

Alimentaire et restauration : les tendances qui marqueront 2019

CLOTILDE BRIARD Le 16/01 à 16:12



Du végétal sous toutes ses formes aux « super aliments » en passant par des saveurs prononcées, la composition de nos repas connaît un tournant. - Shutterstock

Nos assiettes n'ont jamais connu de telles évolutions. Au menu : goûts marqués, « super aliments » et durabilité.

Des rayons de supermarché aux concepts de restauration, l'année 2019 promet une accélération des évolutions dans le contenu de nos assiettes. « *Nous nous trouvons à un moment clef en alimentaire. Nous n'avons jamais connu de telles transformations dans la nature de l'offre pour répondre à des consommateurs qui changent* », constate Xavier Terlet, président de XTC World Innovation, cabinet de conseil sur l'alimentaire. Passage en revue de ce à quoi il faut s'attendre selon les observateurs du secteur.

Des saveurs tranchées

Le consensus gustatif n'est plus considéré comme indispensable pour lancer un produit. « *Les saveurs se font plus marquées et 'segmentantes'. Les gens veulent avoir une sensation alimentaire, mais qui est apportée naturellement. Cela donne l'émergence du gingembre, de la truffe, du safran dans des produits du quotidien* », note Xavier Terlet. Autre manière d'apporter de la puissance : le processus de fabrication. Le principe de l'infusion touche différents marchés comme l'ultrafrais pour corser les goûts. L'effet fumé se développe bien au-delà du classique saumon. La viande est davantage maturée, une tendance particulièrement marquée dans les restaurants. Quant à la fermentation, elle a le vent en poupe. Cela se traduit par l'intérêt pour [la cuisine coréenne](#) et son fameux kimchi, le chou fermenté. Mais aussi pour le kéfir. Avec des déclinaisons comme la jeune marque Kefiz, un soda aux ferments de kéfir et à l'infusion de fruits bio.



Bien dans la tendance, la jeune marque Kefiz repose sur un soda aux ferments de kéfir et à l'infusion de fruits bio. - Virginie Garnier

Toujours plus de végétal

[Le végétal](#) continuera à beaucoup faire parler de lui en 2019. Il suffisait de voir son omniprésence en octobre au dernier [Sial, le Salon international de l'alimentation](#), qui présentait les nouveautés à venir. En magasin, c'est la place prise au rayon traiteur frais dans la distribution avec ses steaks et boulettes qui est la plus symbolique. Tandis qu'en ultrafrais, il attise l'envie de marques de plus en plus nombreuses et recrute des acheteurs.

Les « super végétaux », aux multiples vertus annoncées, continuent à avoir le vent en poupe. De la spiruline aux baies de goji, les « super aliments » font partie des cinq tendances mises en avant en France pour cette année en restauration par Deliveroo, spécialiste de la livraison de repas. En Italie, curcuma et gomasio ont plus particulièrement investi les repas, observe également ce dernier. Xavier Terlet constate, de son côté, l'émergence du moringa. Tandis qu'Uber Eats voit, lui, la montée en puissance des aliments et boissons à base de chanvre mais aussi du seitan, substitut à la viande. Et que l'agence J. Walter Thompson, dans son étude « The Future 100 : 2019 », détecte l'émergence du lichen, du calamansi - un agrume - et du dulce seaweed - une algue.

De la naturalité plus pointue

Sortant de sa niche, le bio s'est largement répandu. Les marques nationales bien connues du public proposent désormais leurs propres offres sous leur nom à côté de leurs produits classiques. « *Mais la mention bio va de moins en moins suffire et finira par s'apparenter à un standard. Ce qui fera la différence, ce sont les valeurs qui pourront y être associées* », estime Xavier Terlet. Comme le bien-être animal ou la pérennité des filières.

Les Prés Rient Bio, qui font partie du groupe Danone et sont présents en grandes surfaces avec la marque Les 2 Vaches sont ainsi entrés récemment dans les magasins spécialisés avec une nouvelle griffe de produits laitiers baptisée « Faire Bien », qui se veut à la fois bio et solidaire. A la notion de « juste rémunération » du prix du lait s'ajoute le versement de 5 % de son **chiffre d'affaires** pour soutenir le métier d'éleveur laitier bio.

La restauration n'est pas en reste. Deliveroo met en exergue le poids accru de la nourriture locale. Quand J. Walter Thompson souligne qu'une nouvelle vague d'établissements revisite la cuisine régionale ou le kebab avec des recettes vegan pour attirer une nouvelle génération de convives concernée aussi bien par la santé que par les changements climatiques et le bien-être animal.

Clotilde Briard

@ClotildeBriard