cette pratique.
- Entre autres exemples, un steak végétal qui ne fait que 20 % du volume de son emballage ou un paquet de



5 gâteaux qui pourrait en accueillir 6... Emballage trompeur et aberration environnementale à signaler sur les réseaux sociaux avec le hashtag #PleinDeVide.

Promotions

Des embrouilles plein les rayons

Réductions immédiates, lots, prix bradés... Ces techniques de marketing attirent les consommateurs en magasin et les poussent à l'achat. Mais entre promesses des catalogues et réalité, c'est parfois la douche froide. «60» décrypte certains pièges.

Les catalogues promotionnels sont un redoutable outil pour la grande distribution. Selon l'institut d'études IRI, les ventes d'un produit présent sur un prospectus augmentent de 25 %, voire 48 %, s'il est mis en avant à la fois en catalogue et en rayons. Rien qu'en 2021, les magasins ont proposé 400 000 produits en promotion à travers des milliers de prospectus, selon A3 Distrib, une société spécialisée dans la veille et l'analyse de ces derniers. Et ça fonctionne : 56 % des acheteurs décident de se rendre dans un magasin parce qu'il

propose des rabais intéressants, selon une étude du spécialiste du marketing Sogec. Sauf qu'une fois arrivé dans les allées des supermarchés, tout ne se passe pas toujours comme prévu. Promotions introuvables, lots de produits plus chers qu'à l'unité, anomalies sur les prix de référence... Les écarts sont nombreux, comme l'a constaté «60» en enquêtant dans six grandes surfaces, avant, pendant et après les périodes de promotions (*lire notre magazine n°576, janvier 2022*).

RUPTURES DE STOCK ILLÉGALES

Il arrive de se déplacer spécialement le jour du début d'une promotion pour ne pas manquer une bonne affaire et de constater qu'elle n'est nulle part. Au mieux, le produit a été dévalisé, au pire... il n'a même pas été mis en rayon ! «60» a été confronté à ces cas de figure à de trop nombreuses reprises, comme à Carrefour, U Express et chez E.Leclerc. Une pratique commerciale trompeuse, selon le code de la consommation.

Comment réagir ? Il y a une rupture de stock ? Commandez le produit en question à l'accueil ! Le magasin ne pourra vous le refuser que s'il a pris soin de préciser que le rabais ne s'appliquait que sur un nombre limité de produits. Si le marchand n'est pas en mesure de le faire, il doit vous proposer un article équivalent ou d'une gamme supérieure au même prix que celui du prospectus. Vous pouvez aussi signaler ces pratiques à la répression des fraudes (signal.conso.gouv.fr).

Bon à savoir



DES PRIX DE RÉFÉRENCE PARFOIS BIAISÉS

- Il devrait être impossible d'acheter un produit alimentaire dont le taux de promotion dépasse les 34 %, en raison de la loi Egalim (*lire p. 8*).
- Les faits nous prouvent le contraire !

Exemple avec des « Tartinettes » chocolat noisette de la marque Jardin Bio Etic à Auchan. Avant promotion, «60» a acheté le paquet à 3,44 € alors que, quelques jours plus tard, le prix en catalogue n'est plus que de 2,80 €. ... sur lequel s'applique une remise de 30 % !

• Le consommateur s'y retrouve puisqu'il décroche finalement une remise de 43 %. Mais, en piétinant une loi destinée notamment à garantir des revenus décents aux agriculteurs, l'enseigne est hors des clous.



Attention aux affichettes promotionnelles qui ne sont plus d'actualité : pas de réduction en caisse !



EN PRO

DES GRANDS FORMATS PARFOIS TROMPEURS

Un paquet familial « économique » ou un lot de plusieurs produits identiques dont le prix au kilo ou au litre est supérieur à celui du produit acheté à l'unité ou au format normal : ces « erreurs » sont fréquentes. Mais il y a plus retors. Exemple avec une promo chez Lidl : un paquet de 50 sachets de tisanes Éléphant est proposé à 2,27 €, avec « - 68 % de remise sur le 2^e ». Le lot vous revient alors à 3 €. Mais si vous n'achetez qu'une boîte... vous la payerez plus cher que deux formats classiques de 25 sachets (1,10 € pièce) ! Pire : ce grand format est resté dans les rayons après la période de promo. Les acheteurs l'ont alors payé 3,18 % plus cher que les deux petites boîtes.

Comment réagir ? Acheter de gros volumes promotionnels peut être intéressant, à condition de bien vérifier que le prix au kilo, au litre ou à l'unité est vraiment en dessous de celui des formats classiques. Méfiez-vous des têtes de gondoles et comparez systématiquement avec les mêmes produits en rayon au format normal.

LE PRODUIT EST OFFERT... OU PRESQUE

«60» a repéré que Fleury Michon prend parfois ses acheteurs pour des jambons ! Exemple à Lidl, avec ce paquet de jambon de Paris sans couenne, affublé du sticker « 6 tranches + 3 offertes ». Son prix : 2,95 € alors que nous trouvons dans une autre enseigne un paquet de 6 tranches à

2,93 €. Autrement dit, les trois tranches chez Lidl sont presque offertes, puisqu'elles nous coûtent 2 centimes. C'est certes peu, mais pas gratuit.

Notre conseil Cette pratique consiste à inciter à acheter en grande quantité au risque de gaspiller si vous ne pouvez pas tout consommer. Ne succombez pas aux promotions portant sur de gros volumes sans vous poser la question : allez-vous pouvoir tout manger avant que ce soit périmé ?

UNE PAGAILLE BIEN ENTRETENUE EN TÊTE DE GONDOLE

Les promos s'appliquent à des produits bien précis (variété, quantité...). Mais souvent les grandes surfaces créent la confusion en tête de gondole ou en rayon. Elles y regroupent plusieurs références semblables de la même marque, par exemple des lots de compotes de diverses variétés, dont seuls les multifruits sont en promo. Résultat, si vous achetez un lot aux pommes classiques, vous payez plein pot ! Autre cas de figure, une affiche promotionnelle oubliée en rayon : vous pensez faire une bonne affaire, alors que vous payez le produit au prix fort. Et c'est seulement lors du passage en caisse que vous le découvrez.

Notre conseil Avant de vous rendre en magasin, établissez à partir du catalogue une liste des promos dont vous voulez profiter. Et protestez à l'accueil pour vous faire rembourser la différence ou pour réaliser un échange en cas de prix erroné ou de mise en rayon fantaisiste. ■

LA RÉDACTION

Grande distribution

LA BATAILLE DU PAS CHER

Entre rachats, cessions et changements d'image, l'heure est au grand chamboulement dans le secteur du hard discount. Alors que le pouvoir d'achat se contracte, anciens et nouveaux acteurs inventent des stratégies pour séduire les consommateurs.

Proposer au consommateur des produits pas chers, à condition qu'il fasse l'impasse sur leur mise en scène et leur variété, et qu'il se contente de cartons de manutention en guise de rayonnage : telle est la recette du hard discount. Concoctée dans les années 1980, elle n'a pas pris une ride et, hausse des prix oblige, séduit de plus en plus de clients. En 2021, les enseignes historiques du secteur, Aldi et Lidl, ont ainsi connu la plus forte croissance du marché

de la grande distribution et vendent désormais au moins 10 % des produits alimentaires en France, selon Kantar.

« Le retour de l'inflation et les tensions sur le pouvoir d'achat des ménages ont favorisé le hard discount dans toutes ses composantes », note Philippe Moati, cofondateur de l'Observatoire Société & Consommation (ObSoCo). Le développement du secteur tient à un mécanisme relativement simple. « Les innovations qui fonctionnent

Lidl, leader du secteur avec 1 500 magasins en France, monte en gamme ses produits.



dans le commerce sont celles capables de satisfaire les besoins des consommateurs. Mais une fois le marché gagné, ces enseignes se rendent compte que les clients ne sont pas uniquement attentifs aux prix des produits, mais aussi, par exemple, à leur diversité. Par conséquent, elles enrichissent leurs offres et s' "embourgeoisent". » En évoluant vers un créneau moins low cost, « elles laissent alors l'espace pour un nouvel acteur encore moins cher », conclut l'économiste.

LES HISTORIQUES QUI ONT INVENTÉ LE MODÈLE

À la fin des années 1980, arrivent en France les enseignes allemandes Aldi (Groupe Albrecht) et Lidl (Groupe Schwarz), dont le modèle de rentabilité repose sur la minimisation des coûts et une rotation rapide des stocks. « L'idée était de gagner de l'argent avec des marges réduites en engageant le moins de capital possible. Tous les détails sont alors pensés low cost : palettes posées à même le sol, éclairage blafard, personnel réduit, de cinq à dix fois moins de références que dans les chaînes traditionnelles, vendues le moins cher possible sous une marque de distributeur. » Succès immédiat. Les mastodontes sont bientôt suivis par Leader Price (créé par le Groupe Casino) et Ed (Promodès/Carrefour, devenu Dia et aujourd'hui disparu).

LE HARD DISCOUNT S'EMBOURGOISE

En 2020, Aldi, propriétaire de 1300 magasins, rachète au groupe Casino 545 points de vente Leader Price. « Cette acquisition va lui permettre d'occuper davantage le terrain et de combler son déficit d'implantation par rapport à Lidl », assure Philippe Moati. Objectif : devenir leader du discount français, en reposant sur un parti pris. « Le client n'a pas à choisir entre un produit de qualité et un produit abordable, car la qualité n'est pas un luxe mais un prérequis, détaille Aurélie Taude, directrice marketing d'Aldi France. Nous mettons en valeur des produits frais et locaux. » L'enseigne, avec seulement 2,5 % de parts de marché du secteur, vise les 1900 magasins dans les dix prochaines années.

Lidl, quant à lui, domine le secteur avec plus de 1500 magasins en France. L'enseigne s'éloigne du hard discount pur. Il se positionne désormais



LES MDD PRENNENT LEUR REVANCHE

Les grandes enseignes ont un atout majeur :

les marques de distributeur (MDD),

commercialisées sous leur propre nom.

Si Carrefour a innové en 1976 avec ses « produits libres », tous s'y sont mis : Leclerc et sa marque Repère, Auchan et ses produits L'oiseau, Monoprix Gourmet, Terre & saveurs de Casino... Des MDD multiples : on trouve des premiers prix, des « cœurs de gamme » (meilleur rapport qualité-prix), des produits « premium ». « Les enseignes sont doublement gagnantes : elles font plus de marges sur ces produits et gagnent en termes d'image-prix, car ces produits offrent l'opportunité d'acheter des articles de qualité standard à des prix plus compétitifs », affirme Philippe Moati, cofondateur de l'Observatoire Société & Consommation.

LES COURSES EN LIGNE NUISENT AUX MDD

Si certains industriels sont spécialisés dans les MDD, quelques grandes marques nationales en fabriquent. Une façon pour elles de maximiser leur outil de production et de réaliser des économies d'échelle. Selon Philippe Moati, « les consommateurs savent que ces articles, parfois fabriqués dans les mêmes usines que celles des grandes marques, sont de qualité équivalente et vendus moins cher ». Pourtant, ils s'en détournent, comme l'indique le recul de 2,6 % des ventes en valeur de MDD observé en 2021 par le panéliste NielsenIQ. Ces produits ne sont plus perçus comme un deuxième choix, mais ils sont concurrencés par les marques de petites entreprises, désormais très présentes en rayon pour répondre à l'engouement pour le « local ». Et même par les enseignes elles-mêmes : les MDD sont moins visibles par les acheteurs qui commandent en ligne et se font livrer à domicile ou vont chercher leurs courses au drive. « À l'heure où les prix des produits du quotidien augmentent, les MDD pourraient tirer leur épingle du jeu. Même si, en réalité, l'écart de prix entre MDD et marques nationales va se resserrer », note P. Moati.



UN ULTRA DISCOUNT À L'ESSAI

À Normandville, dans l'Eure, Leader Price (groupe Casino) teste un nouveau concept de magasin ultra discount, baptisé

« LP ». De quoi s'agit-il ? En gros, le consommateur doit s'y débrouiller quasi seul.

- **PLUS DE CAISSIÈRES.** Les clients doivent scanner eux-mêmes les produits qu'ils achètent, avec une scanette ou leur smartphone. À la fin de leurs courses, une caisse automatique fait les comptes.
- **DES PRIX SUR LE GROS.** Les 2 000 produits référencés peuvent être achetés à l'unité ou en lot. Avec des rabais à la clé : -5 % sur un carton entier, -10 % sur la palette (!)
- **DES PROMOS.** Si la marque distributeur est omniprésente dans les rayons, « LP » organise aussi de gros rabais sur des produits de marques nationales dès l'entrée du magasin.

comme un acteur classique sur le marché, avec un concurrent revendiqué : Leclerc, première enseigne des « historiques » de la grande distribution, et ses « prix bas ». « Lidl a conservé des aspects essentiels du modèle économique de base, et l'a édulcoré. Le consommateur y trouve toujours 80 % de marques de distributeur, mais aussi des marques nationales incontournables. Pour autant, les gammes restent resserrées », souligne Philippe Moati.

Son coup de génie ? Lidl a été le premier à considérer la qualité des produits à bas prix. Et ça marche ! Les consommateurs plébiscitent notamment son rayon fruits et légumes, approvisionné tous les jours, souvent par des producteurs de proximité. L'enseigne, qui a connu la plus forte croissance de ces dernières années, est parvenue à faire oublier aux consommateurs l'association hard discount-bas de gamme.

L'OFFENSIVE DES GRANDS DE LA DISTRIBUTION

Avec ses 302 magasins, Netto (groupement Les Mousquetaires), séduit les consommateurs depuis 2001 avec plus de 4 000 références

alimentaires (85 % de marques de distributeur fabriquées par ses propres usines), des arrivages quotidiens de produits frais et 1 000 articles à des prix « imbattables ». L'enseigne prévoit de rénover 100 % des supermarchés d'ici à 2023.

Carrefour, lui, mise sur Supéco, l'enseigne discount qu'il a lancée en 2019. Elle propose 4 000 produits, dont 500 à moins de 1 € (barres chocolatées, biscuits, endives...) et mise sur le frais, notamment pour les fruits et légumes, livrés chaque jour et le pain cuit sur place. « Il s'agit pour l'instant d'un embryon avec 20 magasins dans l'Est, en région Paca et un récent lancement en Ile-de-France. Mais Carrefour assume sa volonté de rentrer sur le marché du hard discount. Avec une ambition : développer sa stratégie de commerce de précision pour offrir à chaque consommateur le concept qui lui convient le mieux au sein du groupe », assure Philippe Moati.

LES CHALLENGERS DES PETITS PRIX

Autres acteurs présents sur le marché : les enseignes de soft discount (un cadre de vente plus agréable, des produits mieux présentés et davantage de références que dans le hard discount) et/ou les destockeurs, qui vendent à prix cassés. Parmi eux, Normal, une chaîne danoise présente en région parisienne, à Lille, Lyon et Marseille, avec ses articles de grandes marques à prix réduits. Son slogan : « Produits normaux, prix anormaux ». Outre l'hygiène et la cosmétique, on y trouve des épices, du café et des sauces. Un concurrent direct pour la chaîne néerlandaise Action, présente en France depuis 2012, où elle compte désormais 600 magasins implantés dans des zones périphériques, où les loyers sont moins chers. Son atout marketing ? 1 500 produits dont le prix est inférieur à 1 €. Si l'enseigne vend surtout de la vaisselle, des outils de bricolage et de la déco, la part de l'alimentaire devient significative. La recette gagnante ? La récupération des invendus et des stocks, et l'achat en masse depuis les Pays-Bas pour ses 1 500 magasins européens. Avec de tels volumes, Action peut proposer des grandes marques 30 % moins chères qu'en hypermarchés. ■

FANNY BJAOUI-NAMIAS

55

Offre découverte 6 mois



25€

seulement
au lieu de ~~28,80€~~
Soit 13 % de réduction



Un accès libre au site
www.60millions-mag.com

60
millions
de consommateurs

BULLETIN D'ABONNEMENT OFFRE DÉCOUVERTE

À compléter et à renvoyer sous enveloppe sans l'affranchir à :
60 Millions de consommateurs - Service Abonnements - Libre réponse 55166 - 60647 Chantilly Cedex

OUI, je profite de cette offre Découverte pour recevoir 60 Millions de consommateurs pendant 6 mois (soit 6 numéros mensuels papier et numérique) + l'accès au site Internet pour 25 € au lieu de 28,80 € (prix de vente au numéro) **soit 13 % de réduction**

Je choisis de régler par :

Chèque à l'ordre de 60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS

Carte bancaire n° : _____

Expire fin : _____

Date et signatures obligatoires

Mes coordonnées : Mme M.

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

Offre valable pour la France métropolitaine jusqu'au 31/07/2022. Vous disposez d'un délai de rétractation de 14 jours à réception du 1^{er} numéro. La collecte et le traitement de vos données sont réalisés par notre prestataire de gestion des abonnements Groupe GUT sous la responsabilité de l'Institut national de la consommation (INCC), éditeur de 60 Millions de consommateurs, situé au 18, rue Tiphaine, à Paris 75015 - RCS Paris B 381 856 723, à des fins de gestion de votre commande sur la base de la relation commerciale vous liant. Si vous ne fournissez pas l'ensemble des champs mentionnés ci-dessus (hormis téléphone et e-mail), notre prestataire ne pourra pas traiter votre commande. Vos données seront conservées pendant une durée de 3 ans à partir de votre dernier achat. Vous pouvez exercer vos droits d'accès, de rectification, de limitation, de portabilité, d'opposition, d'effacement de vos données et définir vos directives post-mortem à l'adresse suivante : dpo@inc60.fr. À tout moment, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la CNIL. Vos coordonnées (hormis téléphone et e-mail) pourront être envoyées à des organismes extérieurs (presse et recherche de dons). Si vous ne le souhaitez pas, cochez cette case (Délais de livraison du 1^{er} numéro entre 10 et 30 jours, à réception de votre bulletin d'abonnement.)

+ SIMPLE
+ PRATIQUE
+ RAPIDE



Abonnez-vous en ligne sur
www.60millions-mag.com

Déstockage alimentaire

LE BON FILON DES INVENDUS

Les destockeurs proposent, à prix cassé, des produits de marques nationales à date de péremption proche ou dépassée. Portés par l'inflation, ils gagnent du terrain et donnent une seconde vie à des produits délaissés par les enseignes traditionnelles.

C'est le phénomène dont tout le monde parle : le succès grandissant des destockeurs alimentaires auprès des consommateurs. « En France, ils représentent 3200 supermarchés de 800 à 1200 m², situés à la périphérie des grandes villes », indique Olivier Mevel, maître de conférences à l'Université de Bretagne occidentale et spécialiste de la distribution et de la consommation. Leur objectif :

concurrer de front les grandes et moyennes surfaces (GMS). Et ça marche ! Leur chiffre d'affaires a bondi de 60 % en quelques années, selon le spécialiste. Environ 9 millions de ménages auraient mis les pieds chez un destockeur alimentaire au moins une fois l'année dernière. Il s'agit souvent de familles dont le budget est mis à mal par les augmentations de leurs charges (prix des carburants, du gaz, de l'électricité, des loyers...), ce qui les contraint à se serrer la ceinture sur d'autres postes de dépenses. Et l'alimentaire devient l'une des variables d'ajustement. « Cette période de crise économique jette trois consommateurs sur dix dans une recherche éperdue du prix bas. Pour ces familles très modestes, la part du revenu pour l'alimentaire peut aller jusqu'à 30 % ! », assure Olivier Mevel.

Bon à savoir

BIENTÔT UN CHÈQUE POUR UNE ALIMENTATION SAINNE ?

- Et si le vrai coup de pouce aux ménages les plus modestes consistait en l'attribution d'un « chèque alimentaire durable » ? Compris entre 30 et 60 € par famille, il leur permettrait d'acheter des produits alimentaires frais, bio et issus de circuits courts.
- Proposé par la Convention citoyenne pour le climat et accepté par Emmanuel Macron fin 2020, il se révèle « très compliqué à mettre en œuvre » à en croire le ministre de l'Économie. « L'urgence absolue, c'est de permettre à plus de cinq millions de personnes d'avoir accès à des produits non transformés, souligne Olivier Mevel, comme aux États-Unis, où des foyers à faibles revenus peuvent diversifier leur alimentation grâce à des bons d'achat alimentaires électroniques. En France aussi, apprendre à se nourrir sainement est un enjeu de santé publique. »



DES MARQUES NATIONALES À PRIX ATOMISÉS

Parmi les enseignes les plus connues : Stokomani, Max Plus, Noz et Frais malin, une enseigne sarthoise. Les raisons de ce succès ? Pas de marques de distributeurs (MDD), contrairement au hard discount, mais des produits de marques nationales achetés à des fabricants qui n'ont pas réussi à écouler leurs stocks auprès de la grande distribution. Les raisons du déclassement de ces produits ? La date limite de consommation (DLC) de ces denrées est proche, elles ont des problèmes de packaging (paquet abîmé ou erréur), d'étiquetage, de calibrage ou des codes-



À Nantes, chez Max Plus, on peut remplir son panier avec des marques nationales à petit prix.

barres désactivés. « Les destockeurs ciblent les trois ménages sur dix dont le budget est millimétré et qui achètent souvent de la MDD premier prix. Ces magasins leur proposent un choix de grandes marques et, du même coup, un certain "standing" », explique Olivier Mevel. Ce que confirme Isabelle, 38 ans, mère de deux enfants de 10 et 8 ans : « *Quand je trouve une offre de sept paquets de gâteaux à - 60 % chez un destockeur, je fonce. D'autant que mes garçons sont heureux d'avoir les mêmes goûters que leurs copains à la récré.* » Alors certes, il y a trois ou quatre fois moins de références que dans une grande surface traditionnelle mais, pour ces familles, c'est la garantie d'avoir accès à des aliments de base comme la viande et les laitages, à des prix environ 30 % moins chers que dans les enseignes traditionnelles, rappelle Olivier Mevel.

DATE DÉPASSÉE MAIS ALIMENTS BONS À CONSOMMER

Aucun risque de mettre sa santé en danger si l'on achète des produits secs (biscuits, conserves...) à date de péremption très courte, voire dépassée (cf. encadré p. 34). Quant à la réglementation sur les produits frais, elle est très stricte en France. C'est ce qu'assure le nutritionniste Jacques

Fricker : « Les destockeurs respectent un cahier des charges qui leur interdit de vendre des produits périmés qui seraient impropres à la consommation. Ainsi, votre yaourt daté du jour pourra être conservé au réfrigérateur une semaine car les bactéries qu'il contient vous protègent d'une intoxication éventuelle. » Du reste, les consommateurs ont surmonté leurs a priori sur les dates de durabilité minimale (DDM). Ainsi, Marc, 29 ans, s'approvisionne chez les destockeurs pour les biscuits, le café et le chocolat qui, au-delà de la DDM, peuvent perdre en saveur ou en croustillant mais ne présentent pas de risque. « *Je les mange parfois bien après la date indiquée sur le paquet et je les trouve toujours aussi bons. Hors de question de payer plein pot quand je peux bénéficier de ristournes aussi avantageuses.* »

SAVOIR GÉRER SES STOCKS, C'EST INDISPENSABLE !

Le seul impératif pour les consommateurs adeptes du déstockage est d'apprendre... à gérer leurs stocks en produits secs et frais (lire p. 35). Avec l'obligation d'organiser leurs menus en fonction des aliments dénichés pendant leurs courses. Peu d'anticipation donc et une organisation du garde-manger quasi militaire

pour ces familles qui parcourent parfois jusqu'à 30 ou 40 km pour faire leurs courses à prix cassé. C'est le cas de Julie, 43 ans, qui a trouvé chez Stokomani à Prouvy (Nord) un paquet de Kinder Country à 1,29 € (contre environ 2,50 € en grandes surfaces classiques) ou des briques de 30 cl de soupe aux vermicelles Knorr à 0,99 €, contre 1,50 € dans les circuits traditionnels.

LE BON PLAN POUSSE À LA SURCONSUMMATION

La famille Landelle, elle, a dédié une armoire entière de la cuisine aux produits secs. « *Je suis la référente en chef pour ces produits, sourit Suzanne, 50 ans. Il faut savoir être rigoureuse et méthodique pour ne pas s'y perdre dans les rangées de gâteaux et de pâtes à consommer en priorité. Mais avec trois enfants, les stocks fondent et l'on reprend vite le chemin du supermarché.* » Du tout bénéf ? « *Le panier moyen se situe entre 120 et 140 € par semaine, là où il en aurait coûté 400 € en GMS, constate Olivier Mevel. Pour autant, les destockeurs poussent à la surconsom-*

mation car, à force d'accumuler les bonnes affaires, beaucoup de familles dépassent leur budget de 30 à 60 %. Mais elles continuent de penser qu'elles sont gagnantes. » Des courses en mode chasse au trésor puisque les clients ne savent jamais à l'avance ce qu'ils vont trouver en rayon.

FIDÉLISER LA CLIENTÈLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'autre clé pour ces enseignes souvent méconnues du grand public ? Les réseaux sociaux qui pallient l'absence de budget publicitaire et permettent de tenir au courant leurs abonnés des nouveaux arrivages. Il est courant de voir les mamans à la sortie de l'école se passer les bonnes adresses et les bons plans. La page Facebook de Frais Malin annonce, par exemple, chaque jour les produits qui sont rentrés le matin. À l'instar de ces petits-suisses aux fruits (6 x 60 g) à 0,89 € ou ces saucisses fumées de 400 g à 1,89 €. Chez Noz aussi on chouchoute les « Noz addicts », qui découvrent chaque jour de nouvelles pépites sur le web.

ACTIF DANS LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE

Mais si ces superenseignes se frottent les mains, elles contribuent aussi à un juste combat : la lutte contre le gaspillage alimentaire. En France, chaque année, 10 millions de tonnes de nourriture finissent à la poubelle, soit 150 kg par personne et par an. Un scandale quand on sait qu'en 2020, entre 5 et 7 millions de personnes ont eu recours à l'aide alimentaire selon le dernier rapport annuel du Secours catholique.

Pourtant, la France a été le premier pays au monde à se doter d'une législation aussi forte contre le gaspillage alimentaire via le premier Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire en 2013, la loi Garot en 2016, jusqu'à la loi Egalim en 2018. Un espoir pourtant : depuis le 11 février 2020, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a pris des engagements pour réduire le gaspillage alimentaire de 50 % par rapport à son niveau de 2015 dans les domaines de la distribution alimentaire et de la restauration collective et, d'ici à 2030, de 50 % pour la consommation, la production, la transformation et la restauration commerciale. Selon Olivier Mevel,

(Suite page 36)

Repères

LES DATES LIMITES DÉCRYPTÉES

■ **DATE LIMITE DE CONSOMMATION (DLC).** « À consommer jusqu'au... »

est une limite impérative qui doit obligatoirement figurer sur les aliments périssables car ils peuvent, après la date, présenter un risque pour la santé (intoxication, listériose, salmonellose). Sont concernés la viande fraîche, les poissons, la charcuterie, les desserts frais ou les plats cuisinés.

■ **DATE DE DURABILITÉ MINIMALE (DDM).** « À consommer de préférence avant le/fin... ». Pour ces produits, pas de caractère impératif. Une fois la date passée, l'aliment peut perdre certaines qualités, mais il ne présentera pas de danger pour votre santé. Vous pouvez donc encore les consommer. C'est le cas des biscuits, du chocolat, du café ou des conserves.

■ **PRODUITS SANS DATE LIMITE.** Les fruits et légumes frais, les boissons alcoolisées, le sucre et le sel sont exempts de DLC ou de DDM.



UNE NOUVELLE VIE POUR VOS FONDS DE PLACARD

Jusqu'à quand sont consommables les produits non ouverts dont la date limite inscrite sur l'emballage est dépassée ? Pour faire le tri, vous pouvez suivre les conseils du nutritionniste Jacques Fricker*.



CONSERVES DE POISSON ET RAVIOLIS

Durée de conservation 3 ans. Pour des conserves d'origine animale mieux vaut ne pas dépasser de 2 mois la date de péremption.

Risque Présence

de bactéries.

CONSERVES DE LÉGUMES

Durée de conservation Plusieurs années.

Risque Altération de la texture et du goût.



CHOCOLAT

Durée de conservation 2 ans à 18 °C et jamais au réfrigérateur.

Risque Oxydation avec apparition d'une pellicule blanche. Perte des vertus protectrices des polyphénols.

CÉRÉALES ET FLOCONS D'AVOINE

Durée de conservation Environ 1 an.

Risque Ramollissement et présence de charançons.



BONBONS

Durée de conservation 1 an.

Risque Aucun.

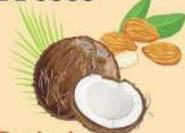
RIZ ET PÂTES

Durée de conservation 1 an au moins.

Risque Aucun.



POUDRE D'AMANDE ET DE COCO



Durée de conservation Pas plus de 1 mois après la date limite.

Risque Développement de bactéries.

FARINE

Durée de conservation De 8 mois à 1 an au sec.

Risque Présence de charançons et de mites alimentaires.



MIEL ET SUCRE



Durée de conservation Sans limite.

Risque Aucun.

CAFÉ EN GRAINS TORRÉFIÉ

Durée de conservation 3 mois.

Risque Saveur altérée.



À JETER TRÈS VITE

- **La sauce tomate** ouverte il y a 3 jours et plus.
- **La viande, le jambon ou les saucisses fraîches** plus de 48 heures après la date limite de consommation.
- **Un gros pot de yaourt** ouvert depuis plus de 3 jours.
- **Les œufs** qui remontent à la surface quand ils sont plongés dans l'eau.

*Auteur avec Patrick Assyag de Prenez votre cœur à cœur (éd. Odile Jacob, 2021)



« les destockeurs produisent une externalité positive à l'économie, c'est-à-dire une activité louable qui fait du bien à toute la société. En allant au bout de la chaîne, ils mettent en valeur ces produits en fin de vie. »

LA REVANCHE DES PRODUITS HORS NORMES

Ce militantisme est porté en bandoulière par la marque « Les Gueules cassées » qui propose des fruits, des légumes, de la viande et des produits d'épicerie à prix attractifs. On les trouve chez les distributeurs Carrefour, Casino, Franprix, Intermarché, Leclerc, Marché U et Monoprix. Ils sont facilement reconnaissables à leurs défauts et le slogan qui accompagne la petite pomme collée sur les produits cabossés « quoi, ma gueule ? ».

Repères

C'est le pourcentage de consommateurs qui se disent prêts à acheter des produits à « date courte » dans les rayons de leur supermarché, selon un sondage réalisé pour l'application Phenix par l'institut Yougov à l'occasion de la Journée nationale contre le gaspillage alimentaire, fin 2021. D'ailleurs, 1 sur 3 assure en acheter chaque fois qu'il fait des courses et 87 % régulièrement.



