

INNOVER EN ALIMENTATION SANTÉ

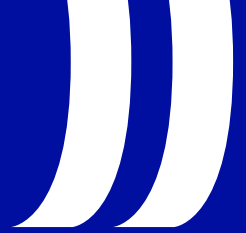
le GUIDE Créatif

POUR PASSER À L'ACTION
EN RÉGION DES PAYS DE LA LOIRE !



Technocampus
Alimentation

RÉGION
PAYS
DE LA LOIRE



La Région des Pays de la Loire via son Technocampus Alimentation propose ce guide créatif pour aider les entreprises à innover en Alimentation Santé.

Le Technocampus Alimentation,
créé par la Région des Pays de la Loire, a pour mission d'accélérer l'innovation et de renforcer la compétitivité des entreprises agroalimentaires, afin de construire ensemble une alimentation plus saine, durable et responsable.

Le Département Analyse et Prospective.
Au sein de l'agence de développement économique de la Région des Pays de la Loire, Solutions&co, le Département Analyse et prospective anticipe pour appuyer les orientations économiques et faciliter la prise de décision.

Le collectif Les Pickles!
Un collectif d'experts en agroalimentaire basé à Nantes. Grâce à leur 8 compétences clés et leur méthode de travail en intelligence collective, Les Pickles! font véritablement avancer les projets d'innovation, de leur conception à leur commercialisation.

VERS UNE ALIMENTATION PLUS SAIN ET DURABLE EN PAYS DE LA LOIRE

« Que ton alimentation soit ta première médecine » : cette sagesse ancienne résonne aujourd'hui plus que jamais. Dans un monde confronté à des défis sanitaires, climatiques et géopolitiques, l'alimentation ne peut plus être pensée uniquement comme une production ou une consommation. Elle est un levier puissant de prévention, de bien-être, de cohésion sociale... et d'innovation !

C'est dans cet esprit que la Région des Pays de la Loire a engagé une dynamique ambitieuse avec sa stratégie « Terre, Mer : agissons pour une alimentation durable ». Cette politique vise à renforcer notre souveraineté alimentaire, garantir une alimentation de qualité pour toutes et tous et soutenir une filière agroalimentaire résiliente, diversifiée et compétitive.

L'alimentation santé, marché d'avenir identifié dans le pilier « transition » de l'accélérateur économique de la Région, représente un axe d'avenir pour nos entreprises : une opportunité de développement, de différenciation, mais aussi d'engagement sociétal. Pour accompagner ce virage, nous croyons fermement à la force du collectif. C'est pourquoi ce guide s'inscrit dans une démarche collaborative et prospective.

Il vous propose des clés de lecture, des outils concrets et des pistes d'action pour imaginer – et construire – ensemble l'alimentation de demain. Une alimentation à la fois saine, durable, accessible et ancrée dans les richesses de notre territoire.

Je vous invite à vous saisir de cette dynamique, à innover, à coopérer, à oser. Car c'est en conjuguant nos expertises et nos énergies que nous ferons des Pays de la Loire un territoire de référence en matière du « bien manger » et du « manger sain ».

Bonne lecture, et surtout : à vos projets !

Lydie Bernard,
Vice-présidente du Conseil
régional des Pays de la Loire

INNOVER EN ALIMENTATION SANTÉ : UN LEVIER STRATÉGIQUE POUR LES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES.

L'alimentation santé n'est plus une tendance. C'est une attente forte des consommateurs, un enjeu de santé publique, un impératif réglementaire... et une formidable opportunité d'innovation pour les industries agroalimentaires.

Pour aider les entreprises à s'emparer de cette dynamique, le Technocampus Alimentation, avec le soutien de la Région des Pays de la Loire et en collaboration avec le Département Analyse & Prospective de Solutions&co, a mené une démarche collective mêlant enquêtes, ateliers, veille et exploration de scénarios futurs.

L'objectif : mieux comprendre ce que recouvre l'alimentation santé, identifier les attentes concrètes des consommateurs et des entreprises, et faire émerger des pistes d'innovation réalistes, utiles et activables.

Ce guide est le fruit de ce travail. Il vous propose :

- des données clés pour nourrir vos réflexions,
- des idées concrètes pour innover,
- des outils pour embarquer vos équipes.

PAS DE RECETTE MIRACLE ICI, MAIS UN GUIDE CRÉATIF POUR VOUS AIDER À INTÉGRER L'ALIMENTATION SANTÉ DANS VOTRE STRATÉGIE PRODUIT, À VOTRE FAÇON, SELON VOS MARCHÉS, VOS RESSOURCES, VOS AMBITIONS !

Et moi dans tout ça ?

Voici un exemple de **définition** de l'alimentation santé :

« **L'Alimentation Santé** est une pratique alimentaire qui permet de maintenir ou d'améliorer sa santé générale. »

Et vous, avant d'en lire plus, quelle est votre définition de l'Alimentation Santé ?

Écrivez votre propre définition :

MODE D'EMPLOI DU GUIDE

Tout au long de ce guide, vous trouverez des outils pour vous approprier le sujet dans l'encart « Et moi dans tout ça ? ».

LE SOMMAIRE du guide

#1

EXPLORER :

des données pour s'immerger
pages 6-9

#2

ANTICIPER :

des scénarii pour imaginer
demain
pages 10-15

#3

CROISER :

des séquences pour confronter
les points de vue et
faire émerger des projets
pages 16-21

#4

AGIR :

des fiches pour passer à l'action
pages 22-32



#1 EXPLORER

des données pour s'immerger

Plongez dans les attentes
des consommateurs
avec une enquête menée
auprès de 389 consommateurs français.

Et moi dans tout ça ?

Notez les 3 données qui vous intéressent le plus :

1 -

2 -

3 -

UNE ASTUCE pour maintenir l'écoute active d'un public lors de partage de données, distribuez une fiche où chacun note :

- ce qu'il trouve intéressant,
- ce qui l'interroge,
- ce qui le fait réagir.

PLACER LE CONSOMMATEUR AU CŒUR DE L'INNOVATION

Innover en alimentation santé, c'est d'abord comprendre ce que les consommateurs attendent réellement. Leurs choix, leurs pratiques, leurs freins : ce sont eux qui dessinent les tendances de demain et orientent les axes d'innovation.

C'est pourquoi, nous avons mené une enquête quantitative en partenariat avec Oniris VetAgroBio pour mieux cerner leurs

représentations de l'alimentation santé. Cette étude nous a permis d'identifier les critères, attentes, freins et leviers qui guident leurs choix au quotidien, ainsi que les représentations qu'ils ont de ce marché d'avenir.

Les résultats offrent un socle pour **DÉVELOPPER DES PRODUITS ALIGNÉS AVEC LES ATTENTES CONCRÈTES DES CONSOMMATEURS.**

LE CONSOMMATEUR AUJOURD'HUI

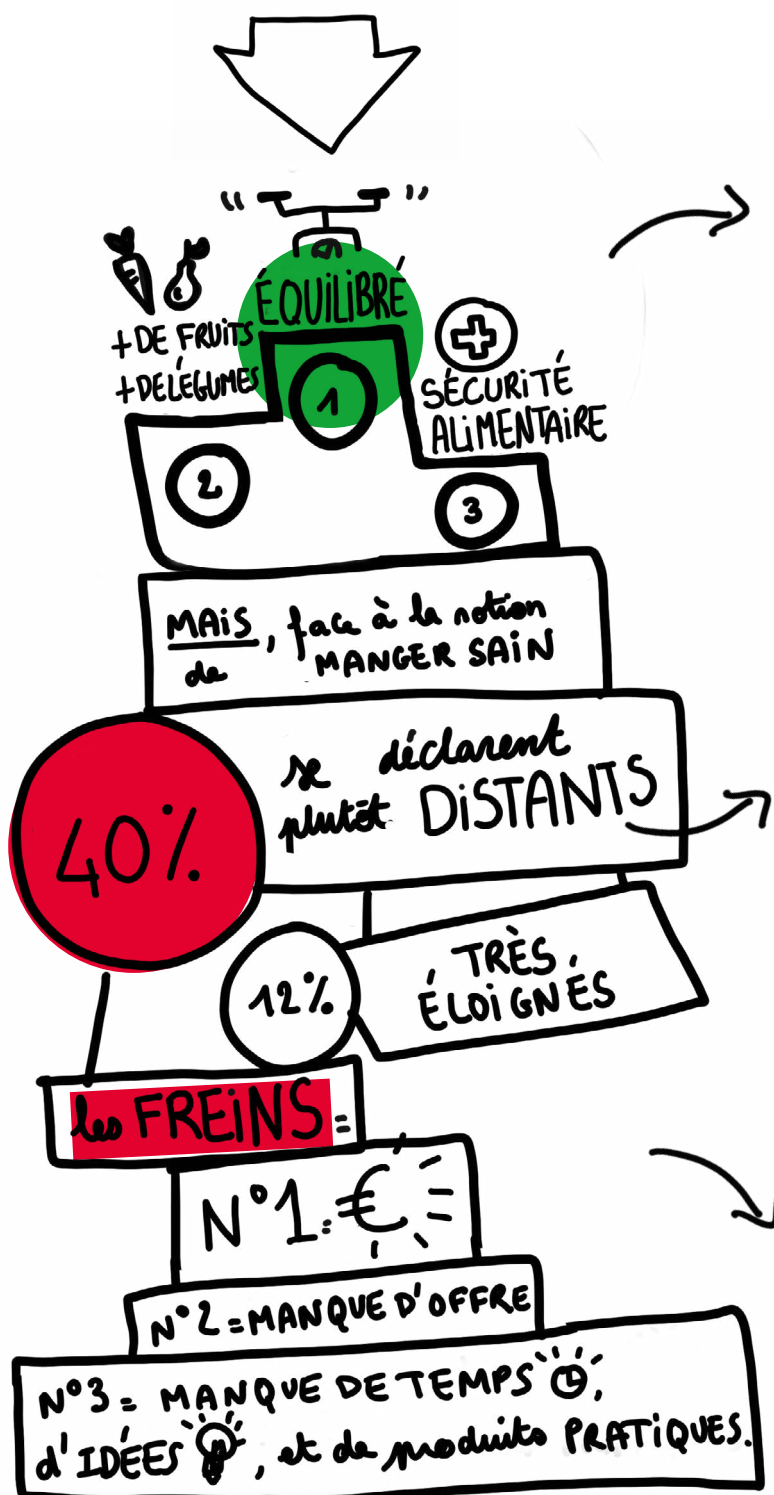
VOICI UNE INFOGRAPHIE
qui en résume les principaux
enseignements.



la définition de **MANGER SAIN**
proposée dans le questionnaire :

« Une alimentation
saine est une **pratique**
alimentaire qui permet
de **maintenir** ou
d'améliorer sa santé
générale. »

MANGER SAIN



Pour le consommateur, manger SAIN =

- n°1. une alimentation équilibrée [77% des répondants].
- n°2. + de fruits et de légumes [48% des répondants].
- n°3. Sans risque pour la santé [45% des répondants].

