

Baby food Vers une nouvelle dynamique ?

Le baby food regroupe les aliments non liquides (céréales et petits pots) pour bébés à partir de l'âge de 6 mois. Alors que ce marché, notamment celui des petits pots, encore peu développé au Maroc semblait stagner, un nouvel opérateur pourrait changer la donne.

Florence CLAIR

Les farines infantiles ont été inventées par M. Nestlé en personne en 1867 pour lutter contre la malnutrition. Depuis, le baby food est resté au cœur du métier de Nestlé. Dans les années 30, les farines « Cérélac » ont été parmi les premières marques lancées au Maroc. Aujourd'hui, le groupe revendique 90% de part de marché

dernières appartenant au groupe hollandais Numico, racheté fin 2007 par Danone. Les produits du groupe se distinguent par le grand nombre de références proposées : 12 en céréales Blédine et 22 en petits pots Blédina. Nutricia Maroc revendique 10% du marché des farines et 90% des pots.

Des freins : le prix et les habitudes alimentaires

La consommation de céréales infantiles et de petits pots reste très faible au Maroc, pour deux raisons : les habitudes alimentaires et le faible pouvoir d'achat. Concernant la première raison, les entreprises du secteur réalisent d'importants efforts en termes de communication et d'éducation du consommateur : conseils pour la

diversification alimentaire, la nutrition, etc. Quant au problème du pouvoir d'achat, il est aggravé par la hausse du coût des matières premières, répercutées sur les prix de vente. Le prix des petits pots, produits importés, reste très élevé ; ils ne s'adressent donc qu'à une fraction de la population. Les céréales par contre sont des produits bon marché : « nos farines ont une vocation grand public, avec par exemple des formats pour 1 repas à 4 Dirhams », explique Radia Saddiki, Brand manager baby food chez Nestlé.



(hors laits infantiles). L'essentiel de son activité sur ce segment repose sur les 3 variétés de céréales, fabriquées à l'usine d'El Jadida, et de façon anecdotique (2%) sur les 3 références de petits pots importés. Autre spécialiste de la nutrition infantile, le groupe Danone, présent au Maroc depuis plus de 30 ans, est aujourd'hui représenté par Danone Baby Nutrition (via le bureau de liaison Nutricia Maroc). Cette nouvelle entité du groupe intègre les marques Blédina, Nutricia et Milupa, ces deux

Europe. Nestlé révolutionne l'univers des petits pots

Face à la demande croissante pour des produits plus naturels, Nestlé a réalisé une innovation majeure en brevetant un procédé de cuisson inédit, fruit de 4 années de R&D. La cuisson séparée et à vapeur douce de chaque famille d'ingrédients permet de préserver les qualités organoleptiques (texture, goût, couleurs...) et nutritionnelles des aliments.

Simplicité et naturalité sont privilégiées : 7 ingrédients en moyenne, sans sel ajouté, sans sucres ajoutés, ni amidon.

Lancée d'abord en France en février dernier, et aujourd'hui en Espagne, cette nouvelle gamme sera également commercialisée sur d'autres marchés européens. Interrogé par nos confrères de LSA, Eugénio Minvielle, PDG de Nestlé France, estime que « dans dix ans, NaturNes sera devenu un standard du marché. »

