

HEM

## Le bon goût pour les enfants

Publié le dimanche 22 janvier 2012 à 06h00



Mickaël Aubertin et Alexandre Butruille, les créateurs de Good Goût.



Très à la mode, le retour du bon goût et des petits plats... pour adultes. Et les enfants dans tout ça ? Alexandra Butruille et Mickaël Aubertin y ont pensé en lançant Good Goût.

AGNÈS POIZOT > [agnes.poizot@nordeclair.fr](mailto:agnes.poizot@nordeclair.fr)

Alexandra Butruille (originaire de Hem) et Mickaël Aubertin sont de jeunes parents. Pour leurs progénitures, ils veulent le meilleur. Mais Mickaël Aubertin, papa d'une fille et d'un garçon, fait le constat au quotidien qu'entre le travail, les journées chargées et un conjoint actif, « on n'a pas toujours le temps de préparer des plats maison ». « On leur donne des petits pots qu'on ne mangerait pas nous-même. C'est un sentiment de culpabilité », estime le jeune père.

L'idée est là : il faut lancer une gamme de produits bébé, des petits plats qui aiguïseront très vite les papilles des nouveau-nés. Avant de concrétiser le projet, Alexandra Butruille et Mickaël Aubertin sondent un groupe de consommateurs : « Plus d'un parent sur deux a la même impression que nous. Il y avait une place à prendre », raconte le jeune chef d'entreprise. La société Good goût est née en mars 2010.

Pour concocter les petits plats de ces chères têtes blondes, Good goût s'est entourée du chef cuisinier du Carré des Sens à Villeneuve-d'Ascq, Michel Reteunaeur. « Il a accepté notre proposition avec enthousiasme. C'est une noble intention que de vouloir améliorer la qualité de la nourriture de ses enfants », ajoute Mickaël Aubertin.

Pas d'échos négatifs. Ni sur la gamme des 6 mois : du classique carottes poulet, patates douces sauté de porc à du plus recherché ratatouille de quinoa, courge butternut et sauté d'agneau ou encore panais, épinards saumon... Ni sur celle des 8 mois qui va du parmentier de topinambours aux penne aux aubergines, en passant par le tajine de potiron et boulgour ou risotto de courgettes au chèvre. Après tout, le bon goût n'est pas réservé qu'aux grands.

### **Reconnu par les parents mais pas seulement...**

L'initiative de Mickaël Aubertin et Alexandra Butruille a déjà été saluée par quelques prix, dont celui du Prix du caddie, au trophée de l'écologie. « C'est une forme de reconnaissance, déclare Mickaël Aubertin. Pour l'entreprise, c'est l'opportunité d'une notoriété. » Mais pour lui, l'essentiel, c'est que ça plaise aux gens. Aujourd'hui, les produits de l'entreprise, dont le siège social est à Hem, sont distribués dans 500 points de vente (dont des boutiques bio) et sur le site internet de la marque. « Notre ambition, c'est à terme d'être là où sont nos clients. Nous avons plutôt une clientèle de centre-ville, ajoute le chef d'entreprise qui ne regrette absolument pas d'avoir « plaqué » son poste dans le marketing. Le but n'est pas forcément de se développer partout ». Parce que la concurrence existe, notamment chez de grands groupe. Ce dont rêve plutôt Mickaël Aubertin c'est étoffer davantage la gamme de l'alimentation infantile... w