MAIS

40% se déclarent DISTANTS de la notion de manger sain dont 12% des répondants qui en sont TRÈS ÉLOIGNÉS !

les FREINS

- n°1. le prix [43% des répondants].
- n°2. la disponibilité de l'offre [24% des répondants].
- n°3. le manque d'idée, de temps et de conservation [20% des répondants].

LES ATTENTES POUR DEMAIN

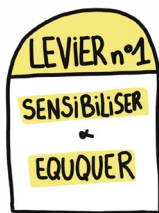
+ **ACCESSIBLE** : pour tous
[prix et disponibilité offre/magasin]

+ **PERSONNALISÉE** : alimentation
inclusive/besoins spécifiques.

+ **ECO-VENIENTE** :
écologie + praticité + PLAISIR
[71% guidés par le plaisir].



leviers DE REFLEXION



LA SENSIBILISATION et L'ÉDUCATION

au lien entre l'alimentation et la santé, à la notion de manger sainement.



Travailler **LA PRATICITÉ** des produits pour être facile et rapide à cuisiner.



Développer l'**ACCESSIBILITÉ** au niveau du prix et de la disponibilité.



LIER dans les développements produits le plaisir de manger, la santé humaine et la santé de la planète.



MIEUX COMPRENDRE LES IAA POUR MIEUX LES ACCOMPAGNER

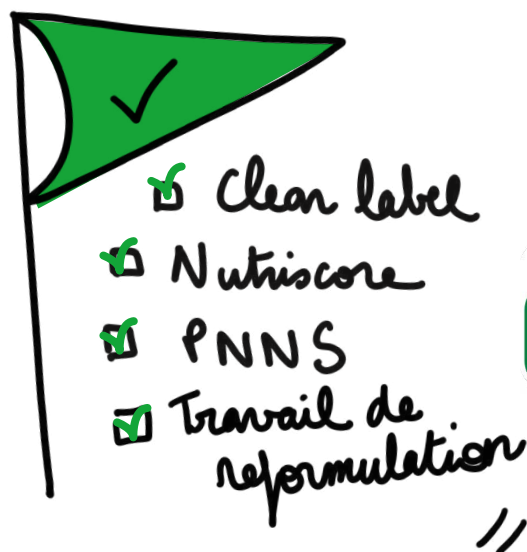
L'innovation ne se décrète pas : elle se construit avec celles et ceux qui la font vivre au quotidien. Pour accompagner au mieux les IAA régionales dans leur démarche d'innovation en alimentation santé, il était essentiel d'écouter leurs besoins, leurs contraintes et leurs envies d'avenir.

C'est dans cette optique qu'une enquête qualitative a été menée auprès d'un panel d'IAA des Pays de la Loire.

Cette démarche nous a permis de recueillir des retours concrets, de mieux cerner leurs attentes en matière d'accompagnement, de ressources, de collaborations... et d'identifier les leviers les plus pertinents pour accélérer l'innovation.

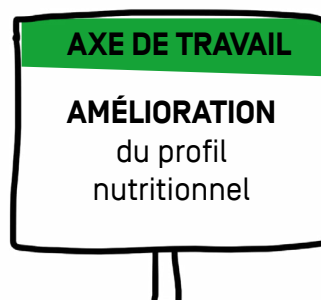
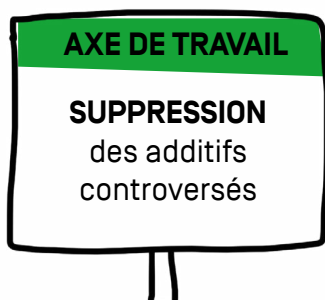
Les enseignements issus de cette enquête offrent **DES PISTES CONCRÈTES POUR CONCEVOIR DES OUTILS RÉELLEMENT UTILES, ANCRÉS DANS LA RÉALITÉ DU TERRAIN ET ADAPTÉS AUX ENJEUX LOCAUX.**

où en sont-ils ?



VOICI UNE INFOGRAPHIE
avec les enseignements
principaux.

DANS LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DU PNNS ET DU NUTRISCORE,
tous les acteurs de la filière agroalimentaire sont organisés et mobilisés pour retravailler **LEURS RECETTES DE MANIÈRE CONTINUE ET PROGRESSIVE** pour ne pas perdre leurs consommateurs.



? L'ULTRATRANSFORMATION?
 ? l'arrivée de l'IA?
 ? le GLUTEN ?
 ? la FERMENTATION?
 ? l'alimentation CIBLÉE ?

Quels sont les problèmes rencontrés ?

Les problèmes de **SURCÔÛT**

Comment faire pour optimiser les coûts sourcing et R&D pour être capable de garantir un prix de vente accessible pour le consommateur ?

Le manque de **TEMPS & D'EXPERTISES**

*Comment agir à long terme face aux enjeux de la transition alimentaire alors qu'il faut garantir une performance à court terme ?
 Comment faire face à la complexité des nouveaux défis ?*

Les problèmes de **COMMUNICATION**

Comment rendre attractives et compréhensibles les innovations alimentation santé auprès des consommateurs ?

Quels sont les leviers pour continuer à innover ?



COMPRENDRE ET ANTICIPER les attentes des consommateurs via la prospective.



PERSONNALISER l'alimentation sans compromis sur le plaisir [travail sur le ciblage : genre/âge et sur les fonctionnalités : microbiote, etc]



COMPRENDRE ET INTÉGRER les ressorts de l'économie circulaire aux stratégies d'entreprise et processus d'innovation.



LA SANTÉ ENVIRONNEMENTALE : approche globale de l'alimentation santé en y intégrant la notion de durabilité [sourcing, valorisations des déchets, etc].



CAPITALISER SUR LES AVANCÉES scientifiques et technologiques [digitalisation, biotech, process].



L'ULTRA-TRANSFORMATION : comment innover avec moins d'ultra transformation et dans quel cadre réglementaire ?



L'IA : comment l'intégrer dans sa stratégie Alimentation Santé ?

#2

PARTAGER

des scénarii pour imaginer demain

Des futurs possibles pour prendre du recul, questionner vos certitudes et ouvrir de nouvelles pistes.

Et moi dans tout ça ?

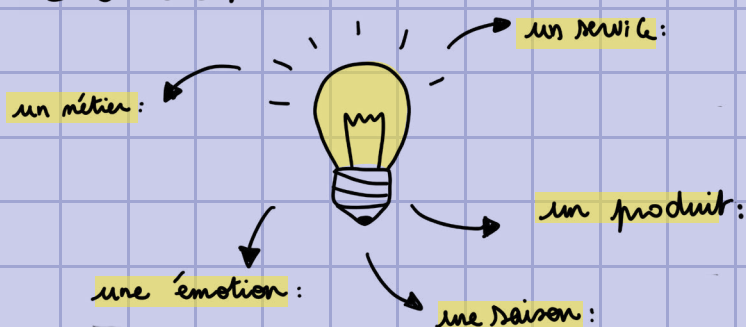
1. Projetez-vous dans un des scénarii prospectifs* 2030 imaginés par le Technocampus Alimentation et le Département Analyse et Prospective de Solutions&co en lien avec le collectif le Coup d'Après.

2. Imaginez que ce scénario soit la nouvelle réalité. Répondez aux questions suivantes à la manière d'un portrait chinois :

> Scénario « Créativité Industrielle » :

Les entreprises ligériennes font bifurquer l'industrie agro-alimentaire française, après une série d'événements climatiques inquiétants. Des contraintes toujours plus fortes sur les ressources sont l'occasion de repenser entièrement les modèles de production et de collaboration. Les pouvoirs publics accompagnent cette évolution, et les consommateurs n'ont pas d'autre choix que de s'adapter.

ET SI C'ÉTAIT ?



* Les scénarii prospectifs sont basés sur des récits de futurs possibles

S'INSPIRER DES FUTURS POSSIBLES POUR INNOVER DÈS AUJOURD'HUI

Comment imaginer l'évolution des comportements alimentaires, des attentes sociétales, des réglementations ou des modèles économiques à l'horizon 2035 ? Et surtout, comment anticiper ces mutations pour faire les bons choix stratégiques dès maintenant ?

Pour aider les entreprises et les acteurs du territoire à se projeter, le Technocampus Alimentation et le Département Analyse et Prospective de Solutions&Co ont construit quatre scénarii contrastés sur le futur de l'alimentation santé en lien avec le collectif le Coup d'Après.

Ils ne visent pas à prédire l'avenir, mais à ouvrir le champ des possibles, en explorant des trajectoires cohérentes autour de grandes variables : contexte géopolitique, transition écologique, pouvoir d'achat, place du numérique, cadre réglementaire, évolution des modes de vie, etc.



