



# **Les Frites et La Nutrition**

**GIPT**

**15 mars 2005**

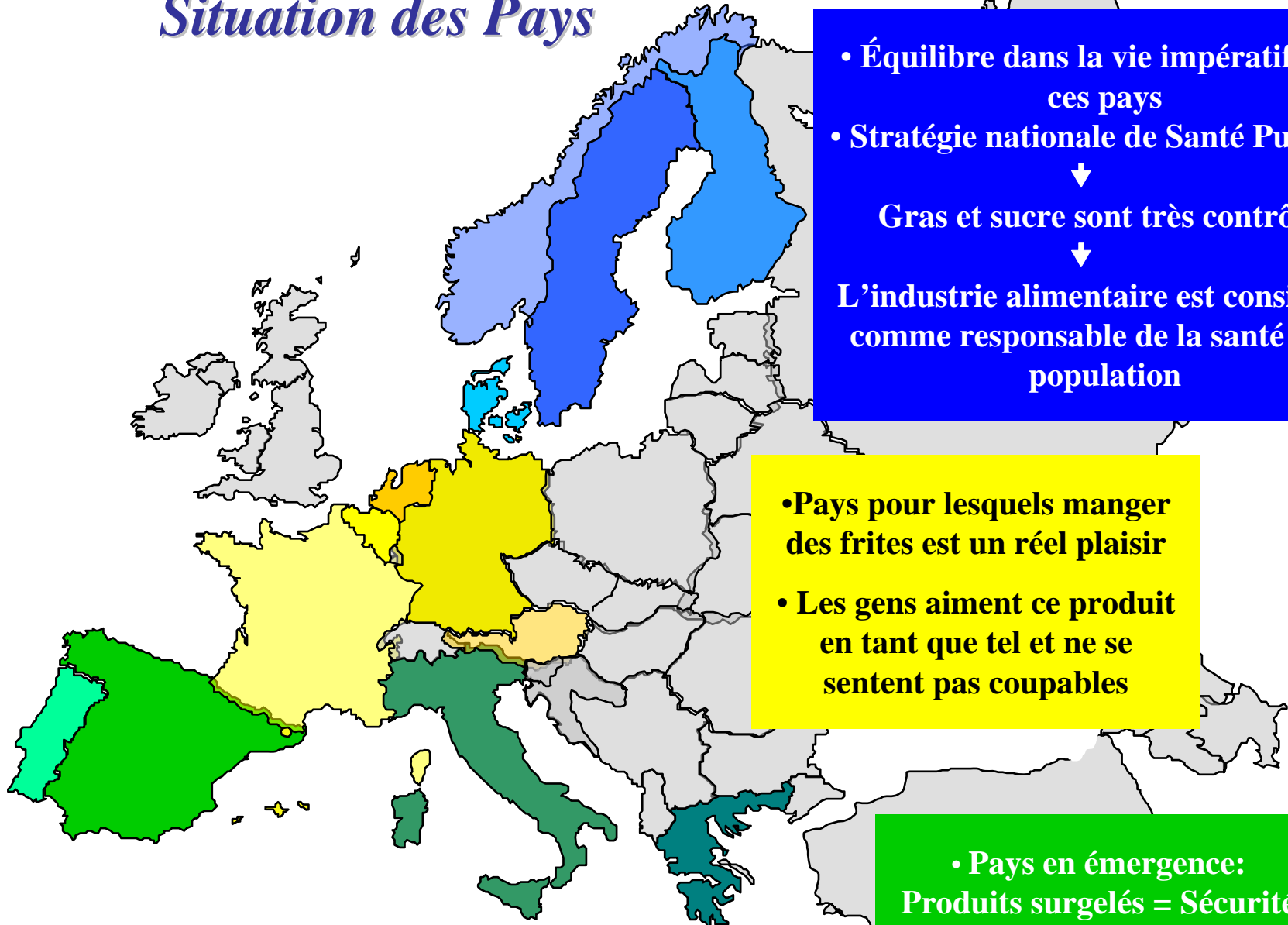
**Anne-Sophie FONTAINE**

# Sommaire

1. Perception Européenne très hétérogène
2. L'équilibre alimentaire pour le consommateur
3. La frite dans l'équilibre alimentaire

