

Jusqu'ou va nous emm le nomadisme?



Fabrice Peltier

Le passage vers le troisième millénaire va-t-il nous faire basculer de l'ère du "Fast Food" à l'ère du "Walk Food" ?

Le marché des produits alimentaires voit fleurir une nouvelle offre de produits à consommer tout en poursuivant une activité physique ou intellectuelle. "Je prends les transports en commun en mangeant mon yaourt, je fais du roller en me désaltérant, je surfe sur internet en prenant mon repas...". Se nourrir n'est plus forcément une activité à part entière, et notre quête du "une minute de prise est une minute de gagné" change notre rapport à la nourriture : vers une "alimentation ambulatoire". Assiettes, verres et couverts sont remplacés par des embouts, des poches souples et autres emballages conçus pour être portés directement à la bouche. Ce geste n'est plus, aujourd'hui, le signe d'une régression vers le premier âge, mais la résultante d'un souci de praticité et d'efficacité dans nos actions quotidiennes. Car maintenant, pour être performant et ne plus perdre de temps, il faut têter ! Les produits sont pensés pour être consommés immédiatement. Ainsi, les conditionnements et modes de distribution des produits sont pratiques, propres à une consommation en action. C'est en observant nos modes de vie que nous pouvons comprendre quel chemin a été parcouru pour en arriver là, mais aussi esquisser et anticiper les innovations à venir...

Le geste du cycliste reproduit dans l'agroalimentaire

Les grands précurseurs de l'alimentation ambulatoire ne sont pas, comme on pourrait le penser, les services recherche et développement de quelques grands groupes alimentaires ou des scientifiques, mais les coureurs cyclistes.

Dès les premières courses, les cyclistes sont des nomades et emportent toute leur nourriture sur eux. Ils ne s'arrêtent jamais lors de la course, boire et manger se font en plein effort tout au long de l'épreuve. C'est donc pour les cyclistes qu'a été conçu, vers la fin des années 60, le premier bidon dont le bouchon est doté d'un mini embout à porter directement à la bouche. Un gain de temps considérable pour le compétiteur ; plus besoin d'ouvrir, de



Photo : Presse Sport - L'Équipe

dévisser. Le sportif saisit le bidon d'une seule main, porte l'embout à sa bouche, le tire entre ses dents pour l'ouvrir et presse pour boire. Cette gestuelle simple du cycliste n'est réutilisée dans la grande consommation qu'à partir du milieu des années 80 sur le marché des produits pour la vaisselle. C'est en 1986 qu'apparaissent avec Paic Citron et Palmolive les premiers bouchons dits "Ferme net". Leur principe est fortement inspiré du bouchon des bidons cyclistes. Ils sont tout juste plus sophistiqués car ils doivent assurer une étanchéité parfaite lorsque le

flacon est en position fermée. Leur forme est plus moderne, plus "design", années 80 obligent ! Cependant, la gestuelle reproduit exactement le même schéma d'utilisation. Il faut tirer l'embout vers le haut pour l'ouvrir puis presser le flacon pour que le produit s'écoule. Amora conditionne également en 1986 le ketchup et la moutarde dans des flacons munis de ce type de bouchon. Néanmoins les embouts se sophistiquent et se différencient les uns des autres. Là, au lieu de tirer vers le haut, il faut pousser vers le bas. Ici, il faut tourner le bouchon d'un quart de tour... Les designers déclinent le principe, le marketing se charge de lui donner des noms qui sonnent bien avec l'innovation. Les bouchons se nomment "Push & Pull", "Ferme Net"... Les flacons deviennent "squeezeables".

En 1996, pour rajeunir la cible vieillissante du marché des gels coiffants, l'agence de design P'Référence propose à Gracif de Garnier d'utiliser ce type de conditionnement pour remplacer les tubes. La cible des jeunes, dite pour l'occasion "génération ketchup", est tout à fait à l'aise avec ce produit et sa nouvelle gestuelle. P'Référence a créé ainsi le gel de coiffage de la nouvelle génération.

