



Food Tour

ÉDITION 2023

EMBARQUEZ POUR UN TOUR DU MONDE DES INNOVATIONS ALIMENTAIRES...

La Région des Pays de la Loire est fortement engagée auprès de la filière agroalimentaire, fleuron de l'économie régionale.

En soutien à cette filière, le Conseil régional a voté, fin 2022, une stratégie intitulée « Terre, Mer, agissons pour une alimentation durable ». Dans un contexte global de crises sanitaire, climatique et géopolitique, cette politique régionale vise à maintenir la capacité nourricière de notre territoire pour assurer à l'ensemble de nos concitoyens une alimentation durable et de qualité, en maintenant une production diversifiée et des filières agricoles et agroalimentaires résilientes.

Créé il y a 5 ans par la Région, le Technocampus Alimentation traduit notre volonté d'œuvrer pour la compétitivité des entreprises de ce secteur, ainsi que pour la valorisation des compétences ligériennes. L'innovation et le collectif sont deux valeurs qui nous animent. Nous sommes fermement convaincus que la petite étincelle de l'innovation se nourrit du partage des expériences, de connaissances d'horizons variés et d'une ouverture sur le monde. C'est pourquoi nous avons lancé Food Tour sur notre territoire.

Ce projet unique et différenciant place la jeunesse au cœur de l'action et la met en lien avec le monde professionnel. Il répond ainsi à deux des trois priorités de la Présidente de notre Région, la jeunesse et l'emploi, la troisième étant la transition écologique. Food Tour valorise le regard des étudiants sur le monde et emmène les entreprises à la découverte de nouvelles cultures, de nouvelles sources d'inspirations pour imaginer une alimentation plus durable et diversifiée et préserver nos ressources.

Ce cahier d'innovations vous permet de retrouver l'ensemble du travail de la première promotion Food Tour, pour inspirer votre créativité !

Lydie Bernard
3ème Vice-présidente du Conseil régional
Présidente de la commission Agricultures, agro-alimentaire, alimentation, forêt, pêche et mer



Avec Food Tour, embarquez pour un tour du monde des innovations alimentaires grâce aux étudiants !



Un produit existant à l'étranger peut devenir une innovation en France !
C'est fort de ce constat qu'est né Food Tour.

Food Tour est donc avant tout une démarche de veille originale et différenciante car participative et mobilisant le regard d'étudiants partis aux quatre coins du monde dans le cadre de leur cursus.

Pour cette première édition, une vingtaine d'étudiants du master Food Design de l'École de design Nantes Atlantique rapportent leurs trouvailles et leurs perceptions de différents horizons culinaires. L'angle de recherche qui leur a été proposé cette année est « l'anti-gaspi et la revalorisation des coproduits ». Pour autant, ils ramènent aussi dans leurs bagages des pépites autour de thématiques plus libres, en fonction de leurs coups de cœur car l'inspiration se trouve à tous les coins de rue et nous saute aux yeux même quand on ne l'attend pas !

La compilation de ces découvertes inspirantes vous est proposée dans ce cahier d'innovations et au cours d'une journée d'inspiration ce 1^{er} mars 2023 à l'Hôtel de Région à Nantes.



PARTENAIRES

Technocampus
Alimentation



Être un acteur ressource au service de l'innovation, de la recherche et de la compétitivité de toutes les structures de l'agroalimentaire en Pays de la Loire pour une industrie agroalimentaire plus durable, telle est la mission du Technocampus Alimentation.

Créé par la Région des Pays de la Loire, le Technocampus Alimentation est animé par Solutions&co, l'agence de développement économique des Pays de la Loire. Il a vocation à favoriser, développer et accompagner l'innovation des entreprises du territoire tout en fédérant et animant une communauté d'acteurs travaillant sur les questions d'alimentation en Région.

Le Technocampus Alimentation met ainsi en place les conditions propices au développement des échanges et des collaborations entre différents univers (Recherche, Formation, Entreprises) pour stimuler le travail collectif et insuffler sur notre territoire une dynamique globale d'innovation de la filière. C'est dans ce contexte qu'est né Food Tour, un projet porté par le Technocampus Alimentation.

Ensemble, alimentons l'innovation !

Pour en savoir plus : technocampus-alimentation.fr

solutions & co

L'agence de développement économique



Au sein de l'agence de développement économique de la Région des Pays de la Loire, Solutions&Co, le Département Analyse & Prospective anticipe pour appuyer les orientations économiques et faciliter la prise de décision à travers trois missions :

- Les Perspectives économiques et sociales : mieux comprendre le fonctionnement de la région et des territoires en réalisant des fiches filières, des analyses sur le contexte économique et les défis de demain ou encore en accompagnant la prise de décision par des approches cartographiques.
- L'intelligence économique : identifier des opportunités et des menaces grâce à une veille collaborative, la réalisation d'études et de benchmarks.
- La prospective : sans prédire le futur, cette démarche propose de mieux se préparer à l'avenir, en imaginant un ensemble de ruptures potentielles.

Vous pouvez retrouver les données et certaines analyses économiques produites par le département sur : www.paysdelaloire-eco.fr



Le programme Food Design explore les problématiques liées à l'évolution des systèmes alimentaires. Au sein de ce programme l'étudiant designer imagine des expériences globales autour de l'alimentation durable en répondant aux enjeux sociaux et territoriaux : santé, nouveaux modes de consommation, services de production et de distribution, création d'espaces, de produits et de services.

Domaines d'application : transformation, conditionnement, distribution et transport – Consommation : restauration collective, ustensiles, santé et services, stratégie de marque et identité, valorisation (bio-matériaux, ressources, déchets). Plus d'infos sur : www.lecolededesign.com

Papillote

Papillote est une agence nantaise d'innovation par le design, spécialisée dans l'accompagnement des projets « food ». Elle conseille depuis plus de 10 ans les acteurs de la filière alimentaire pour concevoir un produit juste, raconter une histoire riche de sens, ou faire vivre une expérience mémorable.

La diversité des sujets liés à l'alimentation l'emmène sur les terrains de :

- l'innovation alimentaire, pour imaginer les produits qui nous nourriront demain, ainsi que leurs modes d'achat et de consommation
- l'identité culinaire territoriale, pour redonner du sens au local et de l'attractivité à chacune des destinations à travers sa signature culinaire
- la tendance et la prospective sur des secteurs ciblés, pour inspirer et aider à anticiper
- la valorisation d'imaginaires, à travers la création culinaire ou graphique, pour déployer les belles initiatives

Pour parcourir les projets de l'agence et découvrir son univers : www.agence-papillote.com



SOMMAIRE



p. 8 à 17



p. 18 à 41



p. 42 à 51



p. 70 à 93



p. 52 à 69



p. 94 à 109



p. 120 à 135



p. 146 à 155



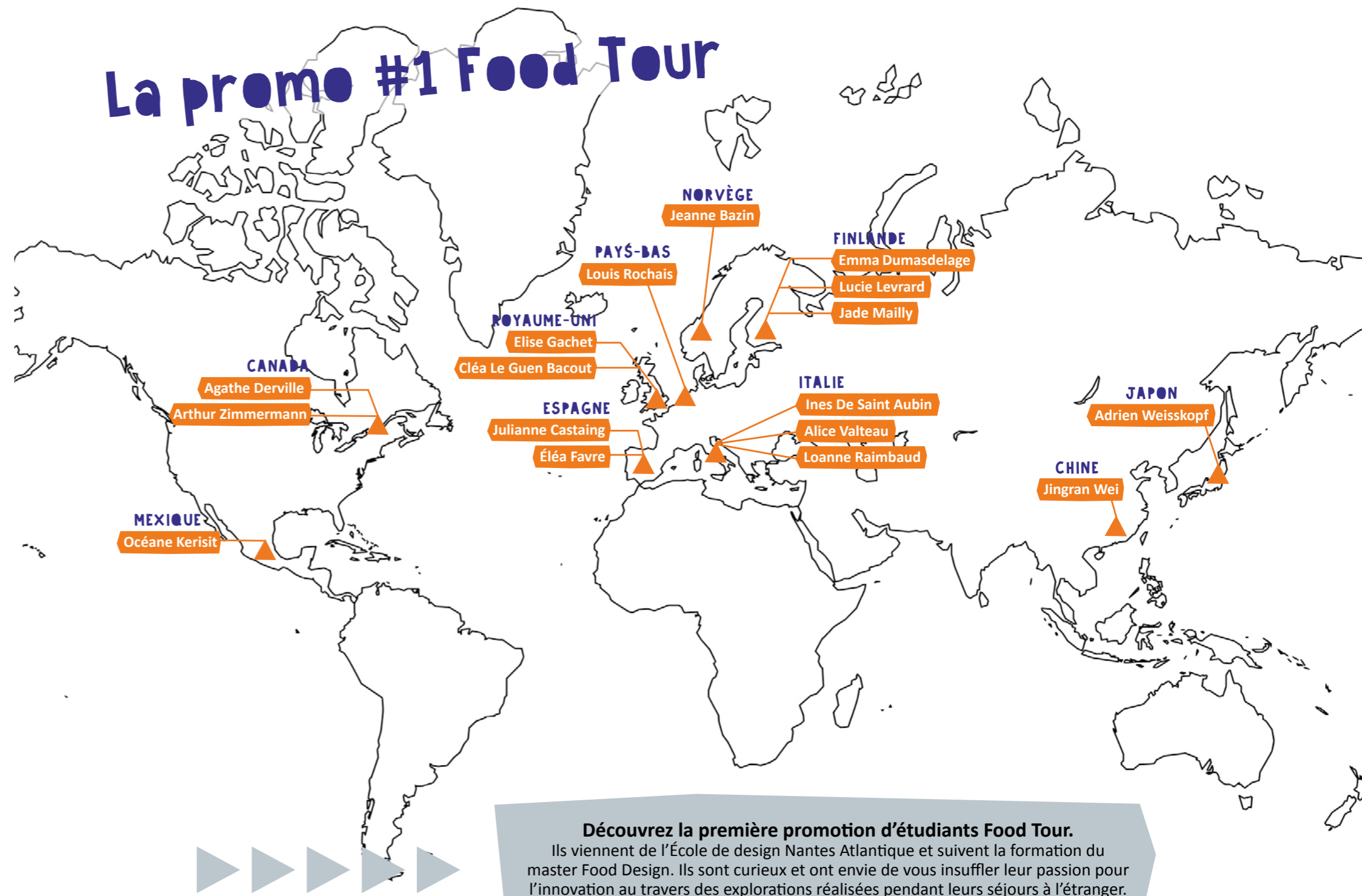
p. 110 à 119



p. 135 à 145

Pour aller plus loin...
p. 156-157

La promo #1 Food Tour



Découvrez la première promotion d'étudiants Food Tour.
Ils viennent de l'École de design Nantes Atlantique et suivent la formation du master Food Design. Ils sont curieux et ont envie de vous insuffler leur passion pour l'innovation au travers des explorations réalisées pendant leurs séjours à l'étranger.



LA NORVÈGE

Explorée de fond en comble par...

Jeanne Bazin
bkeannen@gmail.com



TENDANCES CONSO

Malgré un fort pouvoir d'achat, les Norvégiens sont sensibles au prix des produits alimentaires (10 % de leur budget en moyenne), sans pour autant négliger la qualité. ¹

En 2020-2021, ces tendances ont été renforcées par la pandémie : les consommateurs préfèrent soutenir les petits producteurs locaux, manger des produits sains et durables. ¹

Quelles sources suivre ?
Norway food industry news / KANTAR

La Norvège est l'un des pays d'Europe avec le plus grand nombre de supermarchés par habitant. Les épicerie fines sont peu nombreuses et il n'existe quasiment pas d'hypermarchés (hors Coop Obs). Les points de vente majoritaires sont les supermarchés et les magasins de proximité. ¹

Principales tendances : « snackification », plus de produits à base de légumes, moins de sucres, conscience accrue des consommateurs pour l'environnement, pour la santé et le bien-être (alternatives à la viande, packaging biodégradable, etc.). ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :



Marché, autres canaux :

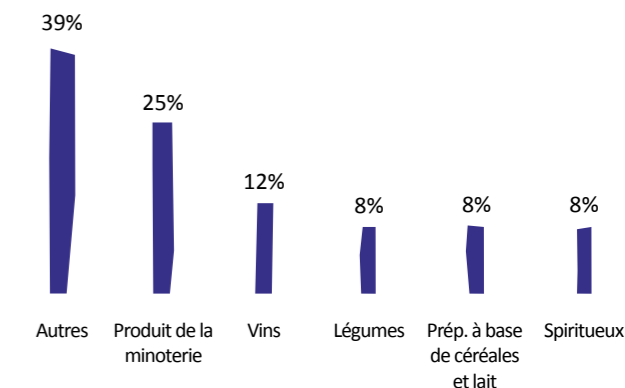


Top IAA :



EXPORT FRANCE NORVÈGE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Norvège

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

La Norvège est un pays devenu récemment riche grâce au pétrole. Avant les années 70-80, les produits alimentaires n'étaient que très peu diversifiés – principalement des produits peu transformés. Une fois la richesse apparue, l'alimentation se diversifie, les restaurants se développent...

Les plats traditionnels norvégiens sont assez simples : protéines animales - viande (porc, bœuf et mouton en hiver particulièrement) ou poisson (saumon, cabillaud) - avec des légumes racines - carottes ou topinambour et beaucoup de pommes de terre - ou du chou.

On y mange vers 11h30 le midi et 18h le soir, sans doute à cause de la présence limitée du soleil. Bien sûr, les traditions diffèrent en fonction du lieu d'habitation, celles-ci sont très différentes du nord au sud, de Tromsø à Oslo, car la lumière et la diversité ethnique n'y sont pas équivalentes.

Comment s'en inspirer ?

Ce qui m'a principalement frappé est la simplicité de leurs plats traditionnels, tout est très local et assez rustre quand on connaît la gastronomie française. Les heures des repas s'adaptent au cycle du soleil. Traditionnellement, les norvégiens sont très « naturels », ils suivent (ou suivaient) les saisons et la lumière du jour.

#tradition

NORVÈGE
Jeanne Bazin



Photo d'un silo à grain traditionnel norvégien

NORVÈGE
Jeanne Bazin

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



SAUMON

Traditionnellement, les norvégiens pêchaient beaucoup. Le saumon est une grande part de l'industrie norvégienne. Bien qu'il soit aussi coûteux là-bas que dans les pays où il est importé, le saumon est mangé de façon régulière lors des repas : fumé, cuit, en tartare ou « rillettes », servi chaud ou froid...



LÉGUMES RACINES

Le climat norvégien étant assez extrême, les légumes qui y poussent facilement sont limités. De plus, l'importation est coûteuse et ne se développe qu'après la découverte du pétrole. Les légumes racines sont donc les plus courants, parmi eux on compte : carottes, pommes de terre ou topinambours ; mais aussi toutes sortes de choux. Les plats traditionnels norvégiens sont toujours basés sur ces légumes.

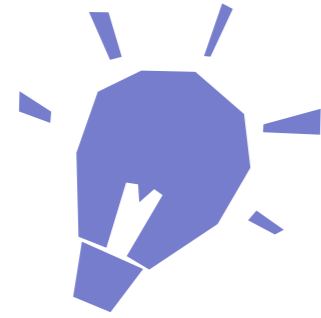


FRUITS ROUGES

Les fruits rouges poussent très facilement en été en Norvège. Les norvégiens consomment beaucoup de fraises, framboises ou myrtilles surtout. Ces fruits restent disponibles jusqu'à tard durant l'automne (cultivés en serre). En été, il est typique de manger des crevettes sur toasts, et des pancakes aux myrtilles.



BRUNØST



NORVÈGE
Jeanne Bazin

DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Le « brunøst » est un fromage de chèvre préparé avec du miel, ce qui lui confère sa couleur brune. Il est coupé en lamelles. Les norvégiens le consomment aussi bien avec du salé qu'avec du sucré (toast, gaufres, etc.) mais aussi en sauce dans des plats cuisinés.

Catégorie : Fromagerie

Fabricant : Tine Norway

Marque : TINE

Prix / positionnement : L'équivalent de 7-8€ les 750g, diffère en fonction de la concentration en fromage de chèvre

Type d'emballage : Emballage plastique compact.
Ici format à emporter 200 ml, existe aussi sous d'autres formats « à la maison » de 1L ou en brique à emporter.

Format : Pavés de 750g ou 1/2kg

Canal de vente : Supermarché, supermarché en ligne

Lien web : www.tine.no

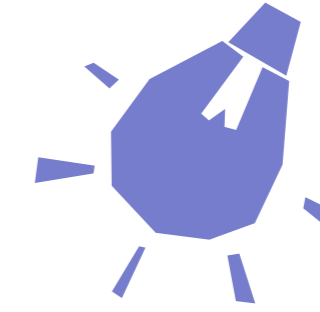
Date et lieu de découverte : Début août, lors d'un weekend dans une ferme traditionnelle norvégienne avec d'autres étudiants en échange



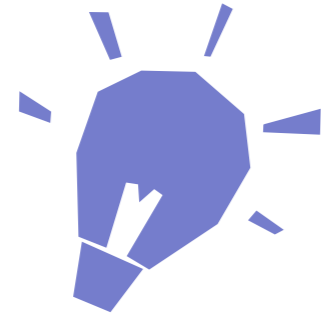
#découvertesensorielle
#praticité

NORVÈGE
Jeanne Bazin

BRUNØST



BRUNØST



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Utilisé avec du sucré ou du salé, le brunøst est consommé lors du petit-déjeuner, en-cas ou repas... Il peut être consommé chez soi mais aussi lors de pique-nique (en sandwich, etc).

Cible

Personnes actives, randonneurs, séniors, familles...

Recommandation de conservation / préparation

Se conserve longtemps au réfrigérateur (même après ouverture), à ne pas laisser trop longtemps hors du frais car le fromage à tendance à fondre facilement et le goût en est affecté. Le brunøst est meilleur lorsqu'il est coupé en fines lamelles, autrement il peut être écoeurant. En fonction des goûts, il existe différentes concentration de brunøst en fromage de chèvre : plus au moins sucré et doux.

Description sensorielle

Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

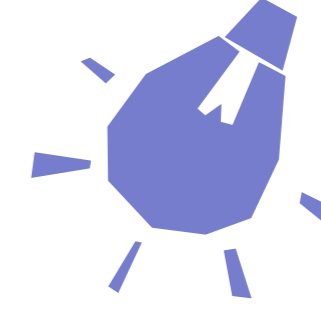
Texture : moelleuse / fondante

NORVÈGE
Jeanne Bazin



NORVÈGE
Jeanne Bazin

BRUNØST



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Le brunøst est un fromage sucré-salé produit en Norvège, vendu sous forme de bloc. Il se découpe rapidement et facilement, agréable à manger au petit-déjeuner, dans un sandwich ou en sauce pour un plat plus travaillé. Il est adapté à différents usages et fait partie des traditions alimentaires norvégiennes.

Expérience vécue VS promesse

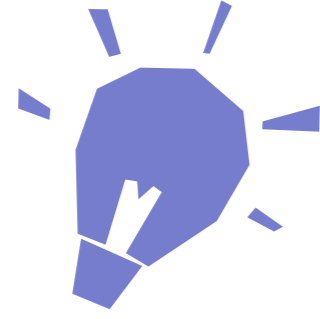
Lors de mon arrivée en Norvège, j'ai rapidement découvert le brunøst qui est un produit très consommé. Malgré le coût du produit, j'en ai énormément mangé (2 fois par jours je pense) pendant les premières semaines de mon échange. J'ai fini par être écoeurée par le fromage qui est quand même assez sucré, peu importe le rapport de concentration en miel/chèvre.

Comment s'en inspirer ?

Les blocs de fromage sont très courants en Norvège – que ce soit du brunøst ou l'équivalent du gruyère – et j'ai trouvé cela très pratique pour la préparation de sandwiches, toasts ou pizzas par exemple. Les norvégiens utilisent un outil (style économe) prévu à cet effet – je n'en avais jamais vu auparavant – qui facilite la découpe du bloc de fromage (voir la page précédente).



FISHERMAN'S FRIEND



Date et lieu de découverte

Oslo, Norvège - Août 2022

Quelle est l'innovation ?

Étant consommatrice de Ricola, il n'y avait pas les goûts des bonbons sans sucre que je consomme quotidiennement. En revanche, les pastilles de la marque Fisherman's Friend étaient disponibles sous différents parfums. Je suis donc passée à cette marque. L'emballage du produit est peu encombrant et le prix raisonnable, les pastilles sont sans sucre, fraîches et parfumées sans être écoeurantes. Bien que produites en Angleterre, ces pastilles sont liées à la Norvège. Elles ont été conçues dans les années 1860 pour calmer le mal de mer des pêcheurs en mers nordiques.

Comment s'en inspirer ?

Des pastilles très fraîches et sans sucre, disponibles sous plusieurs goûts, qui évitent les déchets que génèrent des chewing-gums à parfum équivalent.



#nomadisme
#alimentationcurative
#réductiondesdéchets





LA FINLANDE

Explorée de fond en comble par...

Emma Dumasdelage
emma.dumasdelage@yahoo.fr

Lucie Levrard
lucie.levrard@gmail.com

Jade Mailly
jade.mailly@icloud.com



TENDANCES CONSO

Les consommateurs finlandais ont tendance à faire leurs achats dans les hypermarchés. ¹

Quelles sources suivre ?
Businessfinland / KANTAR

Les consommateurs sont prêts à payer plus pour des produits de qualité. Ils s'intéressent de plus en plus aux produits gourmets (épices, volailles, fromages, pain et pâtisseries). ¹

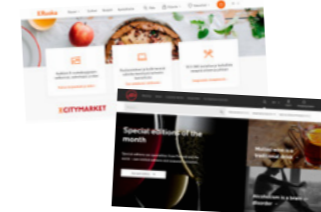
Vivre mieux est une des préoccupations principales des Finlandais et cela se traduit par des alternatives saines et végétales. Le végétarisme et le véganisme sont des tendances qui semblent s'installer durablement dans leurs habitudes alimentaires. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :



Marché, autres canaux :

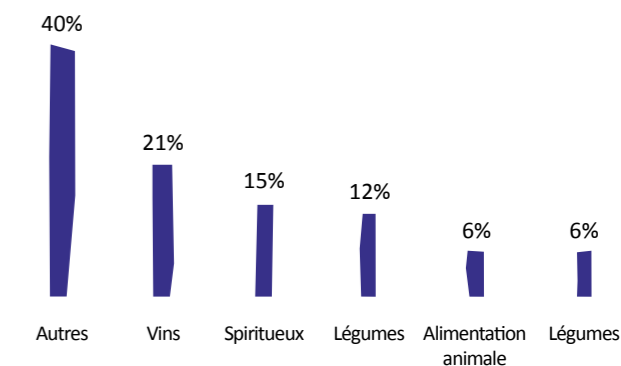


Top IAA :



EXPORT FRANCE FINLANDE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Finlande

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

En Finlande, et surtout en Laponie, les comportements alimentaires suivent les saisons. Avant, les Samis se déplaçaient au cours de l'année pour profiter de différents aliments. Aujourd'hui, les Finlandais de Laponie cueillent des baies en hiver, des champignons à l'automne et mangent de la viande de renne en hiver. Cet aspect est encore très présent, puisqu'en Laponie, le soleil (ou son absence) a un réel impact sur les comportements (ex : boire un verre de lait avec son repas pour compenser un manque de vitamine D).

Les Finlandais de Laponie aiment aussi partager un repas autour d'un feu de camp couvert, appelé « laavu », été comme hiver, et y font griller des saucisses « makkara ». Une association étudiante de l'Université de Laponie organise, chaque mardi, un rendez-vous au laavu.

Comment s'en inspirer ?

Cette idée de saisonnalité est aussi présente en France. Si les Finlandais la préservent, c'est à la fois pour des raisons culturelles, mais aussi par absence de choix. Les produits importés sont chers, car leur transport est long et le climat Lapon ne facilite pas les trajets. En France, les produits importés sont souvent moins chers que les produits locaux. Pourtant, on sait très bien que plus le transport est long, plus le produit a un impact néfaste sur l'environnement, l'économie locale, mais aussi la santé (produits sélectionnés avant d'être matures, donc perte de nutriments) et le goût.

