



Photos: YDK

### Une offre vertueuse

Où sont passés les chewing-gums ? Un devant de caisse a été aménagé pour accueillir des produits notés A ou B par le Nutri-Score. Pour remplacer la confiserie de poche : des biscuits Gerblé, des galettes de riz, des fruits secs ou... de l'eau ! De quoi marquer les esprits.

PRODUITS RESPONSABLES

## DES COMPOTES ET DES FRUITS SECS VENDUS EN DEVANT DE CAISSE ?

C'est l'un des dispositifs de l'opération On s'y met, testé dans une poignée de Carrefour. À la clé, une étude sur le mieux manger.

**T**iens, de la com' pour les fruits et légumes de saison ! C'est la première réflexion que peuvent se faire les clients de Carrefour Écully, près de Lyon, en prenant leur chariot. Les 500 valets Médiaperformances apposés sur les devant de Caddie vantent, en effet, la consommation de fruits et légumes. La face intérieure, celle que voient les clients en faisant leurs courses, présente une jauge. Le trait indique le niveau de remplissage idéal du petit bac afin d'atteindre la quantité recommandée par Santé publique France pour une famille de quatre personnes pendant cinq jours.

Cette campagne n'est pas la seule action de ce Carrefour pour le « mieux manger » et les produits plus responsables. En poursuivant leurs courses, les clients pourront bénéficier d'un bon de réduction pour l'achat simultané de deux ingrédients, dont des fruits ou des légumes, entrant dans la

composition d'une recette équilibrée. Et en passant à la caisse, ils tomberont peut-être sur celle dont le devant a troqué la confiserie de poche pour des produits sains type fruits secs, galettes de riz ou compotes. Cette dernière étape étant sans doute la plus marquante. « *Nous sommes tout à fait en phase avec notre démarche Act for Food, assure Arnaud Lemarchand, chef de secteur à Carrefour Écully. Ces dispositifs sont une façon concrète de faire de la pédagogie auprès des consommateurs. C'est la raison pour laquelle Carrefour joue le jeu en mettant ces espaces à disposition dans quelques magasins lyonnais.* »

### AUCHAN S'Y MET AUSSI

L'enseigne participe à une étude au long cours, entreprise par le Consumer Goods Forum (CGF), un réseau international d'entreprises dont Carrefour fait partie, mais également Walmart,

Tesco, Alibaba, Unilever, Mondelèz ou Coca-Cola. Ces multinationales entreprennent des actions communes sur des sujets comme le développement durable, la déforestation, le travail forcé, etc. Depuis 2017, le CGF encourage les comportements alimentaires sains. Des programmes ont déjà été mis en place aux États-Unis, au Japon ou en Colombie. En France, l'opération qui a débuté à titre expérimental en octobre 2019 sur l'agglomération de Lyon, se nomme « On s'y met : plus on agit, mieux on se porte ». Carrefour et Danone en sont les figures de proue. Plus précisément, elle implique une dizaine de Carrefour Market, quatre hypermarchés Carrefour et deux Auchan. Des industriels comme Danone, Savencia, Bel, Fleury Michon, Nestlé, Bonduelle, Mars, Coca-Cola, Solinest ou St Hubert, mais aussi L'Oréal ou Seb sont partenaires. Parallèlement, On s'y met a pris place dans neuf ►►



### Une réduction pour élaborer une recette saine

Dans le meuble On s'y met, à l'entrée du magasin, sont vendus tous les ingrédients nécessaires à la confection d'une recette saine, validée par le comité réunissant les partenaires de l'opération.



PRODUITS RESPONSABLES

### On jauge les fruits et légumes

Des valets ont été installés sur 500 chariots, vantant la consommation de fruits et légumes de saison. Sur la face intérieure, une jauge indique le niveau de remplissage idéal en fruits et légumes pour une famille de quatre personnes. Ludique. Même si le design gagnerait à être plus impactant.

►► restaurants lyonnais, en partenariat avec Metro. Jusqu'au 31 juillet 2020, chaque chef propose un ou deux plats de saison à sa carte, privilégiant les ingrédients locaux, classés A ou B par le Nutri-Score.

### AMÉLIORER LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES PANIERS

Au départ, un constat : inciter les consommateurs à bien manger de façon théorique fonctionne mal. Personne n'ignore les bienfaits d'une alimentation équilibrée, mais pour ce qui est de

leur traduction dans les actes d'achat, c'est une autre histoire. L'étude, menée par l'Inra (Institut national de la recherche agronomique) et l'Insead (Institut européen d'administration des affaires), consiste à mesurer sur plusieurs mois l'impact de trois dispositifs tests sur le contenu des paniers, grâce aux données des cartes de fidélité fournies par les magasins participants.

En entrée de magasin, dans le meuble On s'y met, on pouvait trouver, au mois d'octobre par exemple, des fromages du groupe Bel (Boursin, Kiri, Leerdamer), des pommes, des flocons

d'avoine ou du miel. Rien de vraiment assorti en apparence, d'autant qu'il faut prendre le temps pour décrypter l'offre. En réalité, ce sont les ingrédients nécessaires à la réalisation de recettes saines du moment, approuvées par le comité On s'y met et qui ont vocation à être renouvelées régulièrement. Un flyer est mis à disposition à cet effet dans la TG. Cet automne, pour bénéficier de l'offre, l'achat des pommes était le minimum requis, en plus d'un fromage Bel. En somme, il s'agit de la partie la plus complexe du dispositif. « Cette initiative se fait en mode test, défend Thomas Kyriaco, porte-parole de Danone. Les données seront collectées jusqu'en juin. Les résultats de l'étude seront publiés selon un délai académique. » En revanche, difficile de passer à côté du devant de caisse, très convaincant. Même s'il faut rester réaliste. Avec un chiffre d'affaires de 515 M€\* pour la confiserie de poche, on voit mal les distributeurs changer de braquet rapidement. ●

AGATHE LEJEUNE

\*CA des gommés et confiseries de poche tous circuits dont HD en CAM à novembre 2018.

« Ces dispositifs sont une façon concrète de faire de la pédagogie auprès des consommateurs. C'est la raison pour laquelle Carrefour joue le jeu en mettant ces espaces à disposition dans quelques magasins lyonnais. »