



# LES TENDANCES QUI GUIDENT L'INNOVATION

Au menu du Salon International de l'Alimentation qui ouvre ses portes le 15 octobre à Paris, pas moins de 2 200 nouveaux produits. Une sélection à laquelle RENNES CONSO a eu accès en avant-première et qui illustre les tendances qui guident l'innovation alimentaire. Revue de détails...

## HORS DES SENTIERS BATTUS



Qui a dit qu'un burger est nécessairement élaboré à partir de bœuf ? L'usage l'a certes établi mais, après tout, pourquoi ne pas voir ailleurs... ? C'est le pari de la Société Bretonne de Volaille qui présente au Sial un "burger de canard". **Plus surprenant encore, la conserverie de l'île de Groix qui associe cochon (breton) et thon gémon dans un "pâté marin"**. L'ajout de viande de porc apporte son moelleux et le mélange avec le thon promet de sortir des sentiers battus de la charcuterie.

## LE PRODUIT STAR

Face à la défiance d'une frange des consommateurs envers les produits agro-alimentaires, **les industriels jouent la carte de la naturalité**. Exemple cette purée à la marque d'Intermarché : "des carottes, de la crème fraîche, une pincée de sel, c'est tout". Dans les plats cuisinés aussi (c'est le cas des produits Marie), l'heure est également à l'allègement de la liste des ingrédients. Une bonne nouvelle !



## MADE IN... ICI



Toujours pour rassurer le consommateur, **rien de tel que de garantir la provenance des ingrédients**. Et tant pis si, dans l'exemple, ça frise la caricature... Cette sauce bolognaise est ainsi garantie made in France et les ingrédients aussi ! Le bœuf est français et le vin est d'appellation d'origine. Dans les faits, que le vin soit (ou non) d'appellation d'origine garantie ne changera sans doute guère le résultat final... Mais le client inquiet, lui, sera rassuré ! Quant à la version de la sauce au chèvre, le fromage est alors lui aussi d'appellation d'origine. Aux armes citoyens...

## LES PETITS LUXES



Trois Français sur quatre "s'offrent quelques fois des produits alimentaires qu'ils considèrent comme des petits luxes". Et **ces petits luxes du quotidien sont partout...** Au rayon biscuits avec les "Petits Carrés" Michel et Augustin vendus plus de 40 € le kilo (quand même !) ou du côté des condiments, par exemple avec cette "Moutarde Or" à la truffe blanche (6 € le pot de 100 g). Autre innovation : ces morilles sauvages présentées telle des stars dans leur bulle transparente !

## XAVIER TERLET, expert innovation

### Quelles sont les tendances principales qui guident l'innovation alimentaire ?

Au risque peut-être de vous étonner, elles ne changent pas aussi rapidement qu'on pourrait le penser. Simple-ment car, pour l'essentiel d'entre nous, manger est avant tout un plaisir. Et c'est d'ailleurs une bonne nouvelle. En conséquence, lorsqu'ils inventent de nouveaux produits, les industriels cherchent avant tout à nous procurer du plaisir. Ça peut être via le goût, la texture, le mélange des saveurs, de nouveaux ingrédients, etc. Schématiquement, à l'échelle du monde, un nouveau produit alimentaire sur deux se revendique d'abord du plaisir. Ensuite viennent la nutrition, la forme, la praticité, etc.

### Il y a aussi des effets de mode...

Bien sûr ! Mais c'est surtout au niveau des ingrédients. Lors de la précédente édition du Salon International de l'Alimentation, en 2014, la vanille était l'ingrédient star. Cette année, elle est nettement moins présente. C'est désormais la truffe. Elle est partout et surtout là où on ne l'attend pas, comme dans un hamburger par exemple ! Autre "stars" en devenir : le safran ou le yuzu.

### Parmi les stars déçues, il y a les "alicaments", ces aliments qui se paraient de vertus parfois presque... médicales, d'où leur nom. Pourquoi ?

