

Les sachets micro-ondables peu connus mais au potentiel certain

A la demande des professionnels, le CNIPT a chargé le bureau d'études OpinionWay de réaliser une étude spécifique sur les pommes de terre cuites au four à micro-ondes. L'objectif est de mieux cerner les attentes des consommateurs sur les emballages "Spécial cuisson au four à micro-ondes" contenant des pommes de terre entières.

Ce qu'il faut retenir :

La pomme de terre est un produit frais qui jouit d'une excellente réputation. A l'inverse, le four à micro-ondes a une image plutôt négative. Il fait tout de même partie du quotidien des français. 94 % des personnes enquêtées possèdent un four à micro-ondes et 70 % d'entre-elles l'utilisent tous les jours ou presque.

L'existence d'emballages spécialement conçus pour la cuisson de pommes de terre au four à micro-ondes n'est pas encore bien connue. Seules 34 % des personnes possédant un four à micro-ondes le savent. Et seules 7 % en ont déjà acheté.

Cette offre semble correspondre particulièrement aux besoins des actifs/urbains et plus occasionnellement pour les « petites » familles. Les personnes intéressées recherchent un gain de temps, la rapidité, la simplicité et la sauvegarde de la saveur et de la qualité du produit.

Du point de vue des consommateurs, les sachets peuvent servir de dépannage au domicile pour deux tiers des personnes interrogées. Le produit servirait d'agrément d'une recette ou comme base pour réaliser un plat autour des pommes de terre plutôt que pour une consommation seule. Il s'agit également d'un produit qui pourrait être consommé au travail.

Le produit micro-ondable n'est pas adapté à tous. Les petites quantités ne correspondent pas aux besoins des grandes familles. Certains consommateurs ne peuvent pas concevoir de faire cuire les pommes de terre avec la peau ou de ne pas cuisiner. D'autres ne peuvent pas concevoir de manger la peau des pommes de terre (produits chimiques ou habitude de consommation).

Les sachets micro-ondables apportent aussi bien aux consommateurs des bénéfices de consommation (bénéfices organoleptiques, goût/texture équivalent au mode de cuisson habituel) que des bénéfices nutritionnels/santé pour un repas rapide (10 minutes de cuisson maximums admis par les consommateurs) et sain. La praticité d'usage du produit séduit : aucune préparation avant la cuisson, baisse du temps de cuisine/cuisson, peu/pas d'ustensiles utilisés limitant la vaisselle, gestion de cuisson autonome/aucune surveillance nécessaire ...

Cependant, ce produit soulève de nombreux freins qu'il faudra lever. Ces freins ressortent notamment auprès des jeunes et des profils plus aisés.

- Avant test d'utilisation et à l'instar de toutes les cuissons au four à micro-ondes, les consommateurs s'attendent à une altération des pommes de terre (goût sans saveur, farineux; texture/aspect de peau flétrie, texture molle, sèche et caoutchouteuse) et à une cuisson non homogène (dure à l'intérieur/crue, cuite à l'extérieur). Ces freins spécifiques sont levés facilement après le test des produits car "l'essayer, c'est l'adopter".

- Le produit peut être considéré comme moins bon du fait du mode de cuisson qui libère des ondes. Le possible transfert du plastique sur les pommes de terre ainsi que celui des encres est également cité. La moitié des personnes prêtes à acheter le produit attendent d'être rassurées sur ce point. Les ondes sont considérées pour certains comme provoquant les pertes des nutriments et vitamines.

La conception du sachet doit répondre à certaines attentes :

- Les sachets doivent être assez solides pour supporter les différentes étapes du transport. Ils doivent également être transparents.
- Une ouverture facile après cuisson est une option appréciée des consommateurs. Une mise en garde sur les risques de brûlure au toucher du sachet, juste après cuisson, est également recommandée.
- La composition du plastique et son innocuité sont clairement à indiquer. Des emballages biodégradables, avec des composants naturels, peuvent rassurer sur les questions récurrentes de transfert du plastique et des encres et leurs conséquences sur la santé et l'environnement.

Les éléments à indiquer sur l'étiquette sont :

- Les consignes d'usage, comme le mode de cuisson (micro-ondes, à ne pas opposer à d'autres modes comme four, à l'eau, ...), la rapidité de cuisson (inférieure à 10 min), la puissance du four à micro-onde adaptée à la cuisson.
- Des précautions d'emploi doivent également apparaître : ne pas ouvrir le sachet avant usage, mettre en garde sur la manipulation après cuisson avec des risques de brûlure, le mode et temps de conservation (bac à légume du réfrigérateur, à température ambiante dans le noir, ...)
- La qualité des pommes de terre est nécessaire pour rassurer le consommateur sur l'aspect santé /sain des produits (provenance, nutriments, traitement ou non, type d'atmosphère où se trouvent les pommes de terre, produits sans conservateurs, ...).
- Les consommateurs ont également besoin d'être réassurés sur le résultat après cuisson, en particulier en termes d'aspect et de goût. Les consommateurs attendent des pommes de terre lavées, prêtes à l'emploi, avec une qualité qui ne s'altère pas après cuisson.

