

## L'arnaque des produits alimentaires

Pourquoi il est si rentable de vous vendre des biscuits

Dans toutes les grandes entreprises qui fabriquent des bonbons ou des biscuits (mais cela vaut aussi pour les yaourts, desserts en tout genre, plats préparés), il y a un département très important appelé le « contrôle de gestion ».

Son travail consiste à réduire les coûts et augmenter les marges de toutes les manières possibles.

« Dégrader le produit »

Pour les produits alimentaires, le moyen le plus efficace de réduire les coûts est de modifier la recette pour économiser sur les matières premières.

Il s'agit de remplacer les ingrédients onéreux par des matières premières moins nobles, ou de doser différemment les ingrédients de la composition pour abaisser le coût de revient – très discrètement.

Les professionnels appellent cela « dégrader le produit ».

Cela consiste, à réduire la quantité de saccharose pour augmenter la dose de sirop de glucose, remplacer les bonnes graisses par des huiles végétales hydrogénées, de l'amidon, de la gomme de guar, augmenter le volume en rajoutant de l'eau et du gluten pour faire gonfler, et donner l'illusion à l'acheteur qu'il en a plus pour son argent.

Des entreprises spécialisées « aident » les industriels à cela, comme par exemple la société Chamtor, qui explique sur son site Internet :

« Les sirops de glucose employés en biscuiterie permettent de fabriquer des biscuits secs de qualité tout à fait comparable à celle des produits à base de saccharose.

L'utilisation de sirops riches en maltose permet d'améliorer la qualité des biscuits tout en augmentant le taux de substitution du saccharose (gain économique) sans risque de coloration excessive. Le H-MALTOR 70/80 donne des biscuits très lisses et brillants.

L'intérêt de GBS-P51 dans la fabrication des biscuits réside dans le fait que, pour une matière sèche identique, il réduit la viscosité. Ceci permet de réduire la quantité d'eau incorporée et par là-même, de diminuer les coûts énergétiques.

L'addition de GBS-P51 à 0,1-0,6 % permet également de réduire le retrait et l'ovalisation. »

Le but est toutefois d'éviter que le consommateur moyen s'en aperçoive. Car bien entendu, les fabricants savent qu'ils perdront les acheteurs les plus avisés, dont certains se plaignent sur des forums Internet :

« Au moment même où j'ai remarqué que le Cornetto est devenu dégueul\*\*\*, on passait la pub avec un slogan du genre "Le meilleur Cornetto de tout les temps". Non mais s'il y a des gens qui se laissent prendre à ça, il faut les fusiller c'est pas possible... »

Quand les changements se cumulent pendant plusieurs années, le produit peut ainsi dériver de façon incroyable. Mais la majorité des consommateurs, dont le goût a évolué au fur et à mesure des changements, ne s'en aperçoit pas.

Ils continuent à acheter aussi cher, et même plus cher, un produit qui coûte de moins en moins cher à produire. Et c'est ainsi que les

industriels se remplissent les poches, tranquillement, sur le dos de ces acheteurs qui ne se méfient pas assez, et qui ne se doutent absolument pas de leurs pratiques.

Il est urgent d'apprendre à lire !

A chaque fois que vous faites vos courses, vous êtes confronté au jargon incompréhensible des listes d'ingrédients. Voici la liste des ingrédients toxiques à éviter absolument quand vous faites vos courses :

Cas d'école : les biscuits Prince

Les personnes qui n'ont plus mangé de biscuits Prince depuis les années 80 seront tout étonnées de la texture des Princes nouvelle génération : ils s'émiettent, ne nourrissent pas, ressemblent à du polystyrène expansé et sont beaucoup plus sucrés.

De fait, les Princes actuels sont beaucoup plus légers qu'avant, et les ingrédients ne sont plus les mêmes : avant l'été 2008, le célèbre paquet de Prince LU pesait 330 g. À la rentrée, suivante, il ne pesait plus que 300 g, mais coûtait toujours le même prix.

Le chocolat qui, jadis, touchait les bords, ne forme plus qu'un petit rond à l'intérieur à peine plus grand qu'une pièce de 2 euros.

Sur le paquet, il n'est d'ailleurs plus écrit « Prince au chocolat »... mais au « goût chocolat ».

C'est comme les pizzas de supermarché qui étaient autrefois faites avec du fromage et qui sont maintenant recouvertes de « préparation fromagère ». On imagine la « mama » avec toutes les éprouvettes dans la cuisine.

Sur les forums, les consommateurs s'accordent à dire qu'un des produits qui s'est le plus dégradé, en dehors des Princes, est la

Danette. Ils citent également Paille d'Or, Lu Petit Déjeuner, Kangoo, Pepito, le Galak, Lion et enfin Mars.

La nouvelle recette de Mars appelée Cœur fondant, introduite en 2007 soit disant « afin de s'adapter aux nouvelles demandes des consommateurs » a perdu 16 % de son poids, mais est restée au même prix.

Jouer avec la taille

Danone a imaginé une stratégie assez rusée pour ses crèmes dessert. Vendus par quatre, les pots de crème vanille ou chocolat pèsent 125 grammes. Vendus par douze ou par seize, ils ne pèsent plus que 115 grammes. « Réduire les portions, c'est réduire l'impact en terme de calories », explique Danone. Autrement dit : « On vous arnaque... mais c'est pour votre bien ! Cela vous évite de trop manger de nos produits qui sont mauvais pour la santé. »

Le pot de Jokey de 1 kg ne pèse plus que 850 grammes, les 4 petits pots de 100 g ne pèsent plus que 90 grammes.

Pour la plupart des marques, l'eau minérale est passée de 1,5 litre à 1,25 litre, l'eau Saint-Amand est passée à 1 litre, la Badoit à 0,75 L.

Le sucre en poudre, qui s'était toujours vendu au kilo, est aujourd'hui conditionné dans des sachets en plastique de 750 g.

Il n'y a plus que 16 dosettes de café au lieu de 18 dans les paquets L'Or Intense de Carte Noire... Mais l'apparence du paquet et le prix sont restés les mêmes.

L'imagination des commerçants est sans limites : des équipes entières passent leur vie à réfléchir aux moyens de vous faire payer plus pour leur produit, alors que vous même prenez votre décision d'achat en quelques secondes au supermarché.

La lutte est inégale. Revenez toujours au prix au kilo, et préférez les produits les plus simples, les plus naturels, les moins transformés, avec l'emballage le moins compliqué possible.

Toutefois, par solidarité avec les autres lecteurs de Santé Nature Innovation, je vous invite à continuer la liste des petits abus et grosses arnaques que vous aurez remarqués dans les rayons de votre supermarché, en cliquant ci-dessous sur « commenter cet article ».

Pour la Santé :

Pour notre santé au supermarché est donc simple : n'achetez que des produits non transformés, qui sont les plus proches possible de leur forme d'origine et Bio.

source : <http://nutritions.over-blog.com/2016/09/l-arnaque-des-produits-alimentaires.html>