Deux explications. D'abord la réglementation a "fait le

ménage". Les industriels ne peuvent plus promettre n'importe quoi, ce qui est une bonne chose ! Ensuite, les consommateurs cherchent avant tout du plaisir dans l'assiette. Pour se soigner, donc, direction l'armoire à pharmacie, pas le frigo.

### Un produit coup de cœur pour cette édition du SIAL ?

Un choix toujours difficile mais le pâté marin est en bonne place dans ma liste. Notamment parce qu'il associe la terre et la mer et qu'il représente bien sa région d'origine (la mienne aussi), la Bretagne !





# LES TENDANCES QUI GUIDENT L'INNOVATION

Suite

## L'IMPROBABLE



Dans les pays du Golfe Persique, le lait de chamelle est un produit basique. A quelques milliers de kilomètres de là, en France, c'est plus improbable. Et c'est précisément ce qui fait son intérêt : **comme il est chic de préférer la chamelle à la (trop) classique vache pour le lait de son cappuccino...** Deux consommateurs sur trois affirment en effet être séduits par de nouvelles saveurs, de nouveaux ingrédients. Les voilà servis !

## ÉTAT BRUT

Une simple mode pour les uns, une lame de fond pour d'autres : le **"raw food" consiste à se nourrir d'aliments bruts, crus, non transformés**. Ce régime a même un nom : le "paléo", comme un rappel à ce que mangeaient les premiers humains sur Terre, de façon spontanée et naturelle. Parmi les exemples les plus surprenants, cette tablette Raw



Choco (Finlande) : du chocolat cru dont les fèves ne sont pas torréfiées et moulues à froid. Ou encore ces confiseries "Raw Bites" 100 % naturelles et crues. Naturellement sans sucres raffinés, sans ajout d'arômes artificiels ou de colorants.

## POUR LE BONHEUR DES ANIMAUX

Et si le bonheur des animaux était un argument de vente ? **En France, selon TNS Sofrès, 87% des consommateurs s'y déclarent sensibles au moment d'acheter un produit.** Illustration avec les produits de la laiterie Roerink, laquelle s'engage sur le bien-être des animaux : accès à une pâture extérieure, surface disponible par animal, mode d'alimentation, etc. D'où une marque sans équivoque : Happy Goat pour Chèvre heureuse.



## NATURELLEMENT BÉNÉFIQUE

Ils sont baptisés les "super aliments" : des ingrédients encore peu connus, souvent lointains et réputés pour leurs propriétés naturellement bénéfiques. **C'est le cas du Kombucha, une boisson mongole élaborée à partir de la fermentation de feuilles de thé dans une solution riche en levures et bactéries.** Le résultat : un effet positif sur la digestion, richesse bactérienne oblige.



**Autre super aliment : la graine de chia, une plante qui a donné son nom à l'État mexicain du Chiapas.** Le chia est riche en oméga-3, anti-oxydants, fibres et minéraux. La légende veut même que les Aztèques lui devaient leur supériorité.

## C'EST DÉJÀ AU POINT...



Pour qui ne connaît pas le truc, et il en reste, c'est forcément épatant : la machine à faire des œufs carrés ! Symbole d'une alimentation futuriste (l'œuf carré, c'est sacrément contre-nature !), la "machine" est bien au point, et depuis longtemps... Le principe est même très simple : une cavité carrée dans laquelle vous déposez un œuf dur encore chaud (et donc toujours mou). Ensuite, un couvercle à visser lentement et qui appuie sur l'œuf en le déformant. Sa nouvelle forme ? Celle de la cavité. Donc carrée.

Facilement disponible sur internet à partir de 2 €

Ce n'est plus un rêve... L'impression 3D est une réalité. Et en alimentaire, il est déjà possible "d'imprimer" des aliments. Le principe ? Reproduire un plat selon le "plan numérique" (en clair la recette)

qui aura été chargé dans l'imprimante. Dans l'imprimante, en lieu et place des habituels réservoirs d'encre, des matières premières : fromage, sucre, viande, pâte de fruits, etc. Et... ça se mange ! Depuis cet été, un restaurant itinérant (le "Food Ink", littéralement encre alimentaire) parcourt les grandes capitales du monde.