L'engagement va encore plus loin pour Nous Anti-gaspi. Depuis 2018, cette enseigne commercialise les produits refusés par la grande distribution, vendus entre 20 et 25 % moins cher en raison d'un défaut d'emballage, de calibre ou un délai de consommation court. Les arrivages sont aléatoires, mais chaque épicerie propose une offre complète : fruits et légumes locaux, viande, crèmerie, boissons.

AFFICHER DES PRIX BRADÉS SANS SACRIFIER LA QUALITÉ

« Nous avons voulu donner une seconde chance à ces produits en créant un réseau dédié, assure Charles Lottmann, le cofondateur. Nous savions qu'un ou deux magasins ne suffiraient pas à racheter tous les invendus des industriels et maraîchers français. Nous avons désormais 20 magasins en France et nous travaillons avec près de 300 fournisseurs. Notre objectif ? 50 magasins d'ici à 2024. »

Le trentenaire, qui revendique 60 tonnes de produits invendus valorisés chaque mois, entend fédérer un éventail très large des consommateurs autour de la réduction du gaspillage. « Nos clients sont dans une démarche d'achat assez ouverte et sont heureux de faire leurs courses pour moins cher sans sacrifier la qualité. » À l'instar de ces entrecôtes et faux-filets vendus sous vide à 14 €/kilo au lieu de 18 € en GMS.

LES ARTICLES DÉCLASSÉS ONT EUX AUSSI LEUR MDD

L'enseigne a aussi lancé, il y a un an, la première marque de distributeur dédiée aux produits hors normes, parmi lesquels le miel, le café et le vin. L'ambition ? Sauver du gaspillage des produits qui sont mis de côté avant même d'être emballés. « Nous souhaitons définir un nouveau modèle de production et de distribution sur des cahiers des charges plus souples. Cela permettra aux producteurs et industriels de n'avoir jamais d'inventu sur les produits à marque Nous Anti-gaspi. Nous éliminons ainsi le gaspillage de l'amont de la chaîne. Chaque fois que vous achetez un produit de la marque Nous Anti-gaspi, 1 % de son prix est collecté et redistribué sous forme de don à des associations et à des projets à impact positif. » ■

FANNY BJAOUI-NAMIAS

Applis antigaspi

MANGER POUR PRESQUE RIEN

La lutte contre le gaspillage alimentaire est une aubaine pour qui veut alléger son budget. Des applis permettent d'acheter à moindre prix des aliments défraîchis mais tout à fait consommables. Ou même de réenchanter sa façon de cuisiner.

Faire drastiquement baisser votre budget alimentation tout en participant à la lutte contre le gaspillage alimentaire, c'est désormais possible ! Si cette démarche à double visée commence par une meilleure gestion de vos denrées à la maison (*lire p. 94*), vous pouvez aller encore plus loin. Certaines applications pour smartphone ont en effet l'ambition de donner une chance

d'être mangés à des produits consommables qui ne peuvent plus être vendus car trop proches de leur date de péremption ou un peu fanés. D'autres vous aident à optimiser vos stocks. Leur objectif ? Vous faire découvrir des astuces culinaires pour accommoder restes ou épluchures. Ou vous faire participer au sauvetage d'invendus qui auraient pu finir à la poubelle.

L'appli Too Good To Go permet, par exemple, d'acheter des paniers à un tiers de leur valeur.



DES RECETTES ÉCONOMES ET GOURMANDES

Sur ce créneau, plusieurs types d'applications coexistent. D'un côté, il y a les chantres du recyclage comme **Save Eat** ou **Frigo Magic**. Leur credo : vous faire (re)découvrir les bonnes pratiques en cuisine. Pour moins jeter, il n'y a pas de secret, il faut apprendre à connaître les « vraies » dates de péremption – un yaourt nature ou un œuf peut se consommer encore trois semaines après sa date limite (*lire p. 34*). « Il faut aussi disposer de recettes pour découvrir comment cuisiner les restes et les parties habituellement non utilisées (les « parures »), expliquent Dorothee Bessière et Isaure Tsassis, fondatrices de Save Eat. Par exemple, transformer les épluchures de légumes en délicieuses chips, préparer un pesto de fanes de radis, une quiche de pain rassis ou des muffins de peau de bananes. »

Quant à l'idée de l'appli Frigo Magic, elle est née un soir où le sommelier Christophe Boisselier, invité chez des amis, a improvisé un repas avec les restes du réfrigérateur et des placards. « Nous répondons à la question : comment cuisiner bon et bien avec des denrées du quotidien, détaille Sébastien Burel, président cofondateur de Frigo Magic. Aujourd'hui, notre appli propose, à partir de 500 ingrédients, plus de 21 millions de

combinaisons à découvrir via notre générateur de recettes ! » Résultat : vous mangez plus sain et pour moins cher, tout en contribuant à améliorer votre empreinte carbone ! À signaler également sur le terrain des recettes faciles et bon marché, le site – et compte Twitter @1repas1euro – de Marina Sba, **1repas1euro.com**. L'étudiante en diététique et nutrition les a lancés pendant le premier confinement et a très rapidement rencontré le succès. Simples et gourmands, ses menus à 1 € redonnent un coup de peps aux repas des économes.

DES INVENUDS À TOUT PETIT PRIX

Nous avons tous en tête les images de tonnes de fruits et de légumes défraîchis détruits, et de produits invendus des grandes surfaces, aspergés de javel par les distributeurs. Un énorme gâchis ! C'est ce qui a conduit le Parlement à adopter, en 2016, la loi Garot, qui interdit aux distributeurs de rendre impropres à la consommation des invendus encore consommables. Elle a aussi obligé les magasins alimentaires de plus de 400 m² à nouer des conventions de don avec des associations pour la reprise de ces produits mis au rebut. En 2019, la loi a été étendue à l'ensemble de la restauration collective et à l'industrie agroalimentaire. Des évolutions réglementaires qui ont favorisé l'émergence et le développement des applications antigaspi.

Parmi les plus utilisées, figurent **Phenix** et **Too Good To Go**. Elles vous permettent de profiter des invendus des commerçants avec des remises de prix de 30 % à 70 %. « En pratique, c'est simplissime, commentent Stéphanie Moy et Luisa Ravoyard, chez Too Good To Go. Il vous suffit de télécharger l'appli et de vous géolocaliser. Les offres des professionnels situés autour de vous s'affichent. Vous cliquez pour réserver et payez un panier surprise préparé par la grande surface, le commerçant (boulangers, maraîchers...) ou le restaurateur de votre quartier, au tiers du prix initial en moyenne. » Ensuite, vous n'avez plus qu'à vous présenter avec votre téléphone, au lieu et à l'heure convenu pour récupérer vos emplettes. « Un panier vendu 5 € en vaut en réalité 12 €, estime Jean Moreau cofondateur de Phenix, soit un gain de pouvoir d'achat de plus de 50 % qui,

Repères

UN GASPILLAGE MONSTRE TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE

■ Producteurs, industriels de l'agroalimentaire, restaurateurs, commerces de bouche, particuliers...

à tous les niveaux, des aliments partent à la poubelle alors qu'ils pourraient être consommés. 10 millions de tonnes et 16 milliards d'euros de nourriture sont jetés chaque année en France, selon l'Agence pour la transition écologique (Ademe).

- 32 % en phase de production ;
- 21 % en phase de transformation ;
- 14 % en phase de distribution ;
- 33 % en phase de consommation.



cumulé sur l'année, peut représenter jusqu'à plus de 3000 € d'économies par an. » Ainsi, «60» a acheté à une grande surface un panier à 5,99 €. À l'intérieur : 4 yaourts, une salade en sachet, un pack de 4 côtes de porc, 6 merguez, des harengs fumés, une mozzarella truffée et un litre de lait frais. Soit l'équivalent d'environ 18 € de produits ! Le système nécessite toutefois un peu d'organisation. D'abord chaque commerçant ne propose qu'un nombre limité de paniers. Il faut donc se positionner rapidement dès qu'une offre est mise en ligne. Ensuite, le contenu de votre panier reste une surprise : viande, plats préparés, fruits, légumes, laitages, pains, sandwiches, viennoiseries... Une offre qui ne sera pas toujours adaptée à vos goûts ou besoins spécifiques (sans porc, sans gluten...). Il vous faudra souvent un peu d'imagination pour cuisiner les denrées achetées, ou les congeler si vous ne pouvez tout consommer rapidement.

DES DONS POUR ÉVITER DE JETER À LA BENNE

Reposant un peu sur le même principe, l'appli **Geev** (dérivé de « give », qui signifie donner en anglais) va encore plus loin avec un modèle basé sur la gratuité. La plateforme, connue pour le don d'objets (mobilier, vêtements, livres...), s'est ouverte depuis trois ans déjà aux dons alimentaires de particuliers ou de professionnels. « Cela représente près de 10 % des 7 millions de dons enregistrés en 2021, signale son cofondateur, Hakim Baka. Il s'agissait d'une demande de nos utilisateurs. » L'idée ? Pour vider réfrigérateur et placards avant un départ en vacances, un déménagement ou en cas de trop-plein, et même pour écouler une surproduction d'un potager, plutôt que jeter toutes ces denrées, leurs propriétaires publient une annonce sur l'application pour en faire profiter d'autres personnes de leur voisinage. En pratique, pour récolter ces dons, il vous suffit de télécharger l'application puis de sélectionner l'annonce qui vous intéresse et de convenir d'un rendez-vous avec le généreux donneur afin de récupérer lait pour bébé, yaourts, légumes... Un geste antigaspi altruiste auquel vous pouvez aussi participer en devenant « geever ». Une simple inscription suffit. ■

LAURENCE OLLIVIER



VIVE LA SOLIDARITÉ ALIMENTAIRE !

Grâce à l'appli HopHopFood, des invendus donnés par des commerçants parviennent à une population dans le besoin.

En 2021, l'association à but non lucratif **HopHopFood** a servi de passerelle entre commerçants et personnes en situation de précarité pour offrir deux millions de repas ! Car l'application qu'elle a mise en place permet à ses utilisateurs de récupérer des paniers de marchandises sans avoir un euro à déboursier. « Les produits, d'une valeur de 25 à 30 €, sont offerts principalement par des commerces alimentaires de proximité (500 à ce jour), désireux de se séparer de leurs invendus, témoigne son cofondateur et président bénévole, Michel Montagu. Mais, ici, au lieu de les vendre, ils les donnent à des personnes qui en ont vraiment besoin. Les professionnels y gagnent car ils bénéficient d'une réduction d'impôt supérieure à celle qu'ils obtiennent en vendant à prix cassés. »

DES GARDE-FOUS POUR TOUCHER LES BONS DESTINATAIRES

Pour s'assurer que ces paniers sont bien distribués aux plus précaires, les codes d'accès à l'appli sont délivrés par les assistants sociaux des Crous et des villes où l'appli est présente (Bordeaux, Lille, Marseille, Paris...). Le nombre de paniers est limité pour permettre au maximum de personnes d'en profiter. Le plafond est fixé à sept par semaine et pas plus d'un panier tous les deux jours auprès du même commerce. De plus, un seul compte peut être ouvert par téléphone. Bon à savoir : une variante « dons de nourriture entre particuliers » existe également sur l'appli. Renseignements sur hophopfood.org.

Achats en ligne

Comparer les drives, ça vaut le coût ?

Assurances, banques, forfaits télécoms... les comparateurs en ligne couvrent presque tous les domaines de consommation. Mais sont-ils pertinents pour commander vos courses et aller les chercher au drive des grandes surfaces alentour ?

Faire ses courses sur son ordinateur ou son smartphone, puis aller les récupérer dans un magasin ou un entrepôt près de chez soi ou de son travail : c'est le principe du drive (de l'anglais drive-through, service au volant). Un système adopté par de nombreux consommateurs, qui s'y rendent en voiture et, désormais, à pied avec le développement des drives piétons. « Sur l'ensemble de 2021, la progression est de 7 % », affirme Jean-Philippe Gallet, expert distribution

et grande consommation aux éditions Dauvers, spécialisées dans la grande distribution. L'engouement pour ces courses sans contrainte n'est pas près de se tarir avec des points de retrait qui se multiplient comme des petits pains : au 1^{er} janvier dernier, l'Hexagone comptait 6229 points de retrait en drive selon le spécialiste, soit 16,5 % de plus qu'en mars 2021.

Principal avantage : l'économie de temps, puisque le consommateur navigue à son rythme dans les rayons virtuels de l'enseigne pour remplir son panier. Il lui suffit ensuite de payer en ligne, de choisir un créneau horaire et de récupérer les marchandises au point de retrait choisi. Autre atout : contrairement aux services de livraison à domicile, souvent payants (ou gratuits à condition de dépenser un montant minimum), le drive ne génère pas de surcoût sur le ticket de caisse. « Traditionnellement, la France est un pays de "service compris", les consommateurs ne veulent pas payer pour un service comme la livraison », remarque Jean-Philippe Gallet.

Bon à savoir

QUE VAUT LE COMPAREUR DE LECLERC ?

- Sur [Quiestlemoinscher.leclerc](https://www.ouestfrance.fr), le géant de la distribution se prête, lui aussi, au jeu de la comparaison, essentiellement sur des prix relevés en magasin, plus rarement sur des drives.
- L'enseigne sort souvent gagnante, ce qui s'explique par les critères retenus. Leclerc ne compare en effet que les prix de produits de marques nationales. Ce qui ne reflète pas la réalité des chariots des Français. Ainsi, les fruits et légumes ne font pas partie des produits comparés. Tout comme les marques propres des distributeurs.
- Par ailleurs, les prix relevés le sont hors promotions. Ce qui doit conduire à l'utiliser en ayant à l'esprit que celui qui est le moins cher... ne l'est pas forcément.



EN LICE : LE BON DRIVE VERSUS QUE CHOISIR

Il y a quelques années encore, on trouvait sur Internet une dizaine de comparateurs de drives. Aujourd'hui, l'offre s'est réduite à peau de chagrin. Il n'en reste plus que deux encore en activité : celui de l'UFC-Que Choisir (<https://bit.ly/3nAFHek>) et [lebondrive.fr](https://www.lebondrive.fr). Le premier ne souffre d'aucun manque d'objectivité. L'association de consom-



Le système de drive s'est généralisé dans la grande distribution, comme ici chez E.Leclerc à Toulouse.

mateurs détaille clairement la méthodologie employée et ne perçoit aucune rémunération des professionnels du secteur. Quant au site lebondrive.fr, il clame son indépendance vis-à-vis des grandes marques de la distribution, tout en précisant... qu'il peut recevoir une commission lorsque le visiteur est redirigé vers une enseigne ! Le site assure toutefois que « *cela n'influe pas son positionnement dans le comparateur* ».

DES PANIERS INDICATIFS OU PERSONNALISÉS

Le comparateur de Que Choisir localise les drives autour de chez vous et évalue le coût d'un panier moyen pour une personne célibataire, un couple ou une famille. Ce système ne permet pas de comparer dans le détail les prix des produits de votre propre panier, mais de vous faire rapidement une idée sur les écarts constatés entre les différentes enseignes. Lebondrive.fr, lui, donne la possibilité de personnaliser l'exercice. Après avoir indiqué une zone géographique, vous choisissez votre magasin principal et vous commencez à faire vos courses. Au fur et à mesure que votre panier se remplit, s'affiche le montant calculé pour le même panier ou son équivalent dans les autres enseignes pratiquant le drive dans la même zone géographique.

«60» s'est livré au jeu de la comparaison sur le site, avec un panier d'une centaine d'euros, composé de produits de marques nationales, dans des drives situés à Versailles (78)

et ses alentours (Auchan, Carrefour, Casino, Intermarché, Leclerc et Super U). Verdict ? Dans les deux magasins situés au plus près de l'adresse indiquée, la différence de prix est tout de même de 22,63 € (101,96 € chez UDrive contre 124,59 € à Carrefour Drive) ! Soit presque 100 € économisés chaque mois si les mêmes achats sont renouvelés chaque semaine. Nous aurions pu faire mieux encore en nous rendant au supermarché le moins cher (panier à 99,81 € chez CoraDrive). Mais ce dernier étant situé à 11,5 km de notre adresse, le déplacement ne valait pas le « coût » compte tenu de l'augmentation du prix du carburant.

L'ACTUALISATION DES PRIX EST TROP ALÉATOIRE

Attention toutefois aux écarts de tarifs constatés entre lebondrive.fr et les sites des enseignes. La raison ? L'irrégularité des mises à jour. Le relevé des prix du comparateur affichait plusieurs jours, voire plusieurs mois de retard. L'UFC-Que choisir indique relever les prix une fois par mois. Ainsi, si ces comparateurs permettent de faire un premier tri pour identifier les enseignes qui pratiquent les prix les plus intéressants, la méthode la plus efficace pour faire des économies consiste à comparer soi-même les prix sur les sites des différentes enseignes de la grande distribution. Même si l'exercice est particulièrement chronophage. ■

FABRICE BROCHAIN

PETITS PRIX OU GRANDES MARQUES ?

Lorsque notre porte-monnaie guide nos courses, nous sommes tentés par les petits prix de la grande distribution et moins par les marques nationales, souvent plus coûteuses. Le choix est-il pertinent d'un point de vue nutritif ? C'est ce que nous avons cherché à savoir en analysant les produits préférés des familles. Les gagnants ne sont pas toujours ceux que l'on croit.





Produits plaisir

LES MEILLEURS DE NOS ESSAIS

Comment faire rimer plaisir, santé et petit budget ? Au rayon gourmandise, la chose semble compliquée. Pour vous y aider, nous avons réuni certains des essais réalisés récemment par «60». Objectif : construire les paniers au meilleur rapport qualité-prix.

De même qu'une croix sur une carte n'indique pas un trésor, le prix élevé d'un produit ne pointe pas systématiquement un produit de meilleure qualité. Certains petits prix cachent des pépites. Notre magazine a publié plusieurs essais sur des aliments plaisir, dont nous avons sélectionné les plus récents, pour juger des meilleurs rapports qualité-prix en matière de desserts lactés, chocolats en poudre, miels, champagnes...

Dans toutes les catégories, le gagnant est une marque nationale (Bonne Maman, Nestlé, etc.), ex aequo avec Auchan pour les céréales. Exception notable : les champagnes, catégorie dominée par deux marques de distributeur (MDD) : Carrefour et Lidl. Dans les autres groupes, une MDD arrive systématiquement en deuxième (burgers, céréales, miels) ou troisième position (desserts lactés, chocolats). Avec une bonne décote tarifaire. Nous l'avons calculée pour un panier regroupant tous les produits sauf le champagne. Le panier des lauréats (marques nationales, moyenne 15,25/20), est 30 % plus cher que le panier des MDD les mieux notées (moyenne 14/20).

CARREFOUR ET LIDL, UNE BONNE PIOCHE

Bien sûr, le panachage des marques est de rigueur lorsqu'on fait ses courses : on s'approvisionne rarement dans quatre enseignes différentes, surtout à une période où le carburant coûte très cher. Dès lors, comment les grandes enseignes se classent-elles dans nos essais ? Si l'on regarde les notes

obtenues par leurs céréales, mousses au chocolat, miels et champagnes, Carrefour présente les produits les mieux notés (moyenne : 13,6/20), suivi de Lidl (13,25/20), d'Auchan (12,8/20), d'Intermarché (11,3/20) et enfin de Leclerc (10,5/20). Nous n'avons pas assez de produits Casino, Cora, Monoprix, et U pour les inclure dans cette compétition. Et cette comparaison ne vaut, bien sûr, que pour ces gammes de produits.

LE BIO BIEN PLACÉ DANS LES CLASSEMENTS

Et le bio dans tout ça ? Les produits estampillés AB figurent souvent parmi les premiers de la classe. C'est particulièrement vrai pour les champagnes (Charles de Courance de Carrefour) et les crèmes à la vanille, avec une référence de distributeur à petit prix (Auchan bio), bien moins chère que la marque nationale Les deux Vaches. Idem pour les mousses au chocolat où Carrefour Bio arrive juste après Bonne Maman et La fermière, grâce à sa recette à la crème et aux œufs, qui se rapproche le plus d'une mousse faite maison. Même constat pour les céréales au chocolat, où les deux seuls produits bio de notre sélection trustent les premières places du podium (Chocapic Bio et Auchan muesli bio). La leçon à en tirer ? Se faire plaisir avec des produits bio à petit prix, c'est possible ! Surtout en misant sur les marques de distributeurs : comme celui des produits conventionnels, vous les paierez environ un tiers moins cher ! ■

LA RÉDACTION

ISTOCK

JE VEUX UN PANIER BIO



- Champagne Charles de Courance bio, Carrefour
- Pain pour burger Casino Bio
- Mousse au chocolat Carrefour bio
- Crème dessert à la vanille Auchan bio
- Muesli quinoa chocolate Auchan
- Miel Naturalia bio
- Jolivia poudre de cacao bio brut

AVANTAGES Le rapport qualité/prix de ces produits bio de marques de distributeur est imbattable. Sauf le miel Naturalia (enseigne appartenant au groupe Casino), en tête des miels bio, mais dont l'analyse révèle une composition moins parfaite que celle de la plupart des miels conventionnels.

INCONVENIENTS Qui dit bio ne dit pas nutritionnellement irréprochable. Les compositions des produits plaisir transformés sont parfois trop complexes (crème vanille Auchan), trop riches en sel (pain pour burger) ou en sucres (mousse au chocolat). Quant au miel, n'espérez pas trouver de miel bio français dans cette sélection, l'ensemble des pots affichant une origine étrangère (Italie pour Naturalia) ou un assemblage de miels de pays plus ou moins lointains.

JE VEUX DES PETITS PRIX



- Champagne Paul Menand, Cœur de cuvée Lidl
- Pain pour burger Jacquet Classic
- Mousse au chocolat Carrefour bio
- Crème dessert à la vanille Auchan bio
- Céréales Choco Ballz Carrefour Kids
- Miel Maribel Lidl
- Cora poudre cacaotée

AVANTAGES Un panier de qualité environ 30 % moins cher que celui des lauréats et qui regroupe des produits arrivés, au pire, 4^e du classement sur 12 (Choco Ballz Carrefour Kids). Il contient également le second de la catégorie champagne, très apprécié des dégustateurs. La différence de prix est très nette sur le chocolat en poudre.

INCONVENIENTS Un panier qui, comparé à celui des lauréats, pêche par des taux de sucre et/ou de sel un peu plus importants (mousse au chocolat, chocolat en poudre), une moins bonne note au niveau additifs pour le pain burger et un peu plus d'ingrédient dans la crème vanille.



Céréales au chocolat

Un excès de sucres qui pose problème

Au petit déjeuner, les céréales au chocolat ont retrouvé une place de choix. Mais apportent-elles vraiment de l'énergie et des nutriments intéressants ?

Les ventes de céréales au chocolat sont reparties à la hausse depuis le début de la crise sanitaire. Pétales, riz soufflé, muesli... En rayon, le choix est vaste entre les incontournables des marques nationales et leurs challengers commercialisés sous les marques de distributeur. Les fabricants ont répondu à la demande des clients d'améliorer la composition de ces produits.

Résultat de ces changements bienvenus : les recettes bio, moins sucrées ou plus riches en cacao, fleurissent. Mais la qualité nutritionnelle n'est pas toujours au rendez-vous. D'autant que si la plupart des emballages recommandent une portion de 30 g, dans les faits, les consommateurs sondés par «60» en mangent plutôt 50 g pour un adulte. Nos calculs ont donc été établis sur cette portion, en ajoutant les 125 ml de lait qui vont constituer le bol du petit déjeuner.

POUR LE NOMBRE D'ADDITIFS, LE GRAND ÉCART

Les recettes peuvent inclure divers additifs : émulsifiants (lécithines, mono- et diglycérides d'acides gras, etc.), antioxydants (acide citrique, tocophérol...), colorants et carbonate de calcium pour conserver le produit sec. Parmi les produits étudiés, les disparités sont importantes : on dénombre six additifs pour les Trésor Chocolat au lait de Kellogg's ; cinq pour les Lion Wild de Nestlé et, à l'opposé, aucun dans les Chocapic de Nestlé et les Choco Ballz de Carrefour Kids.

Côté matières grasses, dans toutes les références, le taux ne dépasse pas 9,5 g (Cruesli Chocolat noir de Quaker) par portion (50 g) et tombe même à 0,9 g pour Nesquik de Nestlé – auquel il faudra ajouter les matières grasses du lait. Les céréales au chocolat sont même légèrement moins grasses que les versions « nature ».

✓ 12 céréales au chocolat

- +++ Très bon 20 à 17
- ++ Bon 16,5 à 13
- + Acceptable 12,5 à 10
- Insuffisant 9,5 à 7
- Très insuffisant 6,5 à 0

Les pourcentages entre parenthèses expriment le poids de chaque critère dans la notation finale.



Nestlé
Chocapic



Auchan
Muesli
Quinoa
chocolate



Kellogg's
Coco pops

• Label ou allégation	Bio	Bio	Source de vitamines
• Conditionnement	375 g	500 g	350 g
• Prix au kg	8,90 €	7,40 €	7,50 €
NUTRI-SCORE	B	C	B
Nutrition (75 %)	+	++	+
• Matières grasses	+++	++	+++
• Fibres	+++	+++	+
• Sucres	--	-	-
• Protéines	++	++	+
• Sel	+++	+++	++
Additifs (25 %)	+++	++	+++
NOTE GLOBALE (100 %)	14,5/20	14,5/20	14/20

Ces céréales contiennent deux catégories de glucides : les molécules complexes comme l'amidon, principal constituant des céréales, et les sucres (saccharose, fructose, sirop de glucose-fructose...) que les fabricants ajoutent souvent en trop grandes quantités. Une portion représente ainsi en moyenne 12,2 g de sucres, soit un quart des apports journaliers recommandés (50 g). Cet excès pose problème, d'autant que ces produits s'adressent surtout aux enfants. La palme revient à Chabrior (Intermarché), avec 17,2 g/50 g. Attention aussi aux mueslis et à leurs pépites agglomérées avec du sucre ou du miel. Exemple avec les Country Crisp Jordans : 10,4 g/50 g, une véritable « bombe » à sucres.



PEU D'AJOUTS DE SEL, UNE BONNE SOURCE DE FIBRES

Pas systématique, l'emploi de sel dans les céréales sert aux fabricants à en rehausser le goût. Il n'y est pas beaucoup ajouté aux céréales au

chocolat, où il plafonne à 0,48 g/50 g dans les Trésor Chocolat au lait de Kellogg's. Et plusieurs produits constituent un bon apport en fibres, avec, par exemple, 10 g/100 g pour le Cruesli de Quaker et 7,9 g pour les Chocapic bio de Nestlé. ■

LA RÉDACTION

								
Carrefour Kids Choco Ballz	Jordans Country Crisp Pépites croustillantes et chocolat noir	Nestlé Nesquik	Quaker Cruesli Chocolat noir	Chabrior (Intermarché) Crica choc Chocolat noisettes	U Céréales chocolatées fourrées au lait	Bio village (Marque Repère E.Leclerc) Céréales fourrées tout chocolat	Nestlé Lion Wild	Kellogg's Trésor Chocolat au lait
	Source naturelle de magnésium et de fibres	Participe aux fonctions intellectuelles	Riche en fibres	Riche en 7 vitamines	Source de fibres	Bio	Source de fibres	Source de vitamines
375 g	550 g	450 g	450 g	400 g	375 g	375 g	400 g	375 g
4,50 €	5,10 €	5,30 €	5,60 €	4 €	5,80 €	7,40 €	7,50 €	7 €
C	C	B	C	C	D	D	C	D
+	++	+	++	+	-	-	-	-
+++	+	+++	+	++	+	+	++	++
+++	+++	+++	+++	+++	+	+	++	+
--	--	--	-	--	--	--	--	--
+	++	+	+	+	+	+	+	+
++	+++	++	++	++	++	++	+	+
+++	++	++	-	++	+	++	--	--
14/20	13/20	12,5/20	12/20	12/20	10/20	9/20	7/20	6,5/20

Chocolats en poudre

Pas tous des amis du p'tit déj'

Choisir un de ces incontournables des petits déjeuners impose de bien décrypter les étiquettes pour trouver les références les plus vertueuses. Si ces poudres chocolatées sont pauvres en matières grasses, elles restent souvent plus sucrées que cacaotées.

Sans surprise, le duo de tête de notre classement est occupé par des poudres de cacao pur, sans sucres ajoutés. Jolivia et Van Houten sont en effet composés de 100 % de cacao. Et rien d'autre ! Pour le reste, malgré les engagements de certaines marques, comme Nestlé et sa recette allégée, les teneurs en sucres restent importantes. Un bol de lait chocolaté de 200 ml apporte en moyenne 20 g de sucres, surtout du saccharose et du fructose... Soit 40 % des apports journaliers recommandés (50 g). Précisons que cette teneur inclut les sucres naturellement présents dans le lait, à hauteur de 9,6 g par bol. Cora, Nestlé, Nature bio et Carrefour bio dépassent les 23 g par bol : ces produits n'ont ainsi rien à envier à certains jus de fruits et sodas industriels.

PAS D'ADDITIFS, À QUELQUES EXCEPTIONS PRÈS

Les poudres de chocolat que nous avons analysées ont le mérite d'être, dans leur grande majorité, exemptes, ou presque, d'additifs. Cinq références n'en contiennent pas du tout : Banania, Carrefour Bio, Ivoria, Jolivia, Nature Bio, et Poulain. Seules deux marques ont été pénalisées. La première, Ovomaltine, en raison d'une composition intégrant deux additifs : du carbonate de magnésium et du phosphate de calcium. La seconde, Canderel, à cause de la présence de trois édulcorants de synthèse. Mais le bon point de ces produits réside dans leur taux de matières grasses : ils sont très peu gras, la

11 chocolats en poudre

- +++ Très bon 20 à 17
- ++ Bon 16,5 à 13
- + Acceptable 12,5 à 10
- Insuffisant 9,5 à 7
- Très insuffisant 6,5 à 0

Les pourcentages entre parenthèses expriment le poids de chaque critère dans la notation finale.

			
• Label ou allégation	Bio	Bio	Bio Fairtrade
• Conditionnement	350 g	125 g	500 g
• Prix au kg	19,20 €	19,60 €	6,40 €
NUTRI-SCORE	A	A	B
Nutrition (75 %)	++	++	+
• Matières grasses	++	++	++
• Fibres	+++	+++	+
• Sucres	-	-	--
• Protéines	+++	+++	+++
• Sel	+++	+++	+++
Additifs (25 %)	+++	++	+++
NOTE GLOBALE (100 %)	16,5/20	14,5/20	14/20



quasi-totalité des matières grasses provenant du lait ajouté pour les diluer. Pour limiter leur apport, l'utilisation d'un lait demi-écrémé (voire écrémé) est ainsi préférable à un lait entier.

