

Agents de saveur. Test d'analyse sensorielle par des experts de l'Institut.

cole La Périgourdine et d'un vinaigre aromatisé pour les établissements André Lachaud & Fils.

L'Institut dispose de son propre laboratoire d'analyse sensorielle. Grâce à un échantillon de 1 200 personnes, il peut réaliser des tests qui permettent aux industriels d'adapter leurs produits aux attentes des consommateurs. « Un test effectué sur notre huile de noix nous a permis de mettre en lumière une différence culturelle importante sur notre marché, assure Thierry Kravtchenko, PDG de l'entreprise Au temps d'Eugénie. Si les Périgourdins apprécient la saveur briochée de l'huile de noix pressée à chaud, nos clients à l'export préfèrent le goût du produit pressé à froid. »

Contrats nationaux. Grâce à ses compétences en matière d'analyse sensorielle, l'Institut a séduit de nombreuses entreprises périgourdines, mais aussi de grands groupes nationaux : « Nous avons signé plusieurs contrats-cadres portant sur trois ans avec des enseignes nationales de l'agroalimentaire et de la grande distribution, dont les noms doivent rester confidentiels », affirme Sabine Kieser.

Organisé en association, l'Institut est financé à la fois par les cotisations de ses adhérents, la facturation de ses prestations et les subventions émanant des collectivités locales. « Mais, à l'horizon 2011, je pense qu'il s'autofinancera », assure Claude Bérit-Débat. Pour cela, la structure peut miser sur sa diversification. Depuis peu, elle assure des tests d'analyse sensorielle pour le compte d'entreprises du secteur de la cosmétique. L'Institut du goût devient en quelque sorte une cité des sens... ■ PASCAL MATEO

Affaires de goût

Recherche. Depuis trois ans, l'Institut du goût fait recette dans la filière agroalimentaire. Visite guidée.

Depuis juillet 2009, une nouvelle appellation de jambon sec a fait son apparition sur les étals des grandes surfaces du Sud-Ouest: le jambon noir du Périgord. Un jambon aromatisé à la baie de genévrier, laquelle lui donne un léger goût poivré et le recouvre d'une discrète pellicule noire. Produit conjointement par la coopérative Périgord Porc et l'entreprise de salaison Le Saloir du Périgord, ce jambon haut de gamme n'aurait jamais vu le jour sans l'Institut du goût. « Cet organisme a joué pour nous un rôle de coordination, expli-

que Laurent Mollon, directeur général du Saloir du Périgord. Son équipe nous a d'abord mis en relation avec le lycée agricole de Périgueux, qui a effectué les recherches sur les dosages. Puis l'Institut a organisé plusieurs tests auprès d'un jury d'experts et d'un panel de consommateurs, afin que soit sélectionné le meilleur produit. » Sa vocation est d'aider les entreprises dépourvues de service de recherche-développement et de compétences en marketing à élaborer de nouveaux produits alimentaires.

Outil de développement. C'est en mai 2006 que germe l'idée de la création de l'Institut du goût du Périgord. « Un outil de développement de la filière agroalimentaire faisait défaut à l'économie locale », indique Claude Bérit-Débat, sénateur de la Dordogne et président de la communauté d'agglomération de Périgueux, à l'origine du projet. Cet organisme met en réseau les experts de la



Nouvelle star. Le jambon noir du Périgord a vu le jour grâce à l'Institut.

région au service des entreprises en quête de nouveaux produits. « Notre rôle est de coordonner les projets en faisant intervenir des chercheurs aquitains, qui apportent leurs compétences scientifiques, technologiques et marketing », souligne Sabine Kieser, directrice de l'Institut. Outre le jambon noir du Périgord, la structure a contribué à la naissance d'une huile de colza pour la coopérative agri-