Pour vous, entreprises agroalimentaires, ces scénarii peuvent devenir de véritables leviers de réflexion stratégique pour :

- Identifier des signaux faibles qui pourraient devenir structurants demain (exemples : montée de la prévention, mutation du système de soins, pression sur les ressources, attentes fortes en matière de traçabilité...)
- Explorer de nouveaux segments de marché ou de nouveaux usages (aliments personnalisés, fonctionnels, préventifs, etc.)
- Stimuler la créativité interne en s'appuyant sur ces récits pour imaginer de nouveaux produits, services ou modèles économiques
- Structurer des démarches d'innovation en équipe, à travers des ateliers ou séances de créativité adossées à ces visions de futurs contrastés

Chaque scénario peut être utilisé comme un cadre d'exploration, un point de départ pour challenger vos certitudes, repérer les tendances émergentes, ou construire une stratégie d'innovation plus résiliente.

ET SI CES FUTURS IMAGINÉS DEVENAIENT VOS CATALYSEURS D'ACTION ?

ARTEFACT extrait du livre blanc
«L'Alimentation Santé de demain, trois scénarii prospectifs pour envisager les futurs de la filière alimentaire en Région des Pays de la Loire.»

Découvrez les 4 scénarii complets [LIEN ICI](#)



ANIMER UN ATELIER INNOVATION AVEC LES SCÉNARIOS PROSPECTIFS

Les scénarii prospectifs sont de puissants outils pour stimuler la créativité, identifier des opportunités, et préparer votre entreprise à des futurs possibles.

Voici une méthode simple pour les utiliser en interne :

1. LA PRÉPARATION

Sélectionnez un ou plusieurs scénarii qui vous semblent pertinents pour votre contexte. Partagez les grandes lignes des scénarii avec votre équipe en amont, sous forme de synthèse claire et accessible.

2. LANCEMENT DE L'ATELIER

Présentez les scénarii en insistant sur leur diversité et leur caractère prospectif [pas une prédiction, mais des hypothèses pour nourrir la réflexion].

Invitez les participants à se projeter dans chaque futur : quels impacts ce scénario aurait-il sur vos produits, vos clients, vos process ?

3. PHASE D'EXPLORATION

En petits groupes, demandez de recenser les enjeux, risques et opportunités propres à chaque scénario.

Encouragez la prise de notes, les échanges d'idées, et les discussions ouvertes.

4. IDÉATION

À partir des observations, identifiez des pistes d'innovation possibles : nouveaux produits, services, modes de commercialisation, partenariats, etc. Priorisez les idées selon leur faisabilité, leur alignement avec votre stratégie, et leur potentiel d'impact.

5. PLAN D'ACTION

Définissez les premières étapes pour tester ou approfondir les idées retenues. Désignez des responsables et fixez un calendrier pour avancer concrètement.

Les bénéfices de cette démarche

- Mieux comprendre les grandes tendances à venir.
- Renforcer la cohésion et la créativité des équipes.
- Identifier des pistes d'innovation différenciantes.
- Construire une stratégie d'innovation plus agile et anticipatrice.



PLONGEZ DANS LA VIE DES CONSOMMATEURS DE DEMAIN POUR INNOVER DÈS AUJOURD'HUI AVEC L'AIDE DES PERSONAS

Pourquoi utiliser des personas ?

Les personas sont des personnages fictifs, mais crédibles, construits à partir de données et de signaux issus de la prospective. Ils permettent de se projeter dans la peau de futurs consommateurs : leurs attentes, leurs freins, leurs valeurs, leur quotidien. En les utilisant, vous pouvez stimuler la créativité de vos équipes, générer des idées plus ciblées et penser des innovations vraiment utiles et désirables.

Les objectifs de cet outil

- Mettre vos équipes en empathie avec les profils de consommateurs de 2040,
- Stimuler la recherche d'idées en partant de leurs usages, habitudes et préoccupations,
- Aider à imaginer des produits, services ou expériences mieux alignés avec les futurs possibles.

EXEMPLE DE PERSONAS
construits à partir
des scénarii prospectifs
par le Collectif
Les Pickles !

Nous sommes en 2040 avec... **LUCAS** 35 ans, célibataire militant

Son mode de vie

Lucas vit en Sarthe, dans une de ces **nouvelles ceintures alimentaires péri-urbaines** qui ont fleuri un peu partout grâce à la politique de la région pour redensifier les campagnes.

Ingénieur informatique spécialiste de l'IA, il télétravaille à mi-temps pour une entreprise de robots ménagers high-tech, en plein boom depuis que les Français consomment moins de produits ultra-transformés et cuisinent davantage.

Dans la tendance **slow life**, Lucas s'est aussi engagé dans la micro-culture comme **producteur à temps partiel** ayant eu accès à une parcelle subventionnée par la région et convaincu que la transition environnementale passe par la transition alimentaire.

Ses valeurs

SLOW LIFE, PARTAGE et TRANSMISSION

Il est convaincu que **c'est ensemble et** en se reconnectant aux bonnes pratiques des anciennes générations que l'on pourra faire face à l'inflation et aux épisodes climatiques récurrents, notamment :

- l'économie de nos ressources
- la lutte contre le gaspillage
- la gestion de nos déchets

Ses 3 principaux BESOINS pour manger (encore) mieux tous les jours :

- 1.
- 2.
- 3.

Ses motivations

En plus de son engagement environnemental dans la micro-culture, Lucas est **bénévole** aux Petits Frères des Pauvres pour aider les personnes âgées isolées.

Empathique et social, il aime ce lien entre générations, source d'inspiration et d'humilité pour lui.

Son rapport à l'alimentation santé

Comme tous les Français et surtout les jeunes générations, **Lucas fait attention à ce qu'il mange** pour préserver sa santé et avoir le minimum besoin d'aller chez le médecin étant donné le prix exorbitant des consultations.

Il sait quels aliments choisir pour entretenir sa forme à la fois physique et mentale. **Très bon cuisinier**, il arrive à se passer depuis longtemps d'aliments ultra-transformés contre lesquels luttent activement les pouvoirs publics.

Ses freins et contraintes

Son alimentation est **principalement locale** grâce aux circuits-courts qui ont pris le pas sur la grande distribution. Mais étant très gourmand, il **regrette le manque de variété** des produits proposés par les producteurs locaux.

De plus, très concerné par le bien-être animal et mangeant peu de produits laitiers et carnés, il trouve les **alternatives protéiques terriblement fades et ennuyeuses**.



**Quels projets
pour l'aider à y
répondre ?**

Source : d'après les 3 scénarii de Solutions&co (Département Analyse et Prospective et Technocampus Alimentation) et du collectif le coup d'après, 2024 - Rédigé par Hélène Sollier.

Comment les utiliser ?

1. Choisissez un ou plusieurs personas issus des scénarii prospectifs.
2. Présentez-le en équipe (fiche d'identité, valeurs, rapport à l'alimentation, environnement de vie et contraintes).
3. Demandez à vos collaborateurs de se mettre à sa place : qu'attendrait cette personne d'un produit alimentaire ? d'un service ? d'un emballage ?
4. Faites émerger des idées d'innovation, des tensions à résoudre et des points de friction.
5. Utilisez ces éléments comme base pour prototyper ou approfondir une piste d'action.

Le plus de cet outil

Les personas peuvent aussi servir à tester vos concepts.

Comment ?

1. Présentez une idée à l'équipe "au nom" d'un persona.
2. Projetez-vous à la place du persona : Aurait-il envie de l'acheter ? L'utiliserait-il vraiment ? Quelles objections pourrait-il formuler ? etc.

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER, SI VOUS SOUHAITEZ LES RECEVOIR POUR LES UTILISER !

CES PERSONAS
ont été utilisés lors de la phase
d'idéation du workshop
Alimentation Santé.

Nous sommes en 2040 avec... **CLAIRE** 83 ans, ancienne enseignante résiliente

Son mode de vie

Claire vit avec son mari dans une grande maison dans le centre de Laval où ils reçoivent tous les mois la visite de leurs enfants et petits enfants qui habitent tous dans la région.

Tous les 2 autonomes et encore ensemble, elle vit bien la période actuelle pourtant marquée par de multiples pénuries qui déstabilisent le monde entier, forcé de se réinventer plus sobre et responsable.

Sa vie est simple, son hygiène de vie irréprochable et sa sécurité affective lui apportent de la sérénité dans ce monde chahuté. Sa carrière d'enseignante lui a appris à **savourer tous les petits bonheurs de la vie.**

Ses valeurs

FAMILLE, RESILIENCE & SIMPLICITÉ

Elle est convaincue que chacun est responsable de son destin.

Le plus important pour elle est de rester le plus possible **connectée à sa famille plutôt que d'être connectée à sa tablette** à l'ère de l'IA et du digital omniprésent.

Ses motivations

Claire est **passionnée de musique**. Elle aime apprendre les chansons de son enfance à ses petits enfants pour apporter un peu de bonne humeur et de légèreté à leur vie complexe.

Elle prend soin de ses enfants et de ses petits-enfants, très soucieuse de leur santé face à la multiplication des maladies chroniques et des cas de cancers, notamment infantiles.

Son rapport à l'alimentation santé

Elle a des habitudes alimentaires très saines, avec **des réflexes pour équilibrer ses repas et manger au moins 5 fruits et légumes par jour**. Ses rituels de repas sont les mêmes depuis toujours : une soupe le soir et une viande rouge et un poisson par semaine.

Elle **se rend souvent en pharmacie** pour acheter son homéopathie et ses compléments alimentaires pour soulager ses maux de ventre et pallier à ses anémies en fer et magnésium.

Ses freins et contraintes

Malgré sa résilience, il est difficile pour elle de changer ses habitudes alimentaires ancrées depuis toujours.

Elle ne trouve plus certains produits comme le fond de volaille qu'elle mettait dans sa soupe pour saler. Elle a aussi du mal à intégrer à ses plats les nouvelles céréales de + en + produites dans la région, comme le quinoa, le sorgho, l'avoine et le seigle. Et elle avoue ne pas trop aimer la baguette tradition à la farine de chanvre...