Ce produit offre trois bénéfices clés sur lesquels capitaliser : praticité, simplicité & goût. Il existe un potentiel dormant d'acheteurs. Il convient donc de mener un important travail de réassurance, afin de stimuler le premier achat, car « L'essayer c'est l'adopter ».

Dans ce cadre, il faut tout d'abord répondre aux éléments essentiels sur le packaging, en particulier sur les aspects santé et nutrition. Ensuite, l'offre d'échantillons gratuits et des démonstrations en point de vente permettrait aux consommateurs de tester in situ les produits.

Enfin, il faut faire connaître l'existence de cette offre, en l'affichant clairement en rayon et sur le packaging. Une campagne média, notamment TV, permettrait de faire connaître le produit à grande échelle et de recruter auprès d'une cible large.

Méthodologie

Afin de considérer un maximum d'éléments, deux étapes ont été nécessaires à la réalisation de cette enquête. Un volet qualitatif sous forme de blog a permis de suivre les pratiques et les tests de produits micro-ondables par 25 personnes. Pendant 8 jours, les blogueurs étaient invités à s'exprimer sur différentes thématiques (pommes de terre, le four à micro-onde, ...) et à mettre en pratique la cuisson des pommes de terre au four à micro-ondes (cuisson ménagère puis des produits micro-ondables).

Le volet quantitatif permet de consolider et quantifier les différentes attentes et freins qui ont pu être évoqués au cours de la partie qualitative. Le questionnaire a été posé auprès d'un échantillon national représentatif d'acheteurs de pommes de terre (1026 personnes) via Internet.

Etat des lieux sur la pomme de terre et le four à micro-ondes

En guise d'introduction, les participants au blog ont été invités à s'exprimer sur les pommes de terre et le four à micro-ondes, en général. En ce qui concerne, la pomme de terre, on retrouve les mêmes tendances que dans les nombreuses études réalisées par le CNIPT. [Pour en savoir plus](#)

C'est un aliment consommé par tous et très fréquemment apprécié pour sa simplicité et la diversité des recettes qu'il permet. Une certaine méconnaissance de la pomme de terre (types de pommes de terre vs mode de cuisson) perdure qui incite à guider les consommateurs pour faire le bon choix de produit adapté à leurs attentes et ainsi éviter les déceptions.

Le four à micro-ondes ne jouit pas de la même image positive que les pommes de terre. C'est un ustensile de cuisine aux multiples avantages qui facilite la vie. 94 % des personnes enquêtées possèdent un four à micro-ondes et 70 % d'entre-elles l'utilisent tous les jours ou presque. Mais il apparaît peu utilisé comme un mode de cuisson. Il sert plutôt comme étape dans la préparation des repas (décongélation, réchauffage, ...). Faire cuire au four à micro-onde ne fait pas partie des habitudes de cuisine des français.

De plus, cet appareil souffre d'une mauvaise presse depuis longtemps, ne serait-ce que par son nom : « micro-ondes ». Dans l'inconscient collectif, les ondes sont néfastes. L'altération des aliments est également une crainte commune (texture et aspect). Pour les légumes, la crainte est plus d'avoir un aspect ramolli et « pâteux », voire une perte de couleurs. La cuisson au four à micro-ondes est vue comme provoquant l'altération organoleptique, la perte de saveurs et un goût moins prononcé des plats. Cette image du four à micro-ondes est donc d'emblée un frein à son utilisation, notamment pour cuire des aliments.

Ainsi, 94 % des personnes possédant un four à micro-ondes l'utilisent pour réchauffer des aliments, 66 % pour décongeler et seulement 22 % pour cuire. 58 % des possesseurs interrogés savent que l'on peut faire cuire des pommes de terre au four à micro-onde dont 28 % l'ont déjà tenté.

Un produit de niche mais à potentiel

L'existence d'emballages spécialement conçus pour une utilisation au four à micro-ondes n'est pas encore bien connue. Seules 34 % des personnes possédant un four à micro-ondes le savent. Et seules 7 % en ont déjà acheté. Les 25-34 ans utilisent encore moins le produit avec seulement 2 % d'utilisateurs de cette catégorie d'âge.