PROTÉINES DE BONNE QUALITÉ ET SEL EN SOURDINE

Protéines et sel viennent très majoritairement du lait. Rien à redire. Aucun de ces chocolats en poudre ne pose de problème concernant la teneur en sel. Côté fibres, issues du cacao, les quantités sont très variables selon les poudres. Logiquement, les produits les plus riches en cacao sont à favoriser, avec plus 3 g de fibres par bol (Jolivia et Van Houten). Dommage que plusieurs références n'indiquent pas cette teneur sur l'emballage. Il ne nous a pas été possible de les analyser. ■

LA RÉDACTION

							
Carrefour bio Préparation pour boisson	Banania Original	Poulain Grand arôme 32 % cacao	Nature bio Chocolat en poudre	Cora Poudre cacaoitée	Nestlé Nesquik	Canderel Cankao sans aspartame	Ovomaltine Ovo maltine Cereal Energy
Bio Fairtrade	Riche en fibres Source de protéines et de phosphore	-	Bio	-	Rain Forest Alliance	-	UTZ Certified
500 g	400 g	250 g	450 g	450 g	250 g	250 g	400 g
6 €	4,80 €	4,70 €	6,80 €	3,90 €	5,40 €	13,40 €	8,30 €
B	B	B	B	B	B	A	B
+	+	+	-	+	+	++	+
+++	+++	+++	++	+++	+++	+++	+++
+	-	--	--	-	+	+++	-
--	--	--	--	--	--	-	--
+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
+++	+++	+++	+++	+++	++	+++	++
+++	+++	+++	+++	++	++	--	+
14/20	13,5/20	12,5/20	12,5/20	12/20	12/20	12/20	10,5/20

PHOTOS PRODUCTS : F. POINCELET ; CAVAN IMAGES/PLAINPICTURES

Desserts lactés

Bons pour le moral, moins pour la santé

Mousses au chocolat, crèmes vanille, flans... le choix est large car le rayon frais des supermarchés regorge de ces préparations alléchantes. Mais que se cache-t-il vraiment dans votre crème vanille favorite ou dans le dessert préféré de vos enfants ?

Un Français sur deux raffole des desserts lactés et en ingurgite une quantité impressionnante : 6 kg par habitant et par an ! Pour satisfaire les envies de chacun, la variété proposée en rayon est vaste : mousses et crèmes à la vanille, au caramel ou au chocolat, flans, riz au lait... Ce qui rend le choix particulièrement difficile. Car rien ne ressemble plus à une mousse au chocolat qu'une autre mousse au chocolat. Mais en se penchant sur une vingtaine de ces produits gourmands, «60» a relevé de sacrées différences. Avec, d'un côté, des compositions se rapprochant des recettes artisanales et, de

l'autre, des produits ultratransformés très loin de la recette originale, avec une liste d'ingrédients à rallonge et quantité d'additifs.

DES COMPOSITIONS QUI RÉSERVENT DES SURPRISES

Notre analyse, basée sur les informations présentes sur l'emballage des produits, a permis de distinguer certaines références, comme les mousses au chocolat Bonne Maman, La Fermière et Carrefour Bio. Ce sont celles dont la composition, affichant crème, sucre et œufs, se rapproche le plus de celle d'une mousse maison, alors que bien d'autres n'ont plus rien à voir avec la recette de base. Dans ces préparations, les œufs figurent en premier ingrédient. Or bon nombre des produits étudiés n'en contiennent pas du tout ! C'est le cas des mousses au chocolat noir Danette, Taillefine, Pâturages (Intermarché) et Délisse (Marque Repère de E.Leclerc), pour lesquelles le lait est le premier ingrédient. Ce qui nous a conduits à pénaliser plus de la moitié des mousses.

DES ADDITIFS EN VEUX-TU EN VOILÀ

Que ce soit pour les mousses au chocolat ou les crèmes vanille, de très nombreuses références passent la barre des 10 ingrédients. Côté mousses, seules Bonne Maman et la Fermière n'en contiennent que 5. Les autres indiquent des listes qui vont de 9 (Monoprix Gourmet) et 10

Bon à savoir

VANILLE, LES GRAINS DE LA DISCORDE

- Les petits grains noirs, signe pour le consommateur que le produit a été préparé avec des gousses de vanille entière, ne proviennent hélas que de gousses de vanille dites « épuisées » dans le jargon des industriels.
- Dans les faits, cela signifie qu'il s'agit de gousses dont les grains, très aromatiques, ont été prélevés pour être utilisés dans d'autres produits. Et ceux qui ornent les crèmes desserts ne sont autres que la gousse restante, séchée et broyée suffisamment petit pour être utilisée à des fins décoratives... mais sans plus aucun arôme.





Trop sucrés et souvent bourrés d'additifs, les desserts lactés sont très loin du produit laitier.

(Auchan, Danette) à... 13 ingrédients (Delisse de E.Leclerc). Même constat pour les crèmes vanille. Les références avec une composition simple ne sont pas légion : 6 ingrédients pour Invitation à la ferme, 9 pour Les 2 Vaches et La Laitière de Nestlé, mais jusqu'à 12 pour Taillefine, Mamie Nova, Enviva (Lidl) et Auchan Bio.

La palme du nombre d'additifs revient à la mousse au chocolat Taillefine, qui en compte 8. Les émulsifiants, utilisés pour stabiliser les mélanges crémeux, sont surtout présents dans les mousses : soit des lécithines de soja ou de tournesol dans l'ingrédient chocolat, soit des esters du glycérol (E471 et E472). Des études suggèrent qu'ils pourraient augmenter la perméabilité de la barrière intestinale et favoriser les maladies inflammatoires chroniques de l'intestin.

DES TEXTURANTS POUR ÉPAISSIR LES PRODUITS

Autre additif qui remplace les œufs ou l'amidon de maïs, de riz ou de tapioca : les texturants, qui gélifient et épaississent le produit. L'amidon modifié et les carraghénanes arrivent en tête dans les références étudiées. Nous avons également trouvé dans de nombreux produits de la gomme de guar, de la gomme de tara, de la farine de graine de caroube, de la gomme xanthane ou de l'agar-agar, qui, consommés en excès, peuvent être à l'origine d'un inconfort intestinal. Par ailleurs, plus de la moitié des mousses au chocolat contiennent de la gélatine.

Produits gourmands par excellence, les desserts lactés sont gras et sucrés. Pour les mousses au chocolat, plus riches que les crèmes vanille, les recettes « traditionnelles » sont les plus caloriques. C'est pourquoi elles sont souvent vendues dans des pots de moindre contenance (50 g pour Bonne Maman, par exemple). À l'opposé, et sans surprise, celles qui sont moins caloriques contiennent le plus d'ingrédients et d'additifs. La Laitière, par exemple, n'affiche certes « que » 161 kilocalories pour 100 g mais n'a vraiment rien de traditionnel, avec ses 12 ingrédients, dont deux texturants et deux émulsifiants, et aucun œuf.

DU SUCRE, DU SUCRE, TROP DE SUCRE...

Ces desserts affichant une teneur élevée en kilocalories (347 kcal pour la mousse La Fermière ou 187 kcal pour les petits pots de crème à la vanille Nestlé La Laitière), leur consommation doit rester occasionnelle. Santé publique France rappelle d'ailleurs que les desserts lactés ne font pas partie des deux produits laitiers recommandés par jour et par adulte car « ils contiennent en général trop peu de lait et sont souvent très sucrés ». Notre analyse pénalise aussi les crèmes vanille qui contiennent des sucres transformés (sirop de glucose, lire aussi p. 87). Ainsi que des édulcorants dont les effets sur la santé posent encore question. ■

LA RÉDACTION

10 mousses

Les pourcentages entre parenthèses expriment le poids de chaque critère dans la notation finale.

	 Bonne Maman Noir intense	 La Ferrière Chocolat noir	 Carrefour bio Mousse au chocolat (bio)	 Monoprix gourmet Noir pur beurre de cacao
• Conditionnement	4 x 50 g	2 x 85 g	2 x 70 g	2 x 90 g
• Prix indicatif	2,10 €	2,65 €	2,05 €	2 €
NUTRI-SCORE	D	D	D	D
Composition (60 %)	+++	+++	+++	+++
• Nombre d'ingrédients	++	++	+	+
• Nombre d'additifs	++	+++	++	++
• Additifs et ingrédients de texture	+++	+++	+++	+++
• Présence d'œufs	Oui	Oui	Oui	Oui
Nutrition (30 %)	+	-	-	-
• Calories	--	--	--	--
• Acides gras saturés	-	--	-	--
• Sucres	+	-	-	-
• Protéines	+++	+++	+++	+++
Étiquetage (10 %)	+++	+++	+++	+++
NOTE GLOBALE (100 %)	16/20	15,5/20	14,5/20	14/20

10 crèmes

	 Invitation à la ferme Bio vanille bourbon	 Les 2 Vaches Crèmeux vanille (bio)	 Auchan bio Crème dessert à la vanille (bio)	 Monoprix Crème dessert saveur vanille au lait entier
• Conditionnement	4 x 125 g	4 x 95 g	4 x 95 g	4 x 125 g
• Prix indicatif	2,95 €	2 €	1,35 €	1 €
NUTRI-SCORE	C	C	C	C
Composition (60 %)	++	++	++	+
• Nombre d'ingrédients	++	+	--	+
• Nombre d'additifs	++	++	++	-
• Additifs et ingrédients de texture	+	+	+	-
• Aromatisation	+++	++	++	-
• Sucres transformés et édulcorants	+++	+++	+++	+++
Nutrition (30 %)	+	+	+	+
• Calories	+	-	+	-
• Acides gras saturés	++	+	++	++
• Sucres	-	-	-	-
• Protéines	++	++	+	+++
Étiquetage (10 %)	+++	+++	+++	+++
NOTE GLOBALE (100 %)	15/20	13,5/20	13/20	12/20

+++ Très bon 20 à 17 ++ Bon 16,5 à 13 + Acceptable 12,5 à 10 - Insuffisant 9,5 à 7 -- Très insuffisant 6,5 à 0

 Auchan Chocolat noir	 Pâturages (Intermarché) Chocolat noir	 Danette Chocolat	 Nestlé La Laitière Secret de mousse chocolat noir	 Taillefine Mousse au chocolat	 Délisse (Marque Repère E.Leclerc)
4 x 60 g	4 x 60 g	4 x 60 g	4 x 59 g	4 x 60 g	4 x 60 g
1,20 €	1 €	1,55 €	1,50 €	1,85 €	0,90 €
C	B	D	C	C	C
-	-	-	-	--	--
-	--	-	--	--	--
-	-	-	-	--	--
-	-	-	--	--	--
Non	Non	Non	Non	Non	Non
++	++	+	+	++	+
+	+	+	+	+	+
+++	++	+	++	+++	++
+	+	+	+	+	+
++	++	+	++	++	++
+++	+++	+++	+++	+++	+++
11,5/20	11/20	11/20	10/20	10/20	9,5/20

 Danette Saveur vanille	 Nestlé La Laitière Petit pot de crème saveur vanille	 Envia (Lidl) Crème dessert saveur vanille	 Mamie Nova Crème vanille bourbon	 Délisse (Marque Repère) Crème dessert saveur vanille	 Taillefine Crème dessert saveur vanille
4 x 125 g	4 x 100 g	4 x 125 g	2 x 150 g	4 x 125 g	4 x 120 g
1,30 €	1,85 €	0,65 €	1,55 €	1,25 €	1,35 €
C	D	C	C	C	B
+	+	+	+	-	-
+	+	--	--	-	--
-	++	-	-	-	--
-	+	-	-	-	-
-	-	-	++	+	-
+++	-	+++	+++	-	--
+	-	+	-	+	++
-	--	-	--	-	+
++	-	++	-	++	+++
-	-	-	-	-	+
+++	+++	++	+++	++	+++
+++	+++	+++	+++	+++	+++
12/20	12/20	11,5/20	11,5/20	11/20	11/20

Miels de fleurs

La qualité en rayon

Ces 11 miels de fleurs – le genre le plus prisé des Français – ont été achetés dans la grande distribution. Ils mêlent souvent plusieurs miels étrangers et ont parfois quelques défauts.

À raison de 600 g par habitant, les Français ingurgitent 40000 tonnes de miel chaque année. Mais les apiculteurs ne peuvent répondre à la demande : la production nationale couvre à peine la moitié de notre consommation. D'où l'importante présence de miel importé dans les rayons, qui se traduit sous forme d'assemblages dans les pots. «60» a analysé 11 miels de la grande distribution et à tous les prix.

Pour juger leur qualité, nous avons analysé leur composition en sucres. D'un point de vue réglementaire, la somme du fructose et du glucose doit représenter au moins 60 g/100 g : tous les produits sont dans les clous, y compris le plus sucré (80 % pour le miel Cora). Tous affichent aussi une humidité inférieure de 20 %, et sont donc conformes à la réglementation. Le miel se dégrade avec le temps, notamment s'il est exposé à la chaleur (ruches au soleil, conservation au chaud, voire pasteurisation). Afin de connaître le degré d'altération, nous avons mesuré le taux d'hydroxyméthylfurfural (HMF), indicateur clé, lié à la dégradation du fructose. Le miel Carrefour bio

✓ 11 miels

- +++ Très bon 20 à 17
- ++ Bon 16,5 à 13
- + Acceptable 12,5 à 10
- Insuffisant 9,5 à 7
- Très insuffisant 6,5 à 0

Les pourcentages entre parenthèses expriment le poids de chaque critère dans la notation finale.

- Origine(s) déclarée(s)

- Prix au kilo
- Qualité (60 %)**

- Composition
- Fraîcheur
- Fermentation

Authenticité (30 %)

- Adultération
- Nature florale
- Origine

Contaminants (10 %)

- Pesticides
- Antibiotiques

NOTE GLOBALE (100 %)



C'est qui le patron ?!



Monoprix



Maribel (Lidl)



Lune de miel

France

Mexique, Uruguay et Argentine

Argentine, Cuba et Bulgarie

Argentine, Uruguay, Mexique, Ukraine, Espagne et France

31,40 €

11,60 €

5,70 €

8,40 €

++

++

++

+

++

++

++

++

+

++

++

++

++

++

+

●

Authenticité (30 %)

++

++

++

++

++

+++

+++

++

+

+

+

+

+++

+++

+++

+++

Contaminants (10 %)

+++

+++

+++

+++

+++

+++

+++

+++

NOTE GLOBALE (100 %)

14,5/20

14/20

13,5/20

13/20

(1) Un miel qui possède un critère de fraîcheur non satisfaisant (HMF ou activité diastatique) ne peut être qu'« insuffisant » en qualité.

dépasse le seuil maximal autorisé de 40 mg de HMF/kg pour les miels classiques. Toutefois, cela ne le disqualifie pas car il est constitué en grande partie de miel importé du Mexique, un pays chaud pour lequel la réglementation autorise un taux maximal de 80 mg/kg. La fraîcheur peut aussi être estimée à travers les quantités résiduelles d'enzymes issus du jabot de l'abeille : moins il y en a, plus le miel est ancien ou a subi un chauffage. Verdict : Cora, U et Bio Village se situent en dessous de la quantité minimale.

Sous l'effet d'enzymes sécrétées par des levures naturellement présentes dans le miel, les sucres peuvent peu à peu fermenter, et se transformer en alcool et dioxyde de carbone. Il est donc préférable que les miels contiennent peu de levures. Ce n'est pas le cas pour Lune de miel, au nombre anormalement élevé.

Tous les pays d'origine des miels sont conformes à ceux annoncés sur les étiquettes. Nous l'avons vérifié en analysant les grains de pollen. Mais en quelles proportions, précisément, ces miels exotiques sont-ils présents dans les pots ? On l'ignore.



Constat rassurant : aucun de nos miels ne comporte de trace d'antibiotiques. Quant aux pesticides, seul le pot de Paquito contient des traces d'amitraz, un antiparasitaire parfois utilisé dans les ruches pour lutter contre le varroa (un acarien qui s'attaque aux abeilles). ■ **LA RÉDACTION**

Paquito (Intermarché)	Auchan	Naturalia Bio	Cora	U	Carrefour bio	Bio village (E.Leclerc)
Hongrie et Moldavie	Mexique, Uruguay et Argentine	Italie	Ukraine et Roumanie	Ukraine, Mexique, Espagne et France	Mexique, Bulgarie et Roumanie	Bulgarie, Espagne et Hongrie
7,10 €	7,60 €	19 €	7,20 €	6,80 €	10,60 €	9,20 €
++	+	+	- ⁽¹⁾	- ⁽¹⁾	- ⁽¹⁾	- ⁽¹⁾
++	++	++	++	++	++	++
+	++	++	-	-	-	-
++	+	-	+++	++	+	++
++	++	++	++	++	+	+
+	++	++	+	++	++	+
++	+	-	++	+	+	+
+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
+	+++	+++	+++	+++	+++	+++
-	+++	+++	+++	+++	+++	+++
+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
13/20	13/20	12,5/20	11,5/20	11,5/20	11/20	11/20

Pains pour burgers

Un engouement pas toujours justifié

À garnir selon vos envies, les pains à burgers industriels multiplient recettes et allégations. Notre verdict, après avoir passé au crible une dizaine de produits : leur teneur en fibres reste modeste, contrairement au sel, et ils sont à consommer avec modération !

Si le pain de mie, consommé par 87 % des Français selon la Fédération des entreprises de boulangerie, reste la star des pains industriels, les « spéciaux burgers » s'y sont taillé une bonne place. Ces pains ronds prétranchés à garnir se déclinent désormais dans de multiples variétés. Mais la qualité nutritionnelle est-elle au rendez-vous ? Ces produits céréaliers laissent penser que leur apport en fibres insolubles, surtout reconnues pour faciliter le transit intestinal, est important. Les recommandations indiquent qu'il faut, dans l'idéal, en ingérer au moins 30 g par jour.

Les pains à burgers ne brillent pas sur ce point. Seuls les Carrefour Classic' (6,2 g/100 g) peuvent s'afficher riches en fibres (teneur supérieure à 6 g pour 100 g de pain). Les deux mauvais élèves : les Buns de L'Angelus et les Pains burger de Casino, avec seulement 2,9 g de fibres. La moyenne des produits étudiés se montant à 3,8 g / 100 g... Le gros point noir reste le sel, que l'industrie agroalimentaire utilise comme exhausteur de goût et dont la consommation excessive augmente les risques de maladies cardio-vasculaires. À raison de 1,13 g/100 g en moyenne, tous les pains sont

✓ 10 Pains pour burger

- +++ Très bon 20 à 17
- ++ Bon 16,5 à 13
- + Acceptable 12,5 à 10
- Insuffisant 9,5 à 7
- Très insuffisant 6,5 à 0

	 L'Angelus 4 Buns nature au sésame	 Casino Bio 2 Pains burger aux graines de sésame	 Jacquet Classic 6 burgers nature	 U Hamburger 3 graines : lin brun, sésame, pavot
• Prix indicatif au kilo	13,30 €	8,80 €	3,60 €	4,70 €
NUTRI-SCORE	B	B	A	B
Sel (20 %)	-	-	-	-
Fibres (20 %)	-	-	+	+
Additifs (20 %)	+++	+++	++	+++
Contaminants (40 %)				
• Mycotoxines	++	+++	+++	+++
• Pesticides	+++	++	++	+
NOTE GLOBALE (100 %)	15/20	14/20	13/20	13/20



trop salés ! Même en ne dégustant qu'un burger (entre 50 g et 85 g de pain), le seul fait de le garnir avec un steak saupoudré de sel et recouvert d'une tranche de fromage peut faire exploser les apports, alors que les besoins journaliers d'un adulte sont de 5 g/jour de sel, selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

DE PETITES DOSES DE PESTICIDES ET QUELQUES ADDITIFS

Des résidus de pesticides, utilisés dans la culture et dans la conservation des céréales, ont été détectés dans 9 des 10 pains, y compris les bio. Les quantités sont heureusement bien en deçà du seuil réglementaire. Le produit Carrefour arrive en queue de peloton avec une accumulation de trois molécules dont la cyperméthrine, un insecticide classé irritant. En revanche, nous n'avons relevé aucune contamination à l'oxyde d'éthylène,

ce désinfectant alimentaire potentiellement présent dans les produits au sésame, interdit en Europe et au cœur d'un scandale sanitaire, ni de mycotoxines (produites par des moisissures et susceptibles de provoquer vomissements, anémie, voire convulsions).

Bonne surprise, le Nutri-Score, calculé pour tous les produits examinés, est très favorable. Tous se situent dans les classes A ou B. Mais difficile d'échapper aux sucres ajoutés, de type saccharose ou sirop de glucose. Les quantités totales de sucres (ajoutés et ceux présents naturellement dans les céréales) restent malgré tout raisonnables. Toutefois, ces produits transformés, qui contiennent à trois exceptions près (L'Angelus, les pains Casino et U) entre un et quatre additifs, ne devraient être consommés qu'occasionnellement, surtout si leur garnissage est généreux en produits gras et salés. ■

LA RÉDACTION

La Boulangère Bio 4 pains burger	Harrys Le Moment burger sésame x 6	Chabrior (Intermarché) Pains à burgers Classique x 4	Marque Repère (E.Leclerc), Epi d'Or Pain Burger Classic x 6	Auchan Original Maxi burgers complet x 4	Carrefour Classic' Burger maxi - À la farine complète x 4
6 €	3,90 €	2,20 €	2,30 €	2,80 €	3,60 €
B	A	B	B	B	A
-	-	-	-	-	-
-	+	-	-	+	++
++	+	-	+	-	+
++	+++	+++	+++	+++	++
++	++	++	+	+	-
12,5/20	11,5/20	10,5/20	10,5/20	9/20	9/20

Champagnes bruts classiques

Ça pétille, même à petit prix

Nos experts ont goûté les champagnes des grandes surfaces et ont repéré les meilleurs rapports qualité-prix, pour l'apéritif et le repas. Parmi de très bonnes affaires, à partir de 17 € la bouteille, découvrez les caractéristiques de chacune et avec quoi les marier.

Un jury composé de 14 professionnels du vin s'est prêté pour «60» au jeu d'une dégustation en aveugle (résultats complets dans le n°575, décembre 2021). Les bouteilles ont été présentées anonymement. Chaque juré a dégusté sa série dans un ordre différent afin de gommer l'effet induit par l'ordre de passage. La note résulte d'une moyenne pondérée selon que l'échantillon a été le plus (ou le moins) apprécié par les jurés.

LES MARQUES ACCESSIBLES À LA FÊTE, EN BIO AUSSI

La sélection ci-contre comporte des champagnes dits bruts sans année (BSA), c'est-à-dire composés de mélanges d'années, de cépages, de terroirs. Ils doivent mûrir au minimum quinze mois, contre trente-six pour les millésimés. Tous sont vendus dans la grande distribution. Nos experts ont accordé un satisfecit à Nicolas Feuillatte avec sa Grande Réserve, ainsi qu'à deux bouteilles d'enseignes : Carrefour (Charles de Courceance, l'échantillon le mieux noté) et Lidl (Paul Menand). Ce dernier, référencé pour la première fois, fait une entrée remarquée dans notre dégustation en offrant le meilleur rapport/qualité prix. Ce champagne de marque de distributeur (MDD) est disponible en France dans le millier de supermarchés où existe un coin « sélection du caviste ».

Parmi notre échantillon, les bouteilles bio ne laissent pas indifférent. Elles donnent le pire (9/20) comme le meilleur (15/20). La marque d'Auchan, Veuve Émile bio (12,5/20), a perdu des points à cause de son vieillissement prématuré. Preuve que les bouteilles ont sans doute attendu trop longtemps sous les néons. ■

LA RÉDACTION

✓ 8 champagnes bruts

Charles de Courceance • Bio
• Carrefour (MDD) • 20 €

15/20



- **Désaltérant.** Robe or jaune. Nez délicat, floral et fruité (poire, pomme, agrumes). Bouche acidulée portée par les agrumes, assez longue, finale zeste de citron ; agréable sur toute la ligne.
- **Pour accompagner** l'apéritif (sushis).

Pol Carson • Grande cuvée
• E.Leclerc (MDD) • 17,50 €

12,5/20



- **Assez plaisant.** Robe or gris. Nez intense, frais, floral (chèvrefeuille), fruité (pêche) et minéral. Bouche simple, bien dosée, les bulles fines rafraîchissent et ravivent l'acidité citronnée. Sans grand relief.
- **Pour accompagner** l'apéritif (fruits de mer).



Fruité, nez frais, bouche complexe ou acidulée... Sélectionnez la marque qui fera votre bonheur.

classiques

Paul Menand • Cœur de cuvée
• Lidl (MDD) • 17 €

14,5/20



- **Généreux.** Robe or jaune. Nez fin et gourmand, arômes de cake au citron. Bouche complexe et gourmande, saveurs de fruits sucrés (mirabelle, poire), pointe d'amertume en finale ; la fraîcheur pourrait juste manquer.
- **Pour accompagner** le repas.

Nicolas Feuillate
• Grande Réserve • 25 €

14/20



- **Tout en rondeur.** Robe or gris, floral (mélisse, lilas), fruité (pêche, mirabelle, poire). Bouche pleine, croquante, gourmande, longueur moyenne ; un style classique et agréable.
- **Pour accompagner** l'apéritif et le repas (volaille à la crème).

Veuve Émile • Bio
• Auchan (MDD) • 20 €

12,5/20



- **Évolué.** Robe jaune paille. Nez discret (camomille, brioche, pêche, citron, sous-bois), notes oxydatives. Attaque fraîche et fruitée mais la bouche perd vite sa tension avec un début d'évolution.
- **Pour accompagner** l'apéritif (canapés au comté).

Louis Danremont
• Système U (MDD) • 18,30 €

10/20



- **Timide.** Robe or gris. Nez peu expressif mais fin (fruits blancs, agrumes, biscotte, menthol) et minéral. Bouche fraîche, fruitée, équilibrée pour les uns ; passe-partout, fugace, pour les autres.
- **Pour accompagner** le repas (poulet aux giroldes).

Tradition de Delagne & fils
• Grande cuvée • Intermarché (MDD) • 20,20 €

9,5/20



- **Discret.** Frais, floral, minéral avec des notes de citron. Bouche fraîche, bulles très présentes sans expression aromatique ; un faux air de crémant.
- **Pour accompagner** l'apéritif (coquillages).

Delacoste & fils • Bio
• E.Leclerc (MDD) • 17,40 €

9/20



- **Fané.** Robe or gris. Nez oxydatif (fruits secs, pomme blette). Bouche déséquilibrée, alcooluse, manque de vivacité, ce qui pourrait révéler un problème de stockage.
- **Pour accompagner** l'apéritif (calamars à la plancha).

Prenez votre consommation en main

**ABONNEZ-VOUS
POUR 1 AN**
et réalisez jusqu'à

23 % D'ÉCONOMIE

LE MENSUEL

Des essais comparatifs de produits et de services, des enquêtes fouillées, des informations juridiques, des conseils pratiques...

+ LES HORS-SÉRIES THÉMATIQUES

Des guides pratiques complets autour de l'alimentation, la santé, l'environnement, l'argent, le logement...

+ LE HORS-SÉRIE SPÉCIAL IMPÔTS

+ L'ACCÈS AUX SERVICES NUMÉRIQUES DE «60»

(Ordinateur, tablette et smartphone)

- Accès illimité aux versions numériques des anciens numéros
- Accès aux versions numériques des mensuels et hors-série compris dans votre abonnement

+ LE SERVICE « 60 RÉPOND »

Service téléphonique d'information juridique. Nos experts répondent en direct à toutes vos questions.



60 millions de consommateurs
VOITURES D'OCCASION
15 conseils pour ne pas se faire rouler

THÉ, TISANE
Trop de saletés!

Essai
BROSSES À DENTS
Les meilleures pour passer à l'électrique

Enquête
ÉOLIENNES
Les avantages et nuisances réels

Essai
Leboncoin, Vinted...
Vos sites préférés pour revendre

48 PRODUITS ANALYSÉS
Essai • Beaucoup de résidus de pesticides, d'insectes, de plantes...

DÉCOUVREZ NOS FORMULES
100 % NUMÉRIQUES
sur www.60millions-mag.com



60 millions de consommateurs

BULLETIN D'ABONNEMENT

AHS1375

À compléter et à renvoyer sous enveloppe sans l'affranchir à : 60 Millions de consommateurs – Service Abonnements – Libre réponse 55166 – 60647 Chantilly Cedex

OUI, je m'abonne à 60 Millions de consommateurs. Je choisis l'abonnement suivant :

ABONNEMENT ÉCLAIRÉ 49 € au lieu de ~~59,70 €~~
soit **18 % d'économie** : 1 an, soit 11 numéros + hors-série Impôts
+ Accès aux services numériques de «60»

ABONNEMENT EXPERT 83 € au lieu de ~~108 €~~
soit **23 % d'économie** : 1 an, soit 11 numéros + hors-série Impôts
+ 7 hors-séries thématiques + Service « 60 RÉPOND » + Accès aux services numériques de «60»

Offre valable pour la France métropolitaine jusqu'au 31/07/2022. Vous disposez d'un délai de rétractation de 14 jours à réception du 1^{er} numéro. La collecte et le traitement de vos données sont réalisés par notre prestataire de gestion des abonnements Groupe GLI sous la responsabilité de l'Institut national de la consommation (INCO), éditeur de 60 Millions de consommateurs au 18, rue Tiphaine, 75732 PARIS CEDEX 15, RCS Paris B 381 856 723, à des fins de gestion de votre commande sur la base de la relation commerciale vous liant. Si vous ne fournissez pas l'ensemble des champs mentionnés ci-dessus (hormis téléphone et e-mail), notre prestataire ne pourra pas traiter votre commande. Vos données seront conservées pendant une durée de 3 ans à partir de votre dernier achat. Vous pouvez exercer vos droits d'accès, de rectification, de limitation, de portabilité, d'opposition, d'affichage de vos données et définir vos directives post-mortem, à l'adresse suivante : droits@inco.fr. À tout moment, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la Cnil. Nous réutiliserons vos données pour vous adresser des offres commerciales, sauf opposition en cochant cette case . Vos coordonnées (hormis téléphone et e-mail) pourront être envoyées à des organismes extérieurs (presse et recherche de dons). Si vous ne le souhaitez pas, cochez cette case . (Détails de livraison du 1^{er} numéro entre dix et trente jours, à réception de votre bulletin d'abonnement).

MES COORDONNÉES

Mme M.

Nom

Prénom

Adresse

Code postal Ville

Téléphone

Email

MON RÈGLEMENT

Je choisis de régler par :

Chèque à l'ordre de 60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS

Carte bancaire :

N° :

Expire fin :

Date & signature obligatoires

Grande distribution

À QUELLE MARQUE SE FIER ?

« Aussi bon, moins cher » : tel est le credo des marques de distributeur qui s'opposent volontiers aux marques nationales. Mais est-ce vraiment le cas ? Pour le savoir, «60» a étudié dix produits fréquemment achetés par les familles.