PERSONA 2



Ses 3 principaux BESOINS pour manger (encore) mieux tous les jours :

- 1.
- 2.
- 3.

**Quels projets
pour l'aider à y
répondre ?**

Source : d'après les 3 scénarii de Solutions&co (Département Analyse et Prospective et Technocampus Alimentation) et du collectif le coup d'après, 2024. Rédigé par Hélène Sollier.

Nous sommes en 2040 avec... **ELLA** 28 ans, influenceuse hyperconnectée

Son mode de vie

Ella vit en plein centre d'Angers dans un de ces nouveaux immeubles éco-reconstruits dans le cadre du plan e-Hausmanien.

Ella est connectée nuit et jour au WIFIX, un nouveau réseau ultra-performant qui lui permet de vivre et jouer en réseau 24/24 avec ses amis aux 4 coins du monde, comme s'ils vivaient ensemble.

Ella vit 100% dans le META côté perso comme pro puisqu'elle est, depuis ses 18 ans, une influenceuse renommée.

Sa spécialité : elle met en avant les marques de FOOD et tous les acteurs qui aident les jeunes à mieux vivre et manger dans cette **société hygiéniste régulée par les pouvoirs publics**, où tout est mesuré, contrôlé, normé avec la Santé comme priorité absolue !

Ses valeurs

AMITIÉ, COMMUNAUTÉ & INTENSITÉ

Elle est convaincue que vivre virtuellement des sensations fortes, funs et exaltantes lui permet de mieux vivre son quotidien.

Le virtuel lui permet en outre de dépasser les limites du monde réel trop contraignant.

Ses motivations

Ella est passionnée de FOOD et des nouvelles tendances culinaires de tous les continents.

Quand elle n'écrit pas des articles pour des nouvelles marques alimentaires, **elle commande sa "Métafood" via son dernier jeu vidéo**, une tendance qui plaît à tous les jeunes de sa génération : le virtuel ne leur imposant aucune privation.

Son rapport à l'alimentation santé

Difficile pour elle d'accepter de ne pas pouvoir boire de bière comme le faisaient ses parents à son âge ou encore de déguster une belle rondelle de saucisson comme elle le faisait petite. **Ces aliments sont désormais interdits en France.**

Elle avait 5 ans quand en 2027 le gouvernement a lancé son **programme FRANCE SANTE** pour lutter contre le fléau de l'obésité infantile. Depuis, elle a des difficultés à s'alimenter normalement dans la vie réelle. Plus rien n'est spontané, tout est calculé et enregistré dans son app FRANCE SANTE.

Ses freins et contraintes

Son alimentation est **principalement fonctionnelle**. Elle s'alimente suivant les conseils formulés par l'IA de son app personnelle, et avale scrupuleusement les compléments alimentaires qu'elle achète chaque semaine dans son supermarché pour être en bonne santé.

Elle est lassée de cette alimentation sans sens, sans goût, sans texture, aseptisée.



Ses 3 principaux BESOINS pour manger (encore) mieux tous les jours :

- 1.
- 2.
- 3.

Quels projets pour l'aider à y répondre ?

Source : d'après les 3 scénarii de Solutions&co (Département Analyse et Prospective et Technocampus Alimentation) et du collectif le coup d'après, 2024 - Rédigé par Hélène Sollier.

Nous sommes en 2040 avec... **BASILE** 52 ans, séparé, sportif éco-anxieux

Son mode de vie

Comme beaucoup d'urbains éco-anxieux qui ont quitté les villes, **Basile a décidé de vivre à la campagne et s'est installé depuis qu'il est séparé dans un lotissement à 20km de Saint-Nazaire**, avec ses 2 fils adolescents.

Il travaille comme **technicien sur la nouvelle plateforme de production d'hydrogène** construite au large de Saint-Nazaire. Avec ses collègues, il prend tous les jours la navette fluviale, après fait 30 min. de voiture électrique pour se rendre au port.

Sa vie est rythmée par son travail, ses enfants et son sport.

Ses valeurs

EQUILIBRE DE VIE, ENVIRONNEMENT & SINCERITÉ

Il met un point d'honneur à **entretenir sa forme physique**, pour garder le plus longtemps possible son poste et récupérer après toutes ces heures passées dans les transports.

Sensible à son impact sur l'environnement, il limite au maximum ses déchets, arbitre toujours en faveur de la planète et éduque ses enfants en ce sens, convaincu que chaque petit geste compte.

Ses motivations

Basile a vécu toute son enfance en bord de mer : il est très attaché au monde marin et à ses richesses.

Il est heureux de voir que la société prend mieux en compte les ressources maritimes et que les Français consomment de + en + de produits de la mer comme les algues.

Son rapport à l'alimentation santé

En tant que sportif, **il est attentif aux apports nutritionnels**, notamment protéiques de son alimentation.

Autant il a facilement adopté **certains produits recommandés par les pouvoirs publics** comme les algues à saupoudrer : très pratiques pour relever ses plats à la place du sel ! Autant il refuse de prendre systématiquement les célèbres gélules de compléments alimentaires, prescrites massivement par les médecins en prévention.

Ses freins et contraintes

Comme **il est beaucoup en déplacement**, il a besoin de petits plats pratiques à transporter, nourrissants et faciles à réchauffer quand il est au travail.

Mais quel casse-tête ! Quand il trouve des plats qui lui plaisent dans son supermarché, il est souvent trop emballé et **génère des déchets : rédhibitoire pour lui !**



Ses 3 principaux BESOINS pour manger (encore) mieux tous les jours :

- 1.
- 2.
- 3.

Quels projets pour l'aider à y répondre ?

Source : d'après les 3 scénarii de Solutions&co (Département Analyse et Prospective et Technocampus Alimentation) et du collectif le coup d'après, 2024 - Rédigé par Hélène Sollier.

#3 CROISER

des séquences pour confronter
les points de vue
et faire émerger des projets

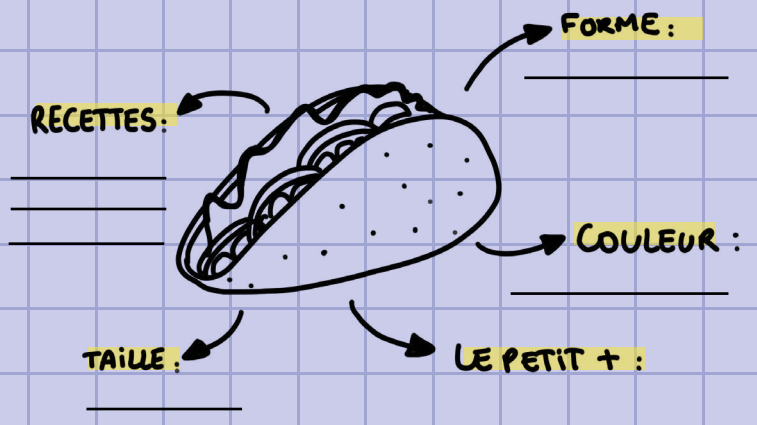
Des formats collaboratifs
pour décroisonner,
faire dialoguer vos équipes
et stimuler la créativité collective.

Et moi dans tout ça ?

Le tacos est plus tendance que jamais,
décliné sous toutes ses formes !

Souvent très garni, riche et servi en
version XXL, il s'impose comme le
produit « craquage » par excellence !

Et si on imaginait plutôt un tacos bon
pour la santé ?



UN WORKSHOP INTERDISCIPLINAIRE : UN OUTIL ADAPTABLE POUR STIMULER L'INNOVATION EN INTERNE

Pour faire émerger des nouvelles idées en alimentation santé, nous avons organisé un workshop réunissant chercheurs en santé, experts en alimentation et professionnels des industries agroalimentaires régionales.

Cette démarche a permis de croiser les points de vue, d'explorer différents futurs possibles et d'identifier des pistes concrètes d'innovation adaptées au territoire.

Ce workshop s'est appuyé sur plusieurs ressources clés en entrée :

- Les résultats du test consommateur mené avec Oniris VetAgroBio, pour mieux comprendre les attentes réelles des consommateurs,
- Les scénarii prospectifs, qui ouvrent le champ des possibles et encouragent à penser au-delà des tendances actuelles,
- Les forces du territoire, en termes notamment de compétences, d'infrastructures et de productions.

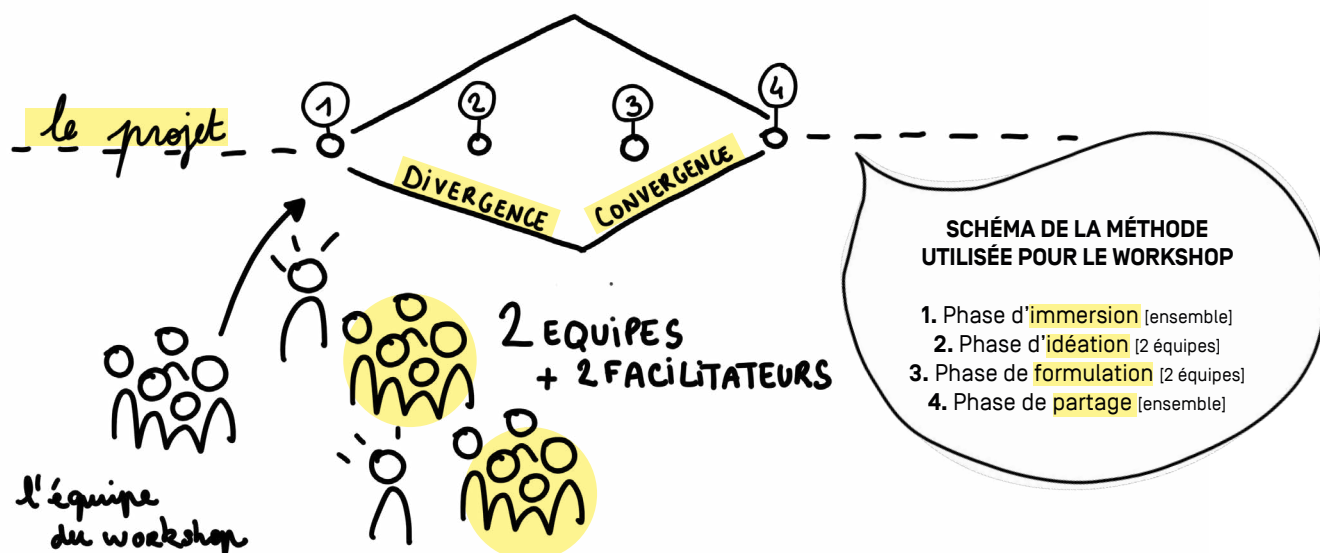
Le format proposé a mêlé immersion collective, travail en petits groupes et moments de synthèse, favorisant ainsi la créativité et la diversité des idées. Ce cadre structuré, tout en restant flexible, a permis de

FAIRE PROGRESSER LA RÉFLEXION ET FAIRE ÉMERGER DES PROJETS CONCRETS.