# 1. Perception Européenne très hétérogène

## *Situation des Pays*



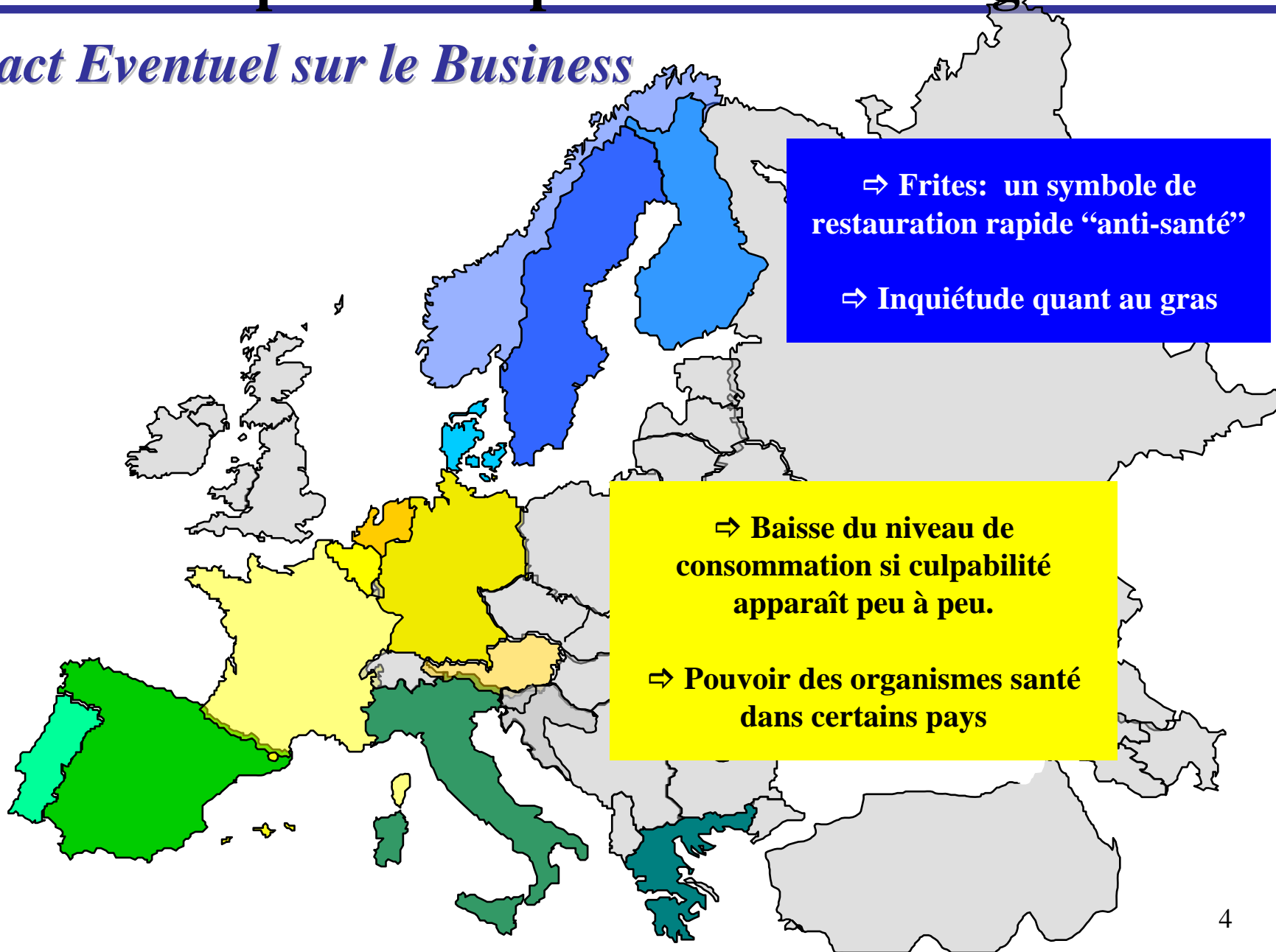
- Équilibre dans la vie impératif pour ces pays
  - Stratégie nationale de Santé Publique
- ↓
- Gras et sucre sont très contrôlés
- ↓
- L'industrie alimentaire est considérée comme responsable de la santé de la population

