

# DANONE : RÉGIME MINCEUR POUR LES ALICAMENTS

Le 19 avril 2010 par Muriel De Véricourt

>> **Mots clés :** Santé, Point de vue, Biens de consommation, Danone



Danone renonce à mettre en avant des bénéfices sanitaires précis pour ses produits Activia et Actimel.  
DR

**POINT DE VUE** Danone fait machine arrière sur les allégations santé. Le groupe a annoncé qu'il renonçait à mettre en avant les bénéfices santé de ses spécialités lactées Activia et Actimel. Quelle leçon pour les industriels de l'agroalimentaire ? La réponse du consultant Xavier Terlet.

Danone fait profil bas sur les allégations santé. Le groupe a annoncé lors de la publication de ses ventes du premier trimestre qu'il renonçait à présenter aux autorités européennes ses demandes pour être autorisé à continuer d'utiliser sur ses emballages les mentions mettant en avant des bienfaits pour la régulation du transit intestinal dès 15 jours (**Activia**) et d'une aide contre les diarrhées aiguës et une amélioration des défenses immunitaires (**Actimel**). Danone modifiera donc ses étiquetages en renonçant à toute allusion à des bénéfices sanitaires précis. Que doivent penser les industriels de cette péripétie ? Analyse de **Xavier Terlet**, PDG de la société d'analyses **XTC World**

## Innovation.

### Pourquoi Danone a-t-il fait ce choix ?

La législation va s'unifier et être un peu plus rigoureuse. Pour pouvoir émettre des allégations santé, celles-ci devront être éminemment prouvées. Or Danone mettait en avant des bénéfices assez pointus sur certains de ses produits et risquait donc de les voir interdire par les autorités européennes. Son renoncement vise sans doute éviter une telle interdiction. Il implique de ne plus utiliser ces allégations.

### Que peut-on en déduire sur le marché des aliments dits "santé" ?

Mon avis sur le fond de l'histoire c'est que l'utilisation de la santé par l'industrie agroalimentaire depuis une grosse quinzaine d'années n'a pas toujours été efficace. En alimentaire, quoi qu'il arrive, la première valeur est celle du plaisir. La santé est une garantie du plaisir : l'assurance qu'un produit est bon pour moi permet de ne pas gâcher mon plaisir. Mais c'est une hérésie de penser qu'Actimel marche parce que c'est un produit santé. Il marche et il continuera à marcher malgré la décision qui vient d'être prise parce que c'est un produit pratique et en plus c'est bon ! Activia c'est pareil, c'est hyper bon, avec des recettes très diversifiées. Danone communique certes beaucoup sur la santé, mais il propose surtout des produits qui plaisent au consommateur.

### Quelle leçon les industriels de l'agroalimentaire doivent tirer de cette péripétie pour leurs futures innovations ?

Il ne faut pas se tromper de métier. Ce qui me paraît dangereux c'est de considérer qu'un produit alimentaire puisse être un médicament. Que la santé soit une préoccupation croissante du consommateur ça me paraît évident. De là à laisser de côté le volet plaisir, c'est une hérésie, spécialement en Europe ! L'innovation doit donc se concentrer sur le goût des produits, la praticité et la santé venant ensuite. Les industriels ne doivent pas penser que les allégations santé mèneront leurs produits vers le succès.

Propos recueillis par Muriel de Véricourt