Pourquoi utiliser cet outil en interne ?

- Mobiliser vos équipes autour d'une vision partagée en s'appuyant sur des données factuelles et prospectives,
- Encourager l'intelligence collective,
- Identifier des pistes d'innovation concrètes.

En adaptant ce format à vos propres besoins, vous pouvez faire émerger des projets différenciants **S'APPUYANT SUR LA RICHESSE DU TERRITOIRE ET LA FORCE DU COLLECTIF !**



VOICI UN EXEMPLE D'OUTIL
présenté aux participants de la journée
de workshop alimentation santé.
Cette fresque graphique a permis aux
participants de s'immerger facilement
dans le sujet et de visualiser
les données clés.

ALIMENTATION

On a demandé
aux consommateurs :
POUR VOUS C'EST
BIEN MANGER?

1° SAIN
2° BON
3° NATUREL



MANGER SAIN



MAIS, face à la notion
de **MANGER SAIN**

40% se déclarent
plutôt **DISTANTS**
12% **TRÈS ÉLOIGNÉS**

Les **FREINS** :

N°1 : €

N°2 = MANQUE D'OFFRE

N°3 = MANQUE DE **TEMPS**,
d'**IDÉE**, et de produits **PRATIQUES**.

Je veux des produits :

- ACCESSIBLES** : € et disponibilité
- PERSONNALISÉS** : inclusifs et besoins spécifiques
- ÉCO-VEINIENES** : le bon, la pratique et l'écologie



LEVIER n°1
SENSIBILISER
ou
ÉQUIVER

LEVIER n°2
Des produits
PRATIQUES
et ACCESSIBLES

**NOTRE
OBJECTIF**

ACCESSIBLE
baisser les coûts
de la transition

LES SOURCES

. Enquête « les Français et le Bien Manger » - Mars 2024 (389 répondants) - Technocampus Alimentation et Oniris VetAgriBio.
. Enquête qualitative « les IAA et l'Alimentation Santé » - Janvier-Mars 2024 (9 interviews) - Technocampus Alimentation
. Rapport « l'Alimentation Santé de demain et ses 3 scénarii prospectifs » - 2024 - Technocampus Alimentation, Solutions&co et le collectif le Coup d'Après.

et SANTÉ

bonne
SANTÉ

les MISSIONS pour les IAA et CHERCHEURS

- ? L'ULTRATRANSFORMATION?
- ? L'arrivée de l'IA?
- ? Le GLUTEN?
- ? La FERMENTATION?
- ? L'alimentation CIBLÉE?

Je veux innover durablement:

- ✓ COMPRENDRE LES BESOINS CONSO.
- ✓ IDENTIFIER DES SYNERGIES TERRITORIALES
- ✓ STRUCTURER LES ÉQUIPES
- ✓ VISER LE LONG TERME

- ✓ Clean label
- ✓ Nutriscore
- ✓ PNNS

LEVIER n°3
Allier
PLAISIR
et SANTÉ
des hommes et
de la planète.

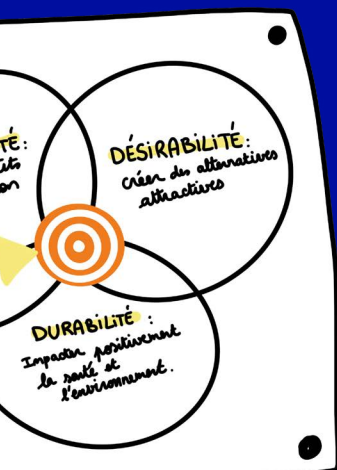


LEVIER n°4
ECONOMIE
CIRCULAIRE

↑. NOTRE VOIE. ↑
Imaginer des
POLITIQUES et **STRATEGIES**
ATTRACTIVES, DURABLES
et **IMPACTANTES**



LEVIER n°5
COOPÉRER



MOBILISER LA RECHERCHE ACADÉMIQUE POUR ACCÉLÉRER VOS INNOVATIONS

AVEC LA BOÎTE À OUTILS RECHERCHE

Les Pays de la Loire disposent d'un écosystème scientifique d'une richesse exceptionnelle en matière d'alimentation, de santé, de nutrition, de transformation ou encore de sciences du comportement. Cette vitalité académique est une ressource précieuse (encore trop peu mobilisée) pour les entreprises qui souhaitent se différencier et développer des solutions innovantes.

Pour faciliter le lien entre recherche et industrie, le Technocampus Alimentation met à disposition une boîte à outils recherche, accessible à tous qui permet d'identifier rapidement les bons interlocuteurs et les compétences disponibles pour répondre à vos enjeux et problématiques.

Ce lien entre science et entreprise est soutenu activement par la Région des Pays de la Loire, qui encourage les collaborations à travers des dispositifs dédiés.

N'hésitez pas à vous en saisir !

**CROISER LES REGARDS ET LES SAVOIRS,
C'EST SOUVENT LE PREMIER PAS
VERS UNE INNOVATION RÉELLEMENT
DIFFÉRENCIANTE !**

La boîte à outils Recherche : connectez innovation et expertise scientifique

Pour accompagner l'innovation des entreprises agroalimentaires régionales, le Technocampus Alimentation lance sa boîte à outils Recherche : un espace en ligne simple, pratique et stratégique pour faciliter les collaborations entre recherche publique et acteurs privés.

Pensée pour répondre aux besoins concrets des IAA (industries agroalimentaires), cette boîte à outils propose bien plus qu'un annuaire. Elle vous permet de :

- Découvrir les laboratoires de recherche et leurs domaines d'expertise,
- Échanger directement avec des chercheurs pour lever vos verrous techniques ou scientifiques,
- Trouver une compétence/expertise de recherche adaptée à vos projets d'innovation,
- Accéder à des contenus différenciants : articles, podcasts, webinaires, fiches pratiques...

OUTIL #1

Découvrir un
laboratoire de
recherche

OUTIL #2

Échanger avec des
chercheurs sur vos
verrous

OUTIL #3

Trouver une
compétence/expertise
recherche

OUTIL #4

Accéder à de
l'information
différenciante

**POUR DÉCOUVRIR
la boîte à outils recherche
[LIEN ICI](#)**

S'INSPIRER DES FORCES DU TERRITOIRE POUR INNOVER AUTREMENT

Les Pays de la Loire regorgent de savoir-faire, de produits emblématiques, de cultures agricoles diversifiées et d'initiatives locales porteuses de sens. Ces ressources, parfois traditionnelles, parfois émergentes, constituent un réservoir d'inspiration exceptionnel pour repenser l'alimentation saine de demain.

S'appuyer sur ce patrimoine, c'est aussi valoriser une identité régionale forte et ancrer ses innovations dans un récit local, porteur de sens pour les consommateurs.

C'est enfin une formidable opportunité pour créer des liens entre les secteurs : production agricole, pêche, cosmétique, nutraceutique, emballage, numérique, logistique... autant de domaines avec lesquels imaginer des synergies nouvelles.

En mobilisant les atouts du territoire, en croisant les expertises et en sortant des silos, les IAA peuvent **FAIRE ÉMERGER DES PROJETS PLUS DIFFÉRENCIANTS, PLUS DURABLES ET PLUS ALIGNÉS AVEC LES ATTENTES DE DEMAIN.**



➔ 1/4 de la population aura + de 65 ans en 2050.
2x plus rapide qu'en France
[+23% vs +12%, source INSEE]



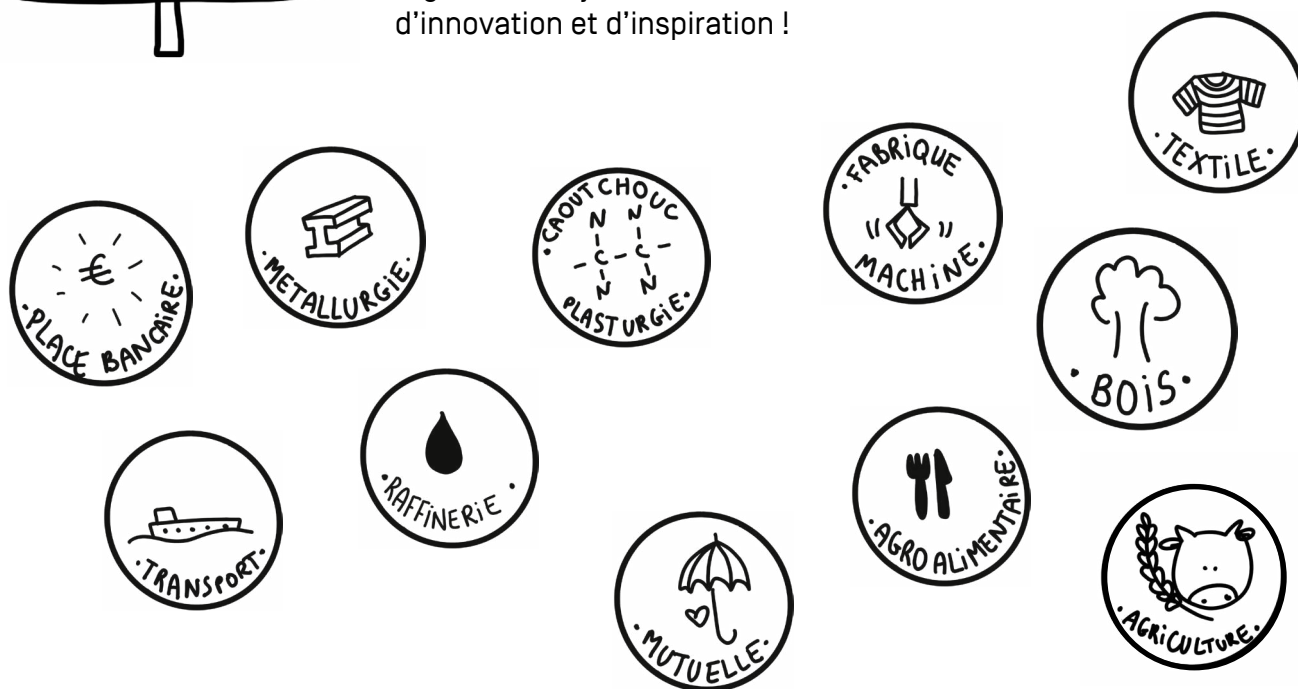
➔ 2ème région en terme d'emplois dans l'économie sociale et solidaire.