- Pays pour lesquels manger des frites est un réel plaisir
- Les gens aiment ce produit en tant que tel et ne se sentent pas coupables

- Pays en émergence: Produits surgelés = Sécurité

# 1. Perception Européenne très hétérogène

## *Impact Eventuel sur le Business*



# 1. Perception Européenne très hétérogène

## *Action de McCain*

⇒ rassurer sur notre  
process et sur la Qualité  
Mondiale McCain

- Re-lancement du Retail



- Réassurance sur le gras  
grâce à "l'huile santé"

• Continuer à communiquer sur le  
plaisir de manger des frites  
*...Mais*  
*Prendre la parole sur la consommation*  
*de frites avec un aspect "nutrition"*

- Toujours nécessaire de communiquer  
sur le côté naturel  
de la pomme de terre surgelée  
(sans conservateurs ...)
- Développer la communication sur la  
qualité des pommes de terre surgelées  
→ Aussi bon que la pomme de terre crue

## 2. L'équilibre alimentaire pour le consommateur

Réalisation d'une étude exploratoire, quelques résultats :

- **L'EQUILIBRE ALIMENTAIRE** correspond au respect de **RÈGLES** de base communément admises : **DIVERSITE, CHOIX** de « bons » aliments, **PAS D'EXCES** et **REGULARITE** des repas.

**+++ diversifier son alimentation** : consommer différents aliments pour varier les apports, et consommer chaque jour / à chaque repas différentes classes d'aliments

**+++ favoriser certains types d'aliments** « bons pour la santé » plutôt que d'autres a priori moins bons.

## 2. L'équilibre alimentaire pour le consommateur

### Réalisation d'une étude exploratoire, quelques résultats :

#### Bons pour la santé :

- +++ Les fruits et les légumes  
*« j'essaye de prendre des fruits et des légumes tous les jours » / « veiller à ce qu'il y ait toujours des légumes »*
  - ++ **Les féculents : pommes de terre**, pâtes, riz, semoule ; les céréales, le pain.  
*« ça donne de l'énergie » / « c'est rassasiant et sain »*
  - ++ Les laitages notamment pour les enfants  
*« ça apporte du calcium » / « c'est important pour les os des enfants »*
  - ++ Le poisson  
*« des phosphores, des oméga 3, des protéines dans le poisson »*
  - + La viande et les œufs ... mais en petite quantité
- Les herbes / les épices plutôt que les sauces / le sel  
L'huile d'olive, ou plus mineur l'huile Isio 4

#### Pas / moins bons pour la santé :

- **Les graisses, notamment frites ou cuites**, et le beurre, la crème fraîche, la chantilly.
- **Les fritures**, les panés
- Les hamburgers, les hot-dogs
- La charcuterie
- Les sucres ajoutés, les bonbons, le chocolat au lait et blanc, les barres en-cas, le nutella
- Les sodas
- Les gâteaux, les pâtisseries, les glaces,
- Les confitures (mineur)
- L'alcool notamment dans les apéritifs

## 2. L'équilibre alimentaire pour le consommateur

Réalisation d'une étude exploratoire, quelques résultats :

= +++ **NE PAS FAIRE D'EXCES & ADAPTER SON ALIMENTATION A SES BESOINS**

- manger des portions raisonnables voire petites
- manger léger le soir (+mineur)
- manger davantage l'hiver pour lutter contre le froid (+mineur)
- faire des repas consistants quand on va faire du sport (+ mineur)

= + **MANGER REGULIEREMENT**

- faire 3 repas ou 4 avec le goûter
- ne pas grignoter entre les repas

# 3. La Frite dans l'équilibre alimentaire

Réalisation d'une étude exploratoire, quelques résultats :

