

## EDITO DU PRINTEMPS

Nous avons trouvé intéressant en ce début de printemps de parcourir les **tendances alimentaires actuelles** afin de faire un point sur un domaine clef de l'économie française.

Pour ouvrir le panorama, on se rappellera que la part de l'alimentation dans le budget des français est passée de 35% à 20% en 50 ans (source INSEE). Les dépenses en 2014 se sont élevées à 3 600 € par an et par habitant. Et n'oublions pas que nos deux premières régions agricoles en effectif sont la Bretagne et les Pays de la Loire.

D'après bon nombre d'études, l'on ne s'étonnera plus de constater de nouveau que le facteur primordial dans les habitudes alimentaires reste **la qualité gustative** « aux yeux » des consommateurs.

Les nombreuses tendances alimentaires se déclinent autour de la recherche du naturel ou bio, du localisme, de la consommation durable et responsable soucieuse de l'environnement, du zéro gâchis, du moins d'emballage jusqu'au vrac, mais aussi du vintage, des produits hétérogènes voire hétéroclites qui « fit » néanmoins sur un plan organoleptique, de l'alternative aux viandes à partir de protéines végétales pour ne citer que ces tendances-là.

Force est de constater que le secteur des industries agro-alimentaires dans son sens large est **créatif, innovant** sans aucun doute et qu'il **se complexifie** par une explosion des modes de consommations **selon un mode centripète**.

Cela va-t-il se ralentir ? Certainement pas !

**Côté production**, savez-vous que l'agriculture biologique ne représente encore que 5% de la surface utile en France ? Un objectif ambitieux serait de la doubler si tant est que ce doublement de l'offre supposée rencontre bien l'intérêt des consommateurs. Affaire de crédibilité et de coût en particulier. C'est l'épicerie qui arrive en tête des produits bio, suivie par les fruits et légumes, à égalité avec la crèmerie pour former le tiercé gagnant. Citons au passage les différentes tentatives pour valorisation des rebuts qui ne passent pas les normes esthétiques de notre production agricole de masse.

Côté production toujours, la sécurité sanitaire autant que la qualité nutritionnelle sont garanties par des Label Rouge, AOP, AOC ou autres IGP. A-t-on une traçabilité équivalente aux produits français sur la plupart des produits importés ? La réponse est clairement non !

**Côté distribution**, les différentes strates se juxtaposent et se conjuguent pour donner un large choix en fonction du moment, du budget, du temps disponible et des envies. La distribution traditionnelle s'était dotée du drive et de la commande par internet sur les sites marchands des distributeurs. La restauration hors foyer traditionnelle fonctionne également avec la vente à emporter et la livraison à domicile. De nouveaux acteurs émergent encore via le net avec d'autres modèles.

Sur un autre angle d'observation, on estime que les **gaspillages et les pertes alimentaires** représenteraient au total 10 millions de tonnes par an. Ceux de la production et de la consommation représentent chacun un tiers du total gaspillé. Pour la distribution, c'est 14%. Un effort de plus en plus important est actuellement déployé par la distribution et la restauration pour réduire le gaspillage. L'enjeu ? Faire des économies qui peuvent représenter quelques % de marge supplémentaire mais, on l'a bien compris, l'essentiel est ailleurs... et en partie dans nos assiettes en

fin de repas ou dans la meilleure gestion des stocks de nos réfrigérateurs. Des pubs TV tentent de nous en donner quelques notions et c'est même devenu un enjeu national !

**Côté consommateurs**, et même si la clef principale d'entrée ne se fait pas à ce niveau, l'étiquetage donne accès à des informations nutritionnelles bien utiles pour lutter contre la surcharge pondérale et l'obésité galopante qui nous guette. De même que la population présentant des allergies peut en principe, et sur tout achat, se sécuriser.

**Le rééquilibrage alimentaire** fait bien partie de nos préoccupations et la diététique d'antan a fait place depuis longtemps au végétarisme et au **flexitarisme** qui n'est autre qu'un végétarisme qui concède une consommation occasionnelle de viande pour son plus grand plaisir ! Le flexitarisme a d'ailleurs une autre source, celle des personnes ayant décidé de réduire leur consommation de viande au profit des protéines et graisses végétales.

Les **super-aliments** ont la cote en raison de leur apport nutritionnel exceptionnel. Ce sont les tofu, açaï, baies de goji, chia, champignons reishi, quinoa et autres algues vertes, rouges ou bleues... Des nouvelles découvertes venant de contrées lointaines émergent de temps à autres.

L'on passerait à côté du sujet si l'on oubliait de mentionner le phénomène marketing que constitue la **co-création**. Encore appelé **marketing participatif**, il a pour vocation de mettre ses clients au cœur de ses projets et de l'associer à la création de l'offre qu'il achètera ensuite. C'est un foisonnement d'idées permanent mais il faut bien reconnaître que les produits qui aboutissent ne représentent que 1% de la masse d'idées originelles.

Et l'avenir penserez-vous ? Eh bien, il est déjà là ! Certes pas encore dans votre assiette quotidienne mais on y travaille sérieusement !

Demain, l'on vous proposera des mets démocratisés de **cuisine moléculaire**, en vente ... chez Picard ! Pourquoi pas ?

Pour demain, une autre démocratisation est en marche, la customisation des créations alimentaires à partir d'**imprimantes 3D**. Elle opère aujourd'hui avec succès en pâtisserie avec du sucre ou du chocolat, ou encore de la farine pour des pâtes sur mesure. L'étendue des possibilités est spectaculaire et certaines sculptures sont de véritables œuvres d'art !

On nous promet également de créer des aliments en 3 D à partir de protéines d'algues ou même d'insectes ! Et je peux vous dire qu'une barre énergétique au chocolat contenant des protéines d'insectes, ce n'est pas si mauvais si l'on fait abstraction de sa source !

Nous avons bien dit complexification.

Ecrivez-nous pour nous faire part de vos découvertes et de vos observations ! Nous vous souhaitons un agréable printemps.

William Ouaki