➔ La production animale est, en valeur, + forte dans la région que la production végétale [35%]. Complètement l'inverse au national !



La grande variété de savoir-faire sur le territoire de la région des Pays de la Loire est une richesse, source d'innovation et d'inspiration !



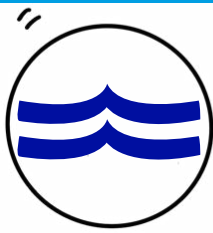
3/4 du chiffre d'affaire et des emplois de l'industrie Agro sont dans le secteur de la viande, la boulangerie-pâtisserie industrielle et les produits laitiers.

les défis à relever

LA CARTE « DÉFI »

est un outil créatif utilisé lors de la phase d'idéation d'un workshop pour mettre en valeur et réfléchir autour des spécificités de la région.

Défi 1 Océan



UTILISER
la façade
MARITIME
et ses ressources

Défi 2 SAVOIR-FAIRE



favoriser les
SYNERGIES
RÉGIONALES

Défi 3 SÉNIOR



tenir compte
du VIEILLISSEMENT
de la POPULATION

Défi 4 TRANSITION



DIVERSIFIER
les apports
PROTÉIQUES



#4 AGIR :

*des fiches inspir'actions pour
passer à l'action!*

Des pistes concrètes d'innovation
pour vous lancer, tester,
ou orienter vos projets internes.

Et moi dans tout ça?

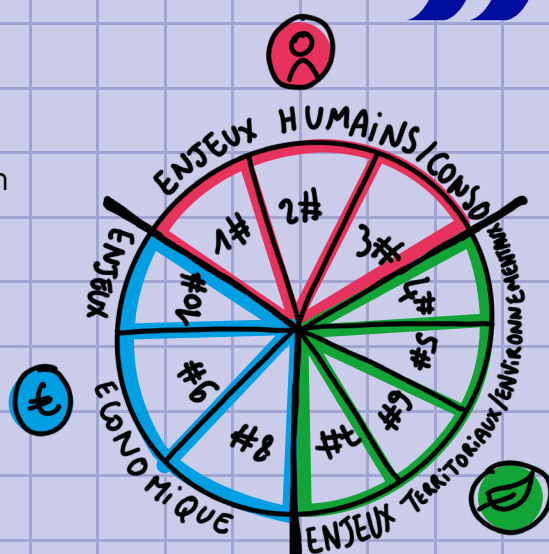
Nous vous proposons 10 fiches pour **vous inspirer**
et **vous aider à innover**. Elles ont été élaborées à
partir de l'ensemble des idées recueillies lors du
workshop, de notre veille sur le thème Alimentation
Santé.

N'hésitez pas à les utiliser, les annoter et les
partager.

Elles sont à votre Disposition

Pour plus de clarté, nous les avons organisées
autour de trois enjeux prioritaires :

- Enjeux humains et consommateurs
- Enjeux territoriaux et environnementaux
- Enjeux économiques



Bonne Inspiration!

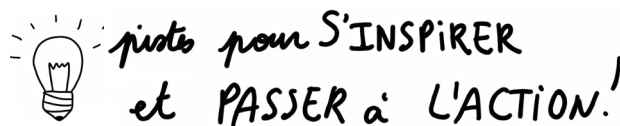
1# Eduquer & Vulgariser, à tous les âges.



#DÉMOCRATISER

Enjeu : donner envie à TOUS les français, les + jeunes comme les + âgés, de changer durablement leur alimentation à chaque étape de leur vie.

Axe d'innovation : Intégrer, dans les produits ou services développés, des approches ludiques ou pédagogiques.



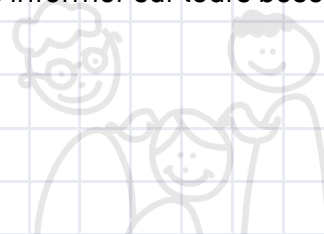
EXEMPLES

- **La Tablee des Chefs**, des ateliers d'éducation alimentaire pour les jeunes dans les collèges avec la participation de chefs partenaires des IAA.
- Danone avec son programme « **EVEIL & Vous** » propose des contenus pédagogiques pour accompagner les parents dans l'apprentissage alimentaire des enfants.
- **Casino et Intermarché** testent des rayons avec affichages « pédagogie nutrition » simplifiés par couleurs (exemples : sel, sucre, graisses).

POUR EN SAVOIR +

- Regarder le webinar sur la **Génération Z** : manger mieux et autrement : [Lien ICI](#)

- Utiliser des serious games lors d'événements : une fresque de l'Alimentation Santé, un escape game alimentation santé ou un jeu de l'oie alimentation santé (INRAe).
- Concept de cookinaire pour cuisiner ensemble ou à distance et s'approprier des recettes du quotidien à partir d'ingrédients simples et abordables.
- Concept de défis consos du manger sain (cf. ma petite planète ou défi 0 déchet) à relayer sur les réseaux sociaux.
- Pour les enfants : des packagings avec des jeux en réalité augmentée ou non qui encouragent à varier son alimentation.
- Pour les jeunes adultes / actifs : un snacking sain & éducatif avec QR code interactif vers des vidéos ou conseils. Ou la création d'une expérience digitale immersive.
- Pour les seniors : des forums, salons, relais en pharmacies pour les informer sur leurs besoins nutritionnels.



Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !

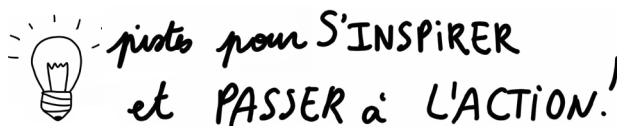
2# L'ultra-non-transformation.



#SIMPLIFIER

Enjeu : répondre aux attentes des consommateurs en quête de plus de transparence et de simplicité dans la liste d'ingrédients.

Axe d'innovation : concevoir des produits à la transformation maîtrisée, plus proches des attentes actuelles de naturalité, de simplicité et de qualité nutritionnelle.



EXEMPLES

- **Le label GOÛM** qui distingue les produits les plus proches du fait maison.

- Les influenceurs comme **@clemfoodie** prônent les plats du quotidien en toute simplicité.

- **YAMO** et ses petits pots bébé non stérilisés proches du fait maison grâce à la haute pression à froid.

- Développer des nouvelles gammes de produits fermentés utilisant des techniques de transformation ancestrales, douces et peu énergivores : lactofermentation, séchage naturel, fermentation au levain...

- Développer des préparations sans additifs ni conservateurs, en jouant sur la fermentation ou la surgélation.

- Utiliser des ingrédients ayant plusieurs fonctions technologiques naturelles pour remplacer plusieurs additifs.

- Miser sur des ingrédients bruts ou reconnaissables.

- Proposer des produits avec peu d'ingrédients, tous compréhensibles et visibles. Créer des recettes simples inspirées de gestes culinaires traditionnels (ex : plats mijotés).

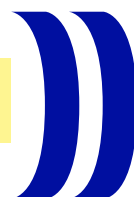
- Mettre en avant la traçabilité des matières premières, leur origine locale ou leur saisonnalité.

- Réinventer la commodité sans transformation excessive, en proposant des produits prêts à cuisiner, non ou peu transformés ou à personnaliser par le consommateur.

POUR EN SAVOIR +

- Vous cherchez une expertise recherche rendez-vous sur la **boîte à outil recherche** : [Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



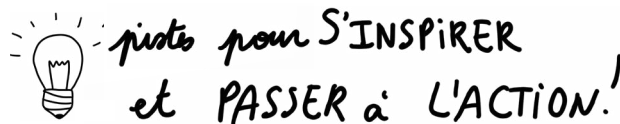
3# Nourrir corps et esprit.



PRENDRE SOIN

Enjeu : répondre aux attentes des consommateurs de + en + conscients de l'impact de l'alimentation sur leur bien-être global.

Axe d'innovation : proposer des produits hyper personnalisés selon l'âge, le sexe, le mode de vie... avec de véritables bénéfices sur la santé physique mais aussi mentale.



EXEMPLES

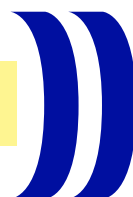
- **Good food for MAMA** et son bouillon français adapté aux femmes en post-partum.
- **Jubiles** et son kombucha, une boisson vivante réputée pour l'amélioration de la digestion et de la flore intestinale.
- **Yacon & co** propose une alternative saine pour remplacer le sucre.
- La Fondation FondaMental a lancé **Food4Mood**, une application mobile qui vise à aider à mieux manger pour prévenir les troubles dépressifs.