## LES MOTIVATIONS A LA CONSOMMATION DE FRITES SURGELEES

### ● Un fort ancrage dans le PLAISIR =

• plaisir sensoriel, gustatif, gourmand

*« un péché mignon, je ne résiste pas » / « c'est bon ! »*

• plaisir régressif : manger avec ses doigts, tremper dans la sauce

*« c'est sympa on mange ça avec les doigts, on picore »*

• plaisir social : ambiance de partage, de convivialité, bonne humeur, joie

• plaisir oblatif : assurance de faire plaisir aux enfants notamment  
*« on sait qu'on va faire plaisir » / « universel, tout le monde aime » / « un rayon de soleil sur ma maison quand j'en donne aux enfants »*  
→ **facilité pour faire manger les enfants**

# 3. La Frite dans l'équilibre alimentaire

Réalisation d'une étude exploratoire, quelques résultats :

## LES FREINS A LA CONSOMMATION DE FRITES SURGELEES

- **LE CÔTÉ PEU SAIN / PAS BON POUR LA SANTÉ =**
- **FORTE TENEUR EN GRAS** du fait de la cuisson à l'huile (majeur) :
  - **calorique : risque de surpoids voire d'obésité**  
*« c'est mauvais pour les kilos » / « ça fait grossir »*
  - ➡ **Le mode de cuisson génère une connotation négative.**

# 3. La Frite dans l'équilibre alimentaire

**Pour répondre à la première attente du consommateur :**

**Améliorer d'abord notre connaissance.**

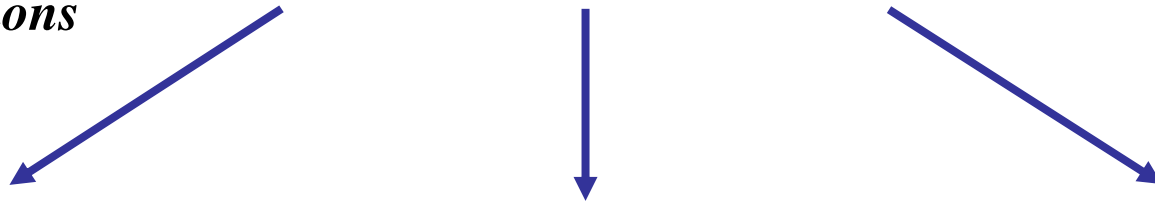
- Réalisation de bibles nutritionnelles sur la pomme de terre, le gras, la frite : mettre à disposition des équipes marketing, sans parti pris, un état exhaustif des connaissances techniques, toxicologiques et nutritionnelles actuelles sur ces sujets.

**Construire une communication claire, destinée aux consommateurs de type 2, à partir de ces données scientifiques et techniques.**

# Implication Santé dans l'Action de McCain

*MESSAGE McCAIN → intégrer la santé comme impératif sans mettre en péril les valeurs de plaisir McCain .*

## *First Questions*



- Quel impact sur la consommation des Frites ?

↳ Nécessité de prendre la parole sur la consommation de frites dans l'équilibre alimentaire

- Quel développement produit à venir ?

- Quelles améliorations sur les produits existants ?

- Quelle communication pour la marque ?

# Just Au Four

*Découvrez la gamme qui arrive... Just à Temps*



- **Un marché des frites fours très tendance et en fort développement +14.5%\***

**Un produit en phase avec son temps et aux multiples avantages:**

- **Sans odeur:** la cuisson au four ne laisse aucune odeur dans la cuisine
- **Actuel et rapide**
- **Moins gras:** l'absence d'ajout d'huile pour la cuisson confère au produit une image de légèreté.

- **McCain, une marque de référence en constante progression:**  
**Pdm Valeur / Frites Fours: 59.7% avec une évolution à +8%\***

**\* Source Iri Secodip au CAM à fin P13**

# Just Au Four

*Découvrez la gamme qui arrive... Just à Temps*

- Après la coupe allumette et classique,



- McCain propose aux amateurs de frites moelleuses une Just au Four coupe *Rustique*





**Merci.**