#habitude

FINLANDE
Emma Dumasdelage



Groseilles en Août « herukka »

Cueillette estivale



Laavu fermé



Laavu ouvert

FINLANDE
Emma Dumasdelage



LEIPÄJUUSTO Pain de fromage

Ce fromage est fait à partir de colostrum de vache (parfois de chèvre ou de renne). Il peut se manger chaud : réchauffé à la poêle dans du beurre, ou fondu sur le feu et accompagné de confiture de « hilla » (plaquebière, baie qui pousse uniquement dans l'hémisphère Nord). Les Samis l'apprécient particulièrement trempé ou coupé en petits morceaux dans du café. Ce produit, surnommé « squeaky cheese » couine sous la dent, émettant un son proche de la neige lorsque l'on marche dessus.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



LOHIKEITTO Soupe de saumon

Cette soupe, à base de saumon, d'herbes aromatiques et pommes de terre, se retrouve souvent dans les marchés, fêtes, ou autre événement en extérieur (9-11€). Elle peut aussi être servie en restaurant, dans la cafétéria de l'Université ou en plat à réchauffer au micro-ondes. C'est un plat très consommé par ceux qui aiment le poisson.



PORON LIHAA Viande de renne

Comme la soupe de saumon, la viande de renne est souvent présente dans les marchés et foires. Cette viande se consomme sous différentes formes : boulettes, steaks, émincé, chips, pâté... Lorsqu'un renne est abattu, il est consommé entièrement. La viande est mangée, son sang sert à faire du boudin, sa fourrure et sa peau à faire des vêtements et ses os à faire des objets d'artisanat Sami.

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

En Finlande, on déjeune généralement vers 11h-11h30 et on dîne vers 18h-18h30. Ces horaires sont principalement dus aux jours très courts pendant l'hiver. La nourriture est moins variée qu'en France car la production de légumes, notamment, est compliquée par le froid et le manque de soleil. Ainsi, beaucoup de produits sont importés des pays étrangers. Cependant, la Finlande est l'un des leaders dans l'exportation de baies, plantes aromatiques ou encore céréales. En effet, la base de l'alimentation finlandaise est principalement constituée de légumes racines, céréales, soupes, poisson et un peu de viande.



▲
Lahti, 2022

Comment s'en inspirer ?

La Finlande est en avance sur l'alimentation alternative et plus respectueuse de l'environnement. Les finlandais sont habitués à essayer de manger au maximum une production locale et de saison. Aussi, ils ont beaucoup de propositions de plats sans gluten, végétarien ou végan disponibles dans les supermarchés et restaurants.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



CAFÉ

Les finlandais sont les plus gros consommateurs de café au monde. La moyenne nationale est de 12kg par habitant. C'est un café assez léger, parfois aromatisé. Il est généralement consommé tout au long de la journée. C'est pour les finlandais un moment important, une activité sociale à part entière.



GLACE

Pour accompagner le café, on mange une glace ! Les finlandais sont amateurs de nourriture sucrée et surtout de glace. Avec une moyenne de 14L de glace par habitant par an, ils sont parmi les plus grands consommateurs de glace en Europe. Pour eux, la glace n'est pas un dessert « exceptionnel » mais plutôt une habitude.



MYRTILLES

La myrtille est une baie qui pousse en abondance dans les forêts et est très appréciée par les finlandais. La récolte annuelle moyenne est de 184 millions de kilogrammes. Ainsi, la Finlande est l'un des plus gros producteurs mondiaux de myrtille et exporte sa production jusqu'au Japon notamment.



SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

En Finlande, on déjeune plus tôt que dans beaucoup d'autres pays. À l'école, la pause déjeuner normale se situe aux alentours de 11h. Certains étudiants vont même manger à 10h30. L'heure commune du dîner est autour de 17h.

Comment s'en inspirer ?

Ces horaires de repas peuvent être déroutants au début, mais finalement lorsque l'on prend l'habitude, je trouve que cela limite énormément le grignotage entre les repas. En effet, en France nous avons pour habitude de déjeuner vers 13h et dîner autour de 20h. Pour ma part il est donc fréquent que je mange un en-cas dans la matinée ainsi que dans l'après-midi. Or, avec les horaires de repas finlandais, je trouve que lorsque l'on commence à avoir fin, alors il est déjà l'heure de manger.



▲
Crackers finlandais

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



KANELBULLE
Roulés à la cannelle

Les Kanelbulles sont extrêmement répandus en Finlande. La plupart du temps on les mange comme snack dans l'après-midi. Il en existe des faits-maison dans les cafés ou bien des industriels qu'on peut trouver en supermarché. C'est une pâtisserie qui se mange à la main et par tout le monde.



KARJALAN PIIRAKKA
Gallettes fourrées

Elles contiennent du pudding de riz avec des oeufs concassés par dessus. On peut en trouver dans les petits restaurants rapides, sur les marchés ou en supermarché. Ils peuvent être mangés en entrée ou bien en snack salé et peuvent être consommés par tout le monde et sont facilement mangeables à la main.



RUISLEIPÄ
Pain de seigle

Il fait partie de l'alimentation de base des finlandais. On le retrouve dans les supermarchés pour être mangé avec ses différents repas, ou bien dans des petits restaurants souvent servi avec du saumon et de la crème.

HUKAINEN /LETTU



#prêt-à-manger
#retourauxorigines
#anti-gaspi

FINLANDE
Emma Dumasdelage

DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Au début du XX^e siècle, de nombreux Finlandais émigrent vers le Canada, dans l'Ontario, pour y travailler. C'est à ce moment là que sont nées les « crêpes finlandaises ». Ces crêpes contiennent du beurre et sont plus dorées. Aujourd'hui, elles ont été revisitées : à la pâte s'ajoutent carottes, épinards, avoine, pommes ou sang de porc.

Fabricant : ATRIA Suomi OY

Prix / positionnement : 1€69-1€89 pour 400g (premier prix)

Type d'emballage : Barquette plastique

Canal de vente : GMS

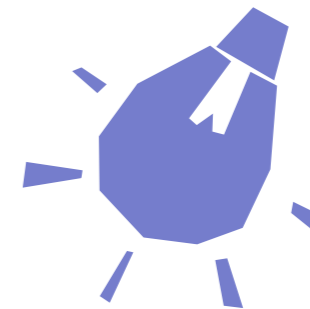
Lien web : www.atria.fi

Date et lieu de découverte : TRADITIONNEL : 21/08/2022, Carnaval du vieux marché de Rovaniemi
INDUSTRIEL : 24/10/2022, Lidl de Rovaniemi

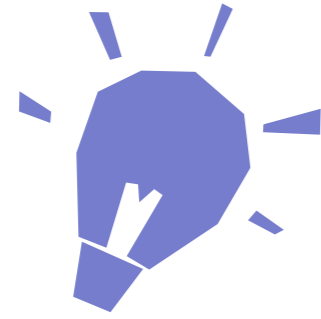


FINLANDE
Emma Dumasdelage

HUKAINEN /LETTU



● HUKAINEN /LETTU



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Petit-déjeuner/Déjeuner
Version traditionnelle : Sur le marché, à la maison, autour d'un feu de camp.
Version industrielle : À la maison, au travail, en sortie.

Cible

Personnes désirant un repas rapide, végétariens (sauf version sang de porc)

Recommandation de conservation / préparation

À conserver au réfrigérateur.
À consommer tel quel ou à réchauffer au four recouvert d'une feuille d'aluminium (20 min à 200°C) ou au micro-ondes (1min à 700W).

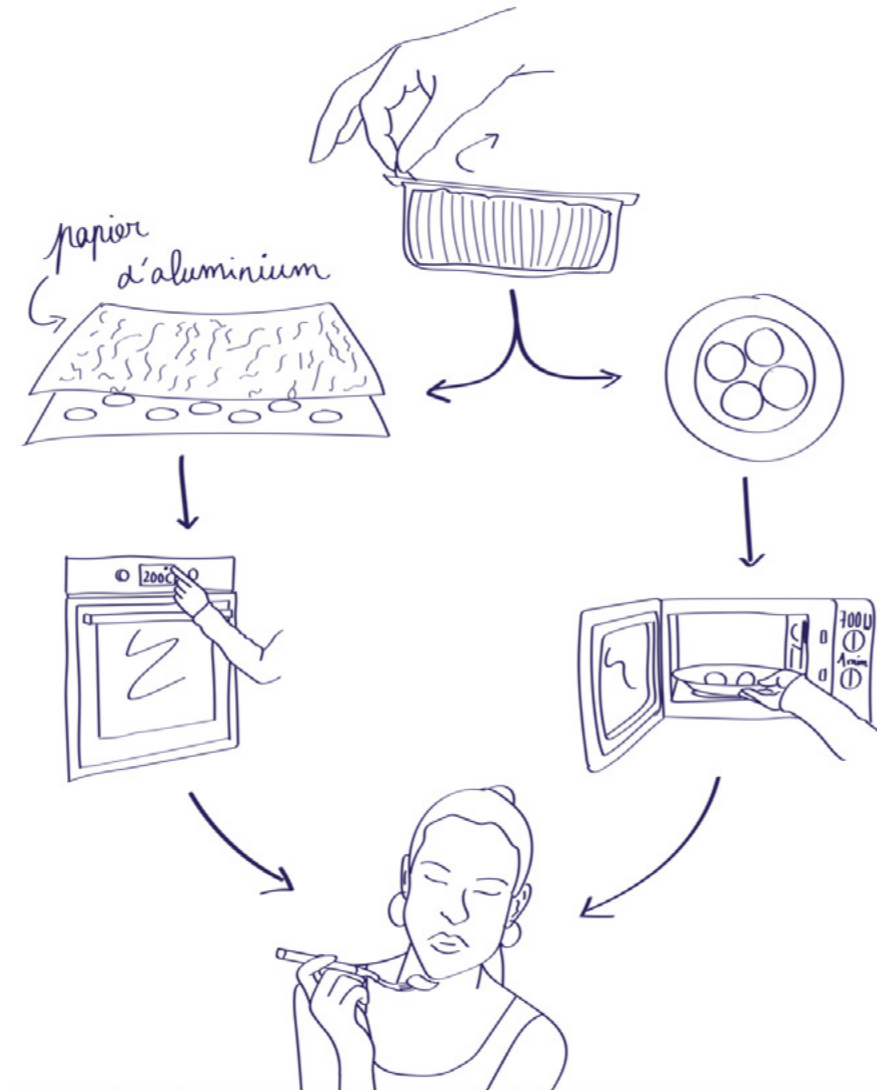
Description sensorielle

Liquide Solide Froid Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : moelleuse si froid et légèrement croustillante à l'extérieur si réchauffé.

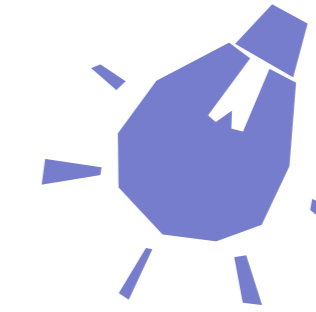
FINLANDE
Emma Dumasdelage



FINLANDE
Emma Dumasdelage



● HUKAINEN /LETTU



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit permet de manger rapidement tout en ayant un apport de nutriments plus intéressant que dans un « ohukainen » traditionnel. C'est un plat qui peut être produit en revalorisant des aliments invendables (épinards abimés dès la récolte) ou dérivés d'autres production (sang de porc).

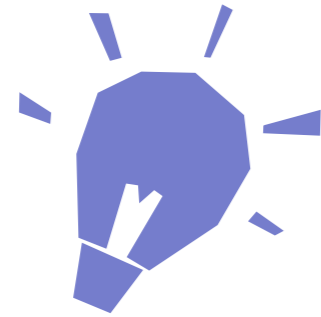
Expérience vécue VS promesse

La texture est assez prévisible, contrairement au goût. Les ohukainen étant de couleurs variées, on peut être surpris.
Expérience personnelle : Penser que la couleur bordeaux est donnée par la betterave (attente d'un goût sucré), et manger un produit au sang de porc (goût très proche du boudin noir).

Comment s'en inspirer ?

Donner un nouvel intérêt nutritionnel aux crêpes en ajoutant des fruits et des légumes à la pâte. Utiliser fruits & légumes invendus qui seraient jetés ou des dérivés de production (jus de fruits, soupes,...).

NYHTÖ- KAURA



FINLANDE
Lucie Levrard

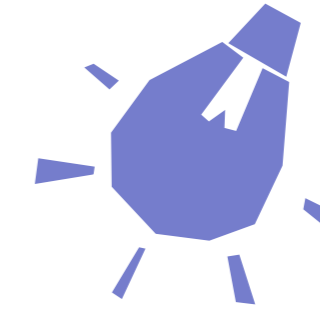


#praticité
#retouràlaterre
#transitionprotéique
#végétalisation

DESCRIPTIF PRODUIT

Description :	Préparation à faire cuire. Mélange de protéines végétales à base d'avoine, tomate et épices.
Catégorie :	Plat cuisiné
Fabricant :	Vallo
Marque :	Gold & Green
Prix / positionnement :	4,35€ (Kcitymarket)
Type d'emballage :	Emballage plastique souple + cartonné
Format :	Sachet portion 240g
Canal de vente :	Supermarché, magasin Bio
Lien web :	www.valio.fi
Date et lieu de découverte :	13 décembre 2022, Lahti Kcitymarket

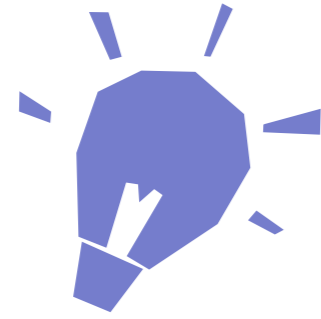
FINLANDE
Lucie Levrard



NYHTÖ- KAURA



NYHTÖ- KAURA



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

À cuisiner chez soi, pour le déjeuner ou le dîner.

Cible

Etudiant, Famille, Personne active

Recommandation de conservation / préparation

Instructions sur le sachet :

- Mélanger le contenant du sachet avec un peu d'huile et d'autres épices si souhaité
- Cuire au four (170° pendant 7min) ou faire revenir à la poêle pendant 5 à 6min
- Ajouter aux aliments (pâtes, riz, légumes,...) en fin de préparation

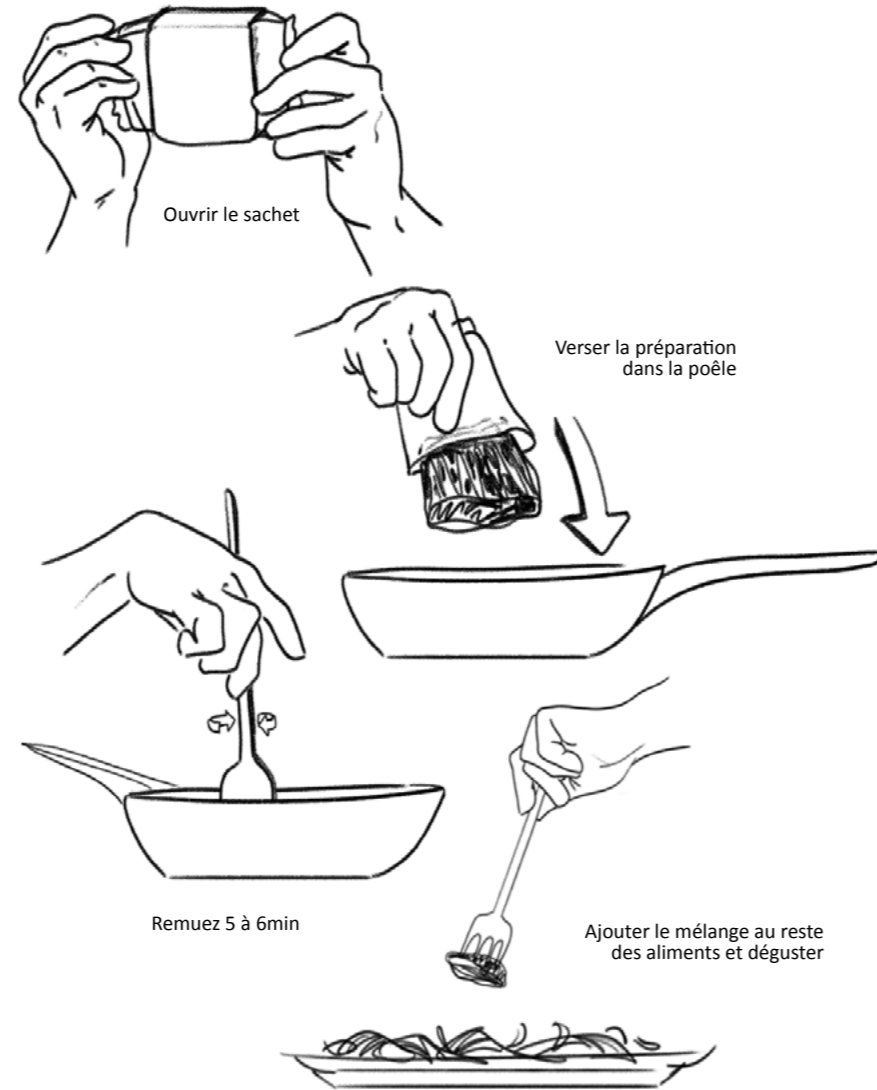
Description sensorielle

Liquide Solide Froid Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : similaire au bœuf en sauce

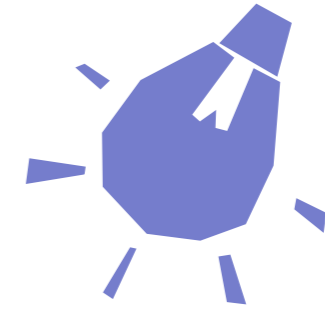
FINLANDE
Lucie Levrard



FINLANDE
Lucie Levrard



NYHTÖ- KAURA



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit propose une alternative entièrement végétale aux plats cuisinés contenant de la viande. À base d'avoine, il contient toutes les protéines nécessaires à la préparation d'un repas équilibré.

Expérience vécue VS promesse

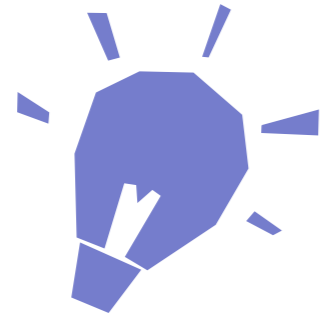
Le produit est simple d'utilisation et facile à intégrer avec une base de sauce tomate par exemple. J'ai mélangé la préparation avec des spaghettis, des oignons et une conserve de tomates concassées. J'ai trouvé le mélange goûtu, la texture est semblable à de la viande. La quantité d'un sachet peut convenir pour 2-3 personnes.

Comment s'en inspirer ?

Ce produit est fabriqué en Finlande en utilisant les ressources agricoles du pays. Je trouve cette alternative végétale intéressante car la production est locale, et propose aux consommateurs de réduire leur consommation de viande de manière saine et simplifiée.



MAKEA MOKA



#comfortfood
#prêt-à-manger
#anti-gaspi

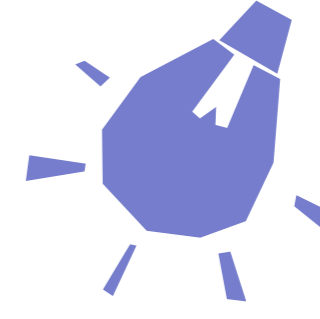
FINLANDE
Jade Mailly

DESCRIPTIF PRODUIT

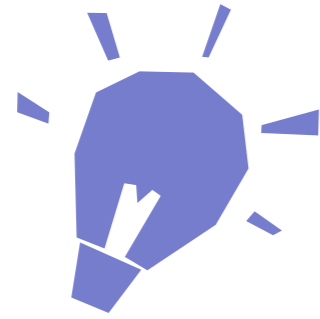
- Description :** C'est un paquet de bonbons qui regroupe tous les hors calibre de la production et en fait des sachets de bonbons moins chers. Les bonbons peuvent être plus petits, moins colorés ou collés ensemble mais le goût reste le même.
- Catégorie :** Chocolat / confiseries
- Fabricant :** Fazer
- Marque :** Fazer
- Prix / positionnement :** 2,00 € / discount, premier prix, bas de gamme
- Type d'emballage :** Sachet plastique
- Format :** Sachet de 300 g
- Canal de vente :** GMS, site internet, magasin Fazer
- Lien web :** fi.fazer.com
- Date et lieu de découverte :** 16 novembre 2022, lors de la visite de la Fazer Factory à Vantaa

FINLANDE
Jade Mailly

MAKEA MOKA



MAKEA MOKA



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Peut être mangé comme un snack à l'heure du goûter par exemple. Facile à transporter donc peut être consommé un peu partout.

Cible

Toute personne aimant les bonbons, et qui aimerait faire attention à son empreinte sur la planète, faire une bonne action simplement.

Recommandation de conservation / préparation

Pas de conservation ou de préparation particulière pour ce produit.

Description sensorielle

Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé ■ Sucré ✕ Amer ■ Acide ■ Umami ■

Texture : collant / gélatineux

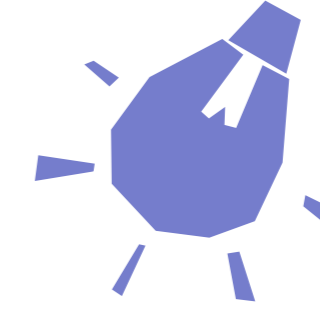
FINLANDE
Jade Mailly



FINLANDE
Jade Mailly



MAKEA MOKA



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

La marque Fazer regroupe dans les paquets de Makea Moka tout les bonbons hors calibre (couleur, forme, deux bonbons collés ensemble). Cela permet de limiter le gaspillage. De plus, ils vendent ces paquets moins cher que les originaux, ce qui permet à un plus grand nombre de personnes d'y avoir accès.

Expérience vécue VS promesse

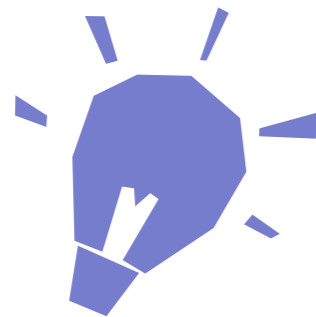
Ayant déjà essayé les bonbons originaux de la marque Fazer, je me suis rendue compte que le goût était le même malgré le fait que le produit ait l'air moins attrayant. Selon moi, la promesse de ce produit est donc respectée.

Comment s'en inspirer ?

Nous pourrions réaliser la même chose avec les marques de bonbon françaises ce qui limiterait le gaspillage lors de la production.



JENKKI



Date et lieu de découverte

16 novembre 2022 – Lahti, Finlande.

Quelle est l'innovation ?

Le xylitol est un édulcorant de masse issu de l'écorce de bouleau qui est utilisé comme substitut au saccharose. Son indice glycémique est bas, il est également efficace contre la formation de la plaque dentaire et peut inhiber le développement et la capacité d'adhérence de bactéries responsables des caries. La marque Jenkki et l'Université de Turku ont développé le premier chewing-gum sucré au xylitol au monde en 1975. Depuis, il est presque impossible de trouver un chewing-gum sans xylitol en Finlande. Aussi, beaucoup d'écoles primaires offrent aux enfants des chewing-gum au xylitol pour renforcer leur hygiène bucco-dentaire.

Comment s'en inspirer ?

Je trouve cet exemple intéressant car il utilise une ressource locale omniprésente en Finlande (le bouleau) pour créer un substitut à un ingrédient souvent artificiel et/ou mauvais pour la santé. Nous pouvons prendre exemple en France pour créer davantage de produits issus de déchets/matières biologiques.



#bien-être préventif
#retour à la terre
#prêt-à-manger

FINLANDE
Lucie Levrard

FINLANDE
Jade Mailly

SULAPAC



Date et lieu de découverte

Le 23 novembre dans un des cafés boutique Fazer

Quelle est l'innovation ?

Afin de s'orienter vers une production plus responsable, Fazer a collaboré avec l'entreprise finlandaise Sulapac qui produit un nouveau matériau qui vise, à long terme, à remplacer le plastique. Ce nouveau matériau est biodégradable et durable sans aucun microplastique. Fazer est la première entreprise alimentaire à collaborer avec eux.