- Développer des «mood foods» : barres anti-stress, tisanes apaisantes, yaourts enrichis en intégrant des ingrédients aux propriétés neuroactives (magnésium, tryptophane, probiotiques).
- Créer des pop-up stores bien-être ou concepts food-bars avec dégustations et conseils santé.
- Concept de produit hyper personnalisé pour des moments précis de la journée dans des lieux de ventes adaptés. Par exemple : une collation «anti coup de mou» dans les distributeurs des salles de pauses.
- Packaging interactif "Mood of the Day" : chaque emballage affiche un petit mantra ou une phrase positive différente à collectionner.
- Une campagne digitale où l'utilisateur scanne son snack et obtient une playlist "bonne humeur" ou un exercice de respiration guidée en 1 min.
- Faire le BUZZ avec un produit « interdit » mais bon pour la santé ! Par exemple : utiliser le TACOS à gros potentiel viral, pour démocratiser des pratiques alimentaires plus saines.

POUR EN SAVOIR +

- Ecoutez le podcast de Pop'in et popote sur le Microbiote : [Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



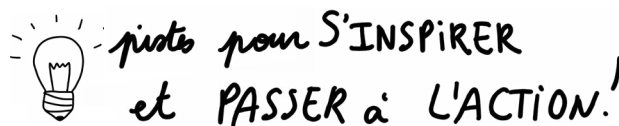
4# Le potentiel d'innovation Terre Mer.



#VALORISER

Enjeu : capitaliser sur la situation géographique de la région entre terre et mer, avec une grande richesse de ressources agricoles et marines.

Axe d'innovation : créer des produits à forte identité à partir des savoir-faire et ressources régionales terre-mer, respectueuses des écosystèmes voire à visée régénérative.



EXEMPLES

- **Sea4Earth** dont l'objectif est de développer à l'échelle industrielle de la production des macroalgues cultivées.
- **Lokki** et son kombucha, menthe et spiruline.
- **Hénaff** et sa terrine iodée de cochon et d'algue.

- Développer une gamme régionale Terre-Mer valorisant le mix des produits végétaux et marins appuyée par un label produit.
- Développer une gamme de snacks végétaux à base de macroalgues locales séchées ou fermentées, associées à des ingrédients agricoles régionaux.
- Créer une offre clé-en-main d'ingrédients enrichis en microalgues, spiruline ou chlorelle, pour cantines et industries locales à utiliser, par exemple, dans les sauces, les purées ou les pâtes.
- Intégrer des ingrédients marins dans des bases connues pour élargir l'offre. Par exemple : crackers au blé ancien & wakamé, pain protéiné au son d'avoine et miettes de maquereau, blinis aux épinards et hareng fumé etc.
- Impliquer les filières pêche et agriculture locales en co-développement.
- Travailler avec des chercheurs sur les usages culinaires innovants des algues, coquillages, poissons...
- Tester des combinaisons inattendues en panels consommateurs pour sortir des sentiers battus.

POUR EN SAVOIR +

- Regarder le webinar **Microalgues** : levier d'innovation pour l'industrie agroalimentaire [Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !

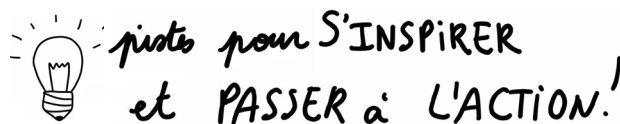
5# Les Co-produits : nouvelles stars de l'alimentation !



#RÉGÉNÉRER

Enjeu : favoriser l'économie circulaire en région et limiter le gaspillage alimentaire.

Axe d'innovation : imaginer des synergies entre acteurs du territoire pour transformer les co-produits et déchets alimentaires en nouvelles ressources utiles.



EXEMPLES

- La coopération entre **Tipiak x Kignon** pour tester, à échelle industrielle, le modèle **Handi-Gaspi** qui utilise les co-produits boulangers pour faire des biscuits.
- La coopération **Muroise & compagnie x Biohème**, les épluchures d'oranges sont valorisées dans les recettes de tisanes.
- **Malàkio** récupère des coquilles vides pour en faire une matière première pour la création d'objet.
- **Circul'egg** fournit en coquille d'oeuf l'entreprise de peinture de toit Enercool.

- Développer des emballages co-produits à partir des ressources régionales. Par exemple : fibres textiles + déchets marins type algues.
- Développer une gamme d'ingrédients fonctionnels (fibres, protéines, antioxydants, minéraux) extraits de co-produits végétaux ou animaux (peaux, pulpes, noyaux, fanes, drêches...), à destination des industriels pour formuler des produits plus sains et durables. Par exemple : fibres extraites de peaux de pommes pour biscuits riches en fibres.
- Mutualiser localement les surplus pour créer des produits à plusieurs. Par exemple : une filière de smoothies partagée par plusieurs maraîchers, un groupement d'IAA pour proposer un panier commun "anti-gaspi" multimarques etc.
- Utiliser les co-produits de l'agroalimentaire dans d'autres filières industrielles.



POUR EN SAVOIR +

- Ecouter le podcast Pop'in et Popote sur l'impression 3D, une solution pour valoriser les co-produits ! [Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !

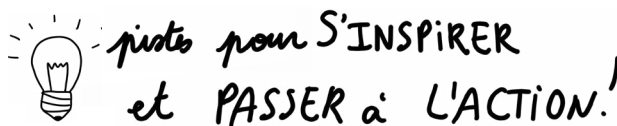
6# Transition protéique.



#VARIÉTÉ

Enjeu : aider les consommateurs à varier leur alimentation pour une meilleure santé et une plus forte souveraineté alimentaire à l'échelle régionale [moins d'importations et plus de soutien aux filières locales].

Axe d'innovation : innover en diversifiant les sources de protéines utilisées dans les produits pour permettre aux consommateurs d'équilibrer leurs assiettes.



EXEMPLES

- Les tranches Végétales de **Fleury Michon**.

- **Chansemis**, production vendéenne de champignons dont les cornettes naturellement riches en protéines.

- **Maash**, production d'une pâte de mycoprotéines, un ingrédient protéiné pensé pour l'industrie agroalimentaire.

- Concept de produits locaux et accessibles à base de nouvelles sources de protéines. [ex : le quinoa, le konjac ou le mycélium].

- Accompagner les consommateurs sur la compréhension des équivalences protéiques via des tutos par exemple.

- Créer un storytelling fort sur le terroir, la traçabilité et l'impact positif des cultures.

- Miser sur la diversification des protéines en intégrant du mycélium dans vos recettes.

- Développer des protéines « bleues » en valorisant les ressources marines durables.

- Développer des produits associant des protéines animales et végétales.

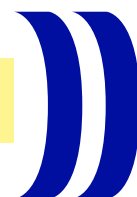
- Sensibiliser aux atouts environnementaux de l'élevage bovin [ex : l'équilibre de la biodiversité et l'entretien de nos marais]. Et encourager à la consommations de races locales.

POUR EN SAVOIR +

- Regarder le webinaire Les Jeudis de l'agro - Les protéines végétales : quelles opportunités ?

[Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



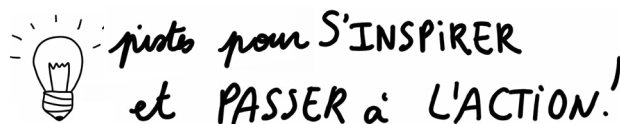
7# Se sourcer localement.



#SENS

Enjeu : valoriser la richesse des ressources et savoir-faire régionaux en faveur d'une alimentation plus saine et locale.

Axe d'innovation : créer un imaginaire et un storytelling fort autour des produits locaux, attractifs et porteurs de sens pour les consommateurs.



EXEMPLES

- **Ici, on cuisine** est une opération imaginée par la Région des Pays de la Loire pour faire des restaurants scolaires des lieux où s'acquiert et se transmet le goût du bon, du sain et du local.



- **Le kiosque Paysan** est une plateforme logistique distribuant des produits bio & locaux en direct des fermes.

- **Le MiN de Nantes** organise 'la fête du Local' pour expliquer ce qui vient de la région.

- Concept « Kit repas à cuisiner » : une offre de repas livrée (ou à aller chercher) composée à partir des ressources du territoire aux recettes uniques et pensées pour que tout le monde puisse les manger quelque soit ses contraintes alimentaires.
- Proposer des visites virtuelles de producteurs et de conserveries comme les visites virtuelles des musées.
- Créer des filières agricoles spécifiques pour co-construire des approvisionnements innovants avec les producteurs locaux.
- Imaginer des produits 'Terroir Nouvelle Génération' en modernisant les produits traditionnels avec des codes actuels.
- Créer un storytelling fort autour du sourcing pour rendre visible l'engagement local de manière attractive. Par exemple : cartographie des producteurs sur le pack, capsules vidéo sur les réseaux sociaux montrant les partenaires locaux etc.

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !

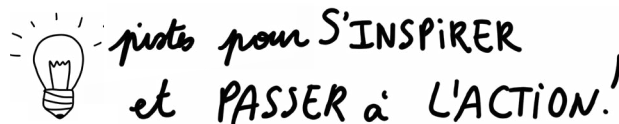
8# La sobriété en ressources.



#RÉSILIENCE

Enjeu : favoriser une alimentation régionale plus sobre et respectueuse de l'environnement.

Axe d'innovation : intégrer des pratiques de sobriété [énergétique, usage de l'eau...] à chaque étape du cycle de vie des produits pour réduire son empreinte environnementale.



EXEMPLES

- **Projet EDF x Ecole de Design Nantes Atlantique :** « et si on donnait du goût à la sobriété ? » Recherches sur la manière de cuisiner, réchauffer, conserver ses aliments pour une vie + sobre.

- Glâner des solutions en open sources sur le **LOWTECH LAB**.

- **La Mémère**, installe chez les éleveurs laitiers bio des sorbetières pour avoir moins de transport et être plus local !

- Écoconcevoir les recettes : sourcing local, formulation avec moins d'ingrédients à forte empreinte, utilisation de moyens de conservation moins énergivores etc.

