

Ikea bannit le soda à volonté de ses magasins

Le Soir - Ann-Charlotte Bersipont – 17 juin 2015

Le « free refill » sera toujours existant, mais les boissons seront remplacées par des eaux fruitées.

La chaîne l'avait annoncé en avril, elle le fait : Ikea proposera désormais des boissons 50 % moins sucrées que les sodas. Les clients pourront désormais se resservir à volonté d'eau pétillante ou minérale aromatisée aux fruits. « À volonté » car le principe du *free refill* – le fait de se resservir autant de fois que l'on souhaite sans payer un euro de plus – n'est pas remis en cause. Mais les sodas, eux, seront désormais bannis.

En Belgique, le géant suédois accueille environ 13 millions de visiteurs par an, dont une grande partie profite de la nourriture de la chaîne, qui affiche des prix défiant toute concurrence. Dès ce mercredi, la transition sera effective au magasin de Zaventem. Les établissements de Gand, Wilrijk, Anderlecht, Hognoul et Arlon suivront dans les prochains jours... Avec une spécificité pour ces deux dernières villes : là, le Wallon pourra toujours acheter du soda en bouteilles au comptoir. Mais il n'aura pas la possibilité de se resservir aux fontaines et le prix sera, assure-t-on chez Ikea, supérieur à celui des eaux fruitées (vendues 1,35 euro).

« La décision de ne plus proposer du soda aux fontaines a été prise par l'entreprise à un niveau global, explique Annelies Nauwelaerts, responsable presse. Mais certains magasins ont choisi de continuer à proposer ce type de produit au comptoir, en «extra ». »

Notons que les eaux fruitées seront étiquetées Ikea et proviendront de la société Symrise, basée en Allemagne. Cette dernière est spécialisée dans la fabrication de saveurs (d'arômes) à partir de matériaux naturels. Elle produit aussi des parfums et des ingrédients cosmétiques.

La Belgique fait partie des premiers pays à opérer la transition, avant les Pays-Bas et la France. Chez nos voisins de l'Hexagone, la nouvelle revêt un sens particulier puisque les députés ont voté, en avril dernier, un amendement à la loi de santé qui prévoit d'interdire les fontaines à sodas en libre-service dans les établissements recevant du public.

Un secteur qui pèse 1,66 milliard d'euros

Y a-t-il un lien entre l'actualité française et la nouvelle annoncée ce mardi ? Aucun élément ne permet de l'établir. Ikea gagne en tout cas à se positionner en faveur d'une restauration plus saine et plus équilibrée,

après plusieurs scandales alimentaires. Le mouvement a été amorcé en avril dernier, avec le lancement des boulettes végétariennes, vendues moins cher que leur célèbre équivalent en viande. Ikea s'était alors engagé à élargir sa gamme de produits bio, mais aussi à ne plus proposer que des produits de la mer certifiés.

La chaîne de magasins espère ainsi répondre aux attentes du public. « *Les gens ont de plus en plus d'intérêt pour le «food», au niveau santé, traçabilité... Beaucoup deviennent végétariens ou flexitariens. C'est important de cadrer avec les évolutions du monde* », précise Annelies Nauwelaerts.

Il y a derrière la stratégie un sacré enjeu financier. En 2014, le chiffre d'affaires d'Ikea Food était en croissance de 6 % et s'élevait à 1,66 milliard d'euros pour représenter 5,3 % du chiffre d'affaires global du géant suédois.