



## À l'épicerie: quelques trucs pour éviter les pièges du marketing alimentaire

 **Commentaires (21)**

26 avril 2011 – Corvée nécessaire pour certains, plaisir hebdomadaire ou quasi quotidien pour d'autres, faire l'épicerie demeure une nécessité. Avec l'augmentation du coût du panier d'épicerie, est-il encore possible de faire des choix à la fois santé et économiques, en évitant les pièges du marketing?

« Oui, répond Jordan Le Bel, spécialiste du marketing alimentaire. Mais à condition de s'arrêter aux facteurs qui influencent nos décisions d'achats et de s'imposer une certaine discipline. »



On estime qu'une personne va à l'épicerie ou au supermarché de 1,7 à 2,4 fois par semaine. Sans compter les arrêts dans les magasins d'alimentation spécialisés, comme le boucher, le fromager, etc.



Jordan Le Bel

« Et contrairement à ce qu'on croit, les consommateurs sont plutôt impulsifs à l'épicerie : de 65 % à 80 % des décisions d'achats se prennent sur le plancher », indique le professeur de marketing à l'École de gestion John-Molson de l'Université Concordia.

C'est ce qui explique les promotions, soldes et autres stratégies de marketing que multiplient les entreprises qui oeuvrent dans le domaine agroalimentaire pour attirer l'attention des consommateurs.

### Reconnaître les « ruses » du marketing alimentaire

« Rien n'est laissé au hasard dans la présentation des milliers de produits alimentaires qu'on retrouve à l'épicerie. Tout répond à une logique visant à "pousser" les produits, à les écouler », fait remarquer Jordan Le Bel.

Ainsi, chaque épicerie ou supermarché possède son « planogramme », un plan qui détermine de quelle façon sont présentés tous les produits, de l'entrée à la sortie, en passant par les allées et leur pourtour, sans compter les étalages temporaires.



Selon Jordan Le Bel, l'épicerie est un univers multisensoriel aux effets multiples.

En effet, les étalages situés à l'entrée de l'épicerie contiennent souvent des pains frais et autres produits de la boulangerie « pour que leurs odeurs nous mettent en état d'appétit ».

Suivent généralement les viandes ou les fruits et légumes. Là encore, leur positionnement n'est pas innocent.

« Plus de 85 % des consommateurs savent qu'il est recommandé de manger 5 portions de fruits et légumes par jour, mais seulement 25 % s'y conforment. Ils font donc le plein dans cette section et se donnent bonne conscience, ce qui les mène à se permettre des gâteries dans les autres allées! »

Par ailleurs, les produits alimentaires de base ou de première nécessité sont placés tout autour des allées. C'est le cas, entre autres, des produits laitiers, des oeufs, de certains produits surgelés... et de la bière!

La même logique de marketing prévaut : l'emplacement de ces produits oblige les consommateurs à pénétrer dans l'épicerie, à parcourir différentes allées où de nombreux soldes s'affichent.

« Le centre des allées répond à la stratégie de « l'arche de vision » : on y dispose les produits en largeur, à la hauteur des yeux, pour les mettre en évidence, ce qui en fait un lieu idéal pour encourager la vente », poursuit M. Le Bel.

### Ne pas succomber inutilement aux produits en solde



Les produits en solde servent 2 objectifs spécifiques : promouvoir un nouveau produit ou encore faire rouler les produits pour éviter les pertes.

Mais ces soldes donnent lieu à un gaspillage important : on estime que jusqu'à 25 % des calories achetées à l'épicerie se retrouvent à la poubelle.

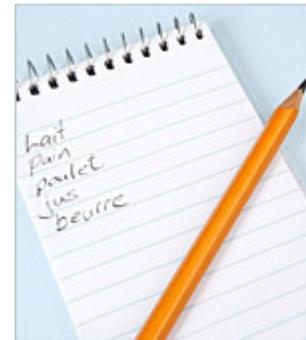
« La principale cause de ce gaspillage découle des produits en solde ou en promotion, explique-t-il. C'est aussi en raison des commerces qui font la promotion d'achat en gros, comme la chaîne Costco. On stocke beaucoup d'aliments ou de produits qui deviennent périmés avant qu'on puisse les manger. »

### Planifier, un gage de choix plus santé... à moindre coût

La meilleure façon de rapporter des aliments et produits alimentaires santé - tout en respectant son budget - consiste à planifier ses menus avant de se rendre à l'épicerie.

Jordan Le Bel y va de suggestions simples et efficaces :

- | Analysez le contenu du frigo pour savoir ce qui peut encore être utilisé.
- | Parcourez les circulaires pour connaître les soldes qui en valent le coût.
- | Planifiez vos repas pour plusieurs jours à l'avance.
- | Faites une liste et évitez d'y déroger.
- | Évitez d'aller à l'épicerie le ventre vide! Vous éviterez les produits riches en gras et en sucre et achèterez en moins grande quantité.
- | Faites l'épicerie en sens inverse de l'ordre dans lequel vous le faites, ne serait-ce qu'une seule fois : vous éviterez les faux soldes et découvrirez de nouveaux produits.
- | Devant les soldes qu'on vous présente sur place, demandez-vous si vous en avez besoin, si vous utiliserez toute la quantité proposée et si c'est une vraie bonne affaire.
- | Lisez les étiquettes.
- | Évitez les produits prêt-à-manger, généralement plus chers et moins bons pour la santé.
- | Méfiez-vous des allégations qui peuvent être sans fondement : par exemple, sait-on vraiment si les poules élevées « en liberté » le sont vraiment? Leurs oeufs valent-ils vraiment 50 cents à 60 cents de plus à la douzaine?



« Il est vrai que planifier son épicerie demande un peu de temps, mais ça permet de prendre du recul devant ses choix alimentaires, conclut Jordan Le Bel. Ça ne veut pas dire qu'il faut à tout prix se priver de gâteries ou s'empêcher de faire un ou deux achats impulsifs : mais la planification permet d'avoir un meilleur contrôle. »

Martin LaSalle – PasseportSanté.net