Après présentation succincte du produit aux internautes interrogés, 27 % seraient prêts à tester les emballages pour la cuisson au four à micro-ondes. 36 % ne savent pas (indécis) et 37 % ne sont tout simplement pas convaincus et impossibles à convaincre.

En effet, tous les consommateurs ne sont pas prêts à tester ce type de cuisson. Les rapports à l'alimentation et aux pratiques/usages en cuisine sont différents selon les personnes. Ainsi, ceux qui seraient plus enclins à tester ce type de produit micro-ondable sont des personnes en attente

de facilitateurs du quotidien. Ils recherchent un gain de temps, la rapidité, la simplicité et la sauvegarde de la saveur et de la qualité du produit malgré tout.

Ainsi, l'offre semble correspondre particulièrement aux besoins des actifs/urbains et plus occasionnellement pour les « petites » familles. Selon les personnes interrogées, les sachets micro-ondables peuvent servir de dépannage pour un maximum de 2/3 personnes. Le produit servirait d'agrément d'une recette plutôt que pour une consommation seule ou comme base pour réaliser un plat/une recette précise autour de cet ingrédient. L'utilité pour être consommé au travail est également remontée, en format nomade à l'instar de la cuisson rapide de plats préparés et pasta box, avec une base pour une personne (200 g maximum).

Pour d'autres, le produit micro-ondable n'est pas adapté. Les petites quantités ne correspondent pas aux besoins des grandes familles. Certains consommateurs ne peuvent pas concevoir de faire cuire les pommes de terre avec la peau à cause des produits chimiques qui peuvent être maintenus sur la peau. D'autres ne peuvent pas concevoir de manger la peau des pommes de terre (pour les mêmes raisons ou par habitude de consommation). Dans ce dernier cas, ils cherchent naturellement à éplucher la pomme de terre une fois cuite. Cette étape complique obligatoirement l'utilisation du sachet.

Des freins de taille à lever avant achat

Les qualités apparentes du produit séduisent. Rapidité de cuisson et praticité du dispositif dominant l'intérêt avant achat. 74 % des personnes prêtes à utiliser le produit sont intéressées par la rapidité de cuisson affichée. 61 % sont d'accord sur le fait que la mise en pratique semble facile.

Mais ce produit soulève de nombreux freins qu'il faudra lever pour convaincre les consommateurs. Avant test d'utilisation, les freins de l'ordre de la perception, de l'imaginaire sont importants. A l'instar de toutes les cuissons au four à micro-ondes, le sentiment premier est que les pommes de terre seront altérées (goût sans saveur, moins bonne, goût farineux ; texture/aspect de peau flétrie, texture molle, sèche et caoutchouteuse) et cuites de manière non homogène (dure à l'intérieur/crue, cuite à l'extérieur). Ces freins spécifiques sont levés facilement après test des produits.

D'autres freins concernant l'aspect "santé" seront plus ou moins difficiles à lever. Le produit peut être vu comme moins bon du fait du mode de cuisson qui libère des ondes. Le possible transfert du plastique sur les pommes de terre ainsi que celui des encres est également envisagé. Les ondes sont vues comme provoquant les pertes des nutriments et vitamines.

Et côté cuisine, ce type de produit peut provoquer moins de plaisir qu'une cuisson plus classique. Pour certains, il existe un sentiment de ne pas faire à manger de cette manière. Enfin, d'autres n'apprécient pas de ne pas pouvoir gérer et contrôler la cuisson aussi précisément qu'avec un autre mode de cuisson (gestion de la température, visibilité du plat...). Enfin, des consommateurs n'apprécient pas les pommes de terre qui conservent leur peau, même fine.

Ces freins concernant l'apriori "santé" et "mode de cuisine" peuvent être très importants. Ils sont notamment plus marqués chez les jeunes et des profils plus aisés.

L'essayer, c'est l'adopter avec un résultat convainquant !

Les sachets micro-ondables permettent d'allier les bénéfices de consommation (bénéfices organoleptiques, goût/texture équivalent au mode de cuisson habituel) et les bénéfices nutritionnels/santé pour un repas rapide et sain. La praticité d'usage du produit est bien vue par les consommateurs : aucune préparation avant la cuisson, du temps de cuisine/cuisson, peu/pas d'ustensiles utilisés limitant la vaisselle, gestion de cuisson autonome/pas de surveillance nécessaire ...

Mais ils doivent être rassurés sur plusieurs points. Tout d'abord, des questions subsistent sur le four à micro-ondes et son usage pour les aliments frais. Notamment, les ondes et leurs risques

pour la santé sont toujours sujets à doutes pour de nombreux utilisateurs, ce qui les freine à l'usage en mode cuisson du four à micro-ondes.