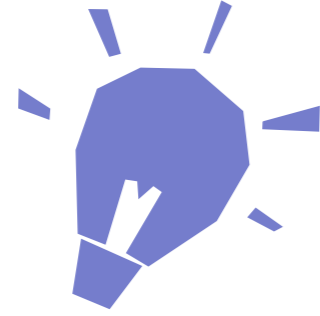
Comment s'en inspirer ?

Il est tout à fait envisageable que des marques françaises dans le domaine de l'alimentaire ou non, collaborent avec cette entreprise afin de créer des packagings plus responsables.

#réduction des emballages #marques et labels engagés



CAFÉTERIA UNIVERSITAIRE



FINLANDE
Emma Dumasdelage



#anti-gaspi
#prêt-à-manger
#service

Date et lieu de découverte

09/10/22 : Cafétéria de la Faculté d'Arts et Design de l'Université de Laponie

Quelle est l'innovation ?

Les repas invendus, normalement servis au self, sont mis dans des boîtes individuelles et conservés dans des frigos pour être vendus entre les heures d'ouverture. Le personnel et les étudiants peuvent alors se servir et payer leur repas à la caisse automatique. Ils bénéficient donc d'un repas à emporter, à un prix intéressant (3€20) et les restes ne sont pas jetés. Ce système est aussi mis en place dans les établissements qui servent des repas à une clientèle : à la fin du service, le personnel paie une partie du tarif appliqué et peut manger.

Comment s'en inspirer ?

En France, le gaspillage alimentaire dans les restaurants scolaires est un vrai problème. La réglementation en vigueur ne facilitant pas la revalorisation des produits non consommés. Ce système Finlandais permet de palier à ce problème, puisque les repas continuent leur route dans le sens « sortie », sans être réintégrés dans le circuit (ce qui est prohibé afin d'éviter les contaminations). Les repas sortis mais non servis peuvent donc être emballés et revendus (aux familles, étudiants ou personnes dans le besoin), peut-être à l'aide de distributeurs.





LES PAYS-BAS

Explorés de fond en comble par...

Louis Rochais
louisrochais@gmail.com



TENDANCES CONSO

Le prix reste le premier critère d'achat mais les Néerlandais sont prêts à payer des produits plus chers si ces derniers sont de meilleure qualité. ¹

Les consommateurs néerlandais recherchent davantage de produits d'origine ou de fabrication locale afin de s'assurer de leur traçabilité et de leur transparence. ¹

Quelles sources suivre ?
Food by design / PLMA / NL news / Innova / KANTAR

Demande croissante pour les produits bio, sains, innovants, vegan et/ou ayant un moindre impact sur l'environnement. Les régimes plus sains, y compris végétariens, sont en pleine expansion et sont soutenus par des campagnes menées par le gouvernement néerlandais. ¹

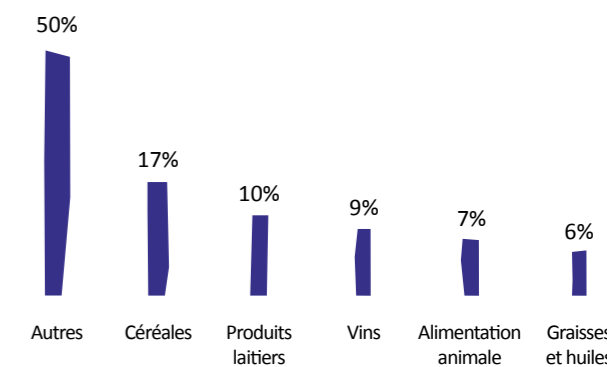
Deux tendances parallèles émergent : d'un côté, le développement de supermarchés haut de gamme et de l'autre un poids prépondérant des discounters. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :

EXPORT FRANCE PAYS-BAS

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Pays-Bas

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

En Hollande, la population a une façon différente de manger de la nôtre. Tout d'abord ils mangent très tôt par rapport à la France (18h pour le dîner). C'est lié à plusieurs choses : le fait que le soleil se couche beaucoup plus tôt que chez nous, et dans un deuxième temps car le midi ils mangent très peu (salade, sandwich). De plus, ils ne mangent pas réellement ensemble, notamment les midis ou ils vont manger individuellement.

Comment s'en inspirer ?

Un exemple qui est bon à suivre en Hollande, c'est au niveau de la qualité des repas. Ils sont très variés et sains. Ils vont manger plus ou moins en fonction de l'heure de la journée.



PAYS-BAS
Louis Rochais

PAYS-BAS
Louis Rochais

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



STROOPWAFEL

Gaufre pressée au caramel

Le stroopwafel est une spécialité Amstellodamoise souvent dégustée en snack dans la rue, idéale pour découvrir Amsterdam lors du goûter. On peut en acheter dans des boutiques spécialisées dans le centre d'Amsterdam, dans les marchés ou chez des petits vendeurs dans la rue.



OLIEBOLLEN

Beignets

Les oliebollen sont des beignets frits recouverts de sucre glace, accompagnés régulièrement de confiture ou chocolat. On les retrouve seulement dans la période de Noël entre la Sinterklaas (Saint Nicolas) et Noël. Ils se dégustent dans les rues ou à la maison pour le goûter des enfants. On les trouve principalement sur les marchés de Noël ou dans les boulangeries.



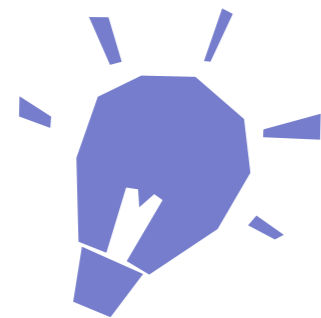
KROKET

Croquettes

Les kroketen sont des snacks typiques des Pays-Bas. C'est un mélange de légumes, pommes de terres, bouillon de veau et le tout frit. Ils se mangent dans la rue, dans les bars ou encore en apéro à la maison. Pour en trouver, on peut aller dans les supermarchés, restaurants ou encore les febo (fast food local).



LOCKERS FEBO



PAYS-BAS
Louis Rochais

DESRIPTIF PRODUIT

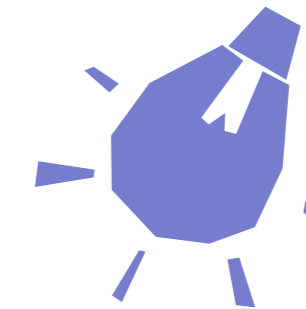
- Description :** Les lockers Febo sont des casiers chauffants dans les rues ou dans les établissements Febo. Ils servent à garder la nourriture au chaud et, grâce à sa carte bancaire ou de la monnaie, donnent la possibilité de retirer le plat choisi.
- Catégorie :** Module de conservation et de vente
- Marque :** Febo : fast-food local mêlant spécialités hollandaises et mondiales
- Prix / positionnement :** Les prix varient en fonction du produit choisi, entre 2€ et 11€90
- Type d'emballage :** Emballage papier ou carton
- Format :** 40x40x40mm
- Canal de vente :** Accessible depuis la rue ou dans les restaurants Febo.
- Lien web :** www.febo.nl
- Date et lieu de découverte :** Découvert à Amsterdam le 8 septembre 2022



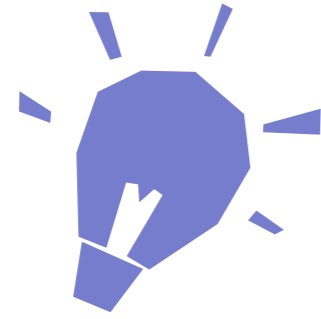
#comfortfood
#prêt-à-manger
#praticité
#expérience digitale

PAYS-BAS
Louis Rochais

LOCKERS FEBO



LOCKERS FEBO



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

La consommation des produits des lockers Febo se fait principalement à l'heure des repas ou autres heures de la journée car ils sont en libre service. Pour le lieu de consommation de cette nourriture, elle se fait principalement dans la rue mais ça peut être aussi chez soi ou dans n'importe quel endroit.

Cible

Les lockers Febo ont une cible plutôt tournée vers les jeunes mais aussi les actifs lors de la pause du midi.

Recommandation de conservation / préparation

Le principal atout des lockers Febo est de pouvoir conserver la nourriture à la température idéale pour consommer le produit. La nourriture est tout d'abord confectionnée dans les cuisines Febo puis mise dans les lockers pour que les clients puissent prendre leur nourriture à n'importe quelle heure et en autonomie.

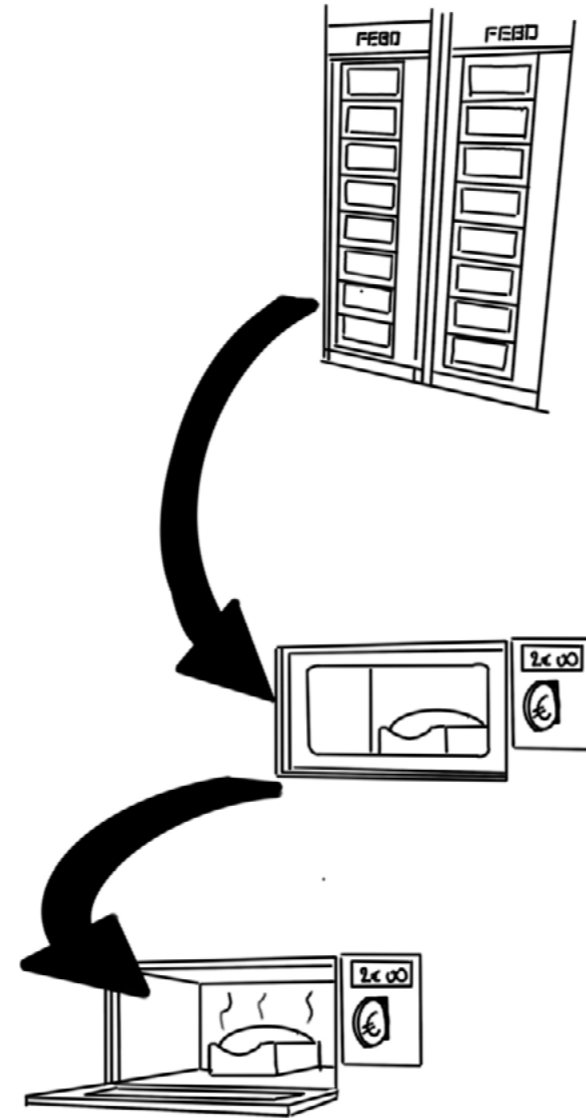
Description sensorielle

Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : dépend du produit consommé

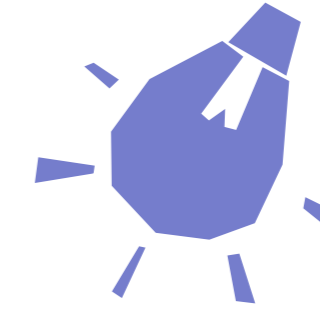
PAYS-BAS
Louis Rochais



PAYS-BAS
Louis Rochais



LOCKERS FEBO



DÉCRYPTAGE

Quelle est l'innovation ?

Les lockers Febo sont innovants car ils permettent au client de ne pas attendre sa commande, de se servir lui-même et enfin d'avoir sa commande chaude. Du point de vue de la marque, cela permet de faire des économies de personnel et de proposer leurs produits à n'importe quelle heure de la journée.

Expérience vécue VS promesse

Sur le papier les lockers Febo sont une bonne idée. L'expérience d'achat est insolite et pratique. Cependant, pour beaucoup de gens, les produits ne sont pas assez qualitatifs même si la marque est sur le marché du fast food. Et surtout, il peut arriver que soit trop ou pas assez chaud, donnant au produit une image peu ragoûtante.

Comment s'en inspirer ?

Ce concept de vente serait très intéressant en France pour sa rapidité d'exécution, son omniprésence et la proposition de produit alimentaire traditionnel. Nous avons la chance en France d'avoir beaucoup de plats traditionnels typiques à chaque région et cela pourrait être une façon de les faire découvrir en les remettant au goût du jour. Cependant le concept fonctionnerait dans les grandes villes et non pas dans les campagnes trop attachées à leurs terroirs.



COLLECTEUR DE VERRE



Date et lieu de découverte

Découvert en octobre 2022 dans les supérettes amstellodamois.

Quelle est l'innovation ?

Dans les supermarchés en Hollande et plus particulièrement à Amsterdam, il y a des collecteurs de verres à l'intérieur du magasin permettant d'échanger les déchets par de la monnaie. Je l'ai choisi car c'est une bonne façon, par la récompense, d'inciter les habitants au tri sélectif et de nettoyer la ville.

Comment s'en inspirer ?

Ce principe de récompense touche toutes les tranches de la population et surtout tous les âges. Ainsi, cela permet de sensibiliser inconsciemment les individus par une bonne action qui se veut avant tout financière et personnelle pour chacun.

#réductiondesdéchets
#praticité





LE ROYAUME-UNI

Exploré de fond en comble par...

Elise Gachet
elise.gachet44@gmail.com

Cléa Le Guen Bacout
clea.leguen@gmail.com



TENDANCES CONSO

Le marché britannique est ouvert aux produits premium et innovants : bio, free-from (sans allergène), végétarien, vegan, bien-être, etc. ¹

Le marché est dépendant des importations. Les Britanniques demandent des produits toujours plus premium et apprécient le savoir-faire français. ¹

Quelles sources suivre ?
Food manufacture / IGD / Ipsos / KANTAR

Les Britanniques sont aussi demandeurs de produits pratiques (plats préparés, snackings sains, etc.). ¹

Le e-commerce est une tendance structurelle au Royaume-Uni, en croissance depuis des années et qui a explosé pendant la crise sanitaire. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :



Marché, autres canaux :

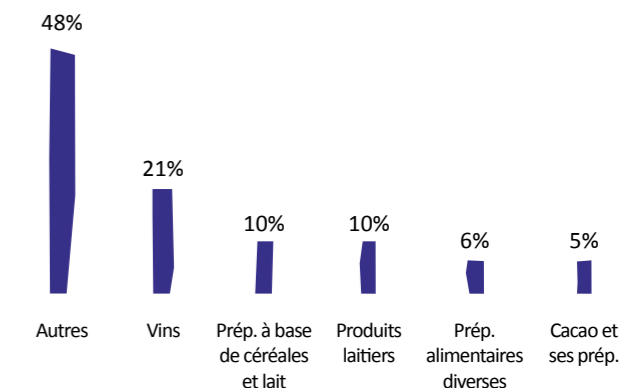


Top IAA :



EXPORT FRANCE ROYAUME-UNI

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Royaume-Uni

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Le petit-déjeuner est très copieux, en effet, le déjeuner étant vers 13h voire plus tard, ils mangent beaucoup le matin. Notamment des œufs brouillés, du bacon ou du porridge. Au déjeuner dans la cafétéria de mon université, on retrouve tous les jours des frites accompagnées d'une viande ou d'un plat végétarien. Des sandwiches sont également proposés. Les crudités ne sont pas agrémentées et sont servies seules. La ville de Birmingham est une ville très internationale, on retrouve de nombreux restaurants asiatiques de grande qualité. Tous copieux, ils sont souvent complets pour le dîner. Il est également courant de manger dans un pub, ils y servent le plus souvent des burgers et des bières.

Comment s'en inspirer ?

Je ne pense pas que le modèle de consommation anglais soit très sain, il est courant dans les supermarchés que le coca soit moins cher que l'eau. On y est poussé à une consommation d'aliments malsains.



PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



SCONES

Les scones sont souvent présents pour accompagner le thé après manger ou à l'heure du goûter. Ils sont accompagnés de confiture, en général de fraise, et de fromage frais (cream cheese).



PORRIDGE

Le porridge est très commun pour le petit-déjeuner. Il peut être fait maison, en achetant les ingrédients, mais aussi acheté déjà prêt, pour un petit-déjeuner instantané. Il peut néanmoins être consommé à d'autres moments de la journée, et est utilisé par les athlètes pour ses valeurs nutritives.



MINCE PIE

Cette tarte est très répandue pour Noël, elle se compose de fruits séchés et d'épices. Elle est facile à trouver, autant sur les marchés de Noël que dans les magasins classiques, durant le mois de décembre.

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Les Anglais mangent plus tôt, ils commencent donc par un gros déjeuner salé et mangent vers 18h le soir. J'ai pu observer que les anglais sont plus souvent dans les cafés que les français, que ce soit pour travailler ou juste prendre un thé.

Comment s'en inspirer ?

Les restaurants, la cantine ainsi que les supermarchés proposent toujours des options vegan ou végétariennes développées. Pas simplement une salade ou un palet végétal, mais des plats élaborés, ancrés dans leurs traditions telles que les pasties, les tourtes ou les pâtisseries.



FISH AND CHIPS

Le Fish and Chips est considéré comme un moyen rapide de déjeuner. Ce plat est très populaire donc tout le monde en mange.



PASTIES

Les Pasties se mangent généralement le midi, et rapidement. Cet aliment est plus considéré comme un en-cas que comme un plat. Il est très présent surtout en bord de mer chez les petits commerçants traditionnels.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES

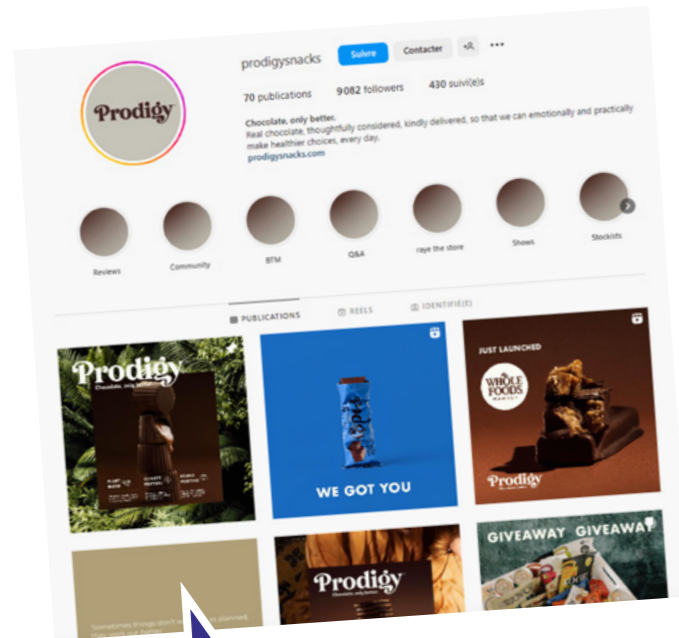
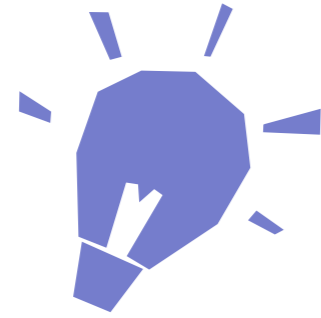


SCONES

Les scones se mangent le matin ou au goûter avec un thé et de la confiture. Cet aliment est plus considéré comme un en-cas que comme un plat. Tout le monde en mange.



PRODIGY CHOCOLATS



#comfortfood
#marquesetlabelsengagés
#réductiondesemballages
#régimesspécifiques

ROYAUME-UNI
Elise Gachet

DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Les produits Prodigy sont des chocolats sans sucre raffiné, végétaliens, sans gluten, et sans produits laitiers. Les emballages sont compostables. La consommation de sucre raffiné n'est pas bonne pour l'organisme, et pourtant, il est présent dans de nombreux produits tels que les boissons et les snacks. Prodigy veut réduire cette consommation, et également avoir un meilleur impact sur l'environnement.

Catégorie : Chocolat / confiserie

Marque : Prodigy

Prix / positionnement : Les 6 barres de chocolat sont à 10€ ce qui est un prix intermédiaire au Royaume-Uni, mais il faut payer la livraison, sauf si le panier est supérieur à 25€.

Type d'emballage : Il s'agit de la première barre de chocolat sans plastique du Royaume-Uni, l'emballage est fait à base de plante.

Format : Vendu en barre de chocolat, par 6, ou en œuf en chocolat.

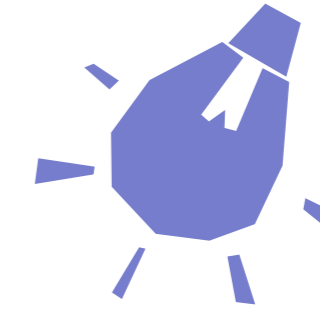
Canal de vente : Je n'ai jamais trouvé de produits Prodigy en magasin, ils font leur publicité sur les réseaux sociaux, et sont disponibles sur Amazon et en ligne.

Lien web : www.prodigysnacks.com

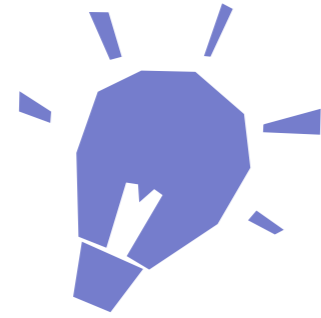
Date et lieu de découverte : Grâce à une publicité instagram, sur la fin de mon séjour, en décembre. Mais je n'en ai jamais vu en magasin.

ROYAUME-UNI
Elise Gachet

PRODIGY CHOCOLATS



PRODIGY CHOCOLATS



USAGE DE CONSOMMATION

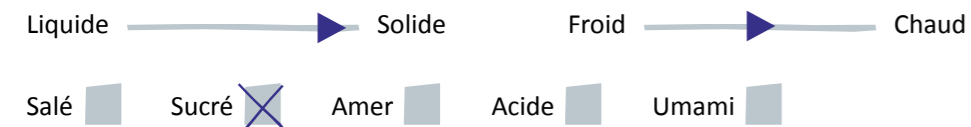
Moment / lieu

Les deux créateurs de la marque ont pensé à la créer alors qu'ils étaient en roadtrip et qu'ils souhaitaient donner des snacks respectueux de l'environnement à leurs enfants. Les produits prodigy ont donc pour but d'être mangés comme des snacks, entre les repas, comme coupe-faim.

Cible

Tout d'abord, les enfants, en leur proposant un produit sain et respectueux de l'environnement. Mais les produits Prodigy s'adressent à une cible plus large, les végétaliens et autres personnes souhaitant un snack eco-friendly et sain.

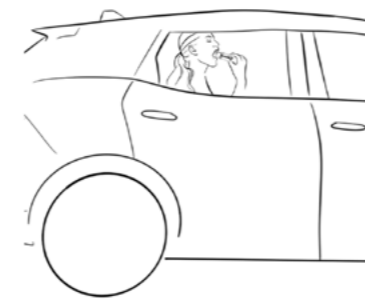
Description sensorielle



ROYAUME-UNI
Elise Gachet

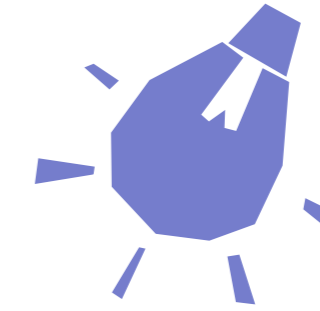
BARS

ROASTED HAZELNUT CHOCOLATE		SAHIBOTS PEANUT & CARAMEL C...	
DATE	PKT	DATE	PKT
10/01/2024	1000	10/01/2024	1000
10/01/2024	1000	10/01/2024	1000



ROYAUME-UNI
Elise Gachet

PRODIGY CHOCOLATS



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Grâce à ce produit il est possible d'avoir une barre de chocolat transportable sans plastique. Ce produit est également plus sain, il n'utilise que des sucres naturels en faible quantité. Il y a également une grande diversité de choix pour les goûts.

Expérience vécue VS promesse

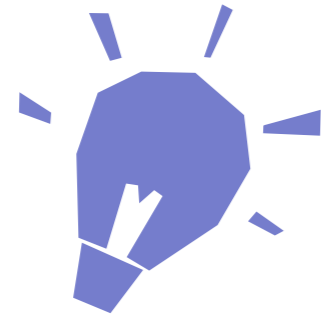
Très bon, le goût du chocolat est un tout petit peu différent sans le sucre ajouté, mais celui au caramel est vraiment excellent. Le carton de livraison est en carton 100% recyclé, la démarche semble cohérente.

Comment s'en inspirer ?

En France, on trouve encore de nombreux produits telles que les barres de céréales disponibles sous plastique, cela permet le transport facile. Prodigy prouve que l'on peut trouver une solution pour que ces produits nomades ne viennent pas impacter négativement notre planète. Il serait bien d'intégrer plus de solutions packaging différentes dans nos grandes surfaces pour que les consommateurs aient le choix.