# LES TENDANCES QUI GUIDENT L'INNOVATION

Suite

## L'IMPROBABLE



Dans les pays du Golfe Persique, le lait de chamelle est un produit basique. A quelques milliers de kilomètres de là, en France, c'est plus improbable. Et c'est précisément ce qui fait son intérêt : **comme il est chic de préférer la chamelle à la (trop) classique vache pour le lait de son cappuccino...** Deux consommateurs sur trois affirment en effet être séduits par de nouvelles saveurs, de nouveaux ingrédients. Les voilà servis !

## ÉTAT BRUT

Une simple mode pour les uns, une lame de fond pour d'autres : le **"raw food" consiste à se nourrir d'aliments bruts, crus, non transformés**. Ce régime a même un nom : le "paléo", comme un rappel à ce que mangeaient les premiers humains sur Terre, de façon spontanée et naturelle. Parmi les exemples les plus surprenants, cette tablette Raw



Choco (Finlande) : du chocolat cru dont les fèves ne sont pas torréfiées et moulues à froid. Ou encore ces confiseries "Raw Bites" 100 % naturelles et crues. Naturellement sans sucres raffinés, sans ajout d'arômes artificiels ou de colorants.

## POUR LE BONHEUR DES ANIMAUX

Et si le bonheur des animaux était un argument de vente ? **En France, selon TNS Sofrès, 87% des consommateurs s'y déclarent sensibles au moment d'acheter un produit.** Illustration avec les produits de la laiterie Roerink, laquelle s'engage sur le bien-être des animaux : accès à une pâture extérieure, surface disponible par animal, mode d'alimentation, etc. D'où une marque sans équivoque : Happy Goat pour Chèvre heureuse.



## NATURELLEMENT BÉNÉFIQUE

Ils sont baptisés les "super aliments" : des ingrédients encore peu connus, souvent lointains et réputés pour leurs propriétés naturellement bénéfiques. **C'est le cas du Kombucha, une boisson mongole élaborée à partir de la fermentation de feuilles de thé dans une solution riche en levures et bactéries.** Le résultat : un effet positif sur la digestion, richesse bactérienne oblige.



**Autre super aliment : la graine de chia, une plante qui a donné son nom à l'État mexicain du Chiapas.** Le chia est riche en oméga-3, anti-oxydants, fibres et minéraux. La légende veut même que les Aztèques lui devaient leur supériorité.

## C'EST DÉJÀ AU POINT...



Pour qui ne connaît pas le truc, et il en reste, c'est forcément épatant : la machine à faire des œufs carrés ! Symbole d'une alimentation futuriste (l'œuf carré, c'est sacrément contre-nature !), la "machine" est bien au point, et depuis longtemps... Le principe est même très simple : une cavité carrée dans laquelle vous déposez un œuf dur encore chaud (et donc toujours mou). Ensuite, un couvercle à visser lentement et qui appuie sur l'œuf en le déformant. Sa nouvelle forme ? Celle de la cavité. Donc carrée.

Facilement disponible sur internet à partir de 2 €

Ce n'est plus un rêve... L'impression 3D est une réalité. Et en alimentaire, il est déjà possible "d'imprimer" des aliments. Le principe ? Reproduire un plat selon le "plan numérique" (en clair la recette)

qui aura été chargé dans l'imprimante. Dans l'imprimante, en lieu et place des habituels réservoirs d'encre, des matières premières : fromage, sucre, viande, pâte de fruits, etc. Et... ça se mange ! Depuis cet été, un restaurant itinérant (le "Food Ink", littéralement encre alimentaire) parcourt les grandes capitales du monde.