Les risques du plastique et des transferts au cours de la cuisson au four à micro-onde sont importants. Les plastiques doivent être adaptés à la cuisson et le manque d'informations des consommateurs à ce sujet impose de communiquer sur la composition du sachet plastique et de son innocuité pour les consommateurs. La moitié des personnes prêtes à acheter le produit attendent d'être rassurées sur ce point.

Le temps de cuisson maximum, quel que soit le grammage du sachet, doit être inférieur à 10 min. Au-dessus, il existe un frein important à son utilisation.

La conception du sachet doit répondre à certaines attentes

Certains critères sont nécessaires pour correspondre aux attentes des consommateurs. Tout d'abord, les sachets doivent être assez solides pour supporter les différentes étapes du transport depuis la mise en rayon, jusqu'au domicile des consommateurs. Ils doivent également bien correspondre aux besoins de la cuisson vapeur au four à micro-ondes.

Les sachets transparents sont nécessaires pour avoir un premier aperçu de l'aspect, de la forme et du calibre des pommes de terre. Une ouverture facile après cuisson, du fait de la chaleur du sachet, est une option appréciée des consommateurs. Une mise en garde sur les risques de brûlures au touchet du sachet, juste après cuisson, est également recommandée. Certains consommateurs ont été surpris.

Enfin, la composition du plastique et son innocuité est à clairement indiquer. Des emballages biodégradables, avec des composants naturels, peuvent rassurer sur les questions récurrentes de transfert du plastique, et des encres, et leurs conséquences sur la santé et l'environnement.

Les éléments à indiquer sur l'étiquette

Des éléments particuliers doivent apparaître. Les consignes d'usage à mettre en avant sont le mode de cuisson (micro-ondes, à ne pas opposer à d'autres modes comme four, à l'eau, ...), la rapidité de cuisson qui doit être inférieure à 10 min, la puissance du four à micro-onde correspondante. Certains fours à micro-ondes sont très pointus et demandent de régler les puissances spécifiques à chaque aliment.

Des précautions d'emploi doivent également apparaître, comme ne pas ouvrir le sachet avant usage, mettre en garde sur la manipulation après cuisson avec des risques de brûlures. Le mode et temps de conservation sont également à préciser (bac à légume du réfrigérateur, à température ambiante dans le noir, ...)

Le type et la qualité des pommes de terre sont également nécessaires pour rassurer les consommateurs sur l'aspect santé /sain des produits (provenance, nutriments, traitement ou non, type d'atmosphère où se trouvent les pommes de terre, sans conservateur, ...).

Les consommateurs ont également besoin d'être réassurés sur le résultat du produit après cuisson, en particulier en termes d'aspect, goût (identique aux autres modes de cuisson) et que la qualité n'est pas dégradée/altérée.

Il faut également bien indiquer que les pommes de terre sont lavées, prêtes à l'emploi. Et les recettes sont toujours attendues (directement sur le sachet ou un lien vers un site Internet).

Pour les utilisateurs actuels des sachets micro-ondables, **la garantie du goût, l'ouverture facile et la diversité l'offre sont les trois attentes prioritaires**. Cette diversité peut se traduire en particulier par la proposition de plusieurs types de pommes de terre et plusieurs grammage (une personne, deux personnes, deux/trois personnes). La diversité des grammages doit rester dans la limite d'une cuisson en moins de 10 mn.

En terme de localisation dans le rayon, les consommateurs s'attendent à trouver ce produit au rayon fruits et légumes pour 45 % d'entre eux et un tiers au rayon frais, à proximité des salades 4ème gamme.

Quelle promotion adapter à ce produit ?

Ce produit offre trois bénéfices clés sur lesquels capitaliser : praticité, simplicité & goût. Et il existe un potentiel dormant d'acheteurs qui nécessite un travail de réassurance important pour stimuler le premier achat car « L'essayer c'est l'adopter ».

Dans ce cadre, il faut tout d'abord répondre aux éléments essentiels sur le packaging, en particulier sur les aspects santé et nutrition. Ensuite, l'offre d'échantillons gratuits et des démonstrations en point de vente permettrait aux consommateurs de tester in situ les produits.

Enfin, il faut faire connaître l'existence de cette offre, en l'affichant clairement en rayon et sur le packaging. Des campagnes d'affichages en point de vente seraient à valoriser. Pour recruter plus largement, en concurrençant les plats préparés et les « prêt à consommer », la nécessité d'accompagner le produit par une campagne média et notamment TV importante permettrait de mieux faire connaître le produit.

Ali KARACOBAN, CNIPT

01 44 69 42 24

akaracoban@cnipt.com