SANDWICH CHEESE & ONION



ROYAUME-UNI
Cléa Le Guen Bacout



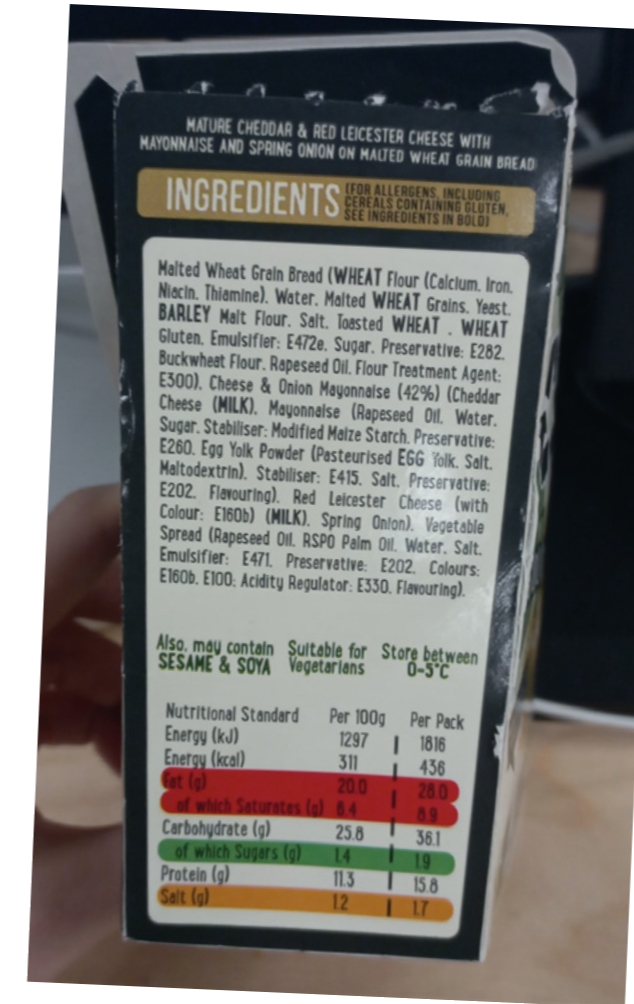
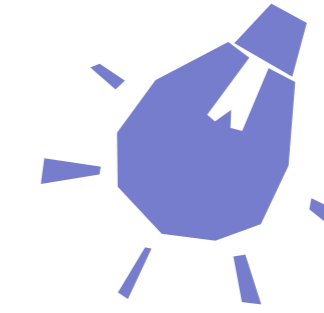
DESCRIPTIF PRODUIT

- Description :** Sandwich végétarien. Packaging recyclable sans plastique. Produit d'une entreprise située à Bristol, gagnante du Environmental Award 2020.
- Catégorie :** Snacking frais
- Marque :** Real Wrap Co.
- Gamme :** Croque, tortilla, bowls, flawsome drink, hot wrap...
- Prix / positionnement :** 1,80€, premier prix
- Type d'emballage :** Emballage intelligent recyclable en carton avec un revêtement en cellulose.
- Format :** Portion individuelle
- Canal de vente :** Supermarchés, cantines et distributeurs automatiques.
- Lien web :** www.realwrap.co.uk
- Date et lieu de découverte :** Septembre 2022, Cantine, Plymouth Art University

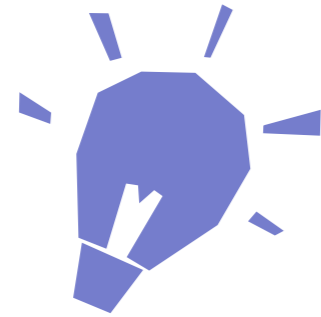
#végétalisation #prêt-à-manger #nomadisme #réductiondesemballages

ROYAUME-UNI
Cléa Le Guen Bacout

SANDWICH CHEESE & ONION



SANDWICH CHEESE & ONION



ROYAUME-UNI
Cléa Le Guen Bacout

USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Repas rapide entre les cours ou en pause à l'extérieur.

Cible

Les étudiants, les employés et les voyageurs.

Recommandation de conservation

Conservation : quelques jours au réfrigérateur.

Description sensorielle

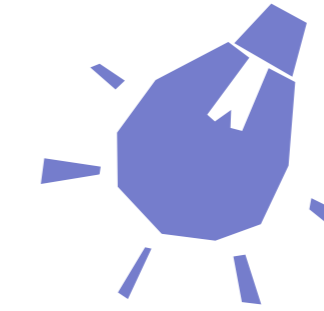
Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami



ROYAUME-UNI
Cléa Le Guen Bacout

SANDWICH CHEESE & ONION



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit offre une nouvelle saveur différente de celles que l'on peut trouver en France et il est accessible aux végétariens. Son emballage sans plastique, sa saveur nouvelle, son entreprise locale et son accessibilité en fait pour moi une innovation.

Expérience vécue VS promesse

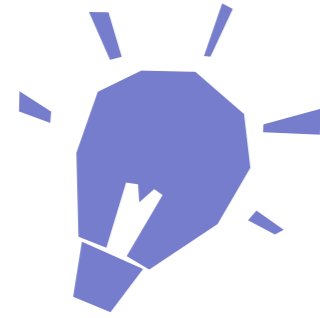
J'ai été agréablement surprise devant la variété des saveurs proposées et la qualité de ces sandwiches. Les Anglais ont tendance à mixer le sucré et le salé et c'est pour moi une très bonne découverte.

Comment s'en inspirer ?

Étant moi-même végétarienne, il est difficile en France de trouver des repas sains et rapides, en dehors des salades classiques, qui soient accessibles aux personnes végétariennes. Je pense que la France devrait développer ses options de saveurs en incluant les végétariens et les vegans. La plupart des sandwiches à emporter français sont emballés dans du plastique, celui en carton est une bonne option pour le futur.



ENACTUS



Date et lieu de découverte

À la rentrée, les professeurs proposent aux étudiants de s'inscrire au programme Enactus de Birmingham, ils encouragent les étudiants à donner de leur temps libre pour aider d'autres personnes.

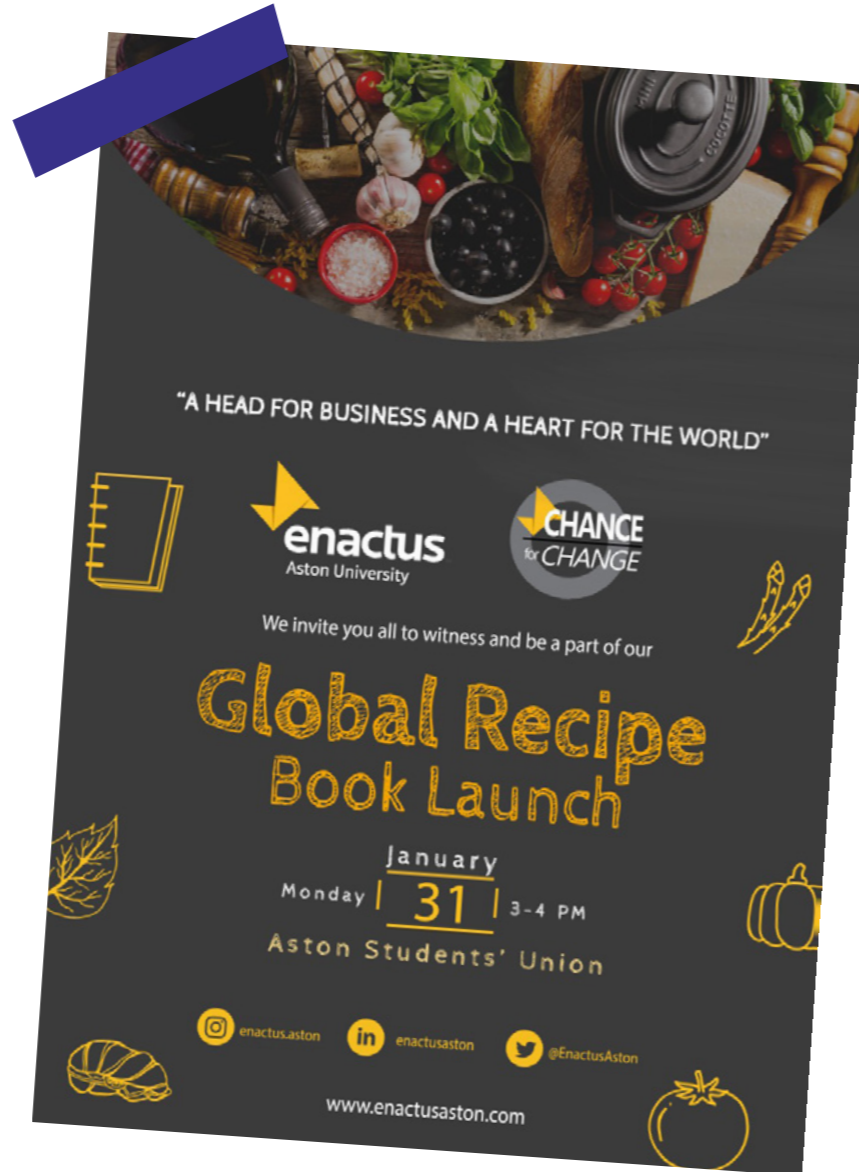
Quelle est l'innovation ?

Dans ce programme il est possible de s'inscrire pour redistribuer des aliments, considérés comme moches par la société et qui sont donc invendus dans les supermarchés classiques. Les étudiants inscrits sont chargés d'en récupérer une palette et de la ramener à des personnes dans le besoin ou qui ne peuvent se déplacer elles-mêmes.

Comment s'en inspirer ?

Grâce à ce système, on évite un peu de gaspillage alimentaire, qui est très présent dans ce pays. Ces aliments sont tout à fait comestibles et n'ont juste pas le physique adéquat. Dans les supermarchés classiques de ce pays il est très difficile de trouver des fruits et légumes qui ne correspondent pas aux critères esthétiques de la société. Ainsi, il est facile d'imaginer que la majorité d'entre eux partent à la poubelle. En France ce problème est moins persistant.

#anti-gaspi #actionsociale



BIODIESEL MCDONALD'S



Date et lieu de découverte

En marchant dans un petit village, un camion McDonald's est passé devant nous. Sur le camion on trouvait une explication sur l'innovation.

Quelle est l'innovation ?

McDonald's UK réutilise l'huile usagée qui a servi à la préparation des frites pour faire du biodiesel et ainsi faire rouler leur camion de transport.

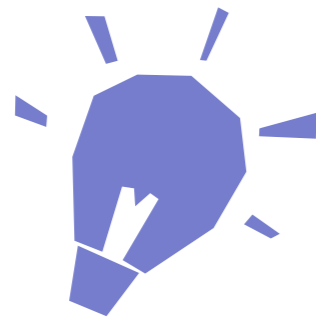
Comment s'en inspirer ?

Lorsqu'une entreprise a de l'huile dans sa chaîne de production, notamment alimentaire, il pourrait être intéressant de récupérer cette huile pour la transformer, on pourrait réutiliser celle de chaîne de magasin ou de restaurant. Si pour McDonald's tout cela se fait en interne, il pourrait être intéressant d'essayer d'utiliser ce procédé à une échelle plus grande.

#communicationtransparente #anti-gaspi #marquesetlabelsengagés



WAX



Date et lieu de découverte

Décembre 2022, M&S et Marché de Noël Plymouth.

Quelle est l'innovation ?

La wax est une autre alternative du plastique, elle peut être fabriquée à partir de cire d'abeille et réutilisée comme cire de bougie ou pour créer des toiles acoustiques.

Comment s'en inspirer ?

Cet emballage est réutilisable et permet une bonne conservation du produit et permettrait une diminution du plastique.



#craftérisation
#réductiondesemballages





L'ITALIE

Explorée de fond en comble par...



Alice Valteau
alice.valteau@gmail.com

Inès de Saint-Aubin
ines.staubin@gmail.com

Loanne Raimbaud
loanne.rbd@gmail.com

TENDANCES CONSO

Malgré une baisse du pouvoir d'achat, les consommateurs sont restés fidèles aux produits de qualité et ne sont pas disposés à faire des économies sur les dépenses alimentaires. ¹

« S'alimenter est un acte civique » : flexitarisme, naturalité, éthique et local. ²

Quelles sources suivre ?
Italian food news / Food magazine / KANTAR

Le marché italien du bio est de 6,9 Md EUR (+68 % / 2018). C'est le 3ème plus grand marché bio de l'UE. ¹

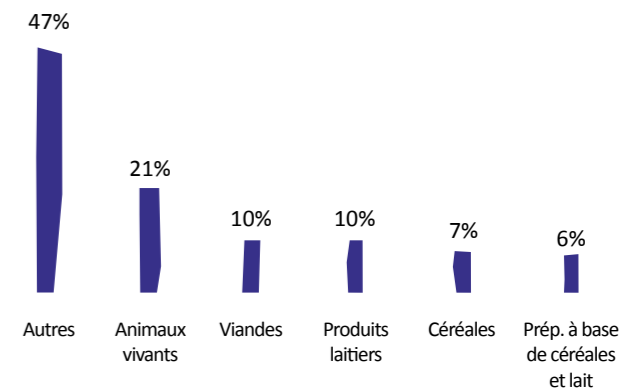
Le « fait maison » et les produits locaux sont deux des principales tendances qui ont émergé durant la crise sanitaire. La pandémie a aussi avivé les attentes des Italiens liées à l'environnement, à la durabilité et au bien-être animal : 27 % des consommateurs ont augmenté leurs achats de produits « durables » et eco-friendly. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :

EXPORT FRANCE ITALIE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ³ :



1. Business France / 2. Kantar / 3. Business France, export France-Italie

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

SAGRE

Les « sagra » sont des festivals culinaires qui ont lieu à travers toute l'Italie (mais majoritairement dans le centre et le sud de l'Italie). Ces festivals visent à promouvoir les spécialités culinaires régionales à travers le pays. Ce sont des fêtes que l'on peut trouver tout au long de l'année. Chaque région a sa propre « sagra » et y promeut sa spécialité régionale. On peut retrouver la « Sagra della patata zuccherina » dans les Pouilles comme la « Sagra della Polenta à Rome ». Les spécialités mises en avant changent chaque mois dans les régions.

Comment s'en inspirer ?

Le fait de réaliser des festivals culinaires annuels visant à promouvoir toutes les spécialités d'une région est très important. Cela participe à la découverte de saveurs et surtout à la transmission et à la préservation d'un savoir-faire. Cela permet de revaloriser chaque région et même de découvrir de plats dans son propre pays. Cela pousse aussi les touristes à se déplacer dans des endroits auxquels ils n'auraient pas pensé. Tout cela contribue à faire vivre des traditions à travers le temps.



Fête du Maritozzo, Rome
Octobre 2022



ITALIE
Inès de Saint-Aubin



ITALIE
Inès de Saint-Aubin

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



MARITONZO CON PANNA

Dessert emblématique romain datant de la Rome antique. Brioche à la fleur d'oranger coupée en deux, remplie de crème. Le nom de cette pâtisserie viendrait d'une coutume antique où les hommes offraient ce dessert à leur femme en cachant un bijou dedans. Marito = époux.



PASTA AL CACIO E PEPE

Pâtes (le plus souvent des spaghetti ou tonnarelli) au pecorino et au poivre (cacio e pepe). Tout le goût et la texture crémeuse de la sauce sont dûs à l'ajout d'eau de cuisson des pâtes. Reste simple et bon marché. Se mange en tant que « primo piatto » (souvent des pâtes ou des risottos), donc en début de repas. Plat typique romain, originaire de la région du Latium. Servi dans toutes les trattoria et osteria de la région.



SALTIMBOCCA

Recette traditionnelle de la cuisine romaine. Plat composé d'une escalope de veau entourée de prosciutto cuit dans une sauce au beurre, vin blanc et sauge. Servi en tant que « seconde piatti » qui sont souvent des plats composés de viande ou de poisson avec des contorni (accompagnements). À manger après le « primo piatto ».

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

PANDORO

Le Pandoro est un gâteau typique destiné à célébrer Noël. On le consomme en groupe généralement. C'est une tradition qui se célèbre dans toute l'Italie mais plus précisément en Lombardie. On le retrouve sous forme de Pandoro (qui est une sorte de brioche très aérée en forme d'étoile au goût sucré parfois avec de la pistache ou du chocolat). Ce grand gâteau est coupé en tranches et, selon la tradition, on doit garder une tranche jusqu'en Février pour contrer le rhume. Il est vendu dans un sachet en plastique pour, une fois le sucre en poudre ajouté dedans, en fermant le sac, étaler le sucre avec homogénéité.

Comment s'en inspirer ?

Gâteau mangé partout en Italie et vendu partout. Il est vendu à différents prix ce qui le rend abordable pour tous et le packaging est travaillé de manière à pouvoir le transporter facilement sans l'écraser (chose intéressante que l'on n'a qu'en boulangerie en France). De plus, le packaging est réfléchi, pour pouvoir empiler les gâteaux les uns sur les autres, permettant d'optimiser l'espace sans abîmer la nourriture. Enfin, la boîte rigide est gardée par une majorité des marques, montrant aussi la qualité des produits malgré leurs petits prix.



ITALIE
Alice Valteau

#rituel #habitude

ITALIE
Alice Valteau

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



CAPPUCCINO

Boisson qui se boit le matin au petit-déjeuner, pas après 11h. Cette boisson est bue dans des cafés / bars partout en Italie, par tous. Le café est la boisson la moins chère d'Italie. Le cappuccino coûte entre 1€ et 1.8€.



PASTICCINI

Petites pâtisseries aux goûts divers, mangées généralement pendant les repas de famille. On les achète dans tous types de pâtisseries.



PANETTONE

Sorte de brioche avec des fruits secs, mangée seulement à Noël, à plusieurs. On peut en acheter n'importe où (supermarché ou boulangerie en fonction de la qualité souhaitée).



SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

La structure d'un dîner italien (Cena) :

1- Antipasti = avant (anti) le repas (pasti) = entrée ou apéritif. Des fruits de mer sautés, des tartes salées, des bruschettas, des fritures, des légumes marinés, du fromage, de la charcuterie, des tartinades...

2- Primo Piatto = le premier (primo) plat (piatto). Principalement des plats avec des pâtes ou bien encore un risotto, des gnocchis ou la polenta.

3- Secondo Piatto = le deuxième (secondo) plat (piatto). Le plat qui contient les protéines. Il s'agit généralement d'un plat de viande ou de poisson, accompagné d'une petite portion de légumes.

4- Dolce = le dessert. Pour donner suite à trois ou quatre plats, les desserts italiens sont généralement assez légers.

Comment s'en inspirer ?

La fin de semaine est d'une grande importance pour les italiens surtout sur l'aspect social associé au partage d'un repas. Contrairement à ce que l'on peut penser, la gastronomie italienne, c'est bien plus que des pâtes ou des pizzas.

L'une des particularités de l'Italie est que la nourriture diffère grandement d'une région à l'autre, même en dépit de la mondialisation et de la production alimentaire à grande échelle, les Italiens sont très attachés à leurs produits locaux et leur culture. La cuisine italienne repose sur la qualité des produits bruts, la fraîcheur et la saisonnalité. Par exemple, en août et septembre, on trouve des tomates et de la mozzarella dans les antipasti, au printemps des asperges rôties ou marinées tandis qu'à Rome, on trouve des artichauts frits, et en Sicile, on peut trouver des fruits de mer, etc.

#habitude

ITALIE
Loanne Raimbaud



ITALIE
Loanne Raimbaud



CAPPUCCINO

À base de café expresso, mélangé avec du lait et recouvert d'une mousse de lait crémeuse, sucré, et servi dans une grande tasse à café. Le cappuccino (emblème de la culture italienne) est un café traditionnellement associé au petit déjeuner qui doit être pris avant 11h du matin de par la quantité importante de lait qu'il contient. Pour accompagner le café les italiens mangent une viennoiserie (au bar) garnie de confiture aux fruits, de Nutella ou encore de crème pâtissière.



POLENTA

Après son introduction en Italie au XVIII^e siècle, le maïs est devenu un aliment de base pour les agriculteurs du nord de l'Italie. La polenta est un plat (Primo Piatto) qui peut être trouvé dans presque tous les restaurants de nos jours, même s'il s'agit plutôt d'un plat d'hiver. Comme il n'est fait qu'avec de la farine de maïs et de l'eau (ou du bouillon), la qualité de la farine de maïs est essentielle au goût. Les traditionalistes la cuisinent dans des marmites en cuivre aussi bien dans les rues que dans de grandes cuisines.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES

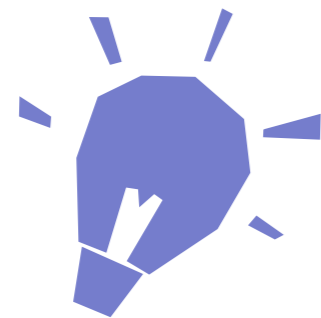


PANETTONE

Le panettone est une brioche typique de Noël. Né à Milan, il est désormais présent dans toute l'Italie et durant toute la période des fêtes de fin d'année. C'est une brioche garnie de raisins secs, fruits confits et zestes d'orange et de citron qui se déguste en fin de repas. On peut trouver cette brioche dans des boulangeries, des supermarchés, comme nous en France avec la galette des rois.



PÂTES AUX DRÊCHES



#anti-gaspi
#transitionprotéique
#découvertesensorielle

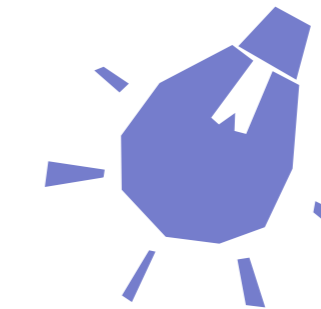
ITALIE
Inès de Saint-Aubin

DESCRIPTIF PRODUIT

- Description :** Produits réalisés avec de la farine faite à partir de drêches de brasserie séchées
- Catégorie :** Céréales
- Marque :** Ley
- Prix / positionnement :** 21€ pour les 6 paquets de 250g de pâtes (s'achètent par lot de 6)
Soit 3,5€ le paquet et soit un prix au kilo de 14€
- Type d'emballage :** Boîte en papier recyclé
- Format :** Paquets de 250g
- Canal de vente :** Seulement commande en ligne sur le site Ley
- Lien web :** www.ley.beer
- Date et lieu de découverte :** Internet - 09/01/2023

ITALIE
Inès de Saint-Aubin

PÂTES AUX DRÊCHES



PÂTES AUX DRÊCHES



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

À tous les repas, chez soi.

Cible

Tout consommateur, personne soucieuse de la composition et de la provenance de ce qu'elle mange. Soucieuse d'une alimentation saine et durable. Vise une cible avec un revenu moyen voire élevé car les paquets de pâtes de 250g sont vendus 3,50€ l'unité.

Recommandation de conservation / préparation

À conserver à température ambiante dans un endroit sec. Préparation et cuisson classique de pâtes.