Lorsque l'on a un petit budget alimentation, une des solutions est de se tourner vers les marques de distributeur (MDD). Propriétés des grandes enseignes, elles sont de 15 à 30 % moins chères que les marques nationales, même si l'écart se réduit en raison de la hausse généralisée des prix. C'est Carrefour qui, le premier, a lancé ce concept en 1976 avec des produits basiques, regroupés derrière le slogan « aussi bon, moins cher ». Rapidement, toutes les enseignes de la grande distribution ont exploité le filon et l'ont décliné à travers plusieurs gammes : premiers prix, prix intermédiaires, produits bio et premium (terroirs, par exemple). Mais le slogan historique tient-il toujours ses promesses ? Certaines MDD tirent-elles mieux leur épingle du jeu que les autres en matière de prix et, surtout, de qualité ?

Pour le savoir, nous avons passé au crible les prix et listes d'ingrédients de dix catégories de produits, issus de huit MDD de prix intermédiaire

différentes : hard-discount (Aldi), classiques (Auchan, Carrefour, Casino, E.Leclerc, Intermarché), néoclassique (Lidl), surgelé (Picard). Dans chaque catégorie, nous les avons comparés à une ou deux grandes marques nationales.

CERTAINS PRODUITS EMPORTENT L'ADHÉSION

Systematiquement plus chers, Panzani, LU, La Vache qui rit, Père Dodu... proposent-ils des produits plus qualitatifs que les MDD ? C'est le cas pour les yaourts aux fruits ou le fromage à pâte fondue, mais pas pour des recettes aussi basiques que les frites surgelées, les biscuits fourrés ou les substituts végétaux à la viande.

Dans ces catégories, trois marques sortent du lot : le spécialiste du surgelé Picard, avec ses recettes simples contenant peu ou pas d'additifs et, surprise, Aldi et Lidl ! ■

LA RÉDACTION

MÉTHODOLOGIE

■ Les aliments étudiés ont été achetés en décembre 2021. Leur prix ne prend donc pas en compte les récentes hausses ayant eu lieu depuis janvier 2021. Leur composition est celle des produits vendus à la date d'achat. Notre analyse n'inclut pas un changement

ultérieur de recette.

■ La qualité des produits a été évaluée à partir des étiquettes, par des diététicien(ne)s et les ingénieurs de l'INC à partir :
• du nombre et de la nature des ingrédients qui composent ces produits ;

• de la richesse en ingrédients « nobles » (fruits, légumes, viande, fromage) ;
• des taux de sucres, de matières grasses, du sel, ou du Nutri-Score.
■ Pour les articles qui n'affichent pas de Nutri-Score, les ingénieurs de l'INC se sont chargés de le calculer.

Aliments ultratransformés

À CONSOMMER

AVEC MODÉRATION

En supermarché, plus de deux produits emballés sur trois sont ultratransformés. Très modifiés et contenant des ingrédients n'existant pas tels quels dans la nature, ces aliments sont de plus en plus considérés comme mauvais pour la santé. Voici comment les repérer.

Cordons bleus, poissons panés, poêlées de légumes cuisinés, yaourts allégés... Au supermarché, ces produits remplissent rapidement le Caddie. Après une journée de travail, ils offrent la garantie de ne pas passer des heures en cuisine tout en plaisant (souvent) au plus grand nombre. Et puis les poêlées contiennent des légumes, se dit-on. Les yaourts 0 % apportent du calcium sans le gras. Leur Nutri-Score A ou B compense des cordons bleus un peu trop riches (D ou E, lire p. 78-79). De quoi décupabiliser d'utiliser

des plats tout faits ? Hélas, derrière ces produits pratiques se cachent des aliments qu'il va falloir apprendre à moins consommer : les aliments « ultratransformés » (AUT). Ils remplissent actuellement 36 % de notre assiette.

Depuis 2018, le Plan national nutrition santé (PNNS) – qui a pour objectif d'améliorer la santé des Français en agissant sur leur façon de manger – propose que nous réduisions de 20 % notre consommation d'AUT. Car « *les preuves scientifiques s'accumulent très rapidement et massivement pour suggérer un effet délétère des aliments ultratransformés sur la santé* », appuie Mathilde Touvier, directrice de l'équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle, à l'Inserm. Une équipe qui fait autorité : c'est elle qui a mis au point le Nutri-Score, de plus en plus plébiscité par les Français.

Bon à savoir

COMMENT RÉDUIRE LA PART DE CES ALIMENTS

- Privilégier les produits portant la mention « sans conservateurs », « sans additifs » et, côté charcuterie, « sans nitrites ».
- Entre deux produits industriels similaires, choisir le moins transformé, en se fondant sur la liste des ingrédients, sur nos comparatifs, ou en utilisant une appli.
- Parmi ses produits industriels préférés, se demander lequel serait le plus facile à remplacer par du fait maison et relever le défi plusieurs fois de suite.
- Privilégier les yaourts nature à ceux aromatisés ou aux fruits, les mélanges de légumes surgelés non cuisinés aux poêlées cuisinées, les jus 100 % fruits ou pur jus aux boissons aux fruits, contenant sucres, arômes et acidifiants.



DES SUBSTANCES ISSUES DE TRAITEMENTS INDUSTRIELS

Mais qu'est-ce qu'un produit ultratransformé au juste ? C'est un aliment ou une boisson qui contient au moins un ingrédient qui n'existe pas tel quel dans la nature ou dans nos placards. On parle de marqueur d'ultratransformation (MUT). La liste de ces derniers donne le tournis. On y trouve un certain nombre d'additifs, mais « *les marqueurs les plus fréquents sont les graisses raffinées, les extraits et arômes naturels, les arômes de synthèse, sans compter le dextrose, le sirop de glucose ou encore les protéines* »,



La présence d'additifs, de graisses et produits de synthèse signale un aliment à éviter.

précise Sylvie Davidou, directrice du comité scientifique de Siga, une entreprise qui aide à identifier les aliments ultratransformés. Lorsqu'ils ne sont pas synthétisés (certains arômes), ces composés sont souvent issus de procédés industriels agressifs (cuisson à haute température, extrusion, pré-friture, reconstitution...) qui séparent les différents constituants d'une matière première.

POUR LE FABRICANT, UN MOYEN D'AUGMENTER SES MARGES

À partir du grain de blé, par exemple, on obtient au moins 13 dérivés : des « fibres de blé », des « protéines de blé », du gluten et de l'amidon, qui peut encore être « modifié » chimiquement ou à l'aide d'enzymes, afin de gagner de nouvelles propriétés. Du grain de maïs, on tire de l'amidon qui servira à produire des sucres plus ou moins « sucrants » : dextrose, sirop de glucose-fructose, sirop de glucose. Point commun de tous ces marqueurs ? L'ultratransformation. Ils améliorent artificiellement la texture du produit, sa couleur, son odeur, autorisant l'apposition d'une allégation de type « riche en fibres » ou lui donnant davantage de goût. Ils sont bien plus économiques que la matière brute dont ils proviennent, ce qui permet au fabricant de proposer des produits finis peu chers et/ou de

faire de belles marges. Quitte à frôler l'hérésie... On trouve ainsi du dextrose (un sucre) dans des allumettes de porc (Allumettes nature de U), ou des fibres de bambou et de pois dans le haché Happy Family de Charal (dont la quantité de viande bovine est ainsi limitée à 80 %).

UN LIEN AVEC DES RISQUES DE PATHOLOGIES DÉMONTRÉ

Les études confirmant les effets délétères de la consommation d'AUT se multiplient. En France, des chercheurs de l'Inserm, de l'Inrae et de l'université Paris 13 ont tenté d'en mesurer l'impact en se fondant sur les données de la cohorte Nutri-Net-Santé – plus de 100000 volontaires qui remplissent depuis 2009 des questionnaires sur leur état de santé et leur régime alimentaire. « Notre étude montre des associations avec le risque de maladies cardio-vasculaires, de diabète de type 2, de prise de poids et d'obésité, de troubles fonctionnels digestifs... », explique Mathilde Touvier. Il semblerait y avoir aussi une association probable avec le risque de cancer, notamment du sein.

Le problème ? Identifier le ou les coupables parmi la multitude de marqueurs d'ultratransformation ajoutés aux aliments industriels, dont une bonne part est peut-être inoffensive. Les soupçons

pèsent sur certains additifs, comme les très controversés nitrites de sodium dans la viande transformée (jambons, lardons...). Trouver les fau-tifs est d'autant plus difficile qu'il est « possible qu'il y ait un effet cocktail des additifs », précise Mathilde Touvier, c'est-à-dire que l'additif seul n'ait pas d'impact sur la santé... mais qu'il en ait s'il est combiné à d'autres marqueurs, même en petites quantités.

On sait par ailleurs que les dextrose et sirop de glucose-fructose font monter bien plus rapidement le taux de sucre dans le sang qu'un sucre classique. Les fibres de pois, de carotte, de blé... ne combrent pas la faim de la même manière que lorsqu'elles sont accompagnées de tous les autres composants du grain ou du légume dont elles sont issues. On a donc tendance à manger davantage.

LA CUISSON À HAUTE TEMPÉRATURE EN QUESTION

Les intenses transformations physiques, chimiques ou biologiques subies par les ingrédients de base pour les isoler sont également sur la sellette : le fractionnement des aliments en de multiples composants et le prétraitement par friture, qui implique un passage à très haute température, provoquent l'apparition de contaminants « néoformés » (acrylamide, amines



hétérocycliques, hydrocarbures aromatiques polycycliques...). « Ces molécules possèdent la capacité de se lier à l'ADN des cellules, explique le D^r Paule Latino-Martel, directrice de recherche honoraire, membre du réseau NACRe (Réseau national alimentation cancer recherche). Elles peuvent induire des erreurs dans la duplication de l'ADN. » Autrement dit, des mutations cellulaires potentiellement problématiques.

Heureusement, des résultats pourraient bientôt éclairer le consommateur : « Nous réalisons les premières études qui quantifient les apports en additifs dans l'alimentation pour les mettre en relation avec le risque de maladie. On commence à observer des résultats, que l'on espère pouvoir communiquer dans l'année, précise Mathilde Touvier. C'est important car au vu du nombre d'études qui pointent dans la même direction, il faut réagir avec des actions de santé publique. »

IL FAUDRAIT FAIRE ÉVOLUER OU ENRICHIR LE NUTRI-SCORE

Agir oui, mais comment ? L'équipe de Mathilde Touvier a proposé au ministère de la Santé et à Santé publique France d'ajouter au Nutri-Score une information sur l'ultratransformation des produits. « Nous suggérons par exemple qu'un cadre noir soit apposé autour du Nutri-Score lorsque le produit est classé AUT. » Car il faut bien comprendre que qualité nutritionnelle et ultratransformation sont deux notions différentes. Un produit peut être sain d'un point de vue nutritionnel (Nutri-Score A ou B) mais ultratransformé... donc problématique,

Repères

DEUX APPLIS POUR S'Y RETROUVER

Pour identifier les produits ultratransformés, vous pouvez télécharger une de ces applis et scanner le code-barres.

- Siga repose sur l'utilisation de l'indice éponyme, qui mêle degré de transformation, risques pour la santé des additifs contenus et seuils recommandés en sel, sucre et gras.

- Open Food Facts, développée par l'association du même nom, indique pour chaque produit scanné le score Nova, le Nutri-Score et l'EcoScore (impact environnemental). « Nova et Nutri-Score sont complémentaires si l'on veut faire attention à sa santé. Ainsi, le Coca Zéro a un Nutri-Score B, mais un Nova 4 [produit ultratransformé] du fait des édulcorants qui remplacent le sucre », précise Pierre Slamich, cofondateur d'Open Food Facts.



même si 80 % des produits ultratransformés cumulent les deux tares, avec un mauvais Nutri-Score. Le cas des « steaks » végétaux, que nous avons déjà épinglés dans notre HS n°208, est emblématique. Le PNNS nous recommande de manger moins de viande. Et ces substituts à base de protéines végétales et de légumes obtiennent pour certains des Nutri-Score A ou B. Alors tout va bien ? Eh non, car ce sont des exemples parfaits d'aliments ultratransformés (voir p. 74-75). « *Le Nutri-Score couvre la dimension nutritionnelle des aliments et n'a pas la prétention d'aller au-delà* », précise le Pr Serge Hercberg, fondateur du Nutri-Score, qui appelle lui aussi de ses vœux une information complémentaire.

DES INDICES UTILES POUR DÉTECTER LES RISQUES

Alors, en attendant qu'un message clair soit apposé sur les emballages, il est possible d'identifier les AUT en lisant la liste des ingrédients ou en utilisant son smartphone. Deux applications, Open Food Facts et Siga, peuvent nous y aider (lire encadré p. 64). Leur analyse des produits repose sur deux indices indiquant le degré de transformation. L'indice Nova classe les aliments en quatre catégories. Né de recherches menées au Brésil, il est utilisé dans les études scientifiques sur l'impact des AUT sur la santé et par les pouvoirs publics pour prendre des décisions concernant les aliments ultratransformés. En France, une start-up a, par ailleurs, développé l'indice Siga, qui note le degré de transformation des aliments de 1 (non transformé) à 7 (ultratransformé, à limiter).

Un bon outil au service du consommateur. Par exemple, avec ces deux produits, en apparence assez similaires : les Triangles fondants (Carrefour) ont un indice Siga 7, compte tenu du nombre de marqueurs d'ultratransformation (polyphosphates de sodium, carraghénanes, correcteur d'acidité...), alors que les triangles Vache qui rit affichent un indice Siga 4 (pas de marqueur d'ultratransformation, équivalant à ce que l'on aurait fait à la maison en ajoutant du sel à un plat). Ils sont donc « simplement » transformés et non ultratransformés. Autant les préférer, avant que, sur la base des résultats scientifiques imminents, l'État n'oblige les industriels à faire évoluer les recettes problématiques. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

5 REPÈRES POUR PISTER UN PRODUIT ULTRATransFORMÉ

1 Il affiche une longue liste d'ingrédients : plus de 5 ? Il a 75 % de chances d'être ultratransformé. Son nombre d'additifs doit aussi vous mettre la puce à l'oreille. Attention, ils n'apparaissent plus systématiquement sous forme de code commençant par un E (lire page 86).

2 Il est composé d'ingrédients au nom barbare : hydrolysats, protéines réhydratées, maltodextrine... Recherchez dans la composition les substances que l'on ne trouverait pas dans une cuisine ni telles quelles dans la nature.

3 Il est « allégé en sucre », en matières grasses ou « riche en fibres ». Si vous lisez la mention « pauvre en sucre » sur un produit connu pour être très sucré (gâteau, barre de céréales...), méfiance ! Cela implique souvent que le produit a été dénaturé en remplaçant le sucre par des maltodextrines ou des édulcorants. *Idem* pour les aliments réputés très gras qui affichent le message « allégé ».

4 Son emballage est très coloré ou cible clairement les enfants, notamment lorsque le produit est sucré.

5 Il n'est vraiment pas cher. Hélas, pas de secret ! Pour afficher un petit prix, les fabricants remplacent souvent les ingrédients coûteux par des arômes artificiels, des exhausteurs de goût, des fibres qui donnent de la texture... autant de marqueurs d'ultratransformation.



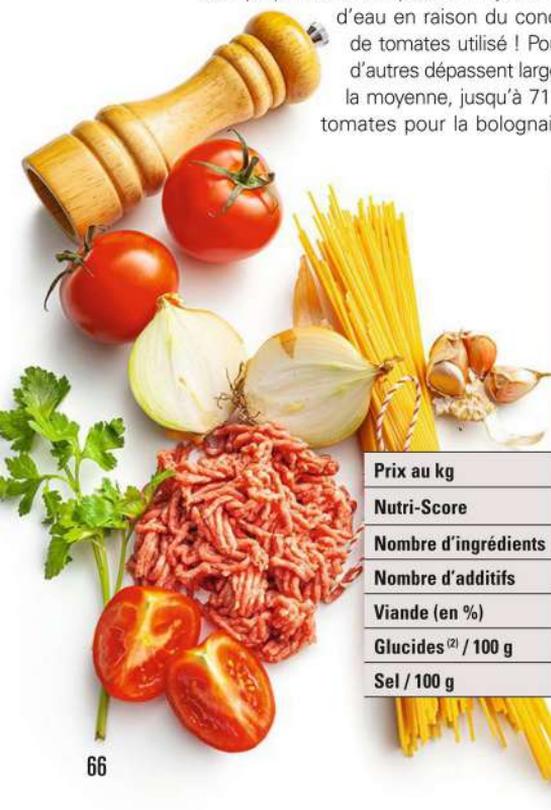
Sauce bolognaise

Viande et tomate en quantité très variable

D'une marque à une autre, de grandes différences de qualité apparaissent dans les sauces bolognaises industrielles, mais le prix n'est pas un bon indicateur pour s'y retrouver. En revanche, un seul fabricant fait le pari du sans additifs.

Une sauce tomate, c'est avant tout de la tomate. Une évidence ! Et pourtant, deux références de notre sélection semblent avoir oublié la recette de base... 24 % de tomates pour la sauce de E.Leclerc, 18 % pour celle de Lidl, deux préparations composées majoritairement d'eau en raison du concentré de tomates utilisé ! Pourtant, d'autres dépassent largement la moyenne, jusqu'à 71 % de tomates pour la bolognaise de

Casino. Elles se trouvent sous plusieurs formes, notamment en purée et pulpe. La différence ? En purée, les tomates sont pelées, cuites et mixées, tandis qu'en pulpe, elles sont coupées avec leur peau et pasteurisées dans leur jus sans cuisson. À l'instar des tomates concassées utilisées dans la recette E.Leclerc, c'est le mode de préparation qui se rapproche le plus de la tomate fraîche. La qualité a un coût : la sauce Picard, la plus riche en pulpe, affiche un tarif trois fois supérieur à la moyenne de ses concurrents. *A contrario*, la sauce



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
			
	Panzani Bolognaise 100 % pur bœuf	Aldi Delicato - Sauce bolognaise	Auchan Sauce tomate bolognaise bœuf origine France
Prix au kg	5,08 €	2,33 €	2,52 €
Nutri-Score	B	C	C
Nombre d'ingrédients	14	13	14
Nombre d'additifs	1	2	3
Viande (en %)	18 %	22 %	14 %
Glucides ⁽²⁾ / 100 g	6,5 g (5,7 g)	5,8 g (5,2 g)	6,5 g (5,3 g)
Sel / 100 g	0,99 g	1,20 g	1,10 g

(1) Porc et bœuf (2) Entre parenthèses : dont sucre

Lidl est la seule à ne pas contenir de pulpe de tout, mais uniquement du double concentré (une purée encore plus réduite puis diluée dans l'eau).

PARFOIS PLUS NAPOLITAINE QUE BOLOGNAISE

Mais où est passée la viande de la « bolo » ? Elle ne pèse pas lourd dans les préparations. 12 % de bœuf seulement dans la recette d'Intermarché, 14 % dans celle de Auchan, P.S., E.Leclerc (11,9 %) et Carrefour (13,3 %) mélangent viande de porc et viande bovine ! Le prix n'est pas forcément un bon indicateur : Aldi et Lidl font partie des références les moins chères et se révèlent pourtant les plus généreuses avec respectivement 22 % et 21 % de viande bovine. Un prix bas qui peut s'expliquer par la provenance de la viande : espagnole pour Aldi et d'origine inconnue pour Lidl, alors que toutes les autres recettes contiennent de la viande française.

ATTENTION AUX DOSES DE SUCRE ET DE SEL

Qui dit tomates, dit « régulateurs d'acidité » : acides citriques, acides lactiques, arômes et sucre. Concernant celui-ci, la plupart des produits en affichent plus de 5 g pour 100 g de produit et jusqu'à 5,8 g pour la sauce Carrefour, soit

RÉSULTAT DES COURSES

- Avec des ingrédients plus qualitatifs, la sauce Picard fait la différence mais coûte 3 fois plus cher.
- Vérifiez les quantités de tomates et de viande, en dose homéopathique parfois.
- Peu d'additifs dans ces produits, hormis des régulateurs d'acidité et de l'amidon modifié de maïs (texturant).

l'équivalent d'un morceau de sucre. La quantité de sel n'est pas plus honorable : elle dépasse 1 g/100 g pour la majorité des produits, soit plus d'un cinquième de la dose journalière recommandée, à condition de ne consommer que 100 g de sauce... Seule la recette Picard fait baisser la note avec 0,6 g de sel.

Parmi les efforts notables des fabricants, notons l'utilisation d'huile de colza plutôt que de tournesol dans la préparation d'Auchan, et d'huile d'olive vierge extra dans celle de Picard (qui contient tout de même des oignons pré-frits dans l'huile de tournesol.) Encore mieux, pas une goutte d'huile dans la sauce Aldi ! ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Véronique Liesse, diététicienne-nutritionniste et autrice



Carrefour
Sauce bolognaise



Casino
Sauce tomate bolognaise



E.Leclerc
Turini - Sauce bolognaise



Intermarché
Fiorini - Sauce bolognaise



Lidl
Combino - Bolognaise



Picard
Sauce à la bolognaise
Je cuisine facile !

2,50 €	3,69 €	2,02 €	2,43 €	2,02 €	7,98 €
B	C	C	C	C	A
18	12	15	14	13	16
3	2	3	2	2	0
13,3 % ⁽¹⁾	16 %	11,9 % ⁽¹⁾	12 %	21 %	18,3 %
6,6 g (5,8 g)	7,1 g (5,4 g)	6,1 g (4,8 g)	6,5 g (4,7 g)	6,2 g (5,4 g)	4,3 g (3,3 g)
0,96 g	1,50 g	1,40 g	1,10 g	1,20 g	0,60 g

ISTOCK; PHOTOS PRODUCTS - F. POINCELET

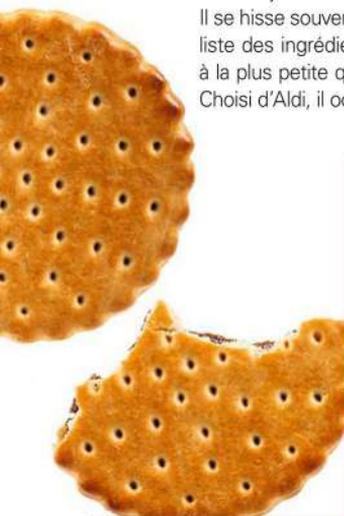
Biscuits fourrés chocolat

Ce n'est vraiment pas le goûter idéal !

Il est temps de s'interroger sur l'intérêt de ce goûter adoré des enfants. Du gras, une bonne portion de sucre... tout est là pour donner envie d'y revenir, sauf l'essentiel : des fibres qui calent et une vraie dose de chocolat. Le goût ne fait pas tout, la composition compte aussi.

Ces biscuits ne devraient pas sortir du placard tous les jours ! Commençons par le sucre ajouté. Il se hisse souvent en deuxième position dans la liste des ingrédients (classés de la plus grande à la plus petite quantité). Dans les biscuits Petit Choisi d'Aldi, il occupe même la première place,

avec 37 g pour 100 g. Un enfant un peu gourmand pourrait donc dépasser la dose quotidienne préconisée par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) de 50 g par jour avec deux biscuits. Par ailleurs, toutes les références contiennent de la graisse ou de l'huile de palme (extraite



MARQUE NATIONALE



LU Prince
Biscuits goût
chocolat au blé
complet

MARQUES DE DISTRIBUTEUR



Aldi
Petit Choisi



Auchan
Mon Goûter
goût chocolat



Carrefour Classic'
Crok
goût chocolat

Prix indicatif	1,12 €	1,09 €	0,89 €	0,91 €
Prix au kg	3,73 €	2,18 €	2,97 €	3,03 €
Nutri-Score	D	E	D	E
Nombre d'ingrédients	15	9	18	15
Nombre d'additifs	3	2	4	3
Poudre de cacao (en %)	4,5 %	5,8 %	4,6 %	3,6 %
Fibres alimentaires / 100 g	4 g	NC	4,4 g	3,3 g
Acides gras saturés / 100 g	5,6 g	9 g	5,6 g	9,1 g
Glicides / 100 g (dont sucres)	69 g (32 g)	69 g (37 g)	70 g (30 g)	70 g (31 g)

de la chair du fruit) ou de palmiste (extraite du noyau), mauvaise à la fois pour la planète et pour la santé ! Et la quantité est parfois importante, comme dans les Petit Choisi d'Aldi, où elle constitue le troisième ingrédient. Résultat, les apports en lipides de ces produits oscillent entre 16,4 g et 19 g pour 100 g (environ 5 gâteaux). Il s'agit donc bel et bien de produits gras, au sens du Programme national Nutrition Santé (PNNS) (plus de 10 g de lipides/100 g). Plus gênant encore : ces gâteaux présentent une forte teneur en acides gras saturés, dont certains sont réputés pour augmenter le taux de « mauvais » cholestérol : 9 g/100 g pour les références d'Aldi et de Carrefour et jusqu'à 11 g/100 g pour Lidl.

UN TAUX DE FIBRES TROP FAIBLE

Avec un Nutri-Score D pour la plupart des produits (E pour Carrefour, calculé par nos ingénieurs pour Lidl et Aldi), ces biscuits ne brillent pas non plus sur le plan nutritionnel. Certaines marques tentent de se distinguer avec des recettes qui



mélangent farine de blé et farine de blé complète, riche en fibres. Pourtant le taux de fibres de ces biscuits ne dépasse pas 4,4 g pour 100 g. C'est loin de combler les 25 à 30 g de fibres recommandés par jour pour un adolescent. Cet encas est à compléter d'un fruit mais reste loin de constituer le goûter idéal. Petit effort de certains fabricants : l'utilisation d'huile de colza (en complément, et malheureusement pas à la place, de l'huile de palme) dont le ratio oméga-6/oméga-3 permet une bonne assimilation de ces deux acides gras indispensables. C'est le cas des biscuits Lu, Auchan, Casino et E.Leclerc.

IMPASSE SUR L'ORIGINE DES INGRÉDIENTS

D'où vient le blé qui constitue une bonne partie de ces biscuits ? Seul Auchan précise l'origine française de la farine sur le paquet. À noter que certaines recettes contiennent un cacao produit de façon durable. C'est le cas des biscuits Aldi et Casino, labellisés Rainforest Alliance, et ceux de Lidl, certifiés UTZ. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise d'Amélie Curpain, diététicienne-nutritionniste



RÉSULTAT DES COURSES

- Les biscuits Aldi sortent du lot avec leur petit prix, peu d'additifs et beaucoup de cacao. Mais ils restent trop sucrés et gras.
- Beaucoup de substances industrielles propres aux produits ultratransformés.

ISTOCK : PHOTOS PRODUITS : F. POINCELET

		
Casino Les Doodingues Goûters ronds parfum chocolat	E.Leclerc P'tit Déli Croc'Break goût chocolat	Lidl Sondey Captain Rondo Cacao
1,39 €	0,79 €	1,09 €
4,63 €	2,63 €	2,18 €
D	D	E
18	18	16
4	4	3
4,2 %	4,6 %	5,5 %
4,1 g	4,4 g	NC
5,2 g	5,6 g	11 g
70 g (30 g)	70 g (30 g)	67 g (31 g)

Fromages fondus

Une vache en pleine forme

S'ils peuvent apporter une dimension plaisir au repas des petits, les célèbres triangles ne remplacent pas le vrai fromage. Un seul fabricant fait l'effort d'une recette simple, sans additifs. Les autres présentent, notamment, une portion congrue de calcium.

Sels de fonte peu recommandables, taux de matière grasse élevé, dose de calcium souvent très légère... On ne fond pas pour le fromage à pâte fondue, dégusté par plusieurs générations de Français. Seule la nouvelle recette de la vache rouge se démarque avec seulement quatre ingrédients et une quantité de calcium correcte. Pour le reste, les petites portions triangulaires regorgent d'additifs en tout genre. Parmi eux, les sels de

fonte (possédant des propriétés qui s'apparentent aux émulsifiants), qui se déclinent sous les noms de polyphosphates de sodium, citrates de sodium, diphosphates de sodium ou orthophosphates de sodium. Leur rôle ? Faciliter le mélange des ingrédients afin d'obtenir une texture homogène et bien crémeuse. Ils pourraient néanmoins avoir des effets délétères sur la santé à forte dose. En 2019, un avis scientifique de l'Autorité européenne



MARQUE NATIONALE



La Vache qui rit
L'Originale (12 portions)

MARQUES DE DISTRIBUTEUR



Aldi
Conquérant
Les P'tits Fondants (24)



Auchan
12 P'tits triangles
fromage fondu

Prix indicatif	1,75 €	2,05 €	1,37 €
Prix au kg	9,11 €	5,13 €	6,85 €
Nutri-Score	D	D	D
Nombre d'ingrédients	4	7	11
Nombre d'additifs	0	2	7
Présence de sels de fonte	NON	OUI	OUI
Matières grasses / 100 g	17,5 g	20 g	20 g
Dont acides gras saturés	11,5 g	13 g	14 g
Sel / 100 g	1,7 g	1,7 g	2 g
Calcium / 100 g	500 mg	380 mg	240 mg

de sécurité des aliments (Efsa) alertait d'ailleurs sur la surexposition à ces substances des enfants et adolescents, gros consommateurs d'aliments contenant des phosphates.

DES PRODUITS RICHES EN ACIDES GRAS SATURÉS

Côté calcium, c'est la douche froide. Les 83 mg par portion de La Vache qui rit (500 mg/100 g) représentent environ un huitième des besoins quotidiens d'un enfant de 5 ans. Pas de quoi en faire un fromage... Et c'est encore plus vrai pour ses concurrents ! Les triangles de Auchan, Carrefour, E.Leclerc et Intermarché en contiennent plus de deux fois moins (240 mg). Les petits triangles Doodingues de Casino font à peine mieux (275 mg), alors qu'il s'agit d'un produit assez cher : 7,40 €/kg contre 5,80 € en moyenne pour les autres marques de distributeur. Le point sur lequel tous les produits se retrouvent, c'est la quantité de matières grasses, plutôt élevée. Quasiment tous les produits de la sélection affichent 20 g de lipides pour 100 g de fromage. La Vache qui rit en compte un peu moins (17,5 g), mais cela reste beaucoup : l'équivalent d'une cuillère à café d'huile pour deux portions.



RÉSULTAT DES COURSES

- Une famille de produits plutôt riche en matières grasses.
- Des doses de calcium très variables, du simple à plus

du double selon les marques.

- Un seul produit est dépourvu d'additifs : La Vache qui rit, composée de 4 ingrédients seulement.
- Moins chères, les marques de distributeurs sont déconseillées, en raison de leur piètre composition.

