

Tendances 2003



ALIMENTAIRE & RESTAURATION

Les faits

- ◆ 10 milliards : c'est le nombre d'êtres humains qu'il faudra nourrir convenablement en 2050 !
- ◆ Un Britannique parcourt durant sa vie environ 3 800 Km derrière un chariot, pour faire ses courses en supermarché (Tesco).
- ◆ L'agriculture biologique dans les pays industrialisés augmente de 15 à 30% par an. Plus de 130 pays produisent des produits biologiques certifiés. En Europe, elle représente 3% des surfaces agricoles totales et est appelée à doubler d'ici 2005 (Agence Européenne de l'Environnement).
- ◆ 30% de la population française connaît des problèmes de surpoids. 5% sont obèses. 65% des femmes contrôlent leur poids (Marketing Magazine 2002).
- ◆ En 2005, le marché français du sandwich aura doublé pour représenter 110 millions d'articles vendus. 90% de ce marché sera réalisé par les sandwichs industriels (source Enjeux Les Echos 2003)
- ◆ Saroja, une PME française vient de mettre au point le 1er saucisson 100% poulet : 40% de gras en moins et 1/3 de valeur calorique en moins.

Pourquoi pas ?

Un produit alimentaire, très bon au niveau gustatif, 3 en 1 (entrée>plat>dessert), l'alternative à notre sandwich d'aujourd'hui, en conservant la praticité du « on the go », co-signé par 2, 3, 4... partenaires experts qui l'auront mis au point ensemble.

Et pour les TPE et PME demain...

- ◆ Le marché de la « connaissance alimentaire » a un fort potentiel. Il répond en même temps au manque de lisibilité et à la confusion de l'information alimentaire ainsi qu'au besoin du consommateur d'être rassuré sur ce qu'il mange : opportunité pour les TPE sur le terrain de la formation/information (interventions en magasin, des guides alimentaires,...).
- ◆ Nos populations deviennent de plus en plus allergiques. Plus que le bio, le label de demain sera peut-être celui qui nous garantira des produits sans risques pour la santé : développer « un label zéro risque » et les produits qui vont avec, pour du 100% bon pour la santé !
- ◆ Les poissons d'élevage occupent une part croissante sur leur marché. Une segmentation plus importante de ces poissons apparaît nécessaire à l'avenir et intéressante à exploiter par des TPE/PME : création d'élevages de poissons labellisés bio ou élevés exclusivement avec certains aliments.
- ◆ Devant le succès des soupes outre-manche et outre-atlantique, il est toujours attendu une véritable réaction en France : des soupes au rayon frais déclinées à toutes les sauces (légumes de saisons,...) avec des dates limites de consommation très courtes, des bars à soupe...
- ◆ En lien avec la tendance à l'hypermobilité et à l'hyperactivité, le marché de l'alimentaire « gain de temps » est plus que jamais ouvert aux nouvelles initiatives : à quand une TPE créant une alternative aux sandwichs (produits et solutions alimentaires « gain de temps » & « bons pour la santé »).
- ◆ Manger vite, mais manger bien! C'est un principe qui pourrait nous amener à acheter le temps de préparation de nos repas et surtout à voir ce que l'on va manger : des démonstrations de préparation de repas en temps réel (sur site ou à domicile), à l'instar de ce que propose la TPE « Du Bruit Dans la Cuisine ».

- ◆ Le Bio ne s'avère pas être toujours la meilleure solution alimentaire pour la santé (allergies, OGM). Comme c'est déjà le cas dans certains pays d'Europe (Suède), l'agriculture de demain en France sera peut-être l'agriculture raisonnée : production et distribution de produits issus de l'« agriculture raisonnée ». Et pourquoi pas des magasins spécialisés dans la vente de tels produits? Il y a encore de la place à prendre