

# Le consommateur français est un des plus difficiles à satisfaire

MARIE-JOSÉE COUGARD Le 22/02 à 07:15 Mis à jour à 10:58



Le Français n'est pas à une contradiction près. La recherche de simplicité va de pair avec une certaine audace et un réel intérêt pour la créativité. - Photo Shutterstock

## Les consommateurs français sont méfiants, exigeants et versatiles. Ils aiment l'audace, les goûts forts et la simplicité.

C'est une idée forte à garder en tête. « *Le seul secteur, où la mondialisation n'a pas créé d'uniformisation, c'est l'alimentation* », lance Xavier Terlet, du cabinet XTC. Il n'en veut pour preuve que l'exemple du pain. « *Les Français aiment un pain, les Allemands un autre et les Britanniques encore un autre* ». Autant dire que la tâche des entreprises agroalimentaires n'est pas toujours simple. Encore moins en France qu'ailleurs.

« *Le consommateur français est sans doute un des plus difficiles à satisfaire* ». Il est « **méfiant**, exigeant et c'est le plus obnubilé par la sécurité des aliments », dit Xavier Terlet. Les complications ne s'arrêtent pas là. « *Jamais, il n'a été aussi changeant que depuis dix ans. Autant en termes de lieux d'achat, que de types de produits* », ajoute Xavier Terlet.

### Trois ingrédients

En France, ses demandes actuelles sont guidées par **la recherche de la simplicité, de l'authenticité** et du goût. « *Plus les produits sont transformés, moins il en veut. Moins il y a d'ingrédients mieux c'est. On commence à voir des produits qui mettent en avant trois ingrédients sur le devant de la boîte* », précise Xavier Terlet. Les Français sont près de 80 % à préférer « *les produits naturels et les recettes simples parce que le goût est préservé* ».

Le Français n'est pas à une contradiction près. La recherche de simplicité va de pair avec une certaine audace et un réel intérêt pour la créativité. Les Français apprécient aussi « *les goûts puissants* ». **On le voit dans le choix du chocolat, de la bière**, ou celui de la viande. Et dans le succès des produits à la truffe, au gingembre, au yuzu...

### Forts en goût

La tendance épicée est si forte que les organisateurs du Concours général agricole, qui priment les meilleurs produits alimentaires et les animaux lors du Salon de l'Agriculture, ont ouvert la compétition au safran et au piment d'espelette, précise Benoit Tarche, le commissaire général du Concours. « *On arrive à percevoir des nuances entre les safrans ou entre les piments* », affirme-t-il. Très en vogue aussi, la tendance à tout infuser lance par les chefs. Pour donner du goût ! « *On infuse tout. C'est un procédé parmi d'autres pour renforcer le goût tout en restant naturel* », dit Xavier. « *On fermente, on toast les graines, on mature la viande et la côte de boeuf à quatre semaines !* ».

Le fort en goût va de pair avec une poursuite de la tendance « *moins de sucre, moins de sel* ». On ne parle plus de confiture allégée, mais de « *confiture intense en fruits* ». La demande s'est imposée aux organisateurs du Concours général qui ont ouvert la compétition à ces nouvelles confitures jusque-là écartées parce qu'une confiture se définit par un taux plancher de 45 % de sucre. Les fortes en fruits n'ont souvent pas plus de 30 % de sucre.

Marie-Josée Cougard

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/0600600487633-le-consommateur-francais-est-un-des-plus-difficiles-a-satisfaire-2247045.php>