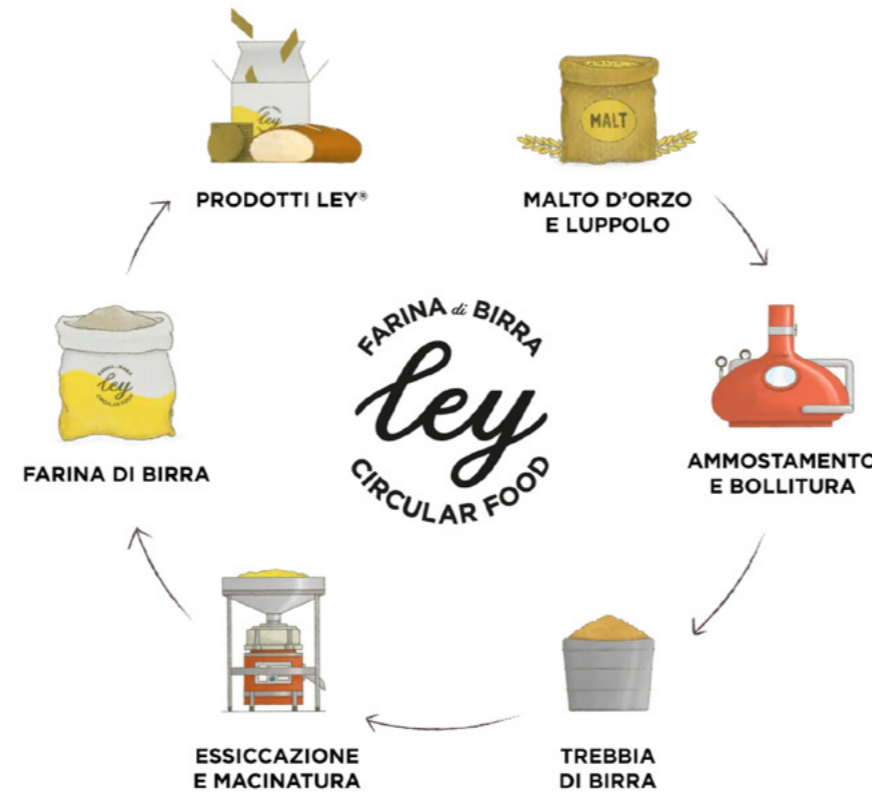
Description sensorielle

Liquide ———> Solide Froid ———> Chaud

Salé ■ Sucré ■ Amer ✕ Acide ■ Umami ■

Texture : un peu plus dense que des pâtes ordinaires

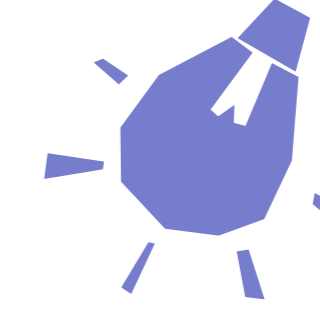
ITALIE
Inès de Saint-Aubin



ITALIE
Inès de Saint-Aubin



PÂTES AUX DRÊCHES



DÉCRYPTAGE

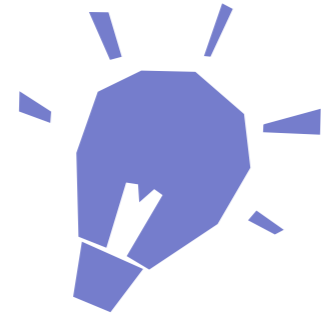
En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit est innovant car il récupère le déchet d'un processus alimentaire qui d'ordinaire serait jeté. C'est une manière de valoriser un déchet et de lui donner une seconde vie à travers une autre fonction et dans un autre aliment. C'est une optimisation des ressources. Rien ne se perd tout se transforme. De plus ce produit a des qualités nutritionnelles exceptionnelles car il contient un pourcentage élevé de fibres, est riche en protéines et est une source de fer. Avec cette farine on peut créer une multitude de produits. Pour l'instant Ley a créé des pâtes et des gâteaux apéritifs mais ils ont pour projet d'étendre leur gamme avec, par exemple, des crackers à base de farine de bière.

Comment s'en inspirer ?

En réfléchissant plus dans cette dynamique de zéro déchet, de "rien ne se perd tout se transforme". En France, on peut retrouver un concept très similaire avec la marque Résurrection qui produit des crackers à base de drêches depuis 2018.

VELOUTÉ DE CITROUILLE

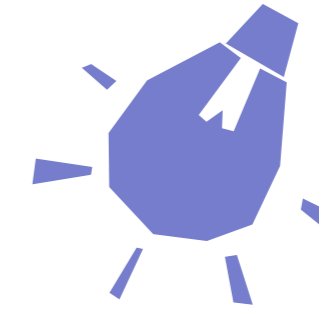


#végétalisation
#prêt-à-manger
#filieréthique

ITALIE
Alice Valteau

ITALIE
Alice Valteau

VELOUTÉ DE CITROUILLE

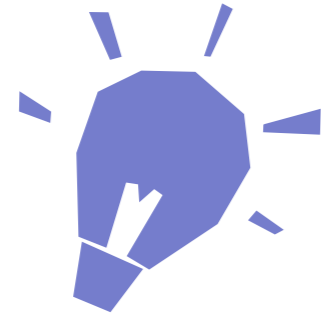


DESCRIPTIF PRODUIT

Description :	Velouté de citrouille bio
Catégorie :	Plat préparé - légumes
Marque :	Cereal Terra
Type d'emballage :	Barquette plastique avec suremballage carton
Format :	Unité 270g
Canal de vente :	Magasin BIO
Lien web :	www.cerealterra.it
Date et lieu de découverte :	11/01/2023 Milan dans un magasin Bio nommé NaturaSi



VELOUTÉ DE CITROUILLE



ITALIE
Alice Valteau

USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

On le mange le soir ou le midi (plutôt midi comme on doit simplement le réchauffer et que le plat est tout prêt). Très peu de plats en Italie sont vendus tout prêts à la consommation, les Italiens font majoritairement leur cuisine.

Cible

Personne voulant manger de bons légumes et rapidement.

Recommandation de conservation / préparation

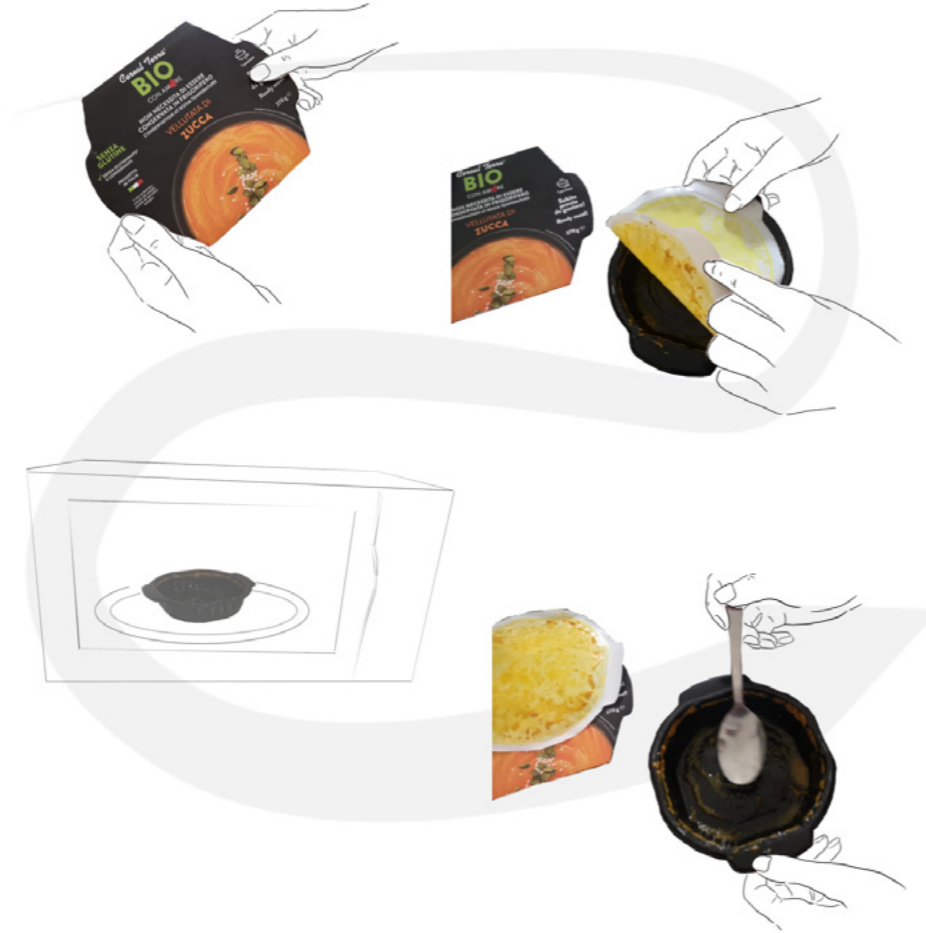
À faire réchauffer au four à micro-ondes ou à la casserole pendant quelques minutes. Ayant déjà un récipient pour le manger, on le mange directement à la cuillère dans ce récipient en plastique.

Description sensorielle

Liquide —> Solide Froid —> Chaud

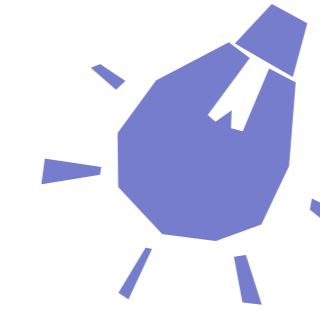
Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : onctueuse, complètement homogène



ITALIE
Alice Valteau

VELOUTÉ DE CITROUILLE



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Toute la marque de ce produit s'intéresse à l'agriculture biologique et éthique. Les aliments utilisés sont nationaux et de saison. De plus, aucun conservateur ou produit chimique n'est présent dans cette soupe.

Expérience vécue VS promesse

L'aliment est onctueux et on retrouve le goût du légume bien prononcé. Cependant, pour pousser l'éco-responsabilité et l'éthique du produit, la marque devrait s'intéresser à son packaging pour produire le moins de plastique et de déchet possible (3 en tout).

Comment s'en inspirer ?

Créer des produits plus éthiques en utilisant des fruits et légumes de saison. Produits locaux ou nationaux et s'intéresser aux packagings éco-responsables.

RI-SNACK



ITALIE
Loanne Raimbaud

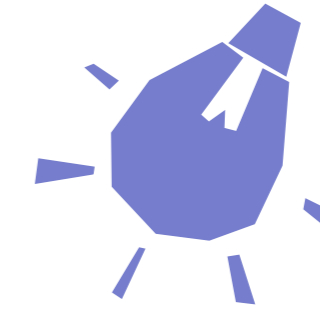


#anti-gaspi
#découvertesensorielle
#prêt-à-manger

DESCRIPTIF PRODUIT

- Description :** Snack Italien croustillant de forme triangulaire à base de malt d'orge déjà utile pour la création de leurs bières, qui lutte contre le gaspillage alimentaire.
- Catégorie :** Apéritif / Snacks salés
- Marque :** Biova Project
- Prix / positionnement :** 1,99€
- Type d'emballage :** Bioplastique et biopolymères
- Format :** Sachet de 40g
- Canal de vente :** Site internet, achat en magasin
- Lien web :** www.biova-project.com
- Date et lieu de découverte :** 11/11/2022, achat en magasin à Varèse

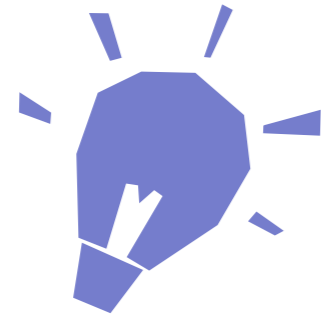
ITALIE
Loanne Raimbaud



RI-SNACK



RI-SNACK



ITALIE
Loanne Raimbaud

USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

À consommer lors d'un apéritif accompagné d'une bière artisanale, pourquoi pas une bière BIOVA Project. Plutôt consommé chez soi et en snacking.

Cible

Tous consommateurs.

Recommandation de conservation / préparation

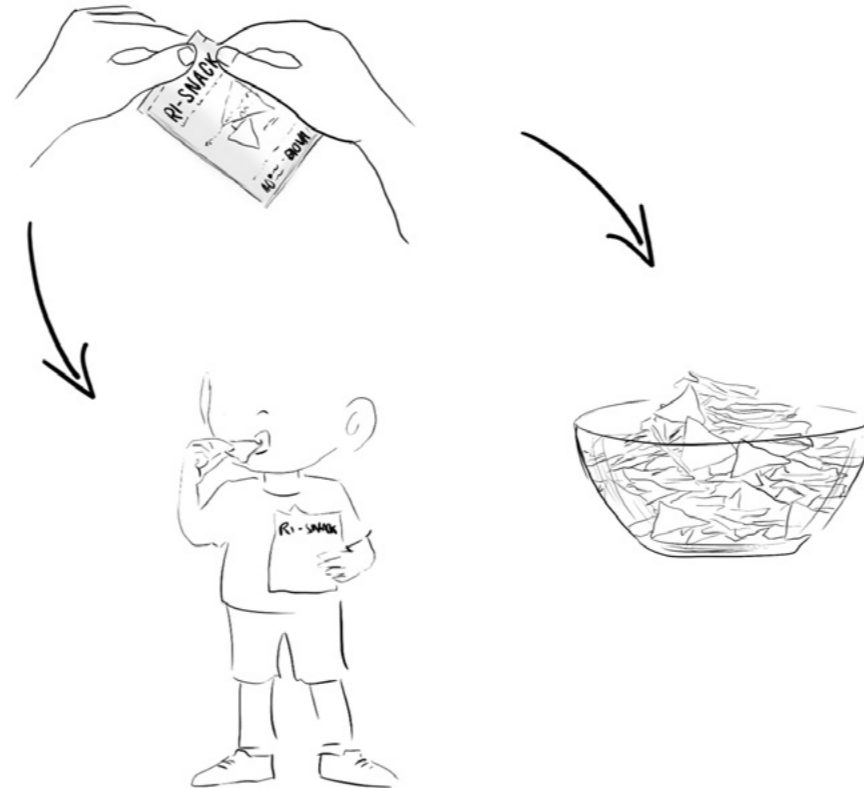
À conserver dans un endroit frais et sec.
Ouvrir le sachet comme un paquet de chips et déguster directement.

Description sensorielle

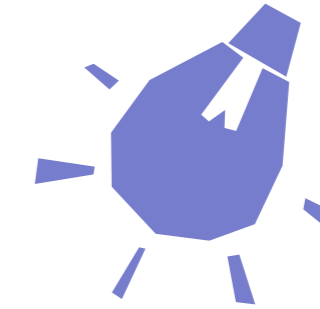
Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : croustillant, comme une chips



ITALIE
Loanne Raimbaud



RI-SNACK

DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

C'est un produit qui s'inscrit dans un projet circulaire de réutilisation des déchets. Le malt, après avoir libéré ses arômes et ses sucres dans le moût qui deviendra alors de la bière, est plein de protéines, de fibres et de sels minéraux, mais beaucoup plus faible en sucre. Généralement jeté ou utilisé pour l'alimentation animale, BIOVA Project a décidé de le réutiliser pour en faire des triangles croustillants. Ainsi, Ri-snack gagne sur tous les fronts : c'est plus durable, et plus sain.

Expérience vécue VS promesse

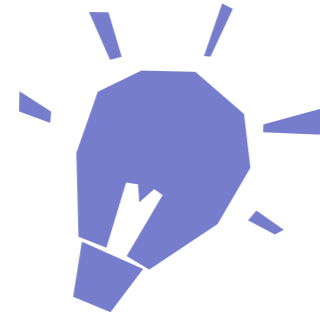
Très bon et croustillant avec un petit parfum d'oignon et de gingembre. Ne rappelle pas du tout le goût de la bière. Facile à manger et change des chips habituelles. Je m'attendais à un peu plus de quantité dans le sachet. Le gingembre est moins prononcé. Le produit est difficile à trouver dans tous les supermarchés.

Comment s'en inspirer ?

Sur des productions telles que le cidre, le vin, la bière, etc., nous pourrions réutiliser la matière première de ces boissons de façon simple pour l'apéritif comme le Ri-snack. Cela permet aussi au consommateur d'avoir une prise de conscience et de prendre un apéritif durable !



BUFALY YOGURT



Date et lieu de découverte

16 octobre 2022, Eataly, Rome

Quelle est l'innovation ?

Ce produit est innovant car il est rare de trouver des yaourts à base de lait de bufflonne. Cela permet de découvrir de nouveaux goûts et de nouvelles textures. Cela a permis à cette société spécialisée dans le fromage de s'étendre dans d'autres secteurs. Tout en valorisant le patrimoine du pays, les produits à base de lait de bufflonne sont emblématiques en Italie. Le bien-être animal et une alimentation saine et complète pour les animaux est au cœur de préoccupations dans ce processus de fabrication.

Comment s'en inspirer ?

En explorant d'autres sources de lait plus spécifiques ainsi qu'en les exploitant de façon plus raisonnable dans le respect du bien-être animal (ce qui passe notamment par la qualité de l'alimentation donnée aux animaux).

#découvertesensorielle #artisanatlocal #filièreéthique



ITALIE
Inès de Saint-Aubin



ITALIE
Alice Valteau



#prêt-à-manger
#codesduluxe

BIODIESEL MCDONALD'S

Date et lieu de découverte

20 septembre 2022 à Milan, Centre historique.

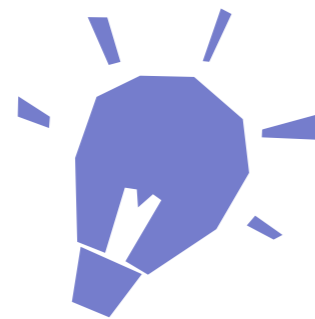
Quelle est l'innovation ?

Chaîne de restauration rapide haut de gamme : Panino Giusto. Vend des sandwiches (sur le pouce à table). Espace de ventes au sein d'un restaurant, aux allures luxueuses. Destiné principalement aux business men/women qui doivent manger rapidement. L'espace ressemble à un véritable restaurant gastronomique en contraste avec le type de nourriture vendu (simple sandwiches).

Comment s'en inspirer ?

Chaîne de restauration très appréciée. Destiné à un public souhaitant manger au calme dans un environnement reposant. Enseignement : un espace plus luxueux/privé vendant un type de nourriture très simple est grandement apprécié par les business men/women => terrain d'intérêt

SUPERMERCATO DEL FUTURO



Date et lieu de découverte

07/01/2023, Centre commercial Bicocca Village à Milan

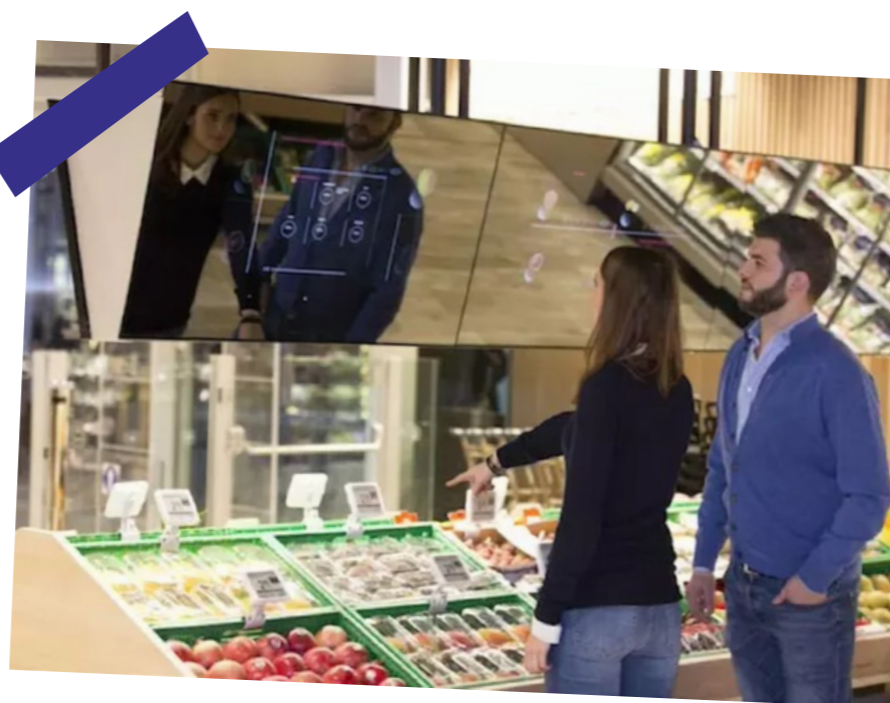
Quelle est l'innovation ?

C'est un supermarché doté d'écrans interactifs et de tablettes tactiles qui révèlent l'origine et les caractéristiques des produits. C'est un dispositif qualifié « d'étiquettes augmentées » : un simple geste de la main vers un produit (ou scanner) que l'on choisit suffit pour que l'écran au-dessus de nous déclenche l'apparition d'informations nutritionnelles, l'origine du produit, ainsi que des indications sur la façon de jeter les emballages à la poubelle. Ce dispositif met en œuvre la transparence et la connaissance des produits.

Aujourd'hui, de plus en plus de consommateurs souhaitent savoir ce qu'ils mangent vraiment. C'est pour cela que j'ai choisi cette innovation qui m'a beaucoup plu. Etant sportive, j'ai besoin de savoir ce que contient mon paquet de céréales, par exemple.

Comment s'en inspirer ?

On peut qualifier cette expérience d'achat digital, interactif et engageant, pour un consommateur qui demande de plus en plus d'informations, de transparence et de fonctionnalités. D'un point de vue design, l'objectif est d'intégrer la haute technologie dans un environnement chaleureux et accueillant, permettant à la technologie de soutenir l'expérience d'achat.





L'ESPAGNE

Explorée de fond en comble par...

Eléa Favre
favre.elea.olivia@gmail.com

Julianne Castaing
juliannecastaing97150@gmail.com



TENDANCES CONSO

Le pays est divisé en 17 Communautés Autonomes aux identités culturelles et spécificités marquées, avec des disparités en terme de pouvoir d'achat. ¹

Les consommateurs sont plus attentifs à leurs achats, en tenant compte de la durabilité de leur nouveau mode de vie. ²

Quelles sources suivre ?
Alimarket / KANTAR

Le prix, qui avait perdu de son importance dans le choix du produit en faveur de la qualité ou de l'ancrage régional, revient au cœur des préoccupations. ¹

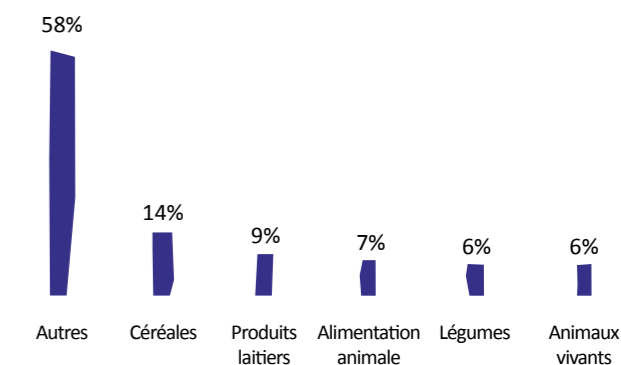
L'une des spécificités de la distribution espagnole est son atomisation avec plus de 300 chaînes régionales. Les supermarchés constituent toujours le premier canal de vente de produits alimentaires. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :

EXPORT FRANCE ESPAGNE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ³ :



1. Business France / 2. Kantar / 3. Business France, export France-Espagne

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Les espagnols ont un rythme bien différent des français. Toujours une collation vers 10h mais souvent du salé d'après mes observations, à la pause on peut voir ou sentir des sandwiches au jambon cru. Ils mangent consistant à la pause car ils ont pour habitude de déjeuner tard, dans les alentours de 15h. Le dîner quant à lui, a lieu vers 22h. En Espagne on peut trouver un choix varié en terme de charcuteries, de fromages et de fruits de mer. À la période de mon séjour, c'est-à-dire à l'approche de Noël, dit « Nadal » en catalan, j'ai pu découvrir différentes coutumes traditionnelles et culinaires. Ils cuisinent des plats comme les « canelons de nadal », la « sopa de galets » ou bien encore la « escudella ». D'après une catalane avérée, le réel repas de Noël durant lequel ils mangent les canelons a lieu le 26 décembre à la Saint Sébastien (San Esteban). Cependant on peut en manger toute l'année car ils sont proposés dans les menus des restaurants. La fête qu'ils considèrent au même titre que nous Noël, est le 6 janvier à l'épiphanie. Ce jour-là, ils mangent les galettes des rois nommées tortell de reis. À l'intérieur se trouve une fève qui représente un roi et un haricot dit « haban », si tu tombes sur le haricot, la tradition veut que tu paies la galette et si tu tombes sur le roi, tu es roi/reine.



Place Sant Jaume, 16 décembre 2022
Projection animée des plats typiques catalans sur l'hôtel de ville

Comment s'en inspirer ?

Le rythme de vie est en partie donné par les repas. Le fait de déjeuner tard permet d'utiliser à bon escient l'énergie matinale dans des tâches du quotidien et dans le travail. Aussi cette énergie est retrouvée dans les rues avec le rabattage des restaurateurs qui invitent toujours avec grands sourires à venir consommer chez eux. Leur culture culinaire leur importe et ils le montrent. Comme on peut le voir ci-joint, des recettes et plats traditionnels de Noël sont exposés en grand sur l'hôtel de ville. Cette mise en avant de la gastronomie est une approche qui m'a parue moins timide qu'en France, cela pourrait être intéressant de rendre la gastronomie française aussi attractive en l'exposant aux yeux de tous (une approche différente de la publicité).