PEU DE RÉFÉRENCES AVEC DU LAIT FRANÇAIS

La plupart des recettes contiennent du lait provenant d'Union européenne. Celui des Triangles fondants de Lidl, seule référence à jouer la transparence totale, peut provenir d'Allemagne mais aussi d'Irlande, de Lettonie, de Pologne, du Royaume-Uni, voire de Nouvelle-Zélande ! Seuls La Vache qui rit et Les P'tits Fondants de Aldi utilisent un lait 100 % français. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise d'Amélie Boudin, diététicienne-nutritionniste



Carrefour
Triangle fondant
12 portions

1,37 €

6,85 €

D

11

5

OUI

20 g

14 g

1,5 g

240 mg



Casino
Les Doodingues
Les petits triangles (24)

2,96 €

7,40 €

D

11

7

OUI

20 g

14 g

1,8 g

275 mg



E.Leclerc
Les Croisés
Triangolo (24)

1,96 €

4,90 €

D

11

4

OUI

20 g

14 g

1,5 g

240 mg



Intermarché
Pâturages
P'tits Fondants (24)

2,42 €

6,05 €

D

13

4

OUI

19,5 g

14 g

1,5 g

240 mg



Lidl
Milbona - Les Triangles
fondants (24)

2,05 €

5,13 €

D

7

2

OUI

20 g

14 g

1,8 g

300 mg

Veloutés

Plus de légumes, s'il vous plaît !

A priori, il n'y a rien de plus sain qu'une soupe, simple mélange de légumes, d'eau et d'un petit assaisonnement. Las, celles de notre échantillon forcent trop sur le sel, le gras et le sucre pour présenter le même intérêt nutritionnel qu'une recette maison.

Contre toute attente, pas de Nutri-Score A dans cette catégorie. Car, à regarder de plus près les étiquettes des veloutés de légumes industriels, on s'aperçoit que les fabricants mettent leur grain de sel, de lipides et de sucre partout ! Quant aux légumes, les soupes industrielles se révèlent

moins riches qu'une recette maison. Afin de donner du corps au mélange, les fabricants ajoutent des épaississants tels que l'amidon de maïs ou la farine de riz. Comme les quantités de légumes sont variables d'une marque à l'autre, il s'agit d'ouvrir l'œil. Attention notamment aux

	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
			
	Knorr Velouté de 9 légumes	Aldi Les Printanières Velouté de légumes	Auchan Velouté de 10 légumes
Prix au litre	2,14 €	0,85 €	0,92 €
Nutri-Score	B	C*	B
Nombre d'ingrédients (dont légumes)	15 (9)	13 (6)	18 (10)
Nombre d'additifs	0	1	1
Pourcentage de légumes	41,6 % (45,6 % en comptant le jus de tomate)	25 % (37,3 % en comptant le jus de tomate)	30 % (41 % en comptant le jus de tomate)
Matières grasses / 100 ml	0,6 g	1,6 g	2 g
Dont acides gras saturés	0,3 g	< 0,1 g	0,2 g
Glucides / 100 ml	5,6 g	6,5 g	5 g
Dont sucres	1,9 g	2,3 g	1,8 g
Sel / 100 ml	0,67 g	0,86 g	0,75 g

* Nutri-Score calculé en l'absence d'indication de la quantité de fibres ** Pour 100 g

premiers prix : les veloutés de Aldi et Lidl sont les moins bons élèves, avec, respectivement, 29,1 % et 25 % de légumes, hors jus de tomate (en deuxième ingrédient après l'eau dans les deux recettes).

La pomme de terre constitue souvent le deuxième « légume » – voire le premier dans la recette de Lidl – alors qu'il s'agit d'un féculent. Présentée comme légume par les fabricants, elle n'est pas incluse dans le calcul du Nutri-Score. Sa quantité fait qu'il y a moins de fibres dans les versions industrielles que dans les recettes maison.

SUCRE ET SEL AJOUTÉS À SURVEILLER

Le sucre (ou le miel chez Picard) se cache décidément partout, y compris dans les soupes ! Il faut dire qu'il est si pratique pour rehausser le goût et corriger l'acidité éventuelle... Une seule référence y échappe : le velouté 10 légumes de Lidl, l'un des moins cher de la sélection. Méfiez-vous aussi des doses de sel, surtout en cas d'hypertension artérielle. Les préparations de Aldi et Carrefour



RÉSULTAT DES COURSES

- Knorr s'en tire plutôt bien malgré un prix élevé, de même que Lidl.
- Pour faire le tri, examinez la quantité de légumes et la part de féculents (pomme de terre).

apportent plus de 2 g de sel pour 2,5 dl de soupe, soit près de la moitié de la consommation quotidienne recommandée par l'Organisation mondiale de la santé (5 g par jour). À la différence du potage, la recette du velouté a pour point de départ la fabrication d'un « roux » à base de farine et de beurre. Toutes les références sauf Knorr contiennent donc cette matière grasse noble, mais en toute petite quantité (dernier ingrédient chez Leclerc et Casino). De la crème fraîche, de l'huile de colza ou de la poudre de lait jouent souvent les ersatz. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Marie-Laure André, diététicienne-nutritionniste et autrice



Carrefour
Velouté
aux 8 légumes



Casino
Le savoureux
velouté
de légumes



E.Leclerc
Régal Velouté
de 10 légumes



Intermarché
Saint Eloi
Velouté légumes



Lidl
Toque du Chef
Velouté
10 légumes



Picard
Velouté patate
douce, carotte
jaune, ciboulette

0,91 €	1,59 €	0,90 €	0,90 €	0,85 €	3,50 €/kg
B	B	B	B	B	B
16 (8)	16 (8)	18 (10)	20 (10)	17 (10)	11 (4)
1	1	1	1	1	0
32,3 % (42 % en comptant le jus de tomate)	38 % (avec purée de tomate)	24,7 % (41,8 % en comptant le jus de tomate)	30,4 % (42 % en comptant le jus de tomate)	24,8 % (41,8 % en comptant le jus de tomate)	42,7 % (recette sans tomate)
2,1 g 0,3 g	1,7 g 0,6 g	1 g 0,2 g	1,4 g 0,5 g	1 g 0,2 g	1,4 g** 1 g**
5,1 g 1,8 g	5,6 g 1,9 g	6,4 g 1,4 g	6,9 g 1,8 g	5,3 g 0,8 g	6,3 g** 3,5 g**
0,64 g	0,57 g	0,59 g	0,58 g	0,57 g	0,5 g**

Substituts végétaux

Pas aussi sains qu'ils en ont l'air

Steaks, galettes, nuggets... Les substituts à la viande sont à la mode et bénéficient d'une image positive, notamment concernant leurs bienfaits pour la santé. Hélas, ce sont bel et bien des produits industriels pur jus, avec tous leurs travers.

Avez-vous déjà réalisé une recette maison avec des protéines de soja ou de blé ? Non, et pour cause : il s'agit d'ingrédients issus de procédés utilisés uniquement dans l'industrie agroalimentaire. Dans cette catégorie de produits, ce sont les ingrédients stars. Et un premier indicateur du degré de transformation des « steaks végétaux »,

qui n'ont parfois de sain que l'apparence. Car, si ces recettes bénéficient d'un Nutri-Score A ou B, on trouve à côté des légumineuses, des céréales et des légumes, des additifs et des substances ultratransformées dont on se passerait bien : sirop de glucose, dextrose, maltodextrine dans les burgers Bon & Vég d'Aldi, amidon modifié de pomme



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
			
	Herta* Le bon végétal Steak soja & blé	Aldi Bon & Vég 2 burgers végétaliens	Auchan Envie de veggie Nuggets Blé et oignons
Prix au kg	18,60 €	9,45 €	13,45 €
Nutri-Score	A	B	B
Nombre d'ingrédients	20	22	13
Nombre d'additifs	0	1	0
Protéines / 100 g	21 g	17 g	19 g
Matières grasses / 100 g	11 g	5,1 g	14 g
Dont acides gras saturés	1,2 g	0,6 g	1,5 g
Glucides / 100 g	6,2 g	8,9 g	22 g
Fibres alimentaires / 100 g	5,5 g	NC	1,7 g
Sel / 100 g	1,40 g	1,30 g	0,64 g

* Vendu à Nestlé, la gamme Le bon végétal deviendra bientôt « Garden Gourmet ». Le service consommateur n'a pu nous dire si la compo

de terre et méthylcellulose dans les galettes Lidl, par exemple. Attention également au taux de sel, qui va de 0,64 g/100 g pour les nuggets d'Auchan à 1,4 g/100 g pour Le bon végétal de Herta*. La teneur en fibres est également plus ou moins intéressante selon les produits. Les galettes de Lidl à base de protéines de soja en contiennent quatre fois plus que les nuggets d'Auchan préparées avec de la protéine de blé. Dernier point, et non des moindres : plus de la moitié des produits de la sélection, pas forcément parmi les moins chers, affiche en composant numéro un... de l'eau ! La raison ? Les protéines de blé et de soja doivent être réhydratées pour être utilisées.

LE RATIO PROTÉINES-LIPIDES À PRENDRE EN COMPTE

Dès lors, comment choisir sa recette ? Optez, de préférence, pour celles qui affichent des taux de protéines bien supérieurs à ceux des matières grasses. Les références d'Aldi et de Carrefour sont les plus intéressantes de ce point de vue, avec plus de trois fois plus de protéines que de gras. En revanche, la recette de Casino,



RÉSULTAT DES COURSES

- Critère de choix, le meilleur rapport protéines-matières grasses est proposé par les burgers végétaliens d'Aldi (les moins chers de l'échantillon), suivis par ceux de Carrefour.
- Les apports nutritionnels sont très variables selon les produits, plus ou moins riches en protéines et fibres.
- Les taux de lipides peuvent s'envoler, jusqu'à 14 g/100 g et 2,7 g d'acides gras saturés.

dont les galettes sont panées, montre un déséquilibre net avec 14 g de lipides pour 100 g et seulement 7,4 g/100 g de protéines ! Attention également au taux d'acides gras saturés, aux effets délétères sur la santé : les galettes Nat & Vie d'E.Leclerc, les seules à contenir du fromage, affichent le plus haut taux (2,7 g/100 g). ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Marie-Laure André, diététicienne-nutritionniste et autrice



Carrefour
Carrefour veggie
Burgers blé, soja



Casino Veggie et gourmand
Galettes boulgour, sarrasin & poireaux



E.Leclerc Nat & Vie -
2 galettes de blé épinards et emmental



Intermarché
Veggie Marché
2 galettes Soja, tomates, basilic



Lidl
Toque du chef
2 galettes soja, tomate, basilic



Picard
Tout bon, tout veggie - Haché végétarien

13,28 €	18,25 €	12,15 €	12,45 €	9,45 €	15,91 €
A	B	A	A	A	B
18	23	15	15	15	14
1	0	1	2	2	0
16 g	7,4 g	19 g	13,6 g	13,9 g	26 g
5,9 g 0,5 g	14 g 2,1 g	8,5 g 2,7 g	7,8 g 0,9 g	11,3 g 1,1 g	14 g 1,5 g
8,5 g	24 g	3,8 g	5,9 g	4,1 g	9,5 g
4,4 g	3,8 g	4,0 g	5,7 g	7,1 g	1,6 g
0,98 g	0,82 g	0,71 g	0,90 g	0,96 g	0,76 g

sition changera...

Yaourts

Mais où sont passés les fruits ?



Ces yaourts pourraient presque passer pour des produits bons pour la santé, grâce à la présence de fruits et à leur teneur en calcium. Mais, parce que le taux de sucre est très élevé, ils relèvent davantage de gourmandises à déguster occasionnellement.

Framboises, fraises, mûres, cerises... Avec ces yaourts, les fruits rouges des beaux jours s'invitent toute l'année sur nos tables. Leurs compositions sont très proches, les huit références étudiées se différencient surtout par la qualité du lait utilisé et par leur prix.

La majorité des produits que nous avons passés au crible sont élaborés à partir de lait entier origine France – un bon point – sauf Lidl, qui utilise du lait écrémé, additionné de crème. Toutefois, les yaourts de Aldi, Casino, E.Leclerc et Lidl contiennent en plus de la poudre de lait

écrémé. Côté teneur en lait, un bémol pour le produit de E.Leclerc Délisse aux fruits avec morceaux, qui affiche un petit 67 % de lait entier contre une moyenne de 75 % pour les autres références.

10% DE FRUITS, SAUF POUR LES POTS À LA FRAMBOISE

Les yaourts contiennent-ils des fruits en quantité satisfaisante ? La réponse est oui dans la plupart des cas, avec des proportions plutôt honorables. Nous avons relevé plus de 10 % de fruits en



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
			
	Panier de Yoplait Fruits rouges	Aldi - Milsa Yaourts aux fruits avec morceaux	Auchan Les Morceaux
Prix indicatif	2,52 €	1,65 €	2,45 €
Prix au kg	2,42 €	1,65 €	2,45 €
Nutri-Score	B	C	C
Nombre d'ingrédients	10	20	12
Nombre d'additifs	0	13	2
Lait (en %)	NC	76,2 %	75,8 %
Framboise (en %)	8,8 %	NC	9,5 %
Matières grasses / 100 g	2,3 g	2,7 g	3,4 g
Glucides / 100 g	12,5 g	15 g	14 g
Dont sucre	11,9 g	15 g	14 g

moyenne, et jusqu'à 12 % pour les yaourts aux fruits avec morceaux de Aldi. En revanche, si l'on examine de près les yaourts à la framboise contenus dans ces packs de pots panachés, les taux s'effondrent. La présence de ce fruit délicat, et surtout cher, dépasse rarement les 9,5 % de la recette. Pire encore chez Yoplait : si la proportion de fraise est de 11,9 %, elle tombe à... 8,8 % pour la framboise, la mûre et la cerise ! Ce qui signifie que des arômes, heureusement naturels, ont souvent été ajoutés pour renforcer le goût.

DES ADDITIFS SANS INTÉRÊT ET PARFOIS TRÈS DOUTEUX

Dans la liste des ingrédients, des jus de fruits et de légumes servent de colorants naturels (sureau, carotte noire, raisin, hibiscus...). Autant de pratiques vertueuses. Malheureusement, on y trouve aussi des marqueurs d'ultratransformation (fibres d'agrumes chez Yoplait) et des additifs. De la pectine, qui améliore la texture (sauf dans les Frutimax d'Intermarché et les Paniers de Yoplait), sans risque pour la santé mais sans intérêt nutritionnel. Et, surtout, des carraghénanes (E407) dans les Frutimax. Ce texturant semblait avoir des effets sur l'inflammation du côlon, voire la cancérogénicité, mais les études ne font pas consensus. Le principe de précaution pousserait à préférer les produits qui s'en passent.

RÉSULTAT DES COURSES

- La qualité du lait (entier, origine France) et la présence de vrais fruits à raison de 1/10^e des compositions constituent de bonnes nouvelles.
- La présence d'additifs, classe tous ces yaourts dans la catégorie des produits ultratransformés.
- Le sucre, en quantité importante, demeure le vrai bémol de cette catégorie, dans laquelle aucune marque ne se distingue franchement.

Dernier ingrédient d'importance dans les yaourts aux fruits : le sucre. Tous les yaourts étudiés sont très sucrés. Aux extrêmes, on trouve ceux de Casino, avec 16 g de sucre pour 100 g de produit, et les Frutimax d'Intermarché avec « seulement » 11,1 g de sucre pour 100 g. Dans tous les cas, avec un seul yaourt (125 g en général, et même 130 g pour Yoplait), on entame ainsi sacrément la dose journalière de sucre recommandée (50 g). Les yaourts aux fruits demeurent donc, avant tout, un produit plaisir à déguster avec modération. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise d'Adélaïde d'Aboville, nutritionniste et autrice

				
Carrefour Classic' Fruits rouges	Casino Yaourts aux fruits avec morceaux	E.Leclerc Délicie Aux fruits avec morceaux	Intermarché Pâturages - Frutimax	Lidl Envía - Yaourt aux fruits, avec morceaux
1,90 €	3,05 €	1,65 €	2,03 €	1,65 €
1,83 €	3,05 €	1,65 €	2,03 €	1,65 €
B	C	C	B	B
12	13	13	14	14
1	2	2	3	1
77 %	NC	67 %	77,2 %	NC
9,5 %	10 %	9,4 %	9,4 %	10 %
2,7 g	3,4 g	2,7 g	2,6 g	2,8 g
13 g 13 g	16 g 16 g	15 g 15 g	12,8 g 11,1 g	14 g 13 g

ISTOCK / PHOTOS PRODUITS - F. POINCELET

Cordons bleus

Une volaille bien malmenée

Lorsqu'on a un petit budget à consacrer à l'alimentation, consommer de la viande peut se révéler difficile et le recours au cordon bleu tentant. Jusqu'à ce que l'on étudie sa composition. Celle-ci explique pourquoi ce produit ne coûte pas grand-chose.

Aucune autre catégorie de notre sélection ne possède des listes d'ingrédients aussi longues. Un indice de mauvais augure sur la qualité nutritionnelle. Plusieurs marques ont pourtant un Nutri-Score B, mais cette notation ne prend pas en compte la présence d'additifs et de marqueurs d'ultratransformation. Or ces panés comptent énormément d'additifs. Cinq références (Aldi, Casino, Intermarché,

Leclerc, Picard) contiennent des nitrites (E250), conservateur soupçonné d'augmenter le risque de cancer du côlon. Et les cordons bleus Aldi, Auchan, Carrefour, Casino, Intermarché, Le Gaulois et Lidl renferment des carraghénanes (E407), texturant potentiellement inflammatoire, dont le potentiel à induire des cancers est à l'étude. Délétères également : les sels de fonte, notamment les polyphosphates (E452) présents dans les cordons bleus Aldi, Auchan, Casino, Intermarché, Leclerc



Le Gaulois
Cordon bleu
dinde (2)



Père Dodu
L'escalope Cordon
bleu dinde (4)



Aldi - Corril
2 Cordons bleus
de dinde



Auchan
Cordon bleu
dinde (2)

	MARQUES NATIONALES		MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
Prix au kg	10,40 €	9,15 €	6,45 €	8,95 €
Nutri-Score	B	B	D	B
Nombre d'ingrédients	25	21	25	22
Nombre d'additifs	5	4	8	4
Viande reconstituée en %*	58 %	50 %	54%	55 %
Viande pure (hors jambon)	48 %	38 %	NC	41,9 %
Fromage fondu (en %)	10 %	10 %	10 %	10 %
Présence de nitrites	NON	NON	OUI	NON
Matières grasses / 100 g	10 g	8,7 g	14 g	12 g
Sel / 100 g	0,99 g	1,20 g	1,50 g	1,10 g

* Viande de volaille agglomérée à l'aide d'additifs

et Lidl. La consommation de ces texturants doit être limitée, car ils sont suspectés de constituer un facteur de risque cardio-vasculaire, notamment chez les insuffisants rénaux. Seul Père Dodu présente un produit sans additif trop problématique.

PAS UN VRAI FILET, MAIS DE LA VIANDE RECONSTITUÉE

Qu'elle soit de dinde ou de poulet, la viande est très souvent « reconstituée », autrement dit composée de divers morceaux de viande mixés et agglomérés à l'aide d'additifs texturants... Ce qui diminue sérieusement le prix. C'est le cas de Auchan, Intermarché, Père Dodu et Le Gaulois. Si Casino annonce 55 % de préparation à base de dinde, il n'y a que 40 % de viande seulement, le reste étant constitué de « peau de volaille », dextrose, eau, fibre de blé, etc. Ces texturants, humectants et épaississants (amidons modifiés, fibres de céréales, arômes de synthèse, protéines de céréales et de légumineuses, protéines laitières...) sont présents dans tous les produits de cette catégorie, pour les rendre présentables à chaud comme à froid. Autant de marqueurs d'ultra-transformation qui doivent amener à limiter au maximum ces produits dans son alimentation. La dose de fromage, autour de 10 % en général,

RÉSULTAT DES COURSES

- Selon la façon dont il reconstitue la viande, le fabricant tombe parfois à des taux de volaille très bas : 34 % seulement chez Lidl !
- Attention à la dose de sel, notamment pour le produit Leclerc (1,7 g !). Seul Le Gaulois passe sous la barre du gramme de sel pour 100 g de produit.
- Les cordons bleus sont tous des produits ultratransformés. À consommer avec modération.

recouvre une tout autre réalité. La quantité réelle de fromage est de 4 % en moyenne, auxquels s'ajoutent lactosérum, lait écrémé en poudre, sels de fonte, eau... et dans le meilleur des cas, du beurre. S'il faut choisir un produit dans cette catégorie, le produit Père Dodu présente le plus faible apport en graisses, et il ne contient pas de nitrites. En revanche, on évitera les cordons bleus E.Leclerc, qui contiennent vraiment trop d'additifs, de sel et de marqueurs d'ultra-transformation. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Véronique Liesse, diététicienne-nutritionniste et autrice

Carrefour Cordons bleus de dinde (2)	Casino Cordons bleus de dinde (4)	E.Leclerc - Côté Croc - 2 Cordons bleus de dinde	Intermarché Volaé Cordon bleu (4)	Lidl - Toque du chef 2 Cordons bleus de poulet	Picard 6 cordons bleus de poulet panés
7,45 €	12,48 €	7,80 €	7,80 €	6,95 €	10,67 €
C	D	C	C	B	C
24	27	32	25	28	26
4	7	9	4	6	9
50 % NC	55 % 40 %	NC 42 %	55 % 41,25 %	53 % 34 %	NC 42,5 %
10 %	10 %	10 %	10 %	10 %	11,5 %
NON	OUI	OUI	OUI	NON	OUI
11 g	12 g	11 g	9,9 g	14 g	10 g
1,4	1,40 g	1,70 g	1,49 g	1,10 g	1,20 g

ISTOCK, ADOBE STOCK, PHOTOS PRODUITS : F. POINCELLET

Pizzas jambon fromage

On est encore loin de l'Italie...

Une pizza comme à Naples, c'est une pâte plutôt fine et une généreuse garniture. Dans notre échantillon, les proportions de fromage et de jambon se valent d'une marque à l'autre, à quelques exceptions près. Mais gare à la composition générale, qui fait la différence.

Jambon, fromage, sauce tomate : que cache cette garniture on ne peut plus classique ? Côté proportion par rapport à la pâte, pas de grande surprise. Toutes les pizzas étudiées présentent environ 40 % de jambon et de fromage, à l'exception notable de Picard, peu généreuse, et de Sodebo. La marque nationale ne donne aucune indication sur le poids de ses ingrédients

nobles, ce qui empêche de la comparer à ses concurrentes et jette le trouble. Sinon, en dehors du cocktail d'additifs, dont on se passerait bien, les pizzas jambons fromage étudiées renferment beaucoup de sucres ajoutés et d'ingrédients issus de procédés industriels. Elles contiennent jusqu'à neuf marqueurs d'ultratransformation, dont de un à trois additifs très controversés.



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
		Sodebo La Pizza Jambon Emmental	Aldi Casa Morando Jambon Fromage	Auchan La Jambon Fromage
Prix au kg		6,81 €	3,53 €	5,53 €
Nutri-Score		C	D	C
Nombre d'ingrédients (additifs)		21 (4)	22 (4) ⁽¹⁾	17 (3)
Nitrites		OUI	OUI	OUI
Jambon		NC	16 %	17,1 %
Fromage (emmental, mozzarella)		NC	14,5 %	17,5 %
Matières grasses / 100 g Dont acide gras saturé		6,1 g 3,6 g	5,5 g 3,4 g	6,8 g 3,9 g
Glucides / 100 g (dont sucre)		24 g (2,7 g)	28 g (2,6 g)	28 g (4,4 g)
Sel / 100 g		1,7 g	1,6 g	1,3 g

(1) Nutri-Score calculé en l'absence d'indication de la quantité de fibres (2) Sans mozzarella

Quatre références (Auchan, Carrefour, E.Leclerc, Intermarché) affichent du diphosphate (E450), un agent stabilisant suspecté d'augmenter le risque cardio-vasculaire, notamment chez les insuffisants rénaux.

Les fabricants pourraient également nous dispenser de nitrites, ce conservateur qui donne sa couleur rose au jambon et est soupçonné d'augmenter le risque de cancer du côlon. Toutes les pizzas de notre sélection en contiennent. Côté matières grasses, les références étudiées présentent, somme toute, des quantités raisonnables par rapport à d'autres familles de produits industriels (cordons bleus ou knacks).

LE SUCRE AJOUTÉ JOUE LES TROUBLE-FÊTE

En revanche, attention aux sucres simples ajoutés : toutes les recettes sans exception contiennent du sirop de glucose ou du dextrose, voire les deux. Les taux de sucre atteignent ainsi 3,7 g pour 100 g chez E.Leclerc, et même 4,4 g/100 g pour Auchan. Les fabricants ne lésinent pas non plus sur le sel, qui dépasse allégrement le gramme pour une portion de

RÉSULTAT DES COURSES



■ Avec moins de sucre, de sel et un petit prix, la pizza Intermarché se démarque.

■ La pizza la plus chère (Picard) est loin d'être la plus qualitative.

■ Côté garniture, toutes les marques se valent, sauf Picard (moins généreuse) et Sodebo, muet à ce sujet.

100 g : Intermarché en met 1,16 g, tandis que les deux pizzas les plus chères (Sodebo et Picard) sont les plus salées avec 1,7 g/100 g.

Quid des olives ? Carrefour et Casino notent la présence de gluconate ferreux dans leur préparation, destinée à leur donner un aspect d'olives noires « mûres ». Enfin, seuls Auchan et Casino indiquent une origine française pour le jambon. Les autres affichent une origine européenne, laissant penser que la viande vient en grande partie de Pologne, le plus gros producteur porcin d'Europe. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Véronique Liesse, diététicienne-nutritionniste et autrice



Carrefour Classic'
Jambon Fromage



Casino
Jambon Emmental



E.Leclerc
Turini
Jambon Fromage



Intermarché
Fiorini
Jambon Emmental



Lidl
Toque du chef
Jambon Emmental



Picard
Regina Jambon,
Champignon,
Mozzarella

4,11 €	6,56 €	3,56 €	4,87 €	3,55 €	9,07 €
C	C	C	C	C	C
25 (7)	19 (3)	20 (3)	16 (4)	21 (4)	22 (3)
OUI	OUI	OUI	OUI	OUI	OUI
17 %	18 %	17 %	17 %	17 %	12,4 %
16,1 %	16,6 %	17,4 %	17,6 % ⁽²⁾	13 %	14,5 %
6,5 g 3,3 g	6,4 g 3,6 g	7,0 g 3,8 g	5,7 g 3,6 g	6,1 g 3,6 g	4,8 g 2,8 g
28 g (3,5 g)	29 g (2,3 g)	27 g (3,7 g)	25,8 g (2,1 g)	24 g (2,7 g)	27 g (1,7 g)
1,6 g	1,3 g	1,3 g	1,16 g	1,7 g	1,7 g

Frites au four surgelées

Elles n'ont pas toutes la patate

Si vous croyez que vos frites surgelées ne contiennent que de la pomme de terre et de l'huile, vous vous trompez ! La plupart des produits étudiés sont très loin de la composition classique, *a priori* simple. On y compte jusqu'à 14 ingrédients, dont certains problématiques.

Produit plaisir s'il en est, les frites restent à consommer avec modération, du fait de leur teneur en graisse. Premier indice de qualité, la teneur en pomme de terre. Elle se situe sous la barre des 90 % pour les frites McCain, et ne dépasse pas 90 % pour quatre autres références. Intermarché (93 %) et Picard (94,5 %) font mieux, mais surtout Lidl, avec 96 % de pomme de terre, alors que les frites au four surgelées de l'enseigne

font partie des trois produits les moins chers (1,29 €/kg). Cette référence mérite d'ailleurs la palme de la simplicité : elle ne contient que deux ingrédients (pommes de terre et huile de tournesol), une recette qui s'apparente au fait maison. Picard la talonne, avec trois ingrédients (dont du dextrose, un sucre ajouté, dommage). *A contrario*, la liste est longue comme le bras dans les sachets de Aldi, Auchan, Carrefour, Casino, E.Leclerc, Intermarché et McCain. On y



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR	
			
	McCain Just au Four Classique	Aldi Mr Frites Frites au four	Auchan Frites Four Classic
Prix indicatif	1,69 €	1,25 €	1,51 €
Prix au kg	2,70 €	1,25 €	1,51 €
Nutri-Score	B	B *	A
Nombre d'ingrédients	13	14	14
Nombre d'additifs	6	6	6
Pomme de terre (en %)	89,5 %	90 %	90 %
Matières grasses / 100 g	5,5 g	4,7 g	5,3 g
Dont acides gras saturés	0,6 g	0,5 g	0,6 g
Sel / 100 g	0,50 g	0,28 g	0,23 g

* Nutri-Score calculé en l'absence d'indication de la quantité de fibres

trouve des farines de riz et de blé, et plusieurs marqueurs d'ultratransformation : dextrose, dextrine, amidon modifié, fibre de pois...

TROP D'INGRÉDIENTS POUR UN PLAT BASIQUE

Résultat ? Six préparations sur neuf comptent plus de 10 ingrédients... Auchan monte même jusqu'à 14 ! Et qui dit liste à rallonge dit risque d'exposition à des additifs problématiques. C'est bien le cas avec les diphosphate (E450), des agents de texture présents dans six références, dont la dose journalière recommandée a été récemment abaissée en raison de leur rôle potentiel dans les maladies cardio-vasculaires. Faut-il opter pour la marque nationale, la plus chère du panel ? Pas vraiment. Les frites McCain cumulent 12 ingrédients dont le E450.

POURQUOI AJOUTER DU SUCRE DANS UNE RECETTE SALÉE ?

Qui dit frites dit sel. Et selon les marques, la teneur en sodium passe du simple au... quadruple ! Attention avec les produits McCain (0,5 g pour 100 g), Intermarché (0,47 g/100 g) et Casino (0,41 g/100 g) avec des niveaux de sel tels qu'un adulte absorbera environ un cinquième de la



RÉSULTAT DES COURSES

■ Les frites au four Harvest Basket de Lidl et les frites classiques de Picard sont clairement plus saines que leurs concurrentes.

■ À l'exception de Lidl, toutes les frites analysées contiennent du sucre ajouté.