Il faut attendre ensuite 1998 pour voir apparaître en France ce type de bouchon sur une eau minérale, alors qu'il est déjà utilisé depuis plus de 4 ans sur les softs drinks aux Etats-Unis. Vittel est élu produit de l'année 1998 grâce à cette "innovation". Bien sûr, la nouveauté n'est pas tant dans le bouchon,



mais dans la réponse que donne Vittel à un besoin de ses consommateurs. L'offre produit est ici absolument en phase avec la communication de la marque qui préconise, depuis des années, à grand renfort de publicité, de bouger et de se dépenser. La boucle est bouclée, Vittel a réinventé le bidon des cyclistes ! Ce "nouveau" type de bouchage est alors nommé "Bouchon Sport".

C'est toujours du vélo que descend le "Camel Bag" !

C'est vers le milieu des années 80 que le VTT commence à se développer de façon considérable. Très vite, les adeptes de cette nouvelle discipline



s'aperçoivent que le matériel utilisé sur la route n'est pas adapté à tout terrain, notamment, le fameux bidon. L'attraper en lâchant le guidon d'une main en plein effort sur un terrain accidenté et c'est la chute assurée. Pour palier les accidents et toujours dans un souci d'efficacité maximale, le bidon se transforme alors en "Camel Bag". Le nom imagé de ce produit nous entraîne sans ambiguïté vers l'univers du "nomadisme". Il s'agit d'une poche en plastique pouvant contenir de 2 à 5 litres de liquide. Cette poche se porte sur le dos (cf. le chameau), elle est reliée à un petit tuyau muni à l'extrémité d'un embout rappelant fortement la tétine d'un biberon. Pour boire, il suffit de mettre l'embout dans sa bouche, de le mordiller et d'aspirer comme avec une paille. Mettre n'importe quel type de liquide alimentaire dans une poche souple, pourquoi pas ? On y vient, ce mode de conditionnement souple se développe à la vitesse grand "V" dans l'agro-alimentaire.



Yoplaît ouvre la voie dans l'univers de l'Ultra Frais, en 1995 avec Petits Filous Tube puis, en 1997, avec Zap, les yaourts à boire et conditionnés dans des "Doy Pack" ou "Stand up Pouches". En 1998, Matorne prend le relais et innove en lançant des compotes dans des "Cheerpack". Ce mode de conditionnement remporte un franc succès sur le marché des boissons pour sportif, Isostar, Umbro, Décathlon... Ce conditionnement est aussi utilisé pour les concentrés énergétiques. Il suffit, pour le constater, d'observer encore les sportifs lors d'une compétition. Pendant l'effort, ils s'alimentent en pressant tubes et poches ! Les exemples se multiplient dans de nombreux pays comme au Japon où Coca Cola vient de lancer Aquarius, une boisson pour les gens actifs. Ici, on retrouve à nouveau un "Cheerpack". Mais encore plus fort, il peut se porter à la ceinture et comprend une paille pour boire. On se rapproche de plus en plus du "Camel Bag" où il suffirait de cliper ou de visser un grand tube sur le goulot du "Cheerpack".

Demain, nous nous promènerons avec des poches souples dans le dos.

Alors, à l'instar du bidon cycliste transformé en bouteille d'eau minérale, il n'est pas interdit de penser que demain, nous déambulerons avec des poches souples contenant de l'eau, des softs drinks ou tout autre type d'aliment liquide. Qu'elles soient accrochées à notre ceinture ou regroupées dans un sac à dos pour composer un repas complet, ces poches souples seront toutes reliées à des tubes sur lesquels il suffira d'aspirer pour boire et se nourrir.

Ainsi, nous pourrions rester concentrés sur notre action en cours, l'œil rivé sur l'écran de notre ordinateur à scruter l'accélération de la nouvelle économie, boire et manger n'étant qu'une fonction vitale comme de respirer. Est-ce la régression ultime, le retour au cordon ombilical ? Ou le summum de la modernité ? Heureusement pour nous, parallèlement à cette tendance nomade, se développe celle du retour à des valeurs traditionnelles et simples qui contrebalancent bien cette hérésie nutritionnelle. Cependant, parce que l'homme est "paradoxe", que la nouvelle économie ne travaillera que 35 heures, rien ne sera meilleur qu'un bon petit plat de l'ancienne économie avec un verre de Bordeaux...

**Fabrice Peltier,
Président de l'agence P'Référence**