#habitude

ESPAGNE
Eléa Favre

ESPAGNE
Eléa Favre

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



PATATAS FRITAS & CROQUETAS

Il s'agit de tapas fréquemment proposés dans les restaurants. Ils se dégustent comme une entrée/apéritif ou bien comme snack selon les envies. Souvent servis de manière à être partagés à plusieurs ce qui permet une convivialité autour de la table.



CALÇOTS

Ce sont des petits oignons catalans, la période à laquelle on les trouve est au mois de mars. On en trouve apparemment dans tous les restaurants et repas de famille. Ils se dégustent d'une façon bien particulière et avec une sauce spéciale : sauce romesco. Il faut mettre un bavoir - même dans les restaurants ils en proposent - et les manger comme selon la photo ci-dessus.



PAN CON TOMATE

Très connu en Espagne, et représente la cuisine catalane. On en trouve partout. Il s'agit d'un tapas très peu cher, consistant et simple. Il permet de réutiliser le pain un peu durci.



SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Une singularité typique à Barcelone est la culture des Mercat. Les Mercat sont des marchés couverts mettant en avant des producteurs locaux. Ils permettent ainsi l'accès à une alimentation saine à bas prix et favorisent le contact producteur / client. Ces Mercat sont très faciles d'accès, disponibles dans la majorité des quartiers de Barcelone et ouverts aux mêmes créneaux horaires qu'un supermarché français.

Comment s'en inspirer ?

Les marchés couverts ou non couverts sont un concept déjà bien implanté en France. Cependant ces marchés prennent généralement place un jour par semaine, uniquement le matin, limitant ainsi la population qu'ils pourraient toucher. Beaucoup de gens, par solution de facilité, préfèrent utiliser des supermarchés, ouverts plus régulièrement. Si le système des Mercat s'implantait en France, c'est-à-dire des marchés ouverts sur une grande plage horaire et disponibles dans plusieurs quartiers, l'alimentation écologique et saine serait plus développée et accessible.



PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



PAËLLA

À Barcelone, la paëlla se mange partout. Cependant le lieu phare où la consommer est dans l'un des nombreux restaurants de la Barceloneta, le quartier à proximité de la mer de Barcelone. Il s'agit d'un plat convivial : la paëlla est toujours faite pour minimum deux personnes.



TAPAS

Les tapas sont l'exemple par excellence de la culture de la nourriture sur le pouce. Beaucoup de restaurants sont spécialisés et les proposent en tant que repas entier mais il est également possible de les commander dans la grande majorité des bars de Barcelone. Il est d'une grande simplicité ici de trouver quelque chose de rapide à manger.

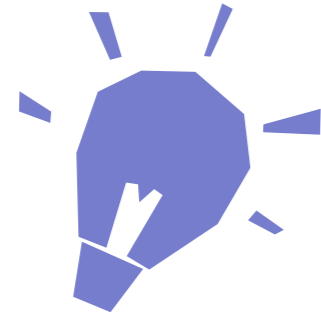


CHURROS

Encore un exemple de spécialité sur le pouce. Les churros se consomment partout et tout le temps. Le plus souvent il est possible de les trouver dans des roulottes mais beaucoup d'autres établissements en proposent, accompagnés bien sûr du chocolat chaud épais traditionnel.



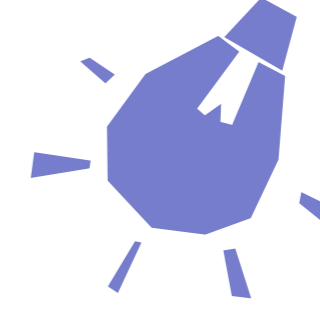
CACAOLAT



ESPAGNE
Eléa Favre

ESPAGNE
Eléa Favre

CACAOLAT



DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Boisson chocolatée qui se boit froide ou chaude

Catégorie : Boisson

Fabricant : Grupo Cacaolat, S.L.

Marque : Cacaolat

Prix / positionnement : 0,70€ l'unité

Type d'emballage : Il en existe plusieurs, tous 100% recyclables, les bouteilles en plastique sont fabriquées à partir de 50% de PET recyclé et les bouteilles en verre des bars sont consignées.

Format : Ici format à emporter 200 ml, existe aussi sous d'autres formats « à la maison » de 1L ou en brique à emporter.

Canal de vente : GMS

Lien web : www.cacaolat.es

Date et lieu de découverte : 22 octobre 2022 lors d'un brunch dans le quartier Eixample.



NOUS DONNONS DES VIES INFINIES À NOS EMBALLAGES



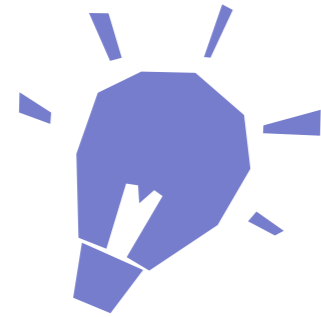
Tous nos emballages sont 100% recyclables .



De plus, nous sommes la seule marque en Espagne qui promeut la consommation de milkshakes dans des bouteilles en verre consignées .



CACAOLAT



ESPAGNE
Eléa Favre

USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

À boire au petit-déjeuner ou brunch, pour un snack ou pause au travail/école. Se boit n'importe où, facilement transportable. Packaging pensé sous différents formats pour faciliter le lieu de consommation mais également pour une question environnementale.

Cible

Petits et grands.

Recommandation de conservation / préparation

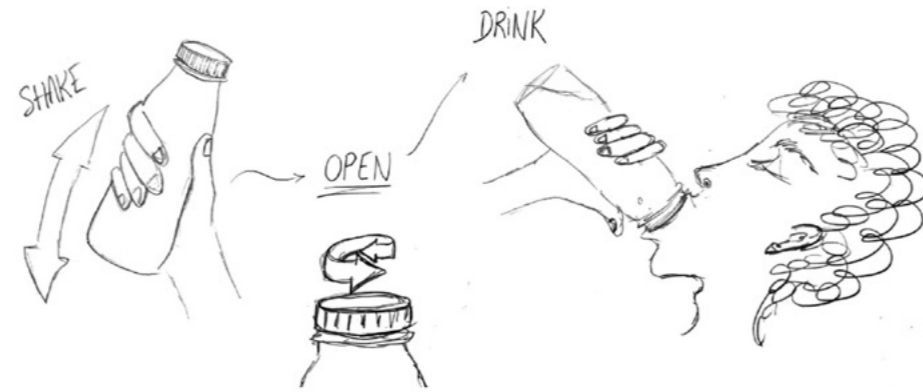
À agiter avant d'ouvrir. Au début du séjour, se buvait bien froid car il faisait encore chaud et vers la fin du séjour il était agréable de le boire chaud. Se conserve au frais et après ouverture il vaut mieux le boire dans les 2 jours suivants (car il s'agit de laitage). On m'a également dit que l'on pouvait s'en servir pour faire des gâteaux mais je n'ai pas essayé.

Description sensorielle

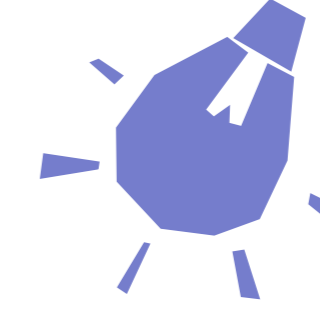
Liquide Solide Froid Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

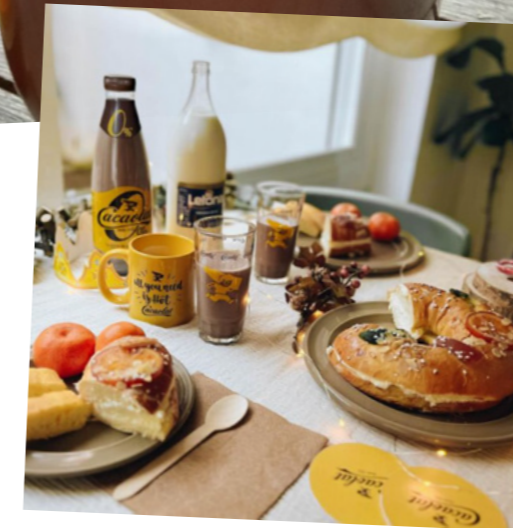
Texture : douce, onctueuse, légère



ESPAGNE
Eléa Favre



CACAOLAT



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Il s'agit du premier milk-shake au cacao en bouteille au monde. C'est un plus de pouvoir le consommer chaud mais aussi froid.

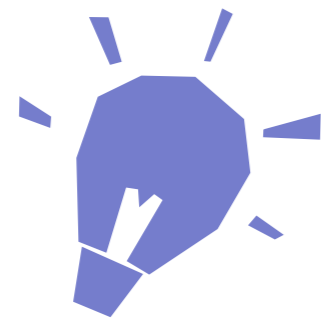
Expérience vécue VS promesse

C'est une espagnole qui m'a fait goûter lors d'un brunch en me disant de le boire froid car c'était rafraîchissant et sucré à la fois. J'étais assez sceptique n'étant pas fan du lait encore moins froid mais le goût du chocolat est assez fort en bouche et c'était effectivement bien rafraîchissant.

Comment s'en inspirer ?

Il me semble qu'il existe déjà des boissons lactées à différents goûts qui se boivent froides ou bien chaudes mais rarement les deux. Cette adaptabilité en fonction de la température et la possibilité de choisir le rôle donné à la boisson est attirante.

BISCUITS POUR CHIENS



ESPAGNE
Julianne Castaing



DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Circular Gos est une marque de biscuits pour chien produite par le restaurant Leka. Leka utilise les restes de la cuisine chaque jour afin de créer des biscuits limitant le gaspillage alimentaire.

Catégorie : Alimentation animale

Fabricant : Leka

Marque : Circular Gos

Prix / positionnement : 5€ les 150g

Type d'emballage : Bocaux en verre réutilisés et réutilisables

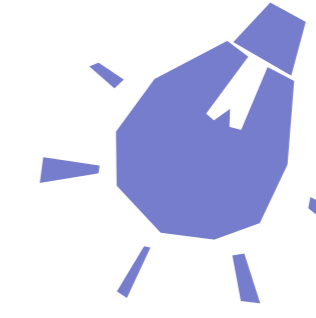
Format : Pot de confiture d'environ 150g

Canal de vente : Sur place dans les restaurants LEKA

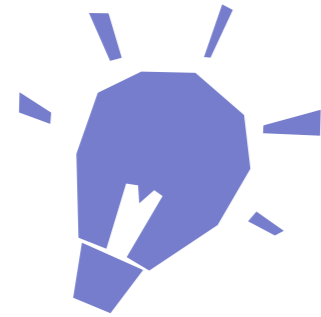
Date et lieu de découverte : Jeudi 10 novembre, restaurant LEKA Poblenou

ESPAGNE
Julianne Castaing

BISCUITS POUR CHIENS



BISCUITS POUR CHIENS



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Circular Gos étant des friandises pour animaux, leur consommation peut s'élever à une à deux fois par jour, en fonction de l'animal.

Cible

Chiens et chats

Recommandation de conservation / préparation

Consommation jusqu'à un mois.

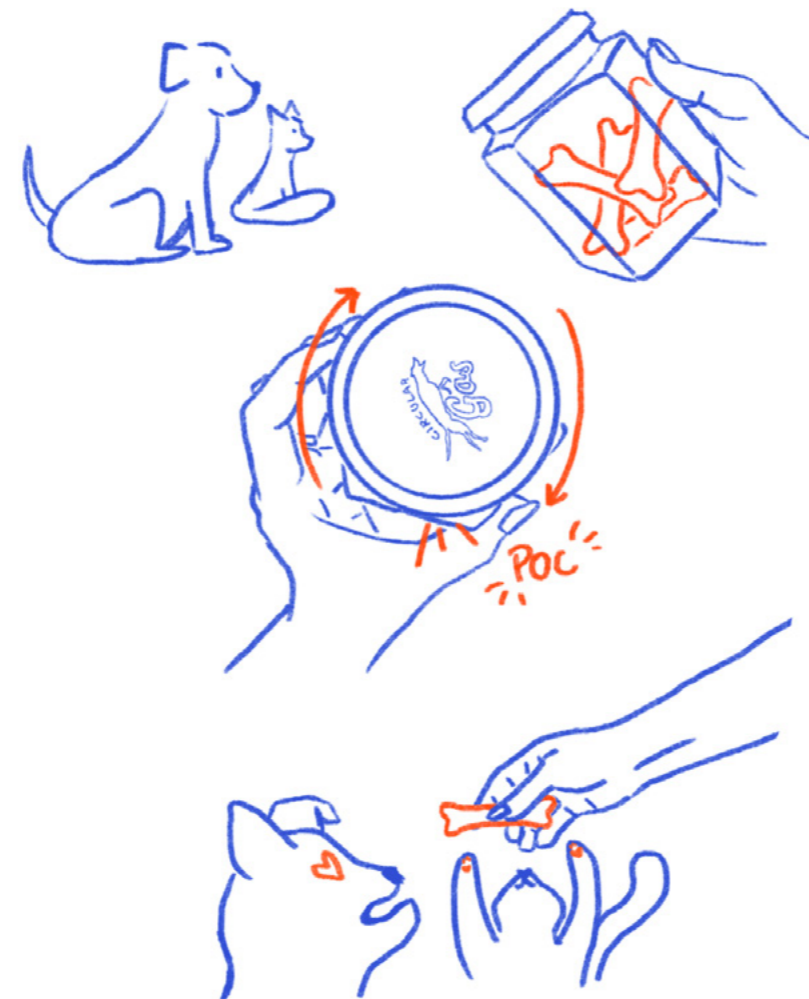
Description sensorielle

Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : sec, sablée

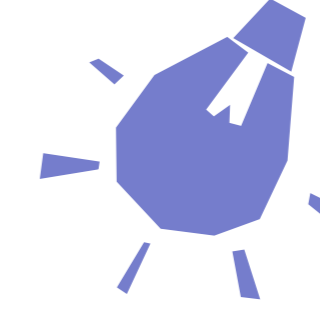
ESPAGNE
Julianne Castaing



ESPAGNE
Julianne Castaing



BISCUITS POUR CHIENS



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Je trouve ce produit innovant car il est le simple fruit de ce que nous pourrions tous faire chez nous : réutiliser nos déchets, afin de justement ne plus en produire. Les restaurants LEKA ont parfaitement compris qu'il était bénéfique pour eux (plus value, vente du produit, image) et pour la planète de profiter des produits de leur cuisine jusqu'au bout.

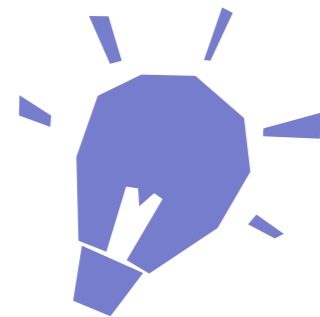
Expérience vécue VS promesse

Ne pouvant pas m'exprimer en terme de goût, je peux dire que la promesse de Leka est très bien tenue. Les animaux sont apparemment satisfaits des friandises et le produit est respectueux de l'environnement sur toute la ligne. En effet les restaurants Leka se veulent km0, c'est-à-dire que tous leurs ingrédients sont de saison et proviennent des alentours/de la région catalane. Les friandises sont donc zéro déchet et proviennent d'aliments écologiques.

Comment s'en inspirer ?

Il serait, je pense, vraiment facile de s'en inspirer en France. Non seulement la cause zéro déchet avancerait mais les restaurateurs pourraient également tirer un peu d'argent des restes de leur cuisine qui auraient simplement finis à la poubelle. Pour tous les restaurateurs proposant de la viande au menu ainsi qu'un hachoir, aucun investissement serait nécessaire. Cependant il est certain que des alternatives végétales doivent pouvoir exister.

HEURA



Date et lieu de découverte

Supermarché barcelone, le 11 octobre 2022

Quelle est l'innovation ?

Il s'agit d'une marque espagnole qui produit des aliments de type viande 100% végétale. J'ai eu l'occasion d'en goûter en faisant mes courses, et après avoir goûté la viande rouge de Barcelone, je voulais tester la viande végétale. Je me suis ensuite renseignée sur cette marque et j'ai découvert toute son histoire. L'objectif est de pousser l'amélioration de la durabilité et la nutrition de tous à travers des produits vegan.

Comment s'en inspirer ?

C'est un produit qui s'offre à tous car il se veut respectueux de l'environnement et bon pour la santé. Il cible non seulement les vegans et végétariens mais peut plaire à tout type de consommateurs, cette marque propose des produits variés et sains pour le corps tout en gardant des saveurs méditerranéennes. C'est un produit durable qui peut s'inscrire dans les attentes de l'alimentation du futur.

#transitionprotéique #régimesspécifiques #comfortfood #praticité

ESPAGNE
Eléa Favre



ESPAGNE
Julianne Castaing



#craftérisation
#réductiondesemballages
#anti-gaspi

KOFI

Date et lieu de découverte

Jeudi 10 novembre, restaurant Leka Poblenu

Quelle est l'innovation ?

Kofi est un papier / matériau conçu à partir des coques de café. Pour accéder à la graine de café, il faut la sortir d'une coque et celle-ci est très rarement utilisée. Kofi permet donc d'utiliser le café dans son entièreté, sans gaspillage. Ils créent donc un matériau innovant, limitant la création de nouveaux emballages en réutilisant des éléments du quotidien.

Comment s'en inspirer ?

Nous pourrions nous en inspirer en reprenant le concept du matériaux à base de café. La France est une grande consommatrice de café et si des entreprises permettaient le recyclage / utilisation de ces coques nous accéderions à de nouvelles méthodes de packaging innovantes.





LE MEXIQUE

Exploré de fond en comble par...

Océane Kerisit
kerisitoceane225@gmail.com



TENDANCES CONSO

Les consommateurs mexicains ont été très affectés par les retombées économiques de la crise sanitaire. ¹

Quelles sources suivre ?
The Foodtech / KANTAR

Bien que les circuits de distribution traditionnels prédominent, le e-commerce prend de plus en plus d'ampleur avec des géants tels qu'Amazon ou Mercado Libre mais aussi des acteurs plus modestes qui entament leur transformation digitale. ¹

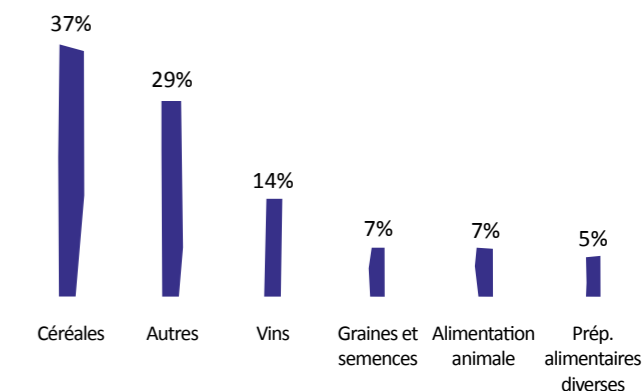
La reprise s'est amorcée en novembre en 2021 avec de nouvelles tendances de consommation : conscience croissante pour les aliments sains (biologiques, fonctionnels ou de spécialité), augmentation des achats de produits pré-emballés et baisse de fréquentation des marchés, priorité aux produits nationaux (pour les vins et spiritueux notamment), montée du e-commerce. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :

EXPORT FRANCE MEXIQUE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Mexique

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES



504 espèces d'insectes sont recensés comme comestibles au Mexique. L'entomophagie, ou consommation d'insectes par l'être humain, est une coutume qui remonte à l'époque préhispanique. Les populations zapotèque, mixtèque et Maya les consommaient à des fins nutritives pour sa richesse protéique supérieure à celle des viandes, comme médicinales pour soulager les maladies du système digestif, respiratoire, nerveux, circulatoire et des os. Aujourd'hui, le plaisir rentre en compte. On les trouve dans des stands de rue, ils se mangent à la main ou à la cuillère, plutôt comme snack. Ils sont grillés, puis on leur ajoute des épices chili et du citron.

Comment s'en inspirer ?

Il y a pleins d'avantages à consommer des insectes. Tout d'abord, les deux raisons évoquées précédemment, et qui permettent de lutter contre le système alimentaire industriel. De plus, leur consommation est pertinente d'un point de vue écologique et permettrait de réduire l'élevage animal responsable d'un grand nombre d'émissions de CO2. Revenir à des techniques ancestrales pertinente pour construire notre avenir est un enseignement à retenir.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



TACOS

Les tacos se mangent à toute heure de la journée, du petit-déjeuner au dîner par tous les Mexicains. Emblème de la street food Mexicaine, ils se consomment dans des stands dans la rue, ou dans les Taquerias. Ils se vendent à l'unité ou par 3 pour l'équivalent de quelques euros, ce qui permet de goûter à tout pour une somme très raisonnable ! Ils se mangent à la main en quelques bouchées.



TORTAS AHOGADAS

Les tortas sont originaires de l'État de Jalisco. C'est un plat à base de pain baigné dans une sauce tomate et garni de viande comme du porc effiloché ou des tripes. Comme beaucoup de plats au Mexique, elles se mangent avec les mains directement, dans des restaurants spécialisés. On peut les consommer entières, ou la moitié.

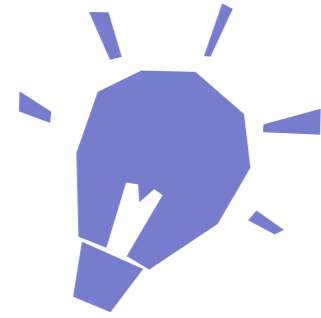


TORTILLAS

Les tortillas sont comme le pain pour nous. À base de maïs, ingrédients phare au Mexique, elles sont la base de plusieurs plats comme les tacos, les enchiladas, ou les chilaquiles... Elles se consomment toute la journée également, dans les restaurants, dans la rue, ou directement dans les foyers. On les trouve dans les tortilleras, les marchés, les épiceries, ou faites-maison.



CARAJILLO



MEXIQUE
Océane Kerisit



DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Boisson alcoolisée à base de café mexicain et de liqueur contenue dans un récipient unique et réutilisable qui prend soin de la planète, à partager entre amis.

Catégorie : Boisson, café/liqueur

Marque : Roca

Prix / positionnement : 12€ pack de 2 bouteilles / Milieu de gamme

Type d'emballage : Bouteille en verre

Format : Pack de 2 à 12 bouteilles verre de 185ml

Canal de vente : Market place (Mercado libre)

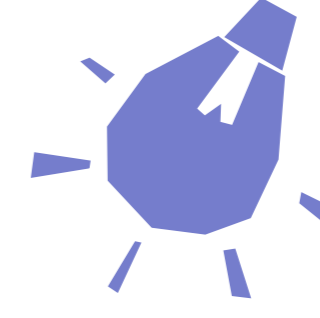
Lien web : www.rocacarajillo.com

Date et lieu de découverte : 09/10/2022 - Guadalajara, Jalisco, Mexique

#découvertesensorielle #filièreéthique #réductiondesemballages #retourauxorigines

MEXIQUE
Océane Kerisit

CARAJILLO



Excelente
digestivo

Sabor
irresistible
al paladar

Gran
Calidad,
con café de
Chiapas y
Veracruz

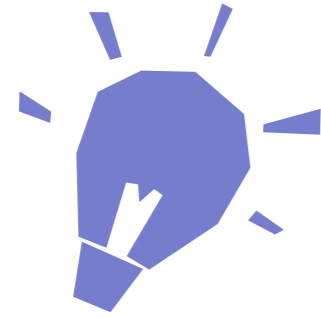
Producto
eco
friendly

INGRÉDIENTS

Eau, extrait de café,
édulcorants, alcool infusé
aux herbes et agrumes



CARAJILLO



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Boisson à partager entre amis que l'on pourrait comparer au pack de bière. Roca carajillo est conseillé comme digestif, à consommer pendant un apéritif, après un repas, mais aussi comme boisson rafraichissante autour d'un moment convivial.

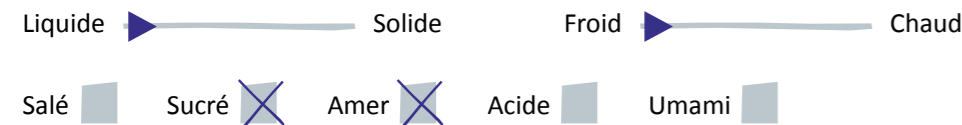
Cible

Adultes et jeunes adultes amateurs de café.