- Récupérer de la chaleur fatale sur les lignes de production pour chauffer d'autres procédés ou récupérer l'eau de nettoyage.

- Refroidir autrement : refroidissement passif et stockage sans énergie, remplacement ou réduction des systèmes de réfrigération conventionnels par des technologies low-tech de refroidissement passif ...

- Utiliser l'énergie du soleil : agrivoltaïque, four solaire etc.

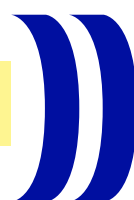
- Utiliser des produits alimentaires régénératifs, c'est-à-dire issus de pratiques agricoles ou de transformations qui rendent plus de ressources qu'elles n'en consomment, tout en régénérant les sols, la biodiversité et les écosystèmes.



POUR EN SAVOIR +

- Regarder le webinaire **Prospective environnementale : quels impacts sur nos assiettes ?**
[Lien ICI](#)

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



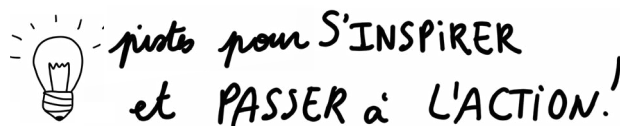
9# Le manger sain pour tous.



#FINANCER

Enjeu : rendre accessible les produits bons pour la santé [accessibles en prix et faciles à trouver en point de vente]

Axe d'innovation : concevoir des produits accessibles qui permettent aux consommateurs de mieux maîtriser leur budget tout en adoptant une alimentation saine et équilibrée.



EXEMPLES

- **La caisse commune de l'Alimentation** est en expérimentation en cours dans certaines villes (Montpellier, Nantes etc). L'idée d'une carte vitale de l'Alimentation pour donner accès à des produits conventionnés pour un montant de 150 € par personne.
- **Mamie Régale**, des repas équilibrés, livrés [avec des livraisons solidaires] et cuisinés avec les "mamies" pour les éloigner de la solitude.
- **L'Epi'mobile** est un service intercommunal de livraison pour lutter contre la précarité alimentaire.

- Améliorer l'accessibilité géographique des produits et innover dans les modes de distribution, afin de compléter le système actuel et se rapprocher des lieux de consommation des publics les plus fragiles.
- Réduire les coûts en partageant les ressources humaines et en mutualisant certains moyens de production.
- Adapter le marketing pour valoriser la santé sans stigmatiser.
- S'inspirer des régimes traditionnels frugaux, adaptés à notre territoire. Par exemple : Tradition vendéenne de plats simples, à base de légumineuses, de pain, de légumes cuits longuement.



Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



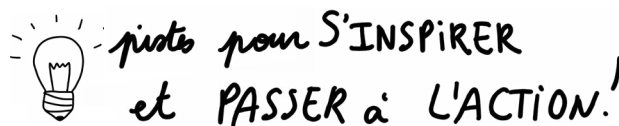
10# L'IA au service d'une meilleure alimentation.



#ACCÉLERER

Enjeu : Utiliser le potentiel de l'intelligence artificielle en faveur d'une alimentation plus saine, durable et accessible.

Axes d'innovation : explorer les opportunités offertes par l'intelligence artificielle pour innover vers une alimentation plus saine, durable, personnalisée... et accessible à tous.



EXEMPLES

- **Tilkal** : la blockchain + l'IA pour renforcer la traçabilité de la chaîne alimentaire. Cela permet aux marques de mieux gérer les risques, de répondre aux exigences réglementaires et de renforcer la confiance des consommateurs.

- **Innov'IA** : Microencapsulation et formulation intelligente. Cette entreprise française utilise l'IA pour optimiser les procédés de microencapsulation d'ingrédients nutritionnels (vitamines, probiotiques, protéines végétales...), avec un focus sur la stabilité, la biodisponibilité et la durabilité.

POUR EN SAVOIR +

- Écouter le podcast Pop'in et Popote

C'est quoi L'IA dans l'agro ?
[Lien ICI](#)

- Une application pour personnaliser son alimentation grâce à l'IA avec des conseils personnalisés, des recettes et menus adaptés selon le profil de consommateurs et les habitudes alimentaires et des lieux où acheter les produits recommandés.
- Utiliser l'IA pour créer des formulations réduites en additifs, moins transformées mais stables, savoureuses et nutritionnellement adaptées.
- Réduire le gaspillage dans les process : prédire les dates de péremption plus précisément grâce à des capteurs et algorithmes et mieux gérer les flux logistiques.
- Analyser les attentes consommateurs en temps réel. Utiliser les données issues des réseaux sociaux, forums, plateformes de e-commerce pour détecter les signaux faibles, les nouvelles attentes santé/durabilité, les craintes [ultra-transformation, origine...].
- Générer des concepts de produits à partir de bases de données tendances et de critères santé/durabilité.

Notre écosystème régional regorge de compétences qui peuvent vous accompagner. Pour en savoir plus, n'hésitez pas à contacter le Technocampus Alimentation !



INNOVER AUJOURD'HUI, c'est aussi répondre aux attentes sociétales en intégrant davantage de durabilité et de responsabilité. L'Alimentation anté représente ainsi un levier stratégique pour les entreprises bien au-delà d'un simple marché.

En Région des Pays de la Loire, les conditions sont réunies pour faire émerger des projets porteurs de valeur : un écosystème agroalimentaire solide, des expertises scientifiques reconnues, une diversité de savoir-faire industriels. Ces atouts offrent un terrain propice pour développer des réponses concrètes à des attentes réelles.

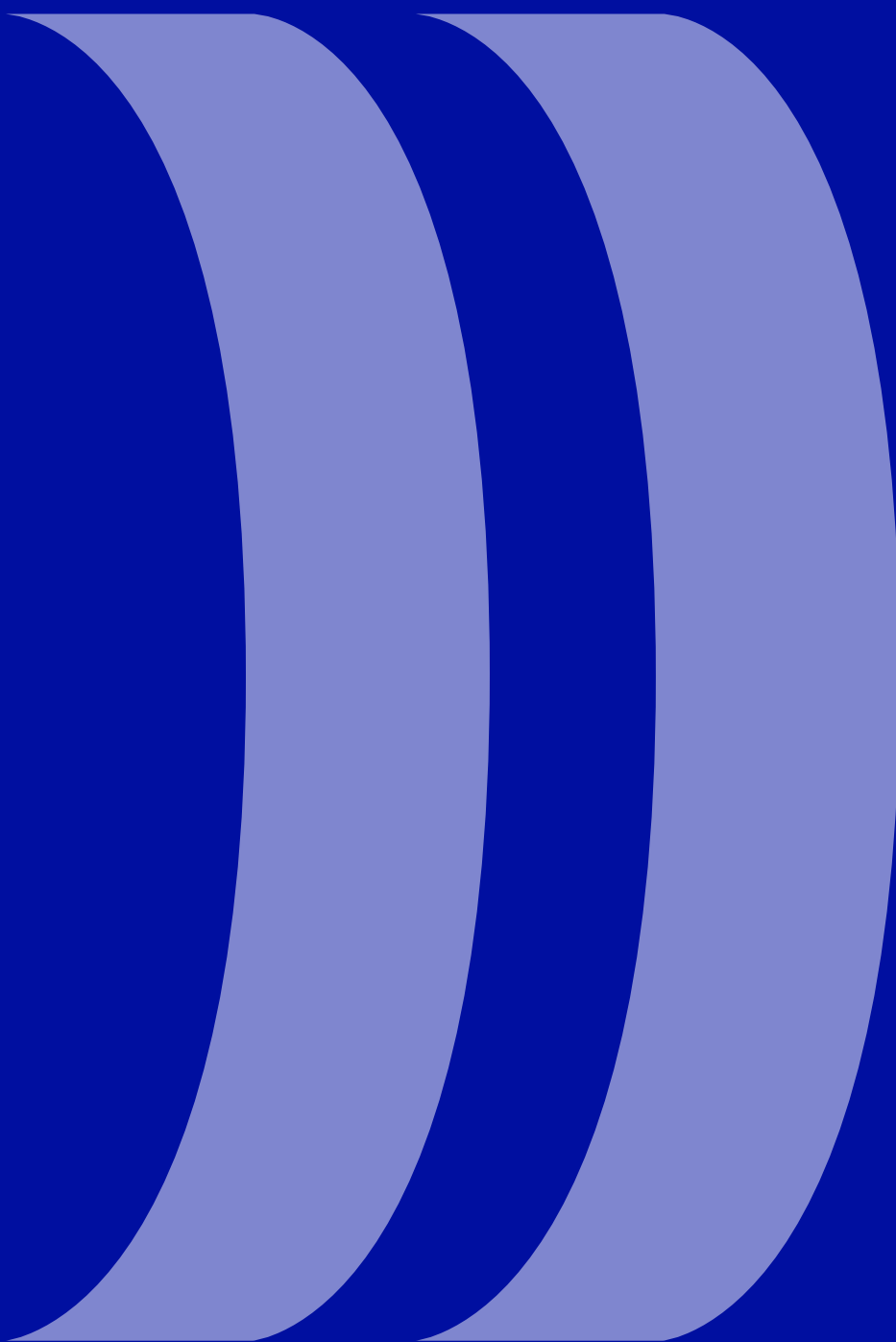
Ce guide propose donc des repères, des idées et des outils pour accompagner cette dynamique.

À chaque entreprise de s'en saisir selon ses ambitions et ses réalités !

L'équipe du Technocampus Alimentation

2 Impasse Thérèse Bertrand Fontaine
Site de la Géraudière
44300 Nantes
www.technocampus-alimentation.fr





La Région des Pays de la Loire via son Technocampus Alimentation
propose ce guide créatif pour aider les entreprises
à innover en Alimentation Santé.

Réalisation : Les Pickles!
Rédaction : Technocampus Alimentation
Crédit illustration : Laure Choquet

Octobre 2025