■ La marque nationale n'est pas gage de qualité : les frites de McCain, les plus chères, présentent le taux de pomme de terre le plus bas et sont les plus chargées en additifs.

portion journalière recommandée en un repas (200 g), pour peu qu'il n'ajoute pas du sel de table. Il est possible de faire mieux : la preuve avec Picard ou Lidl, sans sel ajouté (la teneur en sel de 0,14 g/100 g correspond au sodium naturellement présent dans les pommes de terre). Dernier point problématique : le sucre. Il y en a dans toutes les références sauf une (Lidl), sous forme de dextrose ou de dextrine (fabriqué de façon industrielle à partir de l'amidon de maïs). ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise de Nathalie Majcher diététicienne-nutritionniste et autrice



Carrefour Classic' Frites Spécial Four



Casino Frites Spécial Four



E.Leclerc Pom'lisse Oh ! Four Classiques



Intermarché Saint Eloi Frites au four



Lidl Harvest Basket Frites au four classiques



Picard Les Frites classiques

0,88 €	1,35 €	0,75 €	1,16 €	1,29 €	1,30 €
1,47 €	2,25 €	1,25 €	1,55 €	1,29 €	1,30 €
A	B	A	A	B *	A
14	12	12	8	2	3
6	6	4	1	0	0
90 %	NC	90 %	93 %	96 %	94,5 %
4,4 g	3,2 g	4,5 g	4,1 g	4 g	3,3 g
0,5 g	0,4 g	0,5 g	0,5 g	0,5 g	0,4
0,27 g	0,41 g	0,37 g	0,47 g	0,08 g	0,14 g

ISTOCK - PHOTOS PRODUITS - F. POINCELET

Saucisses knacks

Un concentré de gras et d'additifs

Nous avons eu beau chercher : pas une marque ne se distingue dans cette catégorie, pas même le fleuron national, deux fois plus cher que la plupart des autres et qui exploite la même recette que les distributeurs, bien plus grasse que la viande.

Rapides à préparer, les knacks s'invitent à table pour le repas ou l'apéritif. Elles constituent pourtant un aliment particulièrement problématique d'un point de vue nutritionnel comme de santé. Pour commencer, la présence de nitrite de sodium (E250) dans toutes les références étudiées doit alerter. En effet, des composés chimiques dérivés de ces sels nitrités apparaissent lors de la cuisson à haute température. Appelés nitrosamines, ils sont classés cancérigènes possibles ou probables pour l'homme par le Centre international de recherche sur le cancer (Circ). Pour séduire les consommateurs

– ou s'acheter une bonne conscience ? –, les industriels sortent désormais des gammes de produits sans nitrites (jambon, lardons), mais les saucisses knacks n'en font pas partie.

Elles peuvent renfermer en outre des polyphosphates (E452) (Auchan, E.Leclerc, Lidl), ou des diphosphates (E450), des humectants qui permettent de conserver le moelleux des saucisses et de gonfler artificiellement leur poids par la rétention d'eau. Ces additifs, suspectés de constituer un facteur de risque cardio-vasculaire, en particulier en cas d'insuffisance rénale, doivent être limités.



	MARQUE NATIONALE	MARQUES DE DISTRIBUTEUR
		
	Herta Original Knacki 100 % pur porc (6)	Aldi Epicurillades - 10 Knacks
Prix indicatif	1,99 €	1,31 €
Prix au kg	9,48 €	3,74 €
Nutri-Score	D	D
Nombre d'ingrédients (additifs)	16 (5)	12 (3)
Viande	76 %	77 %
Matières grasses / 100 g	23 g	23 g
Dont acide gras saturé	9 g	9 g
Sel / 100 g	1,45 g	1,8 g

AVALER 3 SAUCISSES OU... 4 CUILLÈRES À CAFÉ D'HUILE

Autre problème de taille : le gras. Consommer 100 g de knacks (environ trois) revient à avaler de 4 à 6 cuillères à café d'huile ! Les knacks fumées de Lidl sont les plus grasses, avec 28 g de lipides pour 100 g de produit. Ce taux est rehaussé dans certaines marques par la présence, non pas de viande, mais de protéines de lait voire de pois (Herta). Les Knacks pur porc d'Auchan et les Saint Alby de Lidl affichent les plus mauvais Nutri-Score (E), du fait de leur taux d'acides gras saturés : 8,9 g pour 100 g à Auchan, et même 11 g pour 100 g dans le produit Lidl. Cela représente, respectivement, un tiers et la moitié de la part recommandée par jour d'acides gras saturés pour une personne consommant 2000 kcal/jour ! Parallèlement, la teneur en protéines des knacks est globalement très faible : de 11 à 13 g pour 100 g, soit en moyenne deux fois moins que dans 100 g de filet mignon ou de côte de porc.

PAS ASSEZ DE VIANDE ET BEAUCOUP TROP DE SEL

La teneur en viande, en général autour de 75 %, est parfois très faible, comme dans les Tradilèges de Leclerc (62 %) et les Knacks pur porc de Auchan (65 %). Seules les knacks fumées Saint Alby de Lidl tirent leur épingle du jeu avec 87 % de



RÉSULTAT DES COURSES

- Des produits Nutri-Score D ou E, du fait de leur teneur en gras, en sel et en sucre.
- Toutes les saucisses sont bourrées d'additifs, dont certains à éviter, tels les nitrites de sodium.
- Aucune des références étudiées ne sort du lot : elles sont toutes pauvres en protéines et riches en acides gras saturés.

viande. Ajoutez à cela d'autres produits animaux : du gras de porc et dans toutes les références sauf Herta, E.Leclerc et Lidl, du plasma, appelé parfois protéine de sang, inoffensive pour la santé qui sert d'agglomérant.

À noter également : les marqueurs d'ultratransformation sont présents dans les recettes (lactosérum, protéine de lait, protéines de pois, dextrose, plasma de porc...) à plus ou moins haute dose dans toutes les saucisses étudiées.

Attention, enfin, au sel, jusqu'à 1,9 g/100 g pour deux des produits (Auchan et Lidl), soit plus du tiers de la consommation quotidienne recommandée (5 g), et au sucre, qui atteint 2 g et même 2,2 g chez Herta (Original Knacki) et Auchan (Knacks pur porc). ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Avec l'expertise d'Amélie Boudin, diététicienne



Auchan
10 Knacks pur porc



Carrefour Classic'
6 Knacks pur porc



Casino
6 Knacks



E.Leclerc
Tradilège
6 Knacks pur porc



Intermarché
Monique Ranou
Knack pur porc (6)



Lidl - Saint Alby
10 Knacks fumées
au bois de hêtre

1,53 €	1,17 €	1,47 €	1 €	1,26 €	1,31 €
4,37 €	3,34 €	7 €	4,76 €	6 €	3,74 €
E	D	D	D	D	E
14 (5)	15 (3)	14 (3)	18 (6)	13 (3)	11 (3)
65 %	69 %	73 %	62 %	76 %	87 %
25 g 8,9 g	24 g 8,9 g	24 g 8,6 g	22 g 8,6 g	22,9 g 8,1 g	28 g 11 g
1,9 g	1,8 g	1,8 g	1,8 g	1,78 g	1,9 g

Additifs

Les plus courants

Dans la liste des ingrédients, ils se cachent souvent derrière un nom de code commençant par E, mais pas toujours ! Voici les plus fréquents des additifs, leur rôle et les produits dans lesquels vous risquez de les trouver.

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

CODE	DÉNOMINATIONS	FONCTION(S)	OÙ LES TROUVE-T-ON ?
E211	Benzoate de sodium	Conservateur (empêche la prolifération bactérienne et la production de toxines)	Sirops et concentrés, boissons pétillantes et sodas, œufs de poisson, terrines et rillettes de la mer, salades composées, ketchup...
De E249 à E252	Nitrite - nitrate	Conservateur antimicrobien, fixateur de couleur	Jambons, lardons, terrines, pâtés, viandes panées, saucissons, chorizo...
E320	Butylhydroxyanisol (BHA)	Antioxydant (empêche les matières grasses de rancir)	Herbes et épices, bouillons, chewing-gums, barres de céréales, plats cuisinés, soupes et potages...
E338	Acide phosphorique	Antioxydant	Boissons pétillantes, produits laitiers, farines, sauces, produits de la mer, soupes, biscuits apéritifs, viandes préparées...
E341	Phosphate de calcium	Antioxydant	Produits laitiers, glaces, farines, céréales, boulangerie, produits de la mer, soupes, spiritueux, biscuits apéritifs, viandes préparées...
E451	Triphosphate de potassium	Texturant	Plats cuisinés, pâtes cuisinées, salades composées, sandwichs, burgers, pizzas, saucisses et boudins, jambons blancs et rôtis, viandes préparées...
E466	Gomme cellulosique ou gomme de cellulose ou carboxyméthyl cellulose de sodium	Texturant	Boissons lactées, boissons plates aux fruits, boissons végétales aromatisées ou nature, café et chicorée, jus de fruits et smoothies, sirops et concentrés, galettes et wraps, pains à garnir...
E450	Diphosphate	Texturant qui fait aussi office de poudre à lever	Petits beurrés et sablés, gâteaux moelleux, bouchées et cakes salés, fromages à tartiner, sandwichs et burgers, salades composées, biscuits nappés et fourrés...
E435	Monostéarate de polyoxyéthylène sorbitane ou polysorbate 60	Texturant	Produits laitiers aromatisés, lait de coco, glaces, chewing-gums, pâtisseries, bouillons et potages...
E150c	Caramel ammoniacal	Colorant brun	Soupes, sauces, confiseries, bières et panachés...
E102	Tartrazine	Colorant jaune-orange	Confiseries sucrées, spiritueux, confiseries chocolatées...
E104	Jaune de quinoléine	Colorant jaune	Tartes, pâtisseries, glaces, confiseries sucrées...
E110	Jaune orangé S	Colorant orange	Sodas, confiseries sucrées, confiseries chocolatées...
E122	Carmoisine - azorubine	Colorant rouge	Spiritueux, confiseries chocolatées, petits beurrés et sablés...
E124	Rouge ponceau 4R	Colorant rouge	Confiseries chocolatées, plats cuisinés, sirops et concentrés...
E129	Rouge allura	Colorant rouge	Confiseries sucrées et chocolatées, sodas...
E471	Mono- et diglycéride d'acide gras	Émulsifiant, stabilisant	Tartes et pâtisseries, sandwichs, burgers, pommes de terre frites, pizzas, petits beurrés et sablés, pâtes fraîches et gnocchis, pains grillés extrudés...
E620 - E621 E624	Acide glutamique - glutamate monosodique - glutamate monoammonique	Exhausteur de goût (saveur salée proche de celle de la viande)	Pâtes cuisinées, salades composées, soupes, surimis, saucisses, boudins, biscuits apéritifs, terrines, pâtés, viandes préparées, sodas, préparations gâteaux, coulis et sauces dessert...
E950	Acésulfame K	Édulcorant intense (200 fois plus sucrant que le sucre classique, le saccharose)	Produits laitiers « sans sucre », conserves, desserts et compotes « sans sucre », confiseries et chewing-gums « sans sucre », sodas « sans sucre »...
E951	Aspartame	Édulcorant intense (200 fois plus sucrant que le sucre classique, le saccharose)	Produits laitiers « sans sucre », conserves, desserts et compotes « sans sucre », confiseries et chewing-gums « sans sucre », sodas « sans sucre »...
E551	Silice ou dioxyde de silicium	Antiagglomérant (garde les poudres fluides)	Produits sucrés, poudre de cacao, boissons lactées, café, chicorée, herbes et épices, sucrés et édulcorants, pâtes cuisinées...

Glossaire

Les dessous de votre assiette



Vous croisez régulièrement leur nom sur les étiquettes. Mais savez-vous vraiment ce qui se cache derrière ces ingrédients plébiscités par les fabricants ?

Arômes Il en existe des centaines (basilic, truffe, vanille...), classés en arômes artificiels, qui sont des produits de synthèse chimiques, et en arômes naturels, fabriqués à partir de matière première naturelle. Le mot « arôme » seul signifie qu'il s'agit d'un arôme synthétique. Notez que l'on trouve deux types d'arômes naturels différenciables grâce à la préposition « de » dans la dénomination. Par exemple, l'arôme naturel de vanille est un extrait de vanille tandis que l'arôme naturel vanille contient uniquement la molécule qui donne le goût, la vanilline.

Dextrose Ce sucre est utilisé comme conservateur, liant ou colorant. On l'obtient en cassant des molécules d'amidon (issu du blé, du maïs, du manioc ou du riz) pour obtenir un sirop de glucose qui est cristallisé. Il figure dans les produits sucrés, les charcuteries, les viandes préparées, les mayonnaises ou le ketchup.

Extraits de levure Cet exhausteur de goût résulte de la dégradation de micro-organismes, les levures, et de l'extraction de leur contenu. On en trouve dans les biscuits salés, les chips, les jambons blancs...

Fibres alimentaires Issues de céréales, d'agrumes ou de racines, elles sont émulsifiantes, épaississantes, gélifiantes, stabilisantes, liantes... et apportent du corps aux préparations allégées en matière grasse.

Huiles raffinées Tandis que les huiles vierges sont extraites des graines par pression mécanique, celles raffinées sont extraites à l'aide d'un solvant (issu de la chimie du pétrole), puis purifiées afin qu'il n'en reste

plus de trace. Un procédé très rentable, qui aboutit à la perte d'une grande partie des nutriments. Ces huiles apparaissent dans de nombreux produits préparés.

Maltodextrine Épaississant, anticristallisant, ce sucre peu sucrant mais qui fait grimper la glycémie en flèche donne de l'onctuosité. Obtenu en cassant partiellement des molécules d'amidon, il figure dans les charcuteries, sauces, potages déshydratés, préparations pour enfants.

Protéines lactières Ces agents de texture (épaississants, gélifiants, liants) sont extraits du lait par fragmentation. Un procédé qui les appauvrit en nutriments (calcium, lactose, minéraux). On les trouve dans les saucisses, les pâtes à tartiner, les glaces...

Protéines végétales Leur propriété dépend de l'ingrédient dont elles sont issues, de façon industrielle : blé, pois ou soja. Épaississantes, gélifiantes, stabilisantes, émulsifiantes, elles permettent également d'augmenter la teneur en protéines des aliments. Elles sont souvent utilisées dans les préparations végétariennes et véganes.

Sirop de glucose-fructose Les industriels adorent cet ingrédient pour son pouvoir sucrant, anticristallisant et colorant. Il est obtenu en cassant les grosses molécules d'amidon (issu de céréales) en molécules plus simples, le glucose, puis en convertissant une partie du glucose en fructose. Il entre dans la composition de nombreux produits, notamment les biscuits et les pâtisseries. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

DES ASTUCES QUI VALENT DE L'OR

Gros plan sur les produits « nobles ». Fruits, légumes, viande et poisson sont des aliments chers. Il est pourtant possible de les faire rentrer dans nos menus sans grever notre budget. «60» vous dévoile les circuits qui vous permettront de remplir votre panier à moindre coût. Et vous accompagne en cuisine pour optimiser vos courses avec gourmandise.





Coût des fruits et légumes

FAITES BAISSER L'ADDITION

Bons pour la santé, les fruits et légumes sont pourtant sous-consommés. Comment manger plus de « vert » sans mettre vos finances dans le rouge ? Les astuces sont nombreuses, depuis l'achat jusqu'à la manière de stocker vos emplettes. Panorama.

Les pouvoirs publics le martèlent : « *Cinq fruits et légumes par jour sont nécessaires pour se maintenir en bonne santé.* » Un slogan facile à retenir, mais qui reste un peu flou dans la tête des consommateurs. Concrètement, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) recommande 400 g de végétaux dans vos menus quotidiens. À raison de cinq rations, cela correspond à des portions de 80 g, soit la taille de votre poing ou d'une poignée. À la clé, si vous atteignez ce seuil : un apport optimal en vitamines, en fibres et en minéraux d'un côté, et de l'autre, un risque réduit de cancers et de maladies cardio-vasculaires. Inutile pour autant de devenir

végétarien. Au menu, il vous suffit d'associer des végétaux à du poisson ou à une proportion mesurée de viande.

Mais si tout le monde s'accorde sur leurs bénéfices pour votre santé, les fruits et légumes restent encore sous consommés. Selon l'enquête de l'association Familles rurales, publiée début 2022, « *90 % des enfants et près de 70 % des adultes ne suivent pas les recommandations de l'OMS* ». L'une des principales raisons de ce désamour ? Le coût. En effet, selon l'indice des prix à la consommation de l'Insee, si le coût des aliments n'a progressé « que » de 2,2 % entre 2019 et 2021, la hausse a été de 9 % pour les fruits et légumes !

Bon à savoir

MIEUX STOCKER POUR CONSERVER

Pour allonger la durée de vie de vos légumes et fruits, stockez-les au frais dans un endroit sombre et aéré.

- Les herbes se conservent mieux au réfrigérateur, dans un torchon propre un peu humide, et la salade dans l'essoreuse après avoir été coupée et lavée.
- Les crudités râpées et légumes coupés seront placés dans un récipient en verre ou en porcelaine avec un couvercle, comme les fruits lavés et séchés. Attention, certains

(pommes, bananes, poires...) dégagent de l'éthylène qui accélère le mûrissement, ne les mélangez pas aux autres.



ACHETER DES PRODUITS DE SAISON, C'EST RENTABLE

Pourtant, il est possible d'atteindre les cinq portions sans se ruiner. Pour preuve, la même étude de Familles rurales a calculé le coût d'un panier moyen équilibré (comptant au moins cinq fruits et légumes par jour, des légumes secs, du poisson, de la viande, des produits laitiers et des matières grasses) pour une famille de quatre personnes. Il se monte à 696 €/mois avec des produits « premiers prix », 765 €/mois pour un panier de marques nationales et 1 148 €/mois pour du 100 % bio. Bonne nouvelle : la note mensuelle peut aussi tomber à... 450 € pour ceux qui varient moins les produits et respectent le cycle des saisons.



En allant cueillir fruits ou légumes directement chez le producteur, les prix seront plus bas.

Choisissez de manière éclairée

■ Achetez vos légumes et fruits de saison.

C'est le premier bon réflexe pour réduire les coûts (voir tableau p. 93). L'avantage ? Comme ils sont produits en abondance (sauf aléa climatique), leur prix n'en sera que plus bas. En évitant les fraises en hiver et les endives en été, vous ferez donc des économies, en plus de réduire l'impact carbone de votre Caddie. Avec l'avantage de pouvoir choisir des produits locaux cueillis à maturité et donc bien meilleurs que s'ils avaient mûri dans les soutes d'un camion, d'un bateau ou en chambre de mûrissement.

■ Privilégiez les produits bruts.

Par exemple, ne craquez pas pour les salades en sachet, les carottes déjà râpées et assaisonnées, les ananas prédécoupés ou les salades de fruits en barquette. En moyenne, ces produits coûtent de quatre à cinq fois plus cher que si vous les aviez transformés dans votre cuisine (lire p. 102-107). Et, quitte à éplucher, râper et mixer, optez pour des légumes cabossés ou moches. Disponibles dans la plupart des grandes surfaces, ils se vendent environ 30 % de moins que ceux qui sont parfaitement calibrés. Or, malgré leur aspect

hors normes, carottes à deux têtes, pommes de petite taille, bananes tachetées ou tomates orangées sont parfaitement comestibles.

■ Accommodez des légumes anciens.

S'il est rare de trouver dans les grandes surfaces des crosmes, des topinambours, des rutabagas, des salsifis ou des pommes acides, producteurs et commerçants en vendent sur les marchés et dans les petites surfaces spécialisées (magasins paysans, coopératives paysannes...). Comme moins de consommateurs s'aventurent à les cuisiner, faute de les connaître, ils sont vendus un peu moins cher que les légumes traditionnels. Si vous hésitez, demandez conseil à votre producteur sur les recettes pour les apprêter.

■ N'oubliez pas les légumes et fruits surgelés ou en conserve.

Ils se vendent quasiment toujours à un tarif au kilo inférieur à celui des produits frais. Par exemple, 0,89 € le kilo de courgettes en rondelles contre de 2,50 à 4 € pour des fraîches, hors saison. Vérifier bien leur provenance et leur qualité. Achetez-les impérativement bruts (tranchés, en morceaux,

en coulis...) et non cuisinés pour profiter des prix les plus bas et de leur qualité nutritionnelle. Enfin, les conserves et bocaux sont une alternative économique intéressante. Notamment pour certains légumes difficiles à trouver sous

forme brute (cœur de palmier, maïs, petits pois...) et, pour manger vos fruits préférés hors saison, sous forme de compotes et confitures. Attention toutefois à leur teneur en sel, qui est parfois élevée.

Cultivez votre infidélité

L'Interfel (l'interprofession des fruits et légumes frais) a établi qu'une majorité de Français privilégie ses achats de fruits et légumes en grandes et moyennes surfaces, le reste faisant leurs courses dans des enseignes de proximité, chez les primeurs ou en direct. Dommage, car pour bénéficier des tarifs les plus avantageux, l'idéal reste de panacher ses achats auprès de différents revendeurs.

■ **Dans les super et hypermarchés**, profitez des promotions pour acheter légumes et fruits locaux et de saison en grande quantité (filet de pommes de terre, de carottes, cageots de pêches...). Dans les magasins de proximité, faites vos courses une demi-heure avant la

fermeture et négociez une petite ristourne avec votre commerçant pour les produits arrivés à maturité. Si vous êtes un client régulier, il acceptera ce geste commercial avec le sourire. Dans les grands centres urbains, cette technique est d'ailleurs adoptée par des applications anti-gaspi (*lire p. 37-39*) qui proposent, à prix cassés, les invendus que des commerçants devraient jeter en fin de la journée. Pour en profiter, vous réservez un « panier surprise » composé de fruits et légumes un peu défraîchis auprès d'une enseigne partenaire (maraîcher, moyenne surface, magasin bio...). Vous le paierez entre un tiers et la moitié du prix de marché, soit de belles économies pour atteindre vos cinq rations.

■ **Sur les marchés**, l'heure du remballage est aussi stratégique pour les bonnes affaires, puisque les commerçants bradent souvent les fruits et légumes invendus avec des offres « deux pour le prix d'un ». À condition d'avoir une famille nombreuse ou de faire des courses entre amis, vous pouvez aussi négocier des réductions de 10 à 20 % en achetant plusieurs kilos des mêmes produits.

■ **Vous pouvez vous abonner à une Amap** (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne, reseau-amap.org), pour quelques dizaines d'euros par an. Ces réseaux mettent directement en relation des consommateurs et des producteurs, qui vendent à prix plus doux puisqu'ils ne doivent pas rémunérer d'intermédiaires. Vous vous engagez à acheter pour une durée fixe (de six mois à un an en général) des paniers de produits variés et de saison. Attention, si vous vivez seul, mieux vaut aimer cuisiner ou avoir des proches avec qui partager votre panier, car les quantités peuvent être copieuses.

(Suite page 94)

Repères

QUATRE ASTUCES POUR MANGER VERT

- **GRIGNOTEZ CRU** : carottes, champignons, choux-fleurs, artichauts, courgettes... peuvent être dégustés sans cuisson. Si vous croquez dans la peau, privilégiez le bio.
- **RECYCLEZ** : mitonnez vos légumes défraîchis, verts de poireaux ou fanes de radis en soupe ou en purée. À agrémenter d'épices, de fromage, de crème ou de reste de pain. Quiches et gratins sont aussi des solutions idéales.
- **PRESSEZ ET MIXEZ** : pensez aux jus, aux smoothies (mixage avec du lait) ou aux coulis (à surgeler pour accompagner vos desserts toute l'année), même si vous seriez toujours mieux calé en mangeant un fruit entier.
- **VARIEZ LES PLAISIRS** : les légumes se font cuire à l'eau, à la vapeur, au four, à la poêle. Ils se dégustent entier, en morceaux, en gratin, en purée, en soupe... Laissez libre cours à votre talent pour ne pas lasser vos papilles.



LES SAISONS DES FRUITS ET LÉGUMES

Adapter ses menus au rythme de mère nature est la meilleure façon de s'approvisionner à bon prix. Acheter de saison peut aussi permettre de constituer des stocks.



	PRINTEMPS	ÉTÉ	AUTOMNE	HIVER
 <p>LÉGUMES</p>	<p>Artichaut, asperge, avocat, betterave, blette, brocoli, carotte, céleri, champignon, chou-fleur, chou, concombre, courgette, échalote, épinard, fenouil, fève, navet, panais, patate douce, poireau, pomme de terre, radis, radis noir, rutabaga, salades, salsifis, topinambour</p>	<p>Artichaut, asperge, aubergine, avocat, betterave, blette, brocoli, carotte, céleri, céleri-rave, champignon, chou, chou-fleur, chou-rave, chou rouge, concombre, courgette, courgette, échalote, épinard, fenouil, fève, haricot vert, maïs doux, navet, olive, petit pois, poireau, poivron, pomme de terre, radis, salades, tomate</p>	<p>Artichaut, aubergine, avocat, betterave, blette, brocoli, carotte, céleri, céleri-rave, champignon, chou, chou de Bruxelles, chou-fleur, chou rouge, concombre, courge, courgette, endive, fenouil, flageolet, haricot blanc, haricot coco, haricot vert, mâche, navet, oseille, panais, patate douce, poireau, poivron, pomme de terre, potimarron, radis, salades, salsifis, topinambour</p>	<p>Avocat, betterave, brocoli, carotte, céleri, céleri-rave, champignon, chou, chou de Bruxelles, chou-fleur, chou rouge, courge, cresson, endive, épinard, fenouil, mâche, navet, olive, panais, patate douce, poireau, pomme de terre, potimarron, radis noir, rutabaga, salades, salsifis, topinambour</p>
 <p>FRUITS</p>	<p>Banane, cerise, citron, citron vert, datte, fraise, framboise, kiwi, mandarine, mangue, nêfle, orange, orange sanguine, papaye, passion, poire, pomelo, pomme, rhubarbe</p>	<p>Abricot, amande, banane, cassis, cerise, citron, figue, fraise, fraise des bois, framboise, groseille, mangue, melon, mirabelle, mûre, myrtille, nectarine, pastèque, pêche, poire, pomme, prune, quetsche, raisin, reine-claude, rhubarbe</p>	<p>Ananas, banane, châtaigne, citron, citron vert, clémentine, coing, figue, groseille, kiwi, melon, mûre, myrtille, noisettes, noix, orange, pastèque, poire, pomelo, pomme, prune, quetsche, raisin, reine-claude</p>	<p>Ananas, banane, châtaigne, citron, citron vert, clémentine, datte, kiwi, noix, orange, orange sanguine, poire, pomelo, pomme</p>

■ **Si vous appréciez la vente en direct mais pas le système de l'abonnement, le site Crowdfarming** (crowdfarming.com) met en relation des producteurs locaux, quasiment tous européens, avec des consommateurs. Vous avez le choix « d'adopter » un arbre ou de jeunes plants et ainsi de recevoir quelques mois plus tard un carton de leur production. Ou d'acheter, à des tarifs très compétitifs, des caisses de 2 à 10 kg de fruits et légumes (avocats, citrons, courges, oignons, olives, oranges, pommes...) livrés en Chronofresh le jour ou le lendemain de leur récolte.

■ **Dernière solution : vous approvisionner directement à la ferme.** Beaucoup de producteurs proposent cette option, en général entre avril et octobre (certains restent ouverts l'hiver). Le principe est simple, vous cueillez dans les champs ce que vous souhaitez acheter. Vous payerez à la sortie, après que votre récolte a été pesée et facturée à des tarifs compétitifs, car sans intermédiaire. Pour connaître la liste des fermes accessibles près de chez vous, tapez « cueillette à la ferme + votre ville » dans votre navigateur (*voir aussi p. 96-99*).

Planifiez vos consommations

Bien choisis et bien utilisés, les fruits et légumes vous permettent de manger sain pour quelques euros par jour et par personne. Pour garder la maîtrise de ce budget, la bonne connaissance et l'anticipation de votre consommation sont impératives pour garder le cap.

■ Vérifier toujours le prix au kilo

Retenir (voire noter) les prix des fruits et légumes que vous consommez le plus souvent. Grâce à cette gymnastique, vous ne vous laisserez plus duper par de fausses promotions ou par des techniques de marketing qui vous poussent à acheter certains produits deux à trois fois plus cher que leur prix normal. C'est le cas, par exemple, des légumes présentés en barquettes (poivrons, tomates, champignons...) plutôt qu'en

vac. Ou des « mini-légumes », très jolis sur la table pour des occasions conviviales mais ruineux pour une consommation courante. Le même réflexe doit être adopté pour les légumes vendus à la pièce (avocat, concombre ou courge...). Ne vous fiez qu'au prix au kilo, qui doit toujours être indiqué, et comparez !

■ Planifiez vos repas

Pour alléger la note végétale de votre panier de courses, ne voyez pas trop grand et résistez à la tentation des promotions. À titre d'exemple, n'achetez pas deux sachets de salade pour le prix d'un, si vous n'êtes pas certain de pouvoir tout consommer dans les trois jours qui suivent. L'un des deux finira à la poubelle et vous aurez perdu de l'argent. Avant de faire vos emplettes, planifiez vos menus. Vous achèterez ainsi la juste quantité de fruits et légumes, qu'ils soient destinés à être mangés crus (avocat, salades...) ou cuits dans vos « multirecettes » (carottes, pommes de terre, pommes...).

Maîtriser votre consommation consiste enfin à limiter les pertes une fois rentré à la maison. Pour éviter que vos légumes et fruits ne dépérissent, achetez-les à différents stades de maturité. Cela vous permettra d'en manger toute la semaine, en commençant par les plus mûrs. Pour cela, stockez-les de façon optimale au réfrigérateur, dans un cellier ou au sec à l'abri de la lumière. Et, pour les conserver plus longtemps, cuisinez-les dès qu'ils commencent à flétrir. ■

MARIE PELLEFIGUE



Avec une liste, vous avez plus de chances d'acheter seulement le nécessaire.

DIFFÉRENTS TYPES DE CONSERVATION POUR FAIRE DURER VOS VÉGÉTAUX

Les légumes et fruits peuvent être préparés et conservés de multiples façons : congélation, déshydratation, conserves, vous avez l'embarras du choix. À vous d'adopter la meilleure technique pour le bonheur de vos papilles et de votre portefeuille.

Pour éviter qu'une partie de vos fruits et légumes moisissent chez vous, prolongez leur durée de vie. À la clef : des économies et un moindre gaspillage.



UNE MISE EN BOCAL DE PRODUITS MARINÉS

Avant qu'ils ne se gâtent, les oignons, l'ail, les échalotes et les herbes peuvent être hachés puis recouverts

d'huile. Placés au réfrigérateur, vous pourrez les utiliser avec des grillades ou des poêlées de légumes quelques mois de plus. Les crudités (carotte, concombre, radis...) sont parfaites en pickles, recouvertes de vinaigre salé ou sucré, pour agrémenter viandes ou salades. Enfin, la plupart des légumes (chou, courge, poivron, radis noir...) supportent la saumure. Il suffit de les faire mariner en morceaux dans de l'eau salée aromatisée d'épices. Cette préparation leur donnera un goût acidulé en quelques semaines. Ce mode de conservation convient aussi aux fruits, notamment aux agrumes (citron, kumquat...). Dans les trois cas, l'opération, peu coûteuse, nécessite des bocaux propres (à recycler du commerce) et quelques ingrédients de base (aromates et épices).



LA RÉALISATION DE CONSERVES

Pour une conservation plus longue : lancez-vous dans la confection de conserves.