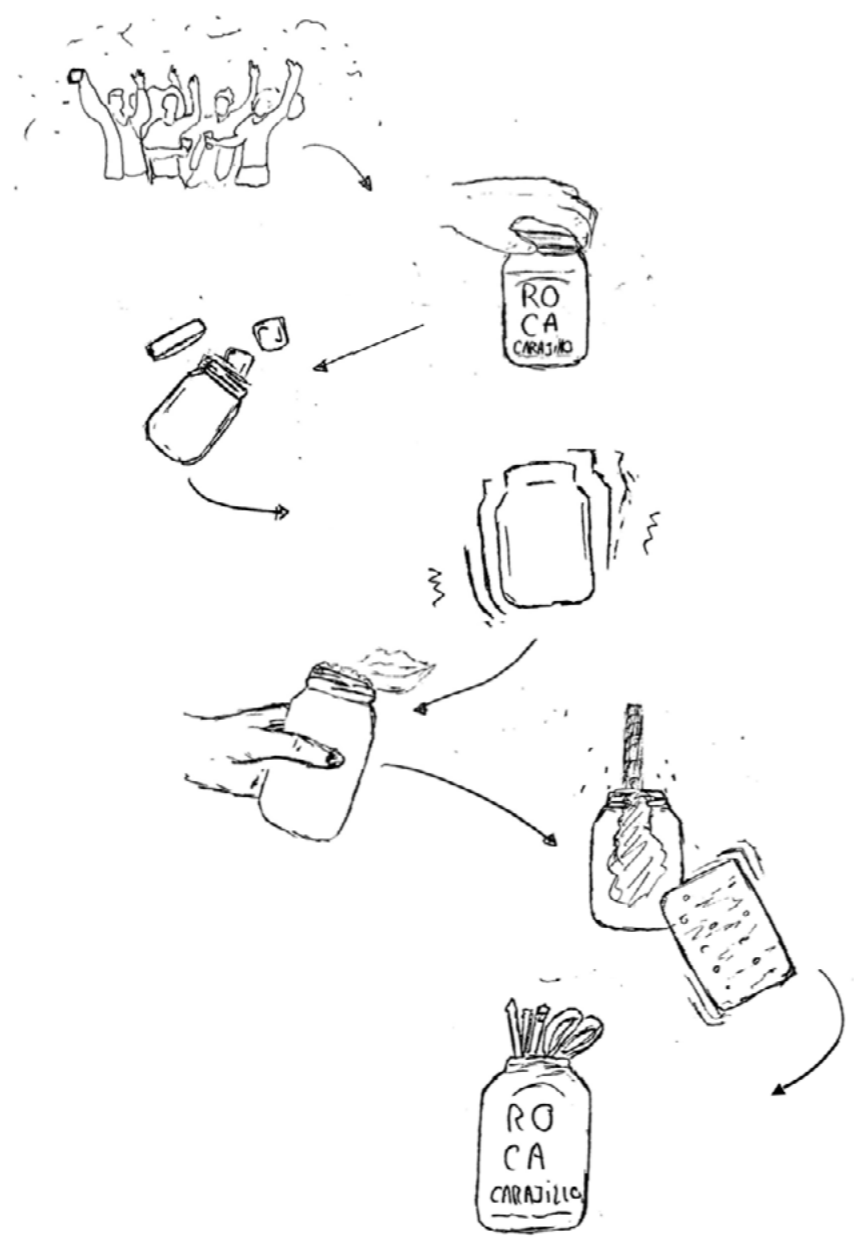
Recommandation de conservation / préparation

La préparation est très simple et se fait directement dans la bouteille, qui sert à la fois de verre et de shaker. On ajoute de la glace, on ferme, on secoue et on déguste ! La boisson se conserve au réfrigérateur et se déguste très froide pour profiter de toutes les saveurs.

Description sensorielle



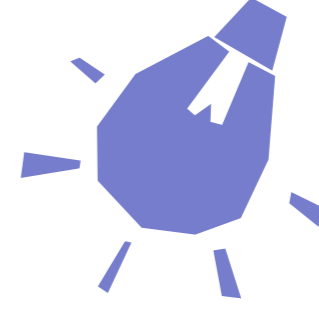
MEXIQUE
Océane Kerisit



MEXIQUE
Océane Kerisit



CARAJILLO



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit est innovant de par son emballage. L'emballage plastique ou en verre non réutilisable est ici troqué contre un contenant réutilisable qui sert aussi de shaker. Ensuite, on peut lui trouver de nombreux autres usages et le transformer en pot à crayons, à bonbons, récipient à snack à glisser dans son sac... C'est une façon de consommer entre amis, partager, dans un esprit plus responsable et éthique.

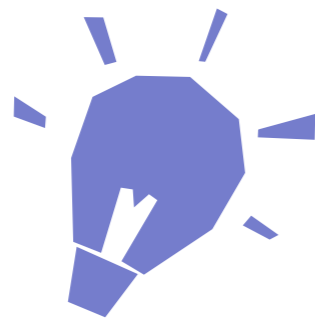
Expérience vécue VS promesse

La marque nous promet une boisson typique d'Espagne et d'Amérique latine rafraichissante née de l'équilibre idéal entre café et liqueur, respectueuse de l'environnement avec son contenant réutilisable, et éthique. Le café est produit au Mexique, et une partie des profits est partagée avec les producteurs. Effectivement, la qualité du goût, le mélange entre tradition et modernité, et un contenant réutilisable respecte la promesse de Roca Carajillo.

Comment s'en inspirer ?

Ce type de boisson peut facilement se consommer durant des soirées en famille ou entre amis, dans lesquelles on a l'habitude d'acheter des produits avec des emballages et/ou des bouteilles plastiques. Le lendemain, la quantité de déchets est souvent colossale. Nous pourrions adapter ce type de contenant en verre réutilisable pour d'autres usages, ou bien proposer un système de boisson en vrac grâce auquel elles seraient réutilisées.

HAGAMOS COMPOSTA



Date et lieu de découverte

26/09/2022 - Guadalajara, Jalisco, Mexique

Quelle est l'innovation ?

Hagamos Composta est un service de collecte des déchets organiques des foyers pour en faire du compost destiné être réintroduit dans les sols, pour une culture propre et responsable. C'est un système d'abonnement. Une fois par semaine ou tous les quinze jours, ils effectuent la collecte chez les abonnés et ils reçoivent un nouveau seau propre et vide, de sorte qu'ils n'aient plus qu'à trier leurs déchets organiques sans se soucier du nettoyage. Et cela va au-delà des déchets de consommation humaine, puisqu'ils recyclent également ceux des animaux. L'objectif est de réduire la quantité d'ordures produites dans les villes. Ainsi, c'est un système d'entraide entre citoyens, pour l'environnement et dans le but commun de réduire la quantité de déchets.

Comment s'en inspirer ?

Nous pourrions nous en inspirer pour réduire la quantité de déchets en France, en l'étendant, pourquoi pas aux restaurants scolaires et universitaires, et même aux restaurants. Pourquoi pas, d'ailleurs, permettre aux donateurs de récupérer une partie de la production grâce à leur don de compost. Si le Mexique, pays dans lequel les initiatives envers l'environnement sont faibles, ont pu le faire, un pays comme le nôtre avec davantage de moyens se doit de le développer dans chaque région.



#filièreéthique
#anti-gaspi
#retouràlaterre





LE CANADA

Exploré de fond en comble par...

Agathe Derville
ag.derville@gmail.com

Arthur Zimmermann
gestion.3dstudio@gmail.com



TENDANCES CONSO

La pandémie a accéléré la consommation de produits bio transformés et a largement profité au e-commerce alimentaire.¹

Le marché de l'alimentation fonctionnelle bénéficie d'une forte croissance.¹

Quelles sources suivre ?
KANTAR North America / SIAL CANADA

Développement de la consommation de produits locaux : achat de produits fabriqués au Canada et soutien aux commerces de proximité.¹

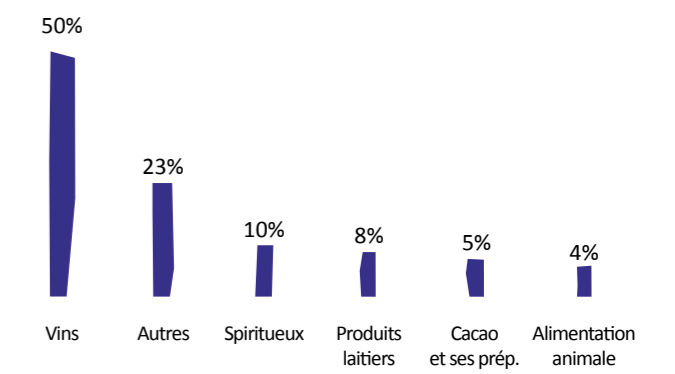
Produits surgelés et appertisés privilégiés pendant la crise : les consommateurs pourraient conserver cette habitude de consommation post-Covid.¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :
Loblaws metro Sobeys		Saputo agropur MAPLE LEAF Kraft Heinz

EXPORT FRANCE CANADA

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Canada

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Le jour de Thanksgiving au Canada n'est pas le même jour qu'aux Etats-Unis (il tombe sur le 2^e lundi du mois d'octobre). Ceci est expliqué par une différence de saison des moissons due à la géographie des pays. À Thanksgiving, on se réunit en famille autour d'un dîner qui se compose de recettes typiques comme de la dinde à la confiture de prunes, des pommes de terre, de la tarte à la citrouille...

Comment s'en inspirer ?

C'est une fête locale et la réunion en famille rappelle celle que nous avons à Noël. Thanksgiving est un jour pour exprimer sa gratitude à ses proches, et cela pourrait être une source d'inspiration. Les recettes pour ce jour de fête sont nombreuses et très bonnes, et elles pourraient être popularisées en France également.

#tradition

CANADA
Agathe Derville



CANADA
Agathe Derville

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



POUTINE

La poutine se consomme en divers lieux ; on la retrouve essentiellement en restaurant, bar et foodtrucks. La classique coûte souvent autour de CAD10\$, ce qui la rend abordable et consommable par un grand nombre de consommateurs.



BEAVER TAIL

Les beaver tails sont des desserts composés de pâte frite et recouverte de différents ingrédients, comme du chocolat fondu, de l'Oreo, des M&M's, du beurre de cacahuète, des pommes cuites, du beurre... On les trouve en points de vente, et elles sont consommées par tous ceux qui aiment le sucré.



TIM BITS

Les Tim Bits sont une création de la franchise Tim Hortons, très populaire au Canada. Il s'agit du cœur des donuts confectionnés par les cuisines Tim Hortons, qui sont à leur tour frits puis glacés de la même manière que les donuts, avec différents goûts. Ils sont très abordables (coûtant en général 1\$ pièce), et appréciés des consommateurs de Tim Hortons.



SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Au Canada la nourriture a un goût très normalisé dû au consommateur et à son origine majoritairement américaine. Il n'y a pas à proprement parlé de culture culinaire canadienne, celle-ci est majoritairement induite par des influences asiatiques.

Comment s'en inspirer ?

L'influence des cultures asiatiques dans l'alimentation canadienne permet d'avoir beaucoup de variétés et des produits de qualité. Contrairement à la nourriture américanisée, la culture culinaire japonaise ou encore chinoise est très bien exécutée et apporte une dimension plus hétérogène des saveurs. Elle est beaucoup plus authentique qu'en France.

#tradition

CANADA
Arthur Zimmermann



CANADA
Arthur Zimmermann

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES



TARTE AU SUCRE

Vous pouvez la trouver dans la plupart des cafés canadiens souvent accompagnée d'un café.



TOURTIÈRE

Plat typiquement familial, souvent consommé après une journée fraîche ou une session de ski.

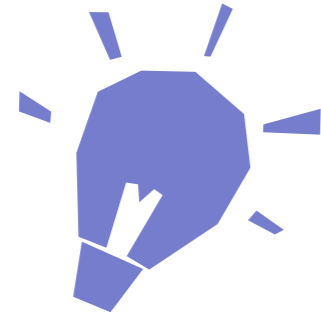


SUCETTE AU SIROP D'ÉRABLE

L'expérience touristique par excellence; la confection des sucettes se fait à même la neige après la récolte du sirop.



BIÈRE TANGRAM



CANADA
Agathe Derville



DESCRIPTIF PRODUIT

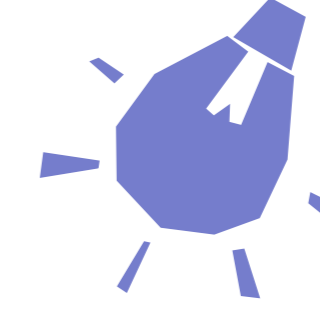
- Description :** Bière artisanale certifiée biologique brassée au Québec
- Catégorie :** Boisson alcoolisée
- Fabricant :** Brewing Co
- Marque :** Tangram
- Prix / positionnement :** Entre le milieu et le haut de gamme
- Type d'emballage :** Canette aluminium
- Format :** 473 ml
- Canal de vente :** Grandes surfaces, lieux de vente distributeurs
- Lien web :** www.brassrietangram.ca
- Date et lieu de découverte :** Montréal, janvier 2023

#artisanatlocal #craftérisation #découvertesensorielle

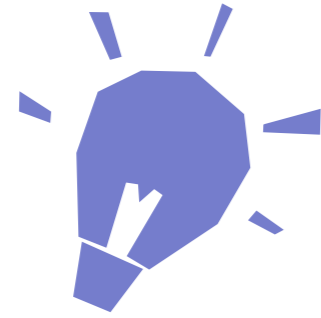
CANADA
Agathe Derville



BIÈRE TANGRAM



BIÈRE TANGRAM



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

En journée ou soirée, dans un cadre privé.

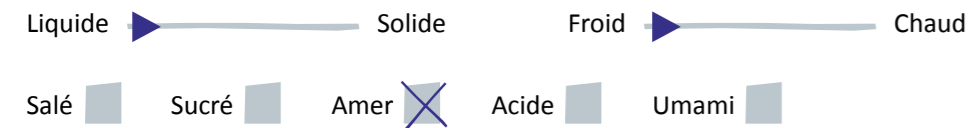
Cible

Personnes majeures, consommatrices de bière, en quête de produits de qualité et respectueux de l'environnement, et/ou locaux.

Recommandation de conservation / préparation

Conservation au réfrigérateur (8°C).

Description sensorielle



CANADA
Agathe Derville

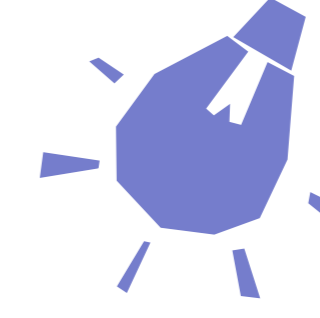


CANADA
Agathe Derville



▲ Rayonnage des bières en canettes : démonstration de la variété de choix qui existe et du graphisme original de chaque boisson

BIÈRE TANGRAM



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Les produits respectueux de l'environnement sont en voie de développement au Canada, mais dans certaines régions, comme en Alberta (Calgary), on n'en trouve encore quasiment aucun. Dans la région de Québec en revanche, j'ai pu trouver notamment ces bières issues de microbrasseries (produites en petite quantité) et labellisées biologiques. Au Canada, on a aussi cette culture des boissons alcoolisées en canette, avec un vrai travail de graphisme sur chaque produit qui les rend très attractifs auprès de la clientèle.

Expérience vécue VS promesse

La promesse de la bière Tangram est « La bière sous toutes ses formes », avec une bière qui se réinvente malgré l'ancienneté de son invention. Tangram cherche à créer des saveurs uniques et des moments spéciaux ; et en effet, leurs bières sont pleines de caractère, là où une grande majorité des bières classiques au Canada sont légères et douces.

Comment s'en inspirer ?

En France, les bières en bouteille sont plus mises en avant, et on achète moins de canettes ; c'est tout l'inverse au Canada. Les canettes permettent une plus grande variété de graphismes et l'objet de la canette devient joli ; chaque bière ayant un graphisme différent, on a envie de les collectionner.

IMPOSSIBLE BURGER



DESCRIPTIF PRODUIT

Description : L'objectif de cet aliment est de recréer aussi bien esthétiquement que gustativement la viande de boeuf en se basant uniquement sur des ingrédients d'origine végétale

Catégorie : Substitut d'origine végétale

Marque : Impossible

Gamme éventuelle : Substitut de boeuf

Prix / positionnement : Prix relatif au secteur bovin, premier prix 17€/kg

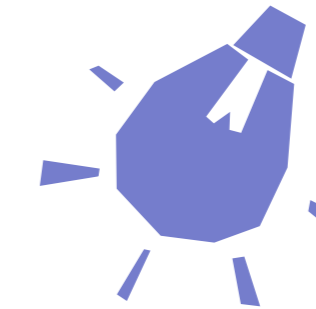
Type d'emballage : Emballage sous vide conservé au frais

Format : Individuel

Canal de vente : Grande distribution

Lien web : www.impossiblefoods.com

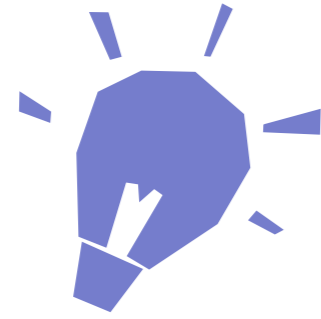
Date et lieu de découverte : Courant Janvier, supermarché de la chaîne Safeway



IMPOSSIBLE BURGER



IMPOSSIBLE BURGER



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

La consommation est principalement domestique bien que de plus en plus de restaurants vegan et végétariens le proposent à la vente en consommation sur place.

Cible

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, on cible plus une clientèle soucieuse de l'environnement mais non végétarienne ou vegan.

Recommandation de conservation / préparation

La conservation et la consommation sont identiques à celle de la viande bovine.

Description sensorielle

Liquide ———▶ Solide Froid ———▶ Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : extrêmement proche de celle d'un steak hâché

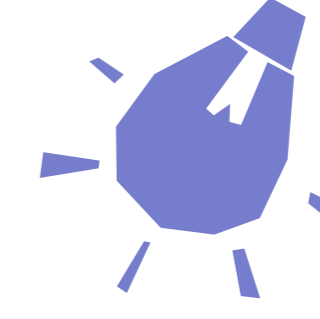
CANADA
Arthur Zimmermann



CANADA
Arthur Zimmermann



IMPOSSIBLE BURGER



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Il existe beaucoup de substituts de viande à base de végétaux, celui-ci est impressionnant de part sa ressemblance. Il est quasiment impossible de faire la différence avec un vrai steak hâché tant par l'odeur, le goût, la texture ou encore la réaction de celui-ci à la cuisson.

Expérience vécue VS promesse

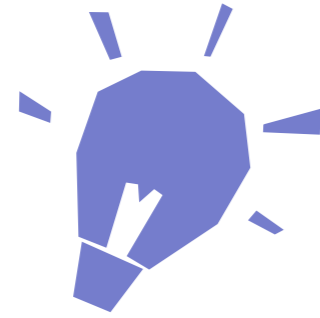
La promesse est largement tenue et cette alternative à la viande bovine est extrêmement réaliste.

Comment s'en inspirer ?

Malgré l'abondance de substituts végétaux dans la grande distribution, aucun n'est aussi abouti que la marque Impossible. Je pense que la recherche et développement dans ce domaine est nécessaire pour développer ce marché.



SQUARE EAT



Date et lieu de découverte

Décembre 2022, publicité instagram, puis en supermarché

Quelle est l'innovation ?

Le principe de cette innovation est de recréer un aliment ou un repas complet sous forme de cube d'origine naturelle. La promesse repose sur une simplicité d'utilisation, le gain de temps sur la préparation des repas et un goût authentique.

Comment s'en inspirer ?

La marché des repas rapides sous forme alternative est dominé en France par des produits sous forme de poudre ou de barres sucrées. Une alternative salée sous une forme novatrice pourrait amener le consommateur à changer son mode d'alimentation.



CANADA
Arthur Zimmermann

CANADA
Agathe Derville

FOOD COURTS

Date et lieu de découverte

Montréal, Décembre 2022

Quelle est l'innovation ?

On trouve des food courts partout à Montréal, où l'on peut se rendre à différents comptoirs qui présentent chacun une spécialité culinaire (souvent, chaque comptoir évoque la cuisine d'un pays). On y trouve également des comptoirs proposant des boissons alcoolisées ou non, et des cafés. L'idée est d'aller commander à manger, avant de s'asseoir n'importe où dans un vaste espace commun composé de nombreuses tables et chaises.

Cela change des restaurants classiques puisque l'on peut décider sur le moment quel type de nourriture on a envie de manger, et on peut aussi choisir des plats différents si l'on est à plusieurs, sans se soucier de ne pas pouvoir s'asseoir ensemble par la suite. Cela permet également d'ouvrir ses sens, de tester différentes cuisines, et ce sont des lieux très accueillants, modernes et chaleureux, avec un travail d'architecture intérieure conséquent. On en trouve en premier lieu au sein des centres commerciaux, qui sont des lieux dynamiques de vie à Montréal pendant l'hiver.

Comment s'en inspirer ?

On commence à voir des food courts émerger également en France, mais ils pourraient sans aucun doute se développer encore plus. Avec ces lieux de rencontre, il devient plus facile de se retrouver sans avoir à s'inquiéter de choisir un restaurant qui convienne à tout le monde. Ce sont toujours des lieux uniques et de découverte qui ont des identités fortes. En importer dans les centres commerciaux est une façon de créer un lieu de pause qui réponde à toutes les envies des consommateurs (prendre un verre, manger un morceau...)



▲
Le Central, Montréal

#métissageculinaire
#découvertesensorielle
#artisanatlocal
#personnalisation

#nomadisme #funfood #personnalisation #prêt-à-manger





LE JAPON

Exploré de fond en comble par...

Adrien Weisskopf
adrienweisskopf@gmail.com



TENDANCES CONSO

Le Covid-19 a favorisé la production nationale et entraîné une chute des importations agroalimentaires. ¹

Quelles sources suivre ?
Japan today / Japan times
food&drink / Foodex Japan 2023

La légendaire sensibilité des Japonais à la qualité, à la sécurité et aux marques n'a pas faibli. Néanmoins, les Japonais accordent plus d'importance au prix comme l'indique la progression des Marques De Distributeurs. ¹

Pendant la pandémie, la consommation s'est recentrée sur le domicile, un phénomène baptisé « sugomori »: les Japonais se sont tournés vers les ingrédients de pâtisserie, le fromage (râpé notamment) pour cuisiner, etc. ¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :



Marché, autres canaux :

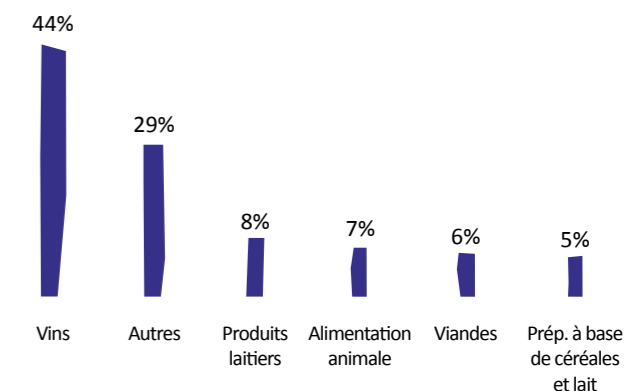


Top IAA :



EXPORT FRANCE JAPON

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires ² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Japon

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Mottainai est un terme utilisé pour désigner le sentiment de regret, voire de honte à gaspiller un bien matériel (objet comme nourriture). L'exclamation « Mottainai! » Pourrait être traduite par « quel gâchis ! ». Cet esprit d'anti-gaspi est profondément ancré dans la société, si bien qu'il est particulièrement mal vu de jeter des objets réparables, ou encore de la nourriture consommable.

Cette réflexion a fait naître des pratiques comme le Kintsugi, l'art de réparer la céramique cassée. Ou encore de nombreuses manières ingénieuses de réemployer les co-produits alimentaires.

Comment s'en inspirer ?

