



J'y étais... Au pays du guacamole en poudre.

Par Guillemette Faure

A lors ça, c'est l'archétype de la mauvaise idée ! » Dis donc, celui-là, il ne viendrait pas nous gâcher la fête ? On est devant une « râpe à vinaigre » et il ne se pâme pas. « Tu te vois poser ça au milieu de la table du dîner ? », balance l'homme à son collègue. On est au Salon international de l'agroalimentaire, le SIAL, à Villepinte, devant les vitrines de la sélection des innovations. L'équivalent de l'épreuve du maillot de bain dans un défilé de miss (« On ne peut pas les voir sans cellophane ? », demande un photographe) et Frédéric Loeb est quasiment le seul qui ne s'extasie devant rien. Pas un mot gentil pour le jus de fruits en énormes poches en plastique (« T'en fous partout »), le sel liquide ou en galets (« Le galet, c'est bien pour la lessive mais dans la cuisine... Et pour mes pâtes, je vais le regarder fondre combien de temps dans la casserole ? »). Ne parlons pas de l'emballage comestible : « L'emballage se mange, d'accord, mais après, on le transporte comment ? Faut le remballer par-dessus ? » Ah si, la mousse au chocolat en bombe trouve grâce à ses yeux. « Il y a un twist. En innovation culinaire, on a le droit à un twist, pas deux. Par

exemple, explique-t-il, du miel en tube, on peut. Du miel en tube parfumé à la banane, on ne peut pas. »

Il photographie tout, « pour garder les images des cadavres ». Voilà plus d'une dizaine d'années qu'il vient sur ce salon et il évalue à moins de 10 % les produits nouveaux qui ont réussi. On serait tenté de l'écouter. Frédéric Loeb est conseiller en innovation. Mais juste avant, on entendait un autre discours, d'un autre expert de l'innovation. Xavier Terlet, spécialiste de la veille de nouveaux produits, nous a assuré, lui, que la moitié de ces inventions réussissaient. Et nous a parlé des articles en vitrine avec bien plus d'enthousiasme. Sa société étant chargée de la sélection des articles les plus innovants par l'organisation du salon, il aurait tort de ne pas en montrer. Il nous promet qu'il y a là une « génération de produits plus simples », comme un magazine féminin qui ouvre ses pages maquillage en assurant que cette année va célébrer le retour du naturel. C'est « la fin du gadget », atteste-t-il. Ah oui ? La peinture-sauce à appliquer au pinceau pour décorer les assiettes, le guacamole en poudre et les bouteilles d'eau pour enfants en forme d'animaux, on a dû les rêver. La preuve que le SIAL suit la mouvance écoresponsable : parmi les dix-huit prix décernés, un prix spécial récompensera la meilleure innovation pour enfants. Il sera décerné par Disney. Oui, on parle bien de ceux qui exposent des steaks hachés en forme d'oreilles de Mickey sur leur stand.

« Il reste des œufs en bombe ? », demande une responsable de la communication du salon pendant que Xavier Terlet nous détaille une étagère des produits nouveaux en salle de presse. « Ce qui plaît aux journalistes en général, ça ne marche pas », m'a expliqué Frédéric Loeb. Non pas qu'on ait le palais déformé. Mais parce qu'on ne cherche pas la même chose que les industriels de l'agroalimentaire. Les médias

courent après les produits sidérants, le concours Lépine de l'assiette. L'inverse de ce que souhaite un consommateur. « Personne n'a envie de Martien à sa table. Un produit, pour réussir, doit se glisser dans la réalité. » D'ailleurs, me fait-il remarquer, aucun des géants de l'alimentaire (Danone, Kraft ou Nestlé) n'a de produit présenté dans la serre de l'innovation. Ils n'ont pas besoin de se faire connaître.

Et si c'était ça, la vraie vitrine du SIAL ? Une sélection de produits qui nous donne envie de croire que l'avenir de l'agroalimentaire est entre les mains des PME, du fabricant d'huile de homard sur l'île de Groix au producteur de perles de vinaigre balsamique en Lorraine. **■**

« En innovation culinaire, on a le droit à un twist, pas deux. Du miel en tube, on peut. Du miel en tube parfumé à la banane, on ne peut pas », explique un expert. Qui dit oui à la mousse au chocolat en bombe. Mais non à l'emballage comestible. »