« Il faut respecter des règles strictes d'hygiène et vérifier que chaque bocal a bien été stérilisé », conseille Sandrine Dupont*. Une fois lavés, coupés et cuisinés, vos aliments seront enfermés dans un bocal qui devient hermétique après une cuisson de quelques heures. Ces conserves

maison concernent les produits bruts (haricots, fruits au sirop), transformés (sauces, coulis...) ou plats maison (bœuf aux carottes, soupes...). Attention, « le coût de la mise en conserve ne doit pas être sous-estimé, car il faut acheter tout le matériel, les bocaux notamment, et intégrer le prix de l'énergie nécessaire pour une longue stérilisation », ajoute Sandrine Dupont.



LA CONGÉLATION POUR LE TROP-PLEIN

Hormis les fruits et légumes gorgés d'eau et de jus (salade, agrumes...), les végétaux se congèlent bien une fois découpés, lavés ou blanchis (plongés quelques minutes dans l'eau bouillante), puis séchés. Les fruits doivent être découpés (pomme, rhubarbe...) et dénoyautés (abricot, cerise). En les étalant sur une feuille de cuisson, vous éviterez de créer des blocs compacts. Une fois durcis, vous pourrez transvaser les aliments dans un container. À décongeler au bain-marie ou au micro-ondes (sans couvercle).



LA DÉSHYDRATATION POUR UNE LONGUE DURÉE

Dernière solution, plutôt destinée aux fruits et à certains légumes (tomate et champignon notamment) : la déshydratation. Elle se fait dans un four à très basse température (50 °C) ou dans un déshydrateur. Les aliments secs se conservent ensuite dans un bocal fermé et peuvent être utilisés dans des recettes après réhydratation ou grignoté tels quels en snack.

* Fondatrice de la chaîne YouTube *Popote et potager* et autrice de *Réussir mes conserves maisons* (éd. Jouvence nature, sortie prévue en mai 2022)

Viande et poisson

PRIVILÉGIER LES CIRCUITS COURTS

Acheter en direct à la ferme, sur le port, ou adhérer à une Amap permet de se passer des revendeurs intermédiaires, donc de payer moins cher sa viande ou son poisson tout en bénéficiant de produits de meilleure qualité. «60» vous aide à faire votre marché.

Consommer de la viande ou du poisson de qualité, à un prix abordable, en étant sûr de la provenance, c'est la promesse des circuits courts. Ces canaux de distribution, qui ne comptent qu'un seul intermédiaire au maximum, se sont considérablement développés ces dernières années.

SUCCOMBER À DU POISSON FRAIS SUR LES QUAIS

Acheter du poisson et des fruits de mer à peine sortis de l'eau... Dans certains ports, la vente directe d'une partie de la pêche du jour par les

pêcheurs relève de la tradition. De Boulogne-sur-Mer (62) à Marseille (13) en passant par Dieppe (76), Saint-Nazaire (44) et Saint-Jean-de-Luz (64), les habitants du littoral et les touristes peuvent s'offrir du poisson ultrafrais, local et de saison à bon prix. Sans payer les marges des mareyeurs et des poissonniers, il y a forcément de bonnes affaires à faire ! Au marché aux poissons du port de Capbreton (Landes), 19 bateaux pratiquant une pêche artisanale et raisonnée ont une table de vente. Les prix varient selon l'arrivage, mais on peut y trouver le kilo de merlu à 8 €, de la daurade à 10 €, du bar à 16 €, de la sole à 18 € ou de la queue de lotte à 20 €. Seule contrainte : il faut en général vider et écailler son poisson soi-même. On n'a rien sans rien !

Pour trouver un point de vente

L'association Pleine mer propose une carte des circuits courts de la filière pêche recensant plus de 300 points de vente sur l'ensemble du littoral français (associationpleinemer.com).

ACHETER SA VIANDE DANS UNE FERME PRÈS DE CHEZ SOI

Acheter votre entrecôte, votre gigot ou votre poulet à la ferme est la meilleure façon de savoir d'où vient ce que vous mangez. En vous rendant directement sur une exploitation, vous savez comment les animaux ont été élevés et comment la viande a été préparée. En pratique, les éleveurs qui s'adonnent à la vente directe proposent leurs pièces au détail et souvent sous forme de colis de 5, 8 ou 10 kg. Composés d'un assortiment

Repères

LA VIANDE SOUS VIDE

- Très répandu en vente directe et sur Internet, le conditionnement sous vide consiste à retirer l'air afin d'empêcher l'oxydation et le développement des bactéries.
- Ce procédé augmente la durée de conservation sans altérer les qualités gustatives. Selon les morceaux, la viande peut se conserver jusqu'à deux semaines au réfrigérateur et plus d'un an au congélateur.
- Pas d'inquiétude si la viande sous vide a une couleur sombre et qu'une odeur un peu soutenue s'échappe à l'ouverture du sachet. Une fois à l'air libre, le morceau reprendra sa couleur normale et son odeur originale au bout de quelques minutes.





Poiscaille.fr propose des casiers de poissons pêchés selon des pratiques durables par des pêcheurs partenaires.

de morceaux à griller, à rôti et à mijoter, ces lots doivent être réservés et obligent à acheter en grande quantité. Pratique pour les familles nombreuses et les prévoyants, la solution présente aussi des avantages en cas d'achats groupés, que l'on peut réaliser avec amis ou voisins, car les tarifs défont ceux de la grande distribution pour des produits, le plus souvent, de meilleure qualité. D'après nos relevés, comptez autour de 10 € le kilo pour le porc et entre 12 et 17 € pour du bœuf. À Pertheville-Ners (Calvados), l'éleveuse Séverine Lepetit vend, par exemple, des colis de 10 kg de viande bovine de race salers, réputée pour sa chair persillée et sa saveur incomparable, entre 13 et 14 € le kilo. « *La viande est excellente et les prix sont vraiment très compétitifs par rapport aux grandes surfaces* », témoigne Louis-Marc, qui passe commande une fois par mois.

Pour localiser les lieux de vente directe

L'annuaire en ligne du réseau Bienvenue à la ferme (bienvenue-a-la-ferme.com) ou le site acheteralalsource.com.

CONSOMMER LOCAL EN ADHÉRANT À UNE AMAP

Consommer des produits frais et de saison tout en soutenant les producteurs locaux, tel est le principe des associations pour le maintien d'une

agriculture paysanne (Amap). Bien implantées partout sur le territoire, elles reposent sur un partenariat solidaire entre un groupe de consommateurs et des producteurs locaux. Moyennant une cotisation annuelle modique et parfois un peu de bénévolat, les adhérents s'engagent à acheter pour une saison, à un prix juste et à une fréquence définie par contrat, une partie de la production d'un paysan. Fruits, légumes, œufs, pain, laitages, fromages... les denrées distribuées sont variées. Certaines associations proposent aussi des contrats « viande ». À Amiens (Somme), l'Amap du potager s'est associée avec trois éleveurs, qui distribuent des colis de bœuf, d'agneau, de porc et de volailles. « *La viande est bio et d'un très bon rapport qualité-prix, puisqu'il n'y a aucun intermédiaire* », explique la présidente, Sandra Giraudet. La viande bovine y revient à 16,60 € le kilo et le poulet fermier à 11,30 € le kilo, par exemple. Des partenariats entre Amap et pêcheurs ont aussi vu le jour. Dix mois par an, le groupement d'intérêt économique des pêcheurs de l'île d'Yeu fournit ainsi 24 Amap situées en Loire-Atlantique, Vendée et Maine-et-Loire, à raison d'un colis mensuel de 2,5 à 3,5 kg de poisson au prix de 34 €. « *Le contenu varie en fonction de la saison et*

le poisson a été pêché entre 48 et 72 heures au maximum avant la livraison », précise Bruno Orsonneau, un pêcheur aujourd'hui à la retraite.

Pour rejoindre une Amap

Rendez-vous sur reseau-amap.org

AVOIR RECOURS À UN DRIVE FERMIER

Pas le temps d'aller à la ferme ou l'envie de vous engager dans une Amap ? Avec les drives fermiers, vous commandez quand vous voulez depuis chez vous ! Depuis 2012, des collectifs de producteurs et d'artisans, souvent accompagnés par les chambres d'agriculture, ont développé ce service d'achat en ligne de produits du terroir. Le principe est le même que dans la grande distribution. Le consommateur passe commande sur un site Internet et récupère ses achats quelques jours plus tard dans un point de retrait à un créneau horaire défini. La distribution est assurée par les agriculteurs eux-mêmes, qui se relaient à tour de rôle.

Il n'y a aucuns frais d'inscription, ni minimum d'achat ou de panier précomposé et la gamme de produits carnés proposée est variée ! Selon les drives, on peut y trouver du bœuf, du veau, du porc, de l'agneau, du lapin, de la volaille et de la charcuterie. Pour le poisson, en revanche, l'offre se limite surtout à de la truite. Côté prix, ils sont librement fixés par les producteurs. Les clients du Drive fermier 53, en Mayenne, peuvent ainsi acheter de la blanquette de veau (épaule) à 17,90 € le kilo, du faux-filet à 24 € et du poulet fermier à 7,90 € le kilo.

Pour trouver un drive près de chez vous

Consultez les sites drive-fermier.fr (du réseau Bienvenue à la ferme) et drive-fermiers.fr.

COMMANDER EN LIGNE, RÉCEPTIONNER À DOMICILE

Plusieurs plateformes en ligne spécialisées dans la vente directe de produits carnés ou de la mer en circuit court sont apparues. Ces sites présentent l'avantage de la livraison à domicile. Pratique, à condition d'accepter le surcoût lié à ce circuit de distribution. La plateforme grutto.com propose, par exemple, de livrer des box de viande de qualité : du bœuf (de race salers, charolaise, limousine ou de l'Aubrac), du porc fermier d'Auvergne, de l'agneau du



Bourbonnais et du poulet du Sud-Ouest. « On s'est associé à 45 éleveurs français qui ont été sélectionnés en fonction d'une charte de qualité précise : élevage en plein air au pâturage ou en étable paillée, nourriture la plus naturelle possible, pas d'OGM ou d'antibiotiques préventifs », explique Lucile Courtin, chargée de communication France chez Grutto. Afin de garantir la traçabilité de la viande, sur chaque box, figurent à l'attention des clients le nom, la photo et l'histoire de l'éleveur. L'animal n'est, par ailleurs, collecté et abattu que lorsqu'il a été vendu à 100 %.

Il faut donc compter environ trois semaines entre la commande et la livraison. Côté prix, la box de 6,2 kg de bœuf salers est à 119,95 € (soit 19,35 € le kilo) et celle de 6 kg de porc fermier d'Auvergne à 94,95 € (soit 15,82 € le kilo) et les frais de port s'élèvent à 5,95 €. Si vous ne souhaitez pas de colis, rendez-vous sur okadran.fr. Vous y trouverez un large choix de viande (bœuf, lapin, pintade, oie, faisan, etc.) et de la charcuterie, vendus directement par des éleveurs français (plus de 630 inscrits), qui fixent eux-mêmes leurs prix.

Pour les produits de la mer, la plateforme pois-caille.fr propose de s'abonner à des casiers de poissons, coquillages et crustacés pêchés le



La ferme de la Goulpière, en Vendée, vend en direct ses produits issus de l'agriculture biologique.

long des côtes françaises par 180 pêcheurs partenaires selon des pratiques durables, et livrés 48 heures au maximum après leur sortie de l'eau en point relais (gratuit) ou à domicile (livraison à 14,90 €, offerte dès 4 casiers). L'abonné choisit la quantité (un casier comprend 1 kg de poisson ou 2 kg de coquillages, ou un mélange, selon les arrivages), la fréquence, et précise ses préférences et/ou allergies. Les formules hebdomadaires (19,90 € le casier), par quinzaine (22,90 €) ou mensuelle (24,90 €) sont sans engagement et flexibles. Quant aux prix, ils sont équivalents, à qualité égale, à ceux d'une bonne poissonnerie.

DEVENIR CLIENT ACTIF D'UN SUPERMARCHÉ COOPÉRATIF

La Louve à Paris, SuperQuinquin à Lille, La Cagette à Montpellier... Depuis 2016, des supermarchés d'un nouveau genre essaient dans différentes villes de France. Inspirés d'un magasin autogéré new-yorkais né en 1973, ils sont à la fois coopératifs et participatifs. Pour pouvoir y faire ses courses, il faut d'abord devenir sociétaire de la coopérative en prenant un minimum de 10 parts sociales à 10 € (une part suffit pour les bénéficiaires de minima sociaux et les étudiants). Elles sont payables en plusieurs fois et remboursables

le jour où l'on souhaite quitter la coopérative. Il faut ensuite participer bénévolement, à raison de trois heures toutes les quatre semaines en moyenne, au fonctionnement du magasin (réception des marchandises, mise en rayon, ménage, caisse, etc.). En contrepartie, les coopérateurs bénéficient de produits de qualité, issus autant que possible des circuits courts, et vendus, à qualité équivalente, de 5 à 40 % moins chers que dans la grande distribution.

Des prix bas rendus possibles grâce aux économies réalisées sur les coûts de personnel et à la marge fixe de l'ordre de 20 % appliquée sur tous les produits. « Pour l'essentiel de la viande, par exemple, nous nous fournissons directement auprès d'éleveurs locaux, explique Bérangère Escande, salariée au supermarché Supercoop à Bordeaux. On a du bœuf, du porc, du canard, des poulets et aussi de l'agneau à Pâques. La viande est de qualité et les prix sont acceptables. » Le poulet fermier est ainsi vendu à 8,91 € le kilo, le rôti de porc bio à 14,48 € le kilo et la bavette à 24,83 € le kilo. Pour le poisson, Supercoop a noué un partenariat avec Poiscaille, qui permet notamment aux clients de bénéficier d'un casier de la mer offert. ■

Pour trouver un supermarché coopératif

Consultez la carte sur le site supermarches-cooperatifs.fr.

SARAH CORBEEL

Bon plan

LES AUTRES CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES

- **Les marchés des producteurs de pays.** Réguliers ou saisonniers, ces marchés regroupent uniquement des producteurs fermiers et artisanaux locaux (marches-producteurs.com).
- **Les magasins de producteurs.** Ces derniers sont de plus en plus nombreux à se réunir pour ouvrir leur propre boutique. On en dénombre aujourd'hui 365 partout en France (magasin-de-producteurs.fr).
- **Les magasins du réseau Bienvenue à la ferme.** Les chambres d'agriculture ont développé leur propre réseau de magasins de producteurs, avec des produits fermiers et de saison. Quatre ont déjà ouvert, à Craon (Mayenne), Ménilles (Eure), Lantic (Côtes d'Armor) et Argentan (Orne).



Découvrez nos anciens numéros

Une mine d'informations utiles pour consommer juste et en parfaite connaissance de cause



N° 579 (Avril 2022)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Poêles
- Perceuses
- Viande : conventionnelle, label rouge ou bio ?



N° 578 (Mars 2022)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Thés et infusions
- Brosses à dent électriques
- Sites de vente d'occasion en ligne



N° 577 (Fév. 2022)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Cosmétiques solides
- Imprimantes
- Robots pâtisseries



N° 576 (Janv. 2022)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Lave-vaisselle
- Mousses et crèmes dessert



N° 575 (Déc. 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Produits en vrac (sucre, lentilles, savon, huile...)
- Champagnes
- Foies gras
- Smartphones



N° 574 (Nov. 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Miels
- Lave-linge
- Smartphones reconditionnés
- Compléments alimentaires sommeil et anti-stress



N° 573 (Oct. 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Céréales et chocolats du petit déjeuner
- Écouteurs sans fil
- Microplastiques dans textiles, emballages...



N° 572 (Sept. 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Produits ménagers
- Burgers, bagels et pains de mie
- Plateformes de streaming



N° 571 (Juill.-Août 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Crèmes solaires
- Bières artisanales
- Téléviseurs 4K



N° 570 (Jun 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Les boissons d'été
- Les compléments santé
- Les climatiseurs mobiles
- Les sites de rencontres



N° 569 (Mai 2021)

4,80 €

NOS ESSAIS

- Vélos électriques
- Caméras de surveillance
- Taille-haies

+ SIMPLE
+ PRATIQUE
+ RAPIDE



Passez votre commande en ligne sur <https://www.60millions-mag.com> ou sur l'appli 60 Millions



collection

Découvrez nos hors-séries

Des guides pratiques et complets sur les sujets de la vie quotidienne



HS 213
(Avril-Mai 2022)
6,90 €



HS 212
(Fév.-Mars 2022)
6,90 €



HS 211
(Janv.-Fév. 2022)
6,90 €



HS 136S
(Oct.-Nov. 2021)
6,90 €



HS 210
(Sept.-Oct. 2021)
6,90 €



HS 135S
(Août-Sept. 2021)
6,90 €



HS 209
(Juin-Juill. 2021)
6,90 €



HS 134S
(Avril-Mai 2021)
6,90 €

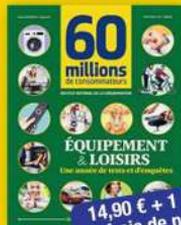


HS 132S
(Sept.-Oct. 2020)
6,90 €



HS 203
(Mars 2020)
6,90 €

Et aussi...



14,90 € + 1 € de frais de port

Un an d'essais et d'enquêtes

Des téléviseurs 4K aux machines à laver, en passant par les vélos électriques ou les aspirateurs, retrouvez une année de tests et d'enquêtes de «60» consacrés à l'équipement de la maison et aux loisirs. Plus de 30 sujets éclairés par les meilleurs experts.

En vente sur notre site

Si vous souhaitez recevoir cet ouvrage de 148 pages, rendez-vous sur le site www.60millions-mag.com.

60 millions de consommateurs

BON DE COMMANDE

A compléter et à renvoyer sous enveloppe sans l'affranchir à : 60 Millions de consommateurs
Service Abonnements - Libre réponse 55166 - 60647 Chantilly Cedex

Je coche les cases des numéros mensuels ou hors-séries que je souhaite recevoir :

PRIX UNITAIRE QUANTITÉ PRIX TOTAL

Hors-séries	<input type="checkbox"/> HS 213 <input type="checkbox"/> HS 212 <input type="checkbox"/> HS 211 <input type="checkbox"/> HS 136S <input type="checkbox"/> HS 210 <input type="checkbox"/> HS 135S <input type="checkbox"/> HS209 <input type="checkbox"/> HS134S <input type="checkbox"/> HS 132S <input type="checkbox"/> HS 203	6,90 €		
Mensuels	<input type="checkbox"/> N° 579 <input type="checkbox"/> N° 578 <input type="checkbox"/> N° 577 <input type="checkbox"/> N° 576 <input type="checkbox"/> N° 575 <input type="checkbox"/> N° 574 <input type="checkbox"/> N° 573 <input type="checkbox"/> N° 572 <input type="checkbox"/> N° 571 <input type="checkbox"/> N° 570 <input type="checkbox"/> N° 569	4,80 €		
Frais de port		1 € par produit		
			TOTAL	

MES COORDONNÉES Mme M.
Nom : Prénom :
Adresse :
Code postal [] [] [] [] Ville
Téléphone [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
E-mail :

MON RÉGLEMENT
Je choisis de régler par :
 Chèque à l'ordre de 60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS
 Carte bancaire n° : []
Expire fin : [] [] [] []

Date et signature obligatoires

Offre valable pour la France métropolitaine jusqu'au 31/07/2022. La collecte et le traitement de vos données sont réalisés par notre prestataire de gestion des abonnements Groupe GLI sous la responsabilité de l'Institut national de la consommation (INCC), éditeur de 60 Millions de consommateurs, situé au 16, rue Tefaine, 75732 PARIS CEDEX 15. RCS Paris 8 381 856 725 à des fins de gestion de votre commande sur la base de la relation commerciale vous liant. Si vous ne fournissez pas l'ensemble des champs mentionnés ci-dessus (hormis téléphone et e-mail), notre prestataire ne pourra pas traiter votre commande. Vos données seront conservées pendant une durée de 3 ans à partir de votre dernier achat. Vous pouvez exercer vos droits d'accès, de rectification, de limitation, de portabilité, d'opposition, d'effacement de vos données et définir vos directives post-mortem à l'adresse dp@inc60.fr. A tout moment, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la Cnil. Vos coordonnées (hormis téléphone et e-mail) pourront être envoyées à des organismes extérieurs (presse et recherche de dons). Si vous ne le souhaitez pas, cochez cette case Pour l'achat d'anciens numéros, vous ne disposez pas d'un droit de rétractation.

Prêt à l'emploi ou homemade ?

LE FAIT MAISON SORT GAGNANT

Mayonnaise en pot, compote en bocal, salade en sachet... Le « prêt à l'emploi » nous fait gagner du temps. Faut-il pour autant céder à la tentation ? Temps de préparation, qualité, prix : «60» a confronté produits frais et recettes maison à leurs équivalents industriels.



L'équation est vite faite. Pour manger bon et sain, le fait maison est le meilleur allié : il permet de contrôler les quantités de gras, de sucre et de sel, d'éviter les additifs et de connaître l'origine des produits. Il fait aussi réaliser de sérieuses économies.

C'est le cas pour sept des dix produits de la vie courante que nous avons passés en revue. Les galettes au sarrasin, que l'on prend plaisir à garnir de jambon et de fromage, sont en moyenne six fois moins chères lorsqu'on les réalise soi-même ; la barquette de carottes râpées est, elle, deux fois moins coûteuse.

Alors, bien sûr, reste la question du temps passé en cuisine. Sur ce point l'industriel gagne le match. Mais à quel prix ! ■

**CÉCILE BLAIZE
ET LAURE MARESCAUX**



Laitue à la pièce

Environ 1,40 €,
soit 4,70 €/kg

Laitue en sachet

Environ 1,50 € le sachet
(200 g), soit 7,50 €/kg



- 10 centimes de différence entre un sachet et une laitue entière : lorsqu'on regarde le prix à la pièce, il n'y a pas de quoi en faire tout un plat. D'autant que d'un point de vue temps, ouvrir un sachet est bien plus rapide que préparer une salade.
- La laitue lavée et découpée nourrira davantage de personnes : elle correspond à 1,5 sachet.
- Côté qualité, la laitue à la pièce gagne également le match : les salades en sachet contiennent régulièrement des traces

de chlorates, résidus du chlore ajouté à l'eau de lavage par les industriels pour mieux les conserver.

- Une laitue découpée et lavée conservera sa tenue et son croquant plusieurs jours si, une fois essorée, elle est maintenue au réfrigérateur dans l'essoreuse, couvercle fermé, ou dans une boîte plastique tapissée de papier absorbant.

Résultat des courses : malgré les apparences, la laitue en sachet coûte 50 % plus cher.



Coulis maison

avec 1,5 kg de tomates
rondes en grappe,
Environ 4,30 €/kg

Coulis industriel

Environ 1,70 €/kg



- Le coulis maison, préparé avec des tomates fraîches, revient deux fois et demie plus cher que sa version industrielle et nécessite du temps de préparation et de cuisson.
- Si vous l'avez préparé vous-même, vous avez l'avantage de connaître la variété de tomates utilisées, leur origine et leur degré de maturité (qui joue sur sa saveur et sa quantité naturelle de sucre), ce qui n'apparaît pas sur l'emballage du coulis tout fait.

- La plupart des coulis et purées de tomates tout prêts contiennent l'additif correcteur d'acidité E330. Côté conservation, ils sont généralement à consommer dans les trois jours suivant l'ouverture. Pas de quoi faire rougir le coulis de tomates fraîches.

Résultat des courses : le coulis industriel est plus économique mais moins qualitatif.



Salade de carottes râpées maison

Environ 1,15 €/kg

Barquette de carottes râpées assaisonnées

Environ 2,20 €/kg



• Réaliser sa salade avec des carottes achetées en vrac revient près de deux fois moins cher qu'une barquette. De quoi se motiver pour s'emparer de l'économiste et de la râpe !

• Les barquettes renferment entre 80 et 85 % de carottes. Le reste ? De l'huile, du citron ou du vinaigre, mais aussi une longue liste d'additifs : gomme de xanthane pour épaissir, sorbate de potassium pour la conservation ou encore amidon modifié de pomme de terre pour lier les ingrédients de la vinaigrette.

• Quasiment toutes les recettes de carottes toutes faites présentent du sucre ajouté et du sel, parfois en grandes quantités. Jusqu'à 0,79 g pour 100 g de carottes râpées, soit 1,58 g pour une portion individuelle de 200 g. Une dose élevée au vu des 5 g de sel par jour préconisés par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) chez l'adulte.

Résultat des courses : des additifs et un prix près de deux fois plus élevé pour la barquette.



Poulet fermier entier, découpé soi-même

10,50 € pour 1 poulet (1,5 kg)

Environ 7 €/kg

Cuisses de poulet fermier + filet + ailes

12,20 € pour 2 blancs (300 g) + 2 cuisses (500 g) + 2 ailes (125 g) (925 g en tout)



• Plus rapides à cuire qu'un poulet entier, les morceaux à la découpe ne font pas le poids en matière de prix face à la volaille entière. Deux blancs, deux cuisses et deux ailes coûtent plus cher qu'un poulet de 1,5 kg que vous auriez découpé vous-même.

• Le poulet entier vous fournira davantage de viande : ailes, sot-l'y-laisse, restes de viande à prélever sur la carcasse (à recycler dans une

salade, par exemple). La carcasse elle-même peut être utilisée pour élaborer un bouillon puissamment aromatique, sans le moindre additif, et qui servira de base à une soupe ou un risotto.

• L'achat d'un poulet entier limite la consommation de plastique.

Résultat des courses : le poulet entier, plus économique et généreux.



Compote maison

Préparée avec 1,5 kg de pommes pour 1 kg de compote
Environ 2,70 €/kg

Compote en bocal

Environ 2,20 €/kg



- La compote faite maison a un petit surcoût : comptez environ 0,50 € de plus au kilo par rapport à une compote achetée toute faite.
- À moins que l'étiquette n'affiche « sans sucre ajouté », le sucre, qui contrebalance l'acidité éventuelle du fruit et rehausse le goût, se trouve souvent en bonne place dans la composition des compotes industrielles (en deuxième position dans la compote nature avec morceaux de Andros, par exemple). Dans la compote maison, vous contrôlez la quantité de sucre,

tout bonnement inutile si les pommes sont goûteuses.

- Une grande partie des recettes industrielles contient un additif, l'acide ascorbique (E300), qui évite le brunissement du fruit.
- Les fabricants indiquent rarement la variété de pommes utilisées ou leur provenance.

Résultat des courses : la compote maison, moins économique mais plus naturelle.



Quatre-quarts maison

Environ 4,10 €/kg

Quatre-quarts de supermarché

Environ 6,20 €/kg



- La version de supermarché revient un tiers plus cher au kilo que sa jumelle préparée maison.
- Dextrose, sel, arômes... Cuisiné par les industriels, le bon gâteau de nos grands-mères contient des additifs dont il est préférable de limiter la consommation.
- Selon la marque, la recette originale – déjà très sucrée (même proportion d'œufs, de sucre, de farine et de beurre) – est augmentée d'une bonne dose... de sucre ! Le quatre-quarts beurre frais de Bonne Maman affiche ainsi le sucre en premier ingrédient.

- Un quatre-quarts maison se conservera jusqu'à une semaine à température ambiante dans un film plastique ou un torchon... s'il n'est pas mangé avant !

Résultat des courses : le quatre-quarts maison, moins cher et de meilleure qualité.



Lard fumé fermier de boucher

Environ 18 €/kg

Lardons fumés en barquette

Environ 8 €/kg



- Les lardons industriels gagnent le match économique puisqu'ils sont plus de deux fois moins chers que le lard de boucher. À ce prix, ce dernier a toutefois le mérite d'être fermier.
- Les lardons ne sont *a priori* rien d'autre que de la poitrine de porc découpée en dés. Mais les étiquettes des barquettes vendues au supermarché affichent des listes d'ingrédients à rallonge : dextrose, acétate de sodium, lactate de potassium, érythorbate de sodium... Sans oublier le nitrite de sodium, un conservateur

reconnu probablement cancérogène par l'OMS.

- Beaucoup de lardons industriels sont fabriqués avec du porc origine UE, autrement dit souvent issu d'élevages polonais.
- La poitrine de porc achetée chez le boucher réduit moins à la cuisson : sur 200 g de produit passé à la poêle, il en reste 147 g contre seulement 127 g pour la version industrielle, plus grasse et chargée en eau.

Résultat des courses : lard fermier de boucherie, la qualité justifie le prix.



Mayonnaise minute

Environ 7,40 €/kg

Mayonnaise en pot

Environ 4,40 €/kg



- La mayonnaise *homemade* perd le match économique : elle est près de deux fois plus chère que la moyenne industrielle.
- Un bol, un fouet, un bon tournemain et en moins de 5 minutes, on obtient une mayonnaise naturelle. Au contraire des versions industrielles qui accumulent les additifs (arômes, colorants et épaississants tels que l'amidon modifié de maïs, la gomme xanthane, etc.).
- Plus inattendu, de nombreuses recettes industrielles contiennent... du sucre ! À moins de choisir les produits les plus chers :

la Mayonnaise de Dijon Amora à 5,35 €/kg ou Comme à la maison de Benedicta 6,75 €/kg.

- La mayonnaise maison ne se conserve que 24 heures max au réfrigérateur selon les recommandations de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Afssa). Un film plastique posé directement sur la surface lui évitera de former une pellicule foncée.

Résultat des courses : la mayonnaise maison, sans additifs mais près de deux fois plus chère.



6 galettes maison

200 g de farine de sarrasin
+ eau et sel. Environ 0,50 €

6 galettes de blé noir
sous blister Environ 3,30 €



- Mélange de farine de sarrasin (« blé noir »), d'eau et d'un peu de sel, les galettes bretonnes traditionnelles détiennent la palme du produit fait maison le plus économique. On ne peut pas en dire autant de leurs cousines industrielles qui coûtent six fois plus cher !
- Côté temps de préparation, les galettes industrielles restent imbattables. Car pour confectionner des galettes soi-même, il faut compter au moins trois quarts d'heure pour la réalisation de l'appareil et la cuisson,

auxquels il convient d'ajouter l'incompressible temps de repos de la pâte, qui lui, prend plusieurs heures.

- Les galettes industrielles s'éloignent parfois de la recette traditionnelle, avec une pâte contenant des œufs et du lait.

Résultat des courses : les galettes industrielles, instantanées mais pas bon marché !



Bouillon de poule maison

Environ 2 €/L

Bouillon de poule en cube

Environ 0,25 €/L



- Le cube industriel gagne le match économique, à moins de réaliser un bouillon maison à partir d'épluchures (sans pesticides) et d'une carcasse de poulet donnée par votre boucher ou de reste de poulet rôti.
- Mais, en termes de composition, le bouillon maison le bat : l'ingrédient majoritaire du cube de bouillon est le sel, parfois le sucre. Il contient souvent de l'huile de palme, un exhausteur de goût type glutamate et des substances ultratransformées (amidon de pomme de terre, de maïs, maltodextrine, etc.).

