



Rapport d'étonnement SIRHA 2023

Sophie de REYNAL

2 Février 2023

Le Sirha en chiffres

208 393 professionnels, dont 14 % d'internationaux
4 700 exposants et marques
616 innovations et nouveautés tous secteurs confondus
140 000 m2 d'exposition, dont 66 000 m2 de stands
14 000 m2 d'exposants internationaux (22 %) venant de 27 pays et 14 pavillons nationaux

Grands prix innovation Sirha 2023

Catégorie Produits, Boissons et Ingrédients

- **Le pois chiche vert - BONDUELLE** : de couleur verte lorsqu'il est frais, le pois chiche vert s'impose dorénavant comme une alternative aux protéines animales, moins grasse et rassasiante.
- **Jambon ibérique d'agneau SALT'N'LAMB** : issu d'un élevage ovin de pâturages nobles et responsables, il est sans nitrite, sans nitrate et sans sucre
- **Légumes fermentés bio frais non pasteurisés - LABO DUMOULIN** : cette nouvelle gamme est composée de 5 mélanges de légumes fermentés locaux et issus de l'agriculture biologique. Ils sont uniquement conçus à partir de légumes de saison.
- **Tadoka - NOROHY** : Norohy crée la toute première dose de vanille solide à faire fondre. En forme de pierre précieuse, Tadoka est composée de concentré de vanille, de beurre de cacao, de gousses de vanille de Madagascar et de Papouasie ainsi que de grains de vanille épuisée.
- **Huile de caméline torréfiée "Signé Caméline" - OLIMEGA** : produite à base de plantes de caméline, saine et respectueuse de l'environnement, cette nouvelle huile alimentaire se veut être une alternative à l'huile de sésame.

Catégorie Matériel, Équipement, Technologies et Services

- **Brum'Tech - ALVENE** : grâce à son système de recyclage de l'eau intelligent et autonome, la hotte aspirante Brum'Tech est le produit de la gamme le moins énergivore du marché. Elle permet aux professionnels de la restauration de diminuer fortement leur consommation en eau - et ainsi de faire des économies - et de réduire leur impact sur la planète.
- **O - ANGELO PO** : cellule mixte (chaud et froid) rapide et multifonctions, ARI.O s'adapte aux besoins des professionnels. Cuisson basse température, régénération, maintien en température, pousse, fermentation contrôlée, séchage, pasteurisation... Ce système polyvalent ambitionne de révolutionner les manières de cuisiner en réduisant notamment la production de déchets alimentaires.
- **Meuble Bas - ODIC** : éco-conçue, la nouvelle gamme de meubles bas frigorifiques d'Odic est intégralement pensée pour réduire drastiquement l'impact environnemental, de sa conception à sa commercialisation.
- **Armoire à chocolat "CRIOLLA" - PAVAILLER** : unique sur le marché et développée avec le Meilleur Ouvrier de France chocolatier-confiseur, Frédéric Hawecker, l'armoire à chocolat "CRIOLLA" permet une gestion complète de la production de chocolats. Elle offre notamment une remise en température sans risque d'altération

des produits et peut être utilisée comme fondoir en période de production pour la fonte ou le moulage/assemblage de chocolat.

- **Le procédé “Coldway Technologies” - SOFRIGAM** : Coldway Technologies permet aux professionnels de transporter des produits thermosensibles sereinement. Cette solution innovante et éco-responsable est dotée d'une extrême précision et permet de réguler facilement la température même en période de fortes chaleurs.

Prix spécial catégorie responsable

- **Indice environnemental “L'eFFet Vert” - MB PACK** : l'eFFet Vert est un indice permettant d'évaluer l'impact environnemental des emballages selon 12 critères lors de la production des matières, la fabrication et la fin de vie du produit. Les professionnels des métiers de bouche soucieux de leur engagement peuvent dorénavant choisir en conscience le « bon produit » et agir de façon responsable.
- **TIPSI** : une application qui s'installe sur les terminaux de paiement et facilite le don de pourboire par carte bancaire et smartphone. Pas de gestion des pourboires en cash pour l'établissement, tout est automatisé et redistribué directement aux salariés.