Si en France, il est également mal vu de gaspiller, le Japon reste un meilleur élève. Malgré un fort attrait à la sur-production et au sur-emballage (culture de l'hygiène, et culture du « pratique » qui rentre beaucoup en jeu) les japonais modèrent leur consommation. Dans les grandes villes, ils achètent plus souvent mais moins (aussi car ils ont de plus petits logements), cuisinent peu, et consomment en petites portions. À mes yeux, le mode de vie des citoyens japonais est trop peu comparable au notre pour s'en inspirer en France, mais « mottainai » est un exemple à suivre en terme de mentalité et d'éducation.

#étatd'esprit

JAPON
Adrien Weisskopf



JAPON
Adrien Weisskopf



THÉ

Le thé se trouve partout, dans chaque foyer. Des rayons sont dédiés uniquement au thé dans les supermarchés. Il se consomme chez soi, dehors, l'été, l'hiver, chaud, froid, liquide, solide... On peut le consommer de la manière la plus traditionnelle possible (cérémonie du thé), mais aussi de manière bien plus banale, entre 2 cours par exemple.



RAMEN

On trouve des ramens dans tout le pays. Et je crois que je n'en ai jamais goûté 2 identiques. Les ramens se mangent à toute période de l'année, et sont particulièrement appréciés l'hiver. Les restaurants de ramens sont généralement très simples et petits. Un ramen coûte entre 600 et 1200¥ (4,28 - 8,57€). Les ramens sont particulièrement appréciés par les étudiants et les travailleurs, de par leur côté rapide et pratique (on commande sur une machine, on mange au comptoir, puis on s'en va).

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES

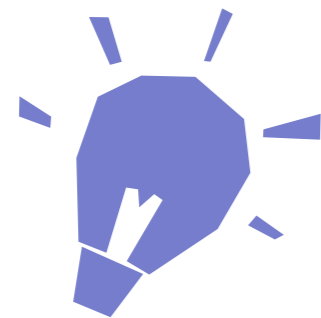


ONIGIRI

Les onigiris sont des triangles de riz farcis, enrobés d'une feuille de nori (algue) sèche. Ce casse-croûte est disponible pour moins de 100¥ (0,71€) dans tout les konbinis et supermarchés. Son emballage est intelligemment réfléchi pour que l'algue ne soit pas en contact avec le riz avant qu'on le déballe (pour qu'elle reste sèche et croquante). Son format fait qu'on peut le manger n'importe où. J'ai vu beaucoup d'étudiants en manger pendant les repas, en plus de leur plat principal.



OKAKIS



JAPON
Adrien Weisskopf

DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Les Okakis sont des crackers de riz très populaires. Ceux-ci ont la particularité d'être produits à base de lie de saké (sakekasu). Il s'agit d'une pâte solide issue du brassage du saké.

Catégorie : Biscuits sucrés

Fabricant : Seijibei Moriyama

Marque : 清次兵衛 (seijibei)

Prix / positionnement : 750¥ (5,36€)

Type d'emballage : Sachet refermable (tetrapak + plastique)

Format : Sachet de 70g, contient environ 20 biscuits

Canal de vente : Épiceries BIO (vendu surtout dans la préfecture de production), site internet

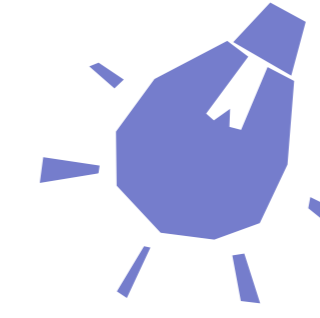
Lien web : www.seijibe.jp

Date et lieu de découverte : Lundi 9 janvier, dans la boutique « FOOD STORY COCOROBI » une épicerie BIO à Chiba.



JAPON
Adrien Weisskopf

OKAKIS



OKAKIS



JAPON
Adrien Weisskopf

USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Il s'agit d'un snack, donc il est particulièrement apte à être consommé chez soi (en se divertissant, devant la télé, ou pendant l'apéro ou le goûter...). Mais son format refermable le rend également très pratique à transporter, et donc le manger pendant une pause, au travail ou à l'école par exemple.

Cible

Population assez aisée (car très chers par rapport aux biscuits équivalents), qui se soucie de la manière dont elle consomme (la lie de saké est un produit fermenté très bon pour la santé).

Recommandation de conservation / préparation

La DLC était fixée à 4 mois après la date de mon achat. L'emballage stipule "à consommer immédiatement après ouverture", malgré le sachet refermable.

Description sensorielle

Liquide Solide Froid Chaud

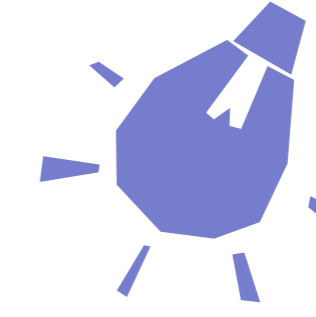
Salé Sucré Amer Acide Umami

Texture : craquante, dure



JAPON
Adrien Weisskopf

OKAKIS



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit est innovant car il emploie de la matière issue du processus de production d'un autre produit, la lie de saké. Cette pâte est donc fermentée et très bonne pour la santé. Donc utiliser cet aliment pour reproduire un snack très connu (le okaki), est une façon habile de faire consommer un co-produit à des gens qui n'y seraient pas forcément sensibles. Tout en leur promettant un produit plus sain que ce qu'ils connaissent. Ce que je trouve intéressant, au-delà du produit, c'est justement la lie de sake (sakekasu) (photo 1). Ce produit est facilement trouvable en grande surface, et bien que les japonais n'y soient pas tous familiers, il est présent dans des produits transformés très populaires, comme l'amazake (photo 2), une boisson à base de riz et de sakekasu.

Expérience vécue VS promesse

Pour bien cerner le produit, j'ai également acheté de la lie de saké pure (photo 1) afin d'y goûter avant l'okaki. Je peux vous dire que le sakekasu est très amer, et a un goût prononcé de saké. Ce qui m'a surpris en consommant l'okaki, c'est que cette amertume est complètement estompée par le côté sucré du chocolat. Cela s'explique car le sakekasu n'est pas le seul ingrédient de ce biscuit, mais aussi par un équilibre assez habile des saveurs.

Comment s'en inspirer ?

En France, le marc de raisin par exemple, est plus utilisé pour ses bienfaits diététiques que pour son goût, alors qu'il est tout à fait consommable. Je pense qu'on pourrait en France, utiliser un co-produit pour reproduire des aliments que nous avons l'habitude de consommer. À la manière de l'okaki à base de sakekasu, pourquoi pas des crackers à base de marc de raisin ?



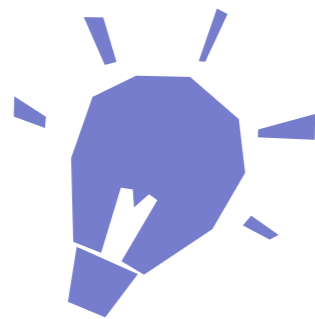
1



2



SAMPURU



Date et lieu de découverte

Je connaissais les sampuru avant de venir au Japon, mais je ne m'attendais pas à en voir si fréquemment.

Quelle est l'innovation ?

Il s'agit de faux plats, qui sont en vitrines de restaurants. C'est vraiment très courant d'en voir dans les rues de n'importe quelle ville (et village).

L'intérêt est à la fois d'attirer le consommateur, de donner envie de manger, et surtout de se faire une idée de ce qu'on s'apprête à manger.

C'est très pratique pour les touristes, car le menu est souvent disponible uniquement en Japonais. Là, il suffit de pointer du doigt ce que l'on veut manger. C'est aussi pratique pour les japonais, qui peuvent choisir un restaurant d'un simple coup d'oeil. C'est également une manière de découvrir des produits que l'on n'aurait pas forcément choisis autrement.

Comment s'en inspirer ?

Presque systématiquement au Japon, soit il y a des vitrines, soit il y a des photos de chaque produit sur le menu. Cela rend quasiment impossible de commander à l'aveugle. Ainsi, cela évite d'être déçu une fois que le plat arrive sur la table, et réduit par conséquent le gaspillage.



#praticité
#découvertesensorielle
#anti-gaspi





LA CHINE

Explorée de fond en comble par...

Jingran Wei
jingranwei.melissa@gmail.com



TENDANCES CONSO

Forte dynamique des achats en ligne (GMS et RHD).¹

Quelles sources suivre ?
Marketing Chine / KANTAR China

Les consommateurs chinois se soucient de la qualité des produits qu'ils achètent et sont aujourd'hui prêts à orienter leurs choix alimentaires vers des alternatives sûres, saines, souvent plus onéreuses.¹

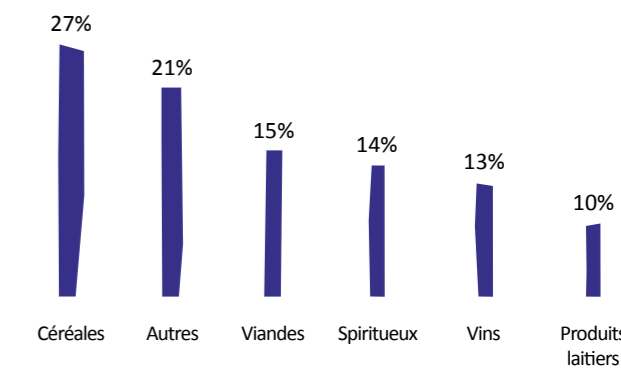
La Chine est devenue le premier importateur mondial de produits alimentaires. Le pays importe principalement du soja (24 % des importations en 2020) et de la viande (19 %).¹

ACTEURS CLÉS

Enseignes :	Marché, autres canaux :	Top IAA :

EXPORT FRANCE CHINE

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires² :



1. Business France / 2. Business France, export France-Chine

SINGULARITÉS ALIMENTAIRES

Les chinois aiment généralement partager la nourriture, la famille et les amis s'asseyant ensemble mangeant les plats avec des baguettes. En raison de la grande taille de la Chine et des différences de climat, les ingrédients et les plats varient d'une ville à l'autre.

Chaque festival en Chine est indissociable de la nourriture, et chaque festival a ses mets spécifiques. Les festivals chinois ne sont généralement pas liés à la religion, mais ils sont souvent suivis de mythes et de légendes. Les festivals chinois sont également plus axés sur un fort sentiment de réunion et de fête et un sens aigu de la famille, de sorte que la nourriture porte souvent diverses significations symboliques. Dans le cas de la fête de la mi-automne, par exemple, les chinois mangent des gâteaux de lune ronds, en forme de pleine lune. Selon la légende, Chang'e s'est envolée vers la lune parce qu'elle a pris par erreur un élixir d'immortalité, et son mari Hou Yi a fait des gâteaux de lune pour symboliser leurs retrouvailles, car elle lui manquait.

Comment s'en inspirer ?

1. La variété des aliments et des styles de cuisson : elle peut répondre à différents besoins, par exemple, pour les végétariens, la variété des légumes et des différents plats de la cuisine chinoise peut les aider à goûter une variété plus riche d'aliments.
2. Façon de manger : pour faciliter le partage de la nourriture, les restaurants chinois utilisent souvent une table ronde, ce qui permet aux gens d'interagir plus facilement avec ceux qui les entourent pendant le repas et facilite l'interaction sociale.
3. Un symbolisme intéressant : la nourriture chinoise, que ce soit dans la forme et la couleur des aliments ou dans la dénomination des plats, comporte souvent un certain symbolisme pour rendre le repas plus intéressant.

#habitude #rituel

CHINE
Jingran Wei



CHINE
Jingran Wei



RAVIOLI

Les raviolis sont un aliment classique dans le nord de la Chine et sont consommés par les habitants du nord à l'occasion de presque tous les festivals, en particulier pendant le Nouvel An chinois. Faire des raviolis avec la famille est aussi une activité pendant la période des fêtes.



FONDUE CHINOISE

La fondue est populaire dans toutes les régions de Chine et les gens aiment particulièrement la manger en hiver car elle reste chaude tout le temps. Elle est également populaire en raison des différents ingrédients qui peuvent y être ajoutés.

PRODUITS PHARES ET IDENTITAIRES

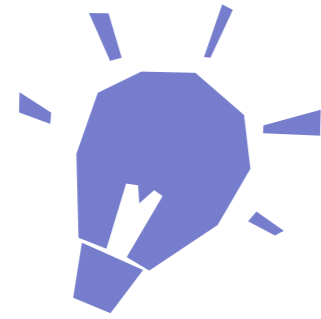


BOULETTES DE RIZ

Les boulettes de riz sont un classique de la fête des lanternes, qui symbolise les retrouvailles et l'unité. Dans la vie quotidienne, les gens le consomment comme un dessert.



REPAS AUTO-CHAUFFANT



#nomadisme #praticité #prêt-à-manger

DESCRIPTIF PRODUIT

Description : Le produit est un hotpot auto-chauffant. Il suffit d'ajouter de l'eau à température ambiante pour qu'il se réchauffe tout seul, ce qui permet de bénéficier d'un plat chaud à tout moment et en tout lieu. Cette méthode d'auto-chauffage peut également être utilisée pour d'autres types de repas.

Catégorie : Plats préparés

Fabricant : Yihai International Corporation

Marque : Haidilao

Prix / positionnement : Milieu de gamme

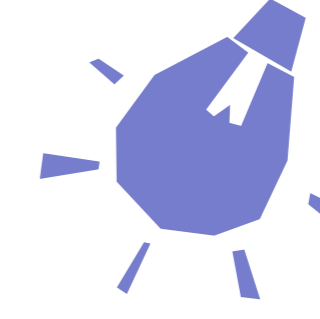
Type d'emballage : Boîte et sachets en plastique, suremballage carton

Format : Sachet de légumes 200g (teneur en matières solides ≥50%)

Canal de vente : Site internet, supermarché

Lien web : www.haidilao.com

Date et lieu de découverte : J'ai découvert le produit en ligne et grâce aux recommandations d'amis.



REPAS AUTO-CHAUFFANT



REPAS AUTO-CHAUFFANT



USAGE DE CONSOMMATION

Moment / lieu

Déjeuner, goûter, dîner.
À domicile, à table, dans la rue, dans la voiture, dans le train...

Cible

Tous consommateurs, seniors, enfants, végétariens, mais surtout pour les jeunes qui sont occupés et n'ont pas le temps de cuisiner.

Recommandation de conservation / préparation

- Conserver dans un endroit frais et sec
1. ouvrir le paquet d'ingrédients
 2. placer le paquet autochauffant dans la boîte et ajouter de l'eau à température ambiante
 3. fermer le couvercle pour le chauffage
 4. attendre 15 minutes, ouvrir le couvercle et servir.

Description sensorielle

Liquide Solide Froid Chaud

Salé Sucré Amer Acide Umami Épicé

CHINE
Jingran Wei



Li est rentré de l'école en ayant très faim et il n'y avait plus d'ingrédients dans la maison.



Il s'est souvenu du hotpot auto-chauffant.



Il a ouvert l'emballage, ajouté de l'eau fraîche et attendu pendant 15 minutes.



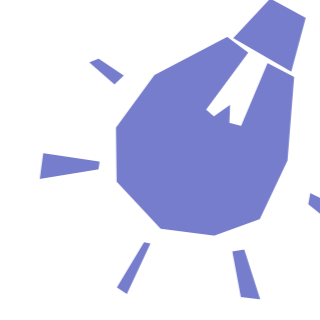
Instantanément, il a pu apprécier la nourriture chaude.



CHINE
Jingran Wei



REPAS AUTO-CHAUFFANT



DÉCRYPTAGE

En quoi ce produit est-il innovant ?

Ce produit se différencie dans la catégorie des aliments instantanés. Tout d'abord, il n'a pas besoin d'être réchauffé à l'aide d'eau chaude, de micro-ondes ou de four, il est donc vraiment prêt à être consommé. Deuxièmement, il garantit le goût des aliments en plus de leur commodité, car ils sont chauffés instantanément, ce qui leur donne un goût de fraîcheur.

Expérience vécue VS promesse

La technologie des produits auto-chauffants s'est améliorée, mais elle reste différente de la cuisson réelle des aliments. Bien que plus facile à transporter, le goût des aliments est également sacrifié.

Comment s'en inspirer ?

L'approche autochauffante de ce produit pourrait être empruntée à la France. La plupart des fast-foods français courants nécessitent désormais un micro-ondes et ce produit améliorerait la portabilité des fast-foods.

TANTE QIAN



Photo prise à 20h30

Date et lieu de découverte

Septembre, 2022 Trouvé dans divers quartiers

Quelle est l'innovation ?

Tante Qian est une chaîne de supermarchés qui a vu le jour en Chine, spécialisée dans les ingrédients tels que les légumes, les fruits et la viande. Il est aujourd'hui principalement populaire dans les grandes villes de Pékin, Shanghai et Guangzhou. Les supermarchés sont généralement situés à l'intérieur de chaque quartier et sont de petite taille, moins de 100 pieds carrés. Les supermarchés sont connus pour ne pas vendre de viande du jour au lendemain. Ils réduisent les prix de 10 % tous les soirs à partir de 19 heures, puis de 10 % supplémentaires toutes les heures jusqu'à 23h30, ensuite tous les ingrédients sont gratuits afin qu'il n'y ait pas de restes chaque jour. Ce modèle commercial permet de créer une situation gagnant-gagnant pour les vendeurs et les acheteurs, tout en luttant contre le gaspillage des ingrédients. Les clients peuvent y acheter les ingrédients les plus frais et bénéficier de remises le soir, et les commerçants peuvent maximiser leurs ventes et minimiser le gaspillage.

Comment s'en inspirer ?

Le concept de ne pas vendre de viande du jour au lendemain pourrait également être suivi en France pour réduire le gaspillage d'ingrédients par le biais, par exemple, de promotions.

#anti-gaspi #sobriétévolontaire #communicationtransparente



POUR ALLER PLUS LOIN...

Dispositif Envoléo

Avec le programme Envoléo, la Région des Pays de la Loire encourage la **mobilité sortante des jeunes** et les aide à construire leur parcours de formation à l'international.

A ce titre, ils peuvent bénéficier d'une **aide forfaitaire au départ pour poursuivre leurs études ou effectuer un stage à l'étranger** accompli dans le cadre de leur cursus dans un établissement d'enseignement supérieur ligérien partenaire de ce dispositif.

A compter de la rentrée 2023, cette mobilité à l'international est d'une durée minimum de 10 semaines dans la structure étrangère d'accueil.

Les étudiants âgés de moins de 28 ans, ressortissants d'un pays membre de l'Union Européenne, en formation dans l'académie de Nantes depuis plus d'1 année universitaire, et ne bénéficiant pas d'une bourse Erasmus+, peuvent postuler auprès du service des Relations internationales de leur établissement ligérien.

Ces bourses sont allouées dans la limite de chaque contingent réservé à l'établissement signataire d'une convention de partenariat au titre de ce dispositif. Le versement de la bourse intervient au début de la mobilité, en une seule fois.

Ainsi, chaque année, la Région réserve pour cette initiative un budget de 2 900 000 € permettant d'allouer près de 3000 bourses réparties entre les étudiants des établissements partenaires de la Région des Pays de la Loire.

La Région a fait le choix d'attribuer, sans conditions de ressources, un forfait départ de 1000 €.

Une bonification sur critères sociaux (échelons 4, 5, 6 ou 7) ou en raison de la situation de handicap de l'étudiant de 1000 € peut s'ajouter.

Dispositif Impulsion

La Région encourage l'engagement des étudiants, à travers la vie associative, qui leur permet de vivre des expériences multiples, en plus de leur formation. Ces expériences sont sources de réelle valeur ajoutée pour l'entrée dans le monde du travail, grâce aux nombreuses compétences, susceptibles d'intéresser le futur employeur, qu'elles permettent d'acquérir et de développer.

Le soutien régional a vocation à donner **une impulsion aux projets des associations** qui s'inscrivent dans au moins l'une des 3 thématiques prioritaires de la Région des Pays de la Loire :

- la jeunesse,
- l'emploi,
- les transitions environnementale et sociétale.

Les projets doivent bénéficier au public étudiant et relever d'une des catégories d'action suivante :

- Manifestations ponctuelles ou récurrentes dont les étudiants sont les organisateurs, d'ampleur régionale ou à visibilité nationale ou internationale,
- Organisation ou participation à une compétition internationale nécessitant un engagement personnel des étudiants dans la mise en œuvre d'actions,
- Programme d'actions d'accompagnement du public étudiant,
- Programme d'actions développant du tutorat entre pairs et mentorats par un pair professionnel, en faveur des étudiants.

La Région peut subventionner jusqu'à 80 % du projet, dans la limite de 10 000 €.



Le partage de ressources interentreprises : une opportunité pour rationaliser et réduire des coûts !

La mutualisation de ressources (sous forme de prêt, don ou vente) permet aux entreprises de réduire leur coût tout en s'engageant dans une démarche vertueuse. La plateforme web Solutions partage facilite la mise en relation des entreprises ligériennes qui souhaitent proposer ou demander ponctuellement des ressources (locaux, matériels, formations, matières, compétences). Les entreprises peuvent diffuser gratuitement et en toute autonomie leurs annonces pour qu'elles soient visibles par les autres acteurs du territoire.

Quelques exemples de ressources proposées sur Solutions partage : salle de réunion, bureaux, surface de stockage saisonnière, mobilier de bureau, ensacheuse - étuveuse, débroussailleuse, ordinateurs, cartons, planches de bois, tasseaux, bâches noires, big gag, bacs et cagettes en plastique, vêtement de travail, cartons pour bouteilles de vin ...

Ce service est développé par Solutions&co et offert par la Région des Pays de la Loire. Plusieurs intercommunalités ligériennes sont engagées dans la mutualisation de ressources. Elles ont un rôle de conseil des entreprises et de mises en relation.

Plus d'informations : www.solutions-partage-paysdelaloire.fr
Contact : s.loue@solutions-eco.fr



Solutions Se Fournir en Pays de la Loire : Bénéficiez de services 100 % personnalisés pour augmenter la part des achats en local des industriels en Pays de la Loire.

Vous souhaitez faire évoluer votre stratégie achat et trouver les bons fournisseurs localement ? Vous vous posez des questions sur vos besoins précis sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et sur comment détecter les compétences et les fournisseurs.

Solutions Se Fournir en Pays de la Loire vous accompagne et facilite ces démarches. D'une recherche très ciblée d'un fournisseur pour un besoin immédiat à une approche globale des dépenses et des risques fournisseurs de l'entreprise, la définition d'un plan d'actions et la proposition de fournisseurs alternatifs, nous nous adaptons à votre besoin.

Solutions Se Fournir en Pays de la Loire, un service offert aux entreprises ligériennes par La Région Pays de la Loire et pilotée par Solutions&co, son agence de développement économique.



Plus d'informations : www.solutions-sefournir-paysdelaloire.fr
Contact : Anne-Cécile MOQUET, Chef de projet Industrie du futur
06 86 48 08 49 / ac.moquet@solutions-eco.fr





Nous tenons à remercier l'ensemble des étudiants qui ont participé à cette première édition du Food Tour :
Adrien, Agathe, Alice, Arthur, Cléa, Eléa, Elise, Emma, Inès, Jade, Jingran, Jeanne, Julianne, Loanne, Louis, Lucie, Océane.

Bravo pour votre esprit de curiosité et votre effort d'analyse pour décrypter les innovations dénichées.

Nous espérons que cet exercice vous laissera de bons réflexes d'explorateurs et un regard vif et affuté sur vos futures découvertes !

Votre immersion dans des cultures très différentes nous a permis de proposer ce cahier que nous espérons riche de regards croisés et d'expériences vécues pour nourrir sa veille à l'international et ouvrir de belles perspectives d'innovations.

Claudine, Elise, Julia, Juliette, Lucie, Saadia, Viviane, Véronique

**Rendez-vous en 2024
pour de nouvelles explorations
et découvertes !**



Technocampus
Alimentation



Saadia AIT EL CADI s.aitelcadi@solutions-eco.fr
Véronique BOSSIERE v.bossiere@solutions-eco.fr
Viviane KERLIDOU v.kerlidou@solutions-eco.fr

www.technocampus-alimentation.fr



La Région s'engage aux côtés de la filière agroalimentaire

Le Technocampus Alimentation : une ressource créée par la Région, animée par Solutions&co





La petite étincelle de l'innovation se nourrit du partage d'expériences, de connaissances d'horizons variés et d'une curiosité constante sur le monde. Grâce à ce cahier, imprégnez-vous des cultures alimentaires d'ailleurs pour emmener plus loin vos projets d'innovation d'ici...