- Le bouillon maison est également plus aromatique car vous pouvez l'agrémenter, selon vos envies, de thym, de laurier, de persil, ou même de gingembre ou de citronnelle pour une version aux notes asiatiques.

- Il se conserve trois jours au frigo dans une bouteille stérilisée ou réparti dans des supports à glaçons et congelé pour une utilisation ultérieure.

Résultat des courses : un choix à faire entre qualité et praticité.

OPTIMISER SES COURSES



Suivie par plus de 50000 followers, Marina Sba partage sur Instagram listes de courses, bons plans et recettes.

Une fois les courses faites, il est encore possible de réaliser des économies substantielles en cuisine. Notre guide est une experte en la matière. Marina Sba a lancé sur Internet le concept 1repas1euro.

«60». Quelle est votre méthode pour des repas sains, rapides et peu coûteux ?

Marina Sba. Le maître mot, c'est l'organisation. Je prévois les menus sur la semaine, puis dresse les listes d'ingrédients et de courses.

Une simulation sur un service de drive en ligne permet d'affiner mon budget. Si mon panier est trop élevé, je change un ou deux ingrédients. Enfin, pour avoir le moins de restes possible, je calcule les quantités au plus juste et tente d'injecter les surplus dans les différentes recettes de la semaine.

Vous ne laissez donc rien au hasard ?

M. S. Effectivement, pour deux raisons : lorsque l'on prévoit ses menus, on mange plus équilibré, et lorsque l'on a une liste en main, on achète moins et mieux. Enfin, il faut aussi éviter de faire les courses quand on a faim : notre cerveau nous pousse alors à acheter des produits gras, salés, sucrés pour obtenir satisfaction. Et ce en quantité.

1 € le repas : comment parvenez-vous à élaborer des menus aussi économiques ?

M. S. J'opte souvent pour les marques de distributeur, moins chères et qui me conviennent en termes gustatifs. Mon congélateur me permet d'acheter certains produits en grande quantité, pour faire baisser le prix au kilo. J'arrive ainsi

à 28 € par semaine pour trois repas et une collation par jour, le tout 100 % végétarien. Mes menus dépassent 1 € quand j'y mets de la viande ou du poisson. Si l'on n'est pas végétarien, je conseille de manger 80 % de repas sans protéines animales et de consacrer l'argent ainsi épargné pour s'offrir du poisson et de la viande de qualité.

Tout planifier prend-il davantage de temps ?

M. S. Oui. Au début, il faut investir un peu de temps pour s'organiser. J'ai mis en ligne des listes de courses de produits de base et des menus pour la semaine afin d'aider les gens à le faire.

Faut-il savoir cuisiner pour faire des économies ?

M. S. Pour manger un bon plat à petit prix, il faut quand même cuisiner un minimum. De nombreuses personnes ont tendance à confondre cuire et cuisiner. Par exemple, si vous épluchez des légumes et les mettez dans l'eau, techniquement ils sont prêts à être mangés. Mais, objectivement, ce n'est pas bon. Je conseille aux novices d'avoir toujours sous la main un peu de crème fraîche, un coulis de tomate, de l'ail, des oignons, et deux ou trois mélanges d'herbes et d'épices tout prêts. Cela permet de réveiller n'importe quel plat. ■

CÉCILE BLAIZE ET LAURE MARESCAUX

Mitonner les restes



En cuisine, rien ne se perd, tout se transforme. Les reliefs du repas de la veille mais aussi les épluchures de légumes, carcasses de volaille et parures de poissons peuvent être utilisés pour créer de nouveaux plats. À la clé, une économie qui peut dépasser 100 € par an.

30 kg : telle est la quantité de nourriture qu'un Français jette en moyenne par an, soit l'équivalent d'un repas par semaine. Un véritable gâchis puisqu'il équivaut à 100 € par personne mis chaque année à la poubelle. Pourtant, une bonne partie de ce gaspillage peut être évitée. « *La cuisine antigaspi est une cuisine créative, s'enthousiasme Dorothée Bessière, cofondatrice de l'appli de recettes antigaspillage Save Eat. C'est l'art d'associer des ingrédients que l'on a sous la main. Et pour cela, il faut tester, oser les mélanges, aussi audacieux soient-ils.* »

QUICHES ET GRATINS, LES STARS DE L'ANTIGASPI

Premier réflexe : se constituer une liste de recettes facilement déclinables en fonction de ce que l'on trouve dans son réfrigérateur. Quiches, omelettes, cakes ou gratins peuvent être réinventés à l'infini, en y glissant des restes de poisson, de viande, de ratatouille ou de légumes... « *Vous pouvez aussi réaliser un crumble salé en émiettant des biscuits apéros un peu mous sur toutes sortes de légumes trop mûrs pour être consommés tels quels* », souligne Dorothée Bessière.

AVEC LA SOUPE, LES ÉPLUCHURES PRENNENT DU GALON

Les potages représentent également une solution facile et efficace pour recycler les petits restes. Une cuillère de pâtes, de semoule, de purée ou même de lentilles permettra de donner

un peu de corps à un velouté. Autre moyen d'exploiter jusqu'au bout vos légumes : stockez les épluchures dans une boîte au congélateur, ainsi que les tiges d'herbes aromatiques, les verts de poireau... Une fois la boîte remplie, « *utilisez les épluchures pour faire un bouillon maison* », recommande l'experte. Il peut servir de base à une soupe et en rehausser le goût. Plus inattendu encore, mixées avec du lait, les peaux de banane peuvent remplacer une partie du beurre dans les recettes de gâteaux.

CRÉATIVITÉ EN CUISINE ET RIGUEUR AVEC L'HYGIÈNE

Riz réinterprété en arancini (bouchées italiennes confectionnées à partir des restes d'un risotto que l'on fait frire), morceaux de viande transformés en boulettes ou en hachis Parmentier, restes de poissons revisités en rillettes... Tout est possible à condition de mettre un tant soit peu la main à la pâte, d'avoir un peu d'imagination et, surtout, de respecter les durées de conservation. Certains restes ne doivent impérativement pas être consommés au-delà de 24 heures, tels la mayonnaise, les asperges cuites ou la viande hachée crue achetée en vrac. « *Le riz est également propice au développement des bactéries*, précise Dorothée Bessière. *Placez-le dans le réfrigérateur rapidement après cuisson, sans attendre qu'il refroidisse à l'air libre, et mangez-le dans les trois ou quatre jours.* » Faire la chasse au gaspillage oui, mais en toute sécurité ! ■ **CB ET LM**

Consommer moins de viande

limiter sa consommation de steaks, volailles et rôtis est une façon radicale mais très efficace de réduire son budget alimentation. Mais comment s'y prendre pour concilier économies et santé ? En substituant les produits carnés par des légumineuses.

L'enquête, en 2020, de l'Observatoire de la restauration collective bio et durable est formelle : « Le menu végétarien, même en bio, est généralement moins coûteux, et permet donc d'agir sur son budget. » Mais diminuer voire stopper sa consommation de viande ne doit pas se faire n'importe comment.

■ **Forcer sur les protéines végétales.** La disparition des protéines animales doit être compensée en mettant davantage de légumineuses au menu. Les plus riches en protéines ? Lentilles, pois, fèves, haricots, soja... (10 g/100 g de lentilles, par exemple), suivies des céréales (quinoa, riz, boulgour...) et des oléagineux (noix, noisettes, cacahuètes, etc.). « On peut consommer des protéines dès le petit déjeuner, même lorsqu'on aime le sucré, explique Marina Sba, créatrice du site 1repasteuro et étudiante en coaching nutritionnel. Les mug cakes [petits gâteaux préparés dans un bol et cuits au micro-ondes, NDLR], très simples et rapides à réaliser, per-

mettent, par exemple, de consommer un œuf et des flocons d'avoine, céréales qui apportent aussi des protéines. »

■ **Combiner céréales et des légumineuses.**

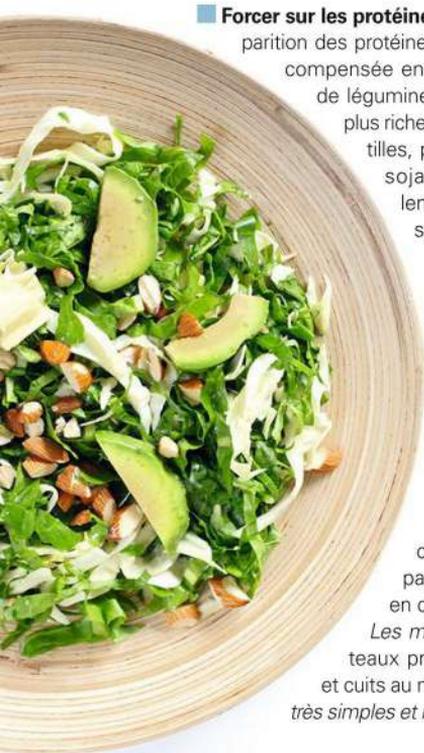
Cela permet de maximiser l'absorption des 9 acides aminés dont le corps a besoin et qui sont peu présents dans les végétaux (à l'inverse de la viande). Le soja présente le profil le plus complet en matière d'acides aminés. Attention, cependant : il contient des phyto-œstrogènes potentiellement perturbateurs endocriniens, et les enfants de moins de 3 ans ainsi que les femmes enceintes ou ayant eu un cancer du sein doivent l'éviter.

■ **Manger des végétaux riches en fer.**

Ce nutriment est présent dans les végétaux, mais il est nettement moins bien assimilé. Il faut donc privilégier les aliments qui en contiennent beaucoup : son de blé, graines de courge, jaune d'œuf, mais aussi lentilles, pois chiches, haricots rouges, algues séchées et graines de sésame... Son absorption sera optimisée en ajoutant au même repas des aliments qui apportent de la vitamine C, tels que les agrumes.

■ **Libérer sa créativité.**

Pour passer 80 % de ses repas en mode végétarien, et donc devenir ce que l'on appelle « flexitarien », les idées ne manquent pas ! Pour Marina Sba, on peut toujours trouver une alternative sans viande aux recettes que l'on aime. « Si j'ai envie d'un hachis Parmentier, je remplace le bœuf par des lentilles, ça fonctionne à merveille ! » Et si manger moins de viande rendait aussi plus créatif ? ■ **CB ET LM**





Préparer ses repas pour la semaine

Parfait pour savourer des lasagnes maison en pleine semaine, le batch cooking permet de s'organiser en cuisine pour manger équilibré, même lorsqu'on a un emploi du temps chargé.

Venue des pays anglo-saxons, la pratique du *batch cooking* (littéralement, cuisson par lots) est en pleine explosion. On compte près de 300 000 publications avec ce hashtag sur Instagram. C'est une façon de systématiser ce que de nombreux cuisiniers organisés pratiquent sans y mettre de nom. « Il s'agit soit de préparer des ingrédients séparément et de les assembler pour réaliser des plats au fur et à mesure des repas ; soit de cuisiner en grande quantité pour répartir au fil de la semaine », explique Séverine Augé, autrice culinaire.

LA MISE EN ŒUVRE D'UN MARATHON CULINAIRE

Commencez par élaborer une liste de courses détaillée, en évaluant pour combien de repas et de personnes vous allez cuisiner. Réservez quelques heures pour tout mettre en œuvre. Deux heures suffisent, affirment les plus optimistes. Comptez souvent plus large, car il va falloir nettoyer, hacher, faire bouillir, rôtir, cuire à la vapeur, avant de tout

conditionner... et de remettre la cuisine en ordre. Les avantages : planifier ses dîners permet de visualiser facilement l'équilibre global de la semaine ; manger des végétaux de toutes les couleurs pour diversifier l'apport en phytonutriments (l'une des recommandations santé les plus utiles) se révèle plus aisé à mettre en œuvre. Carotte (orange), poireau ou épinard (vert), tomate (rouge),

Bons plans

DES IDÉES EN CHAÎNE

- Un hachis de bœuf épicé mitonné le dimanche ? Avec un ajout de haricots rouges et de poivrons, il devient un chili con carne. Avec des spaghettis, voici une bolognaise ou, dans des feuilles de brick, des samoussas.
- La technique se révèle précieuse si l'on choisit d'emporter son repas sur son lieu de travail. Voir large le soir et garder le surplus pour le déjeuner du lendemain, en choisissant ce qui peut se manger froid sans risque sanitaire. Les lentilles du dîner seront délicieuses en salade avec une vinaigrette et un peu de poisson fumé. Une ratatouille estivale refroidie accompagnée de riz fera un lunch honorable, surtout si l'on y ajoute un peu de crudités et quelques amandes.



BIEN CONSERVER EN ALTITUDE

- Plus on grimpe, plus la pression atmosphérique baisse. L'air « appuyant » moins sur l'eau, elle bout plus rapidement, mais à une température inférieure à 100 °C : à 98,3 °C à 500 m, à 93,8 °C à Courchevel (à 1 850 m)...
- Pour détruire les micro-organismes, il faut ajouter 1 minute de temps de stérilisation par 300 m d'altitude.

Source : Agence fédérale belge pour la sécurité de la chaîne alimentaire (AFSCA)

citron (jaune), oignon (blanc), myrtille (violet)... L'arc-en-ciel est quasi complet. Il n'y a plus qu'à imaginer les combinaisons.

Penser ses repas à l'avance limite les achats de dernière minute en version « c'est tout prêt », fait faire des économies et augmente les chances de se nourrir de façon équilibrée. Pour éviter de passer un dimanche entier en cuisine, mieux vaut programmer l'enchaînement des tâches. Cette phase s'apparente à la *check-list* avant le décollage d'une fusée.

DES IDÉES BIEN UTILES POUR FACILITER LE QUOTIDIEN

Séverine Augé détaille entre 14 et 16 étapes pour venir à bout des préparatifs d'une semaine : pocher un cabillaud, rôti des cuisses de poulet, griller des poivrons, des rondelles de saucisse et des courgettes, torrifier des pignons, détailler des carottes en bâtonnets, cuire des pommes de terre, des pâtes, des brocolis, poêler des champignons, préparer un plat de polenta, une fondue de poireaux, de la sauce tomate, nettoyer la salade. De quoi proposer 5 plats, à finaliser chaque soir : cabillaud en croûte du lundi, poulet avec purée du mardi, salade de pâtes-courgettes-saucisse du mercredi, galettes de légumes à la feta du jeudi, œufs braisés poireaux-épinards du vendredi.

Sans l'appliquer à la lettre, on peut s'inspirer de cette méthode pour faciliter le quotidien. Par exemple, nettoyer des bottes de radis et recycler aussitôt dans une soupe les feuilles, qui se fanent très vite. Griller des poivrons au four (au moins 30 min à 200 °C), les envelopper immédiatement après dans du papier et patienter un peu pour les peler facilement. En profiter pour rôtir en

même temps des aubergines ou éplucher 2 kg de pommes à transformer en compote... « C'est particulièrement intéressant pour ce qui demande beaucoup de temps de cuisson, comme les légumineuses, ou pour des produits qu'on aime bien, mais dont on se passe car ils sont longs à préparer », remarque Séverine Augé.

PRÉVOYEZ LA CONSERVATION ET LE CONDITIONNEMENT

Préparer sans risques, c'est impérativement respecter l'hygiène et les bonnes pratiques de conservation. Si l'on ne souhaite pas congeler, servir en début de semaine les produits les plus fragiles : poisson et viande (trois jours de conservation) et garder pour la suite les plats qui privilégient les légumes (de quatre à cinq jours de conservation s'ils sont cuisinés), en ajoutant éventuellement les œufs et produits laitiers prévus au moment de la finalisation de la recette. Conditionnez en portions, selon le nombre de convives. Parfaits, les bocaux en verre ne gardent pas les odeurs, sont durables et passent à la machine. Pratiquer le *batch cooking* nécessite un grand réfrigérateur pour tout stocker correctement. Vérifiez sa température. La viande doit être conservée à 4 °C au maximum, dans la zone la plus froide. Contrôlez également l'efficacité du congélateur, qui doit atteindre -18 °C.

UNE ORGANISATION QUI FAIT GAGNER DU TEMPS

Même sans être adepte du *batch cooking*, on peut nettoyer la salade, l'essorer et la conserver au froid, dans le bac à légumes, dans un torchon ou, glissée dans une boîte, entre des feuilles de papier absorbant. Griller au four des poivrons, des courgettes, des aubergines, des courges. Confire au four des tomates, délicieuses avec du riz, des pâtes, des aubergines, du quinoa... Préparer de la soupe en quantité (les légumes, c'est long à éplucher). Conditionner en portions adaptées à la taille de la famille, étiqueter, dater et congeler. Tremper les légumineuses et les céréales entières la veille au soir et les cuire le lendemain après rinçage. Cuisiner en grand un plat mijoté et en congeler une partie après préparation. Le ministère de l'Agriculture recommande de ne pas congeler un plat gardé plusieurs jours au réfrigérateur. ■

LA RÉDACTION

Faire des stocks en congelant



À **-18 °C**, la durée de vie des aliments congelés est prolongée, mais connaissez-vous les bonnes pratiques ?

Les produits se conservent indéfiniment au congélateur.

FAUX « *Le froid ne tue pas les bactéries, il les endort, rappelle Brice Tremeac, directeur du Laboratoire du froid. Bien que ralentie, la prolifération se poursuit.* » La charcuterie et le pain se dégradent en 1 mois, les poissons gras en 2 mois, le beurre en 4 mois, et même pour les aliments les plus résistants (bœuf), il ne faut jamais dépasser 1 an.

On peut congeler un plat préparé avec des ingrédients congelés.

VRAI « *La cuisson tue la majorité des bactéries* », rappelle Brice Tremeac. Mais il faut que les produits soient cuits à point. Et ils doivent être placés loin des produits crus dans le congélateur, pour éviter d'éventuelles contaminations.

En cas de coupure électrique, je dois jeter tout le contenu de mon congélateur.

VRAI et **FAUX** « *Si le produit est totalement décongelé, il faut le jeter, car on ne sait pas depuis quand il l'est, explique le chercheur. S'il est encore un peu congelé, vous pouvez le cuire, pour tuer les microbes et éviter le gaspillage.* »

Il ne faut jamais recongeler un produit décongelé.

VRAI Les cristaux qui s'étaient formés altèrent les cellules de l'aliment en fondant. Les micro-organismes peuvent alors proliférer. Les produits décongelés doivent se consommer dans les 3 jours. Si l'on recongèle, le développement microbien se poursuit. Selon le ministère de l'Agriculture, un aliment resté 3 heures à l'air ambiant, puis 3 heures pour être recongelé peut

abriter jusqu'à 1024 fois plus de bactéries qu'à l'origine. Gare aux intoxications !

Tout se congèle.

VRAI Mais certains aliments perdent goût et texture. Pastèque, concombre et tomate se décomposent à la décongélation. Le jaune d'œuf « cuit » (mais le blanc se congèle très bien) et les pommes de terre crues noircissent, les yaourts deviennent grumeleux. Pas de danger, mais c'est mauvais.

Moins il y a d'air, mieux c'est.

VRAI Le manque d'oxygène nuit aux bactéries. Bien écraser l'emballage pour enlever le maximum d'air. Il existe des appareils de mise sous vide.

La décongélation, c'est au frigo.

VRAI La décongélation lente ne doit jamais s'effectuer à l'air ambiant. Selon l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, à 4 °C, la plupart des bactéries pathogènes ne peuvent se multiplier ou le font très lentement. ■

LA RÉDACTION

Repères

ASTUCES POUR MIEUX CONGELER

- Fermez la porte de l'appareil sur une feuille de papier et tirez sur cette dernière. Elle doit se déchirer, sinon le joint n'est plus étanche et doit être changé.
- Laissez dans votre congélateur une coupelle remplie de glaçons. Si, à votre retour de vacances, ils se sont transformés en bloc de glace, c'est qu'il y a eu décongélation et recongélation (et tout est donc à jeter).

15 associations de consommateurs, régies par la loi de 1901, sont officiellement agréées pour représenter les consommateurs et défendre leurs intérêts. La plupart de leurs structures locales tiennent des permanences pour aider à résoudre les problèmes de consommation. Pour le traitement de vos dossiers, une contribution à la vie de l'association pourra vous être demandée sous forme d'adhésion. Renseignez-vous au préalable. Pour connaître les coordonnées des associations les plus proches de chez vous, interrogez les mouvements nationaux ou le Centre technique régional de la consommation (CTRC) dont vous dépendez. Vous pouvez aussi consulter le site inc-conso.fr, rubrique Associations de consommateurs et trouver la plus proche de chez vous.

Les associations nationales

Membres du Conseil national de la consommation

ADEIC (Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur)

27, rue des Tanneries, 75013 Paris
TÉL.: 01 44 53 73 93
E-MAIL: contact@adeic.fr
INTERNET: www.adeic.fr

AFOC (Association Force ouvrière consommateurs)

141, avenue du Maine, 75014 Paris
TÉL.: 01 40 52 85 85
E-MAIL: afoc@afoc.net
INTERNET: www.afoc.net

ALLDC (Association Léo-Lagrange pour la défense des consommateurs)

150, rue des Poissonniers, 75883 Paris Cedex 18
TÉL.: 01 53 09 00 29
E-MAIL: consom@leolagrange.org
INTERNET: www.leolagrange-conso.org

CGL (Confédération générale du logement)

29, rue des Cascades, 75020 Paris
TÉL.: 01 40 54 60 80
E-MAIL: info@lacgl.fr
INTERNET: www.lacgl.fr

CLCV (Consommation, logement et cadre de vie)

59, boulevard Exelmans, 75016 Paris
TÉL.: 01 56 54 32 10
E-MAIL: clcv@clcv.org
INTERNET: www.clcv.org

CNAFAL (Conseil national des associations familiales laïques)

19, rue Robert-Schuman, 94270 Le Kremlin-Bicêtre
TÉL.: 09 71 16 59 05
E-MAIL: cnafal@cnafal.net
INTERNET: www.cnafal.org

CNAFC (Confédération nationale des associations familiales catholiques)

28, pl. Saint-Georges, 75009 Paris
TÉL.: 01 48 78 82 74
E-MAIL: cnafc-conso@afc-france.org
INTERNET: www.afc-france.org

CNL (Confédération nationale du logement)

8, rue Mériel, BP 119, 93104 Montreuil Cedex
TÉL.: 01 48 57 04 64
E-MAIL: cnl@lacnl.com
INTERNET: www.lacnl.com

CSF (Confédération syndicale des familles)

53, rue Riquet, 75019 Paris
TÉL.: 01 44 89 86 80
E-MAIL: contact@la-csf.org
INTERNET: www.la-csf.org

Familles de France

28, pl. Saint-Georges, 75009 Paris
TÉL.: 01 44 53 45 90
E-MAIL: conso@familles-de-france.org
INTERNET: www.familles-de-france.org

Familles rurales

7, cité d'Antin, 75009 Paris
TÉL.: 01 44 91 88 88
E-MAIL: infos@famillesrurales.org
INTERNET: www.famillesrurales.org

FNAUT (Fédération nationale des associations d'usagers des transports)

32, rue Raymond-Losserand, 75014 Paris. TÉL.: 01 43 35 02 83
E-MAIL: contact@fnaut.fr
INTERNET: www.fnaut.fr

INDECOSA-CGT (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés-CGT)

Case 1-1, 263, rue de Paris, 93516 Montreuil Cedex.
TÉL.: 01 55 82 84 05
E-MAIL: indecosa@cgf.fr
INTERNET: www.indecosa.cgf.fr

UFC-Que Choisir

(Union fédérale des consommateurs-Que Choisir)
233, bd Voltaire, 75011 Paris
TÉL.: 01 43 48 55 48
INTERNET: www.quechoisir.org

UNAF (Union nationale des associations familiales)

28, pl. Saint-Georges, 75009 Paris
TÉL.: 01 49 95 36 00
INTERNET: www.unaf.fr

Les centres techniques régionaux de la consommation

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

CTRC Auvergne
17, rue Richepin
63000 Clermont-Ferrand
TÉL.: 04 73 90 58 00
E-MAIL: u.r.o.c@wanadoo.fr

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Union des CTCR Bourgogne-Franche-Comté
2, rue des Corroyeurs
boîte NN7, 21000 Dijon

Dijon:
TÉL.: 03 80 74 42 02
E-MAIL: contact@ctcr-bourgogne.fr

Besançon:
TÉL.: 03 81 83 46 85
E-MAIL: ctcr.fc@wanadoo.fr

BRETAGNE

Maison de la consommation et de l'environnement
48, boulevard Magenta
35200 Rennes
TÉL.: 02 99 30 35 50
INTERNET: www.mce-info.org

CENTRE-VAL DE LOIRE

CTRC Centre Val de Loire
10, allée Jean-Amrouche, 41000 Blois
TÉL.: 02 54 43 98 60
E-MAIL: ctcr.centre@wanadoo.fr

GRAND EST

Chambre de la consommation d'Alsace et du Grand Est
7, rue de la Brigade-Alsace-Lorraine
BP 6, 67064 Strasbourg Cedex
TÉL.: 03 88 15 42 42
E-MAIL: contact@cca.asso.fr
INTERNET: www.cca.asso.fr

HAUTS-DE-FRANCE

CTRC Hauts-de-France
6 bis, rue Dormagen
59350 Saint-André-lez-Lille
TÉL.: 03 20 42 26 60.
E-MAIL: uroc-hautsdefrance@orange.fr
INTERNET: www.uroc-hautsdefrance.fr

ILE-DE-FRANCE

CTRC Ile-de-France
100, boulevard Brune
75014 Paris
TÉL.: 01 42 80 96 99
INTERNET: ctcr-iledefrance.fr

NORMANDIE

CTRC Normandie
Maison des solidarités
51, quai de Juillet
14000 Caen
TÉL.: 02 31 85 36 12
E-MAIL: ctcr@consonormandie.net
INTERNET: www.consonormandie.net

NOUVELLE AQUITAINE

Union des CTCR/ALPC en Nouvelle-Aquitaine
Antenne Limousin et siège social
1, rue Paul Gauguin
87100 Limoges
TÉL.: 05 55 77 42 70
E-MAIL: ctcr.alpc@outlook.com
INTERNET: www.unionctrcalpc.com

Antenne Poitou-Charentes/Vendée
11, place des Templiers
86000 Poitiers
TÉL.: 05 49 45 50 01
E-MAIL: ctcr.poitoucharentes@wanadoo.fr

Antenne Aquitaine

Agora, 8, chemin de Lescan
33150 Cenon
TÉL.: 05 56 86 82 11
E-MAIL: alpc.aquitaine@outlook.com

Dax
TÉL.: 05 58 73 10 22
E-MAIL: alpc.sudaquitaine@outlook.com

OCCITANIE

CTRC Occitanie
31, allée Léon-Foucault
Résidence Galilée
34000 Montpellier
TÉL.: 04 67 65 04 59
E-MAIL: secretariat@ctcr-occitanie.fr
INTERNET: www.ctcr-occitanie.fr

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

CTRC Provence-Alpes-Côte d'Azur
23, rue du Coq, 13001 Marseille
TÉL.: 04 91 50 27 94
E-MAIL: contact@ctcr-paca.org
INTERNET: www.ctcr-paca.org

Pour les départements d'outre-mer, référez-vous aux sites des associations nationales.



L'innovation au service des consommateurs

Depuis 50 ans, l'Institut national de la consommation est l'établissement public de référence pour tous les sujets liés à la consommation.



NOS ÉQUIPES

L'INC s'appuie sur l'**expertise d'ingénieurs, de juristes, d'économistes et de journalistes indépendants** pour vous aider à mieux consommer.

NOS MISSIONS

- 1** **Décrypter** les nouvelles réglementations
- 2** **Tester** des produits et des services
- 3** **Informier et protéger** les consommateurs
- 4** **Accompagner** les associations de consommateurs

NOS MÉDIAS



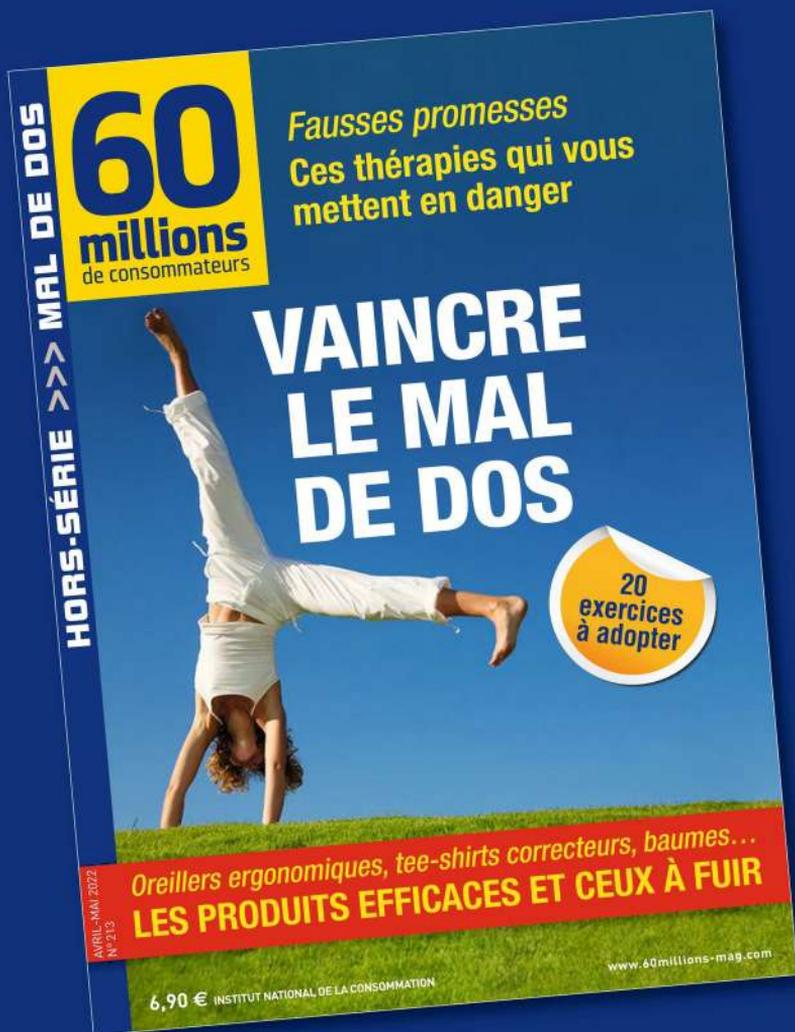
Le magazine
60 Millions de
consommateurs
www.60millions-mag.com



L'émission TV
de tous les
consommateurs



Ne manquez pas notre hors-série



En vente chez votre marchand de journaux
et en version numérique sur www.60millions-mag.com
Disponible en version numérique sur l'appli mobile 60

L 14242 - 137 H - F - 6,90 € - RD