5 tendances selon Frédérique Loeb :

- **La « Technonature »**, il imagine un retour à l'équilibre entre l'homme et la nature, avec la technologie au service de la planète (protéines in vitro, eco-pâturage, robots agricoles, ...)
- **Consommer moins, mais mieux** grâce, notamment, à de nouveaux outils. Nourrir tout le monde et réduire le gâchis.
- **Le bien-être humain** au cœur des défis majeurs. Robotisation des tâches ingrates, inclusivité, bien-être en cuisine, ...
- **Créativité humaine**, il s'agit de valoriser les personnes et de préserver les savoir-faire.
- **Rêve de Modernité et d'évasion**, qui met en lumière la montée en force de ces cuisines d'ailleurs. « Après la cuisine fusion, on parle de cuisine jonction ».

5 tendances qui façonnent la RHD¹

- **Télétravail et temps passé à la maison** : 41 % des employés en Europe télétravaillent au moins 1 fois/semaine. Cela se traduit par une fragmentation des prises de repas. Explosion des livraisons à domicile (+ 65 % en valeur dans les principaux pays européens entre 2019 et 2021), baisse de la fréquentation des établissements de restauration pendant la semaine de travail. La pandémie a fondamentalement transformé le rapport des consommateurs aux temps et aux lieux de prise de repas.
- **Le poids des nouveaux facteurs macroéconomiques anxiogènes** : Alors que les craintes liées au Covid s'amenuisent, d'autres facteurs externes pèsent sur la RHD : inflation, pénuries de personnel, problèmes d'approvisionnement. Un consommateur sur 2 en France, en Allemagne et au UK s'attend à une baisse de son niveau de vie dans les 6 mois à venir (source NPD group sept 2022)

¹ selon NPD Group 2023

- **L'aura des produits sains** : 58 % des consommateurs en Europe regardent les ingrédients avant de choisir leur plat au restaurant et 35 % se disent plus enclins à opter pour des options plus saines qu'avant le Covid. 28 % font évoluer leurs choix vers des produits sans viande, 22 % moins sucrés et 15 % vers des produits bio.
- **Le durable, un critère de choix** : en 2021, 69 % des consommateurs souhaitent des restaurants plus engagés dans des démarches écoresponsables (+ 16 pts vs 2020). Parmi le TOP 5 des attentes, on retrouve les produits locaux, la réduction du gaspillage, l'utilisation de produits de saison, l'absence d'emballage plastique, la possibilité d'emporter les restes de repas chez soi.
- **La digitalisation** : Les commandes digitales ont atteint 30 Mds € fin Août 2022 dans les 5 pays d'Europe (France, All, Italie, UK et Espagne). Le click & collect a triplé en 2022 vs 2019.

Les 5 coups de cœur de NutriMarketing

Caffola - Carré de café, sur le même principe que le carré de chocolat, mais sans cacao. Il s'agit d'un mélange de café, beurre de cacao, de lait, qui forme une « pièce de café » qui accompagne la tasse de café.



Redefined meat - Filet de viande végétale, qui a la même texture qu'une bavette de bœuf. Il est composé de protéines de soja et de pois, de jus de betterave.



Cook2Cook - Jambon Ibérique d'agneau obtenu grâce aux mêmes techniques et temps d'affinage que les plus grands crus de jambon bellota.



Les Maîtres Véganiers - Large gamme d'assaisonnements en poudre 100 % végans pour une cuisine végétale actuelle et alternative.



Côte2Boeuf - Les Popines - Système innovant de conservation de charcuterie sous vide, breveté à l'INPI (Saucisson, jambon, coppa...).



Les Tendances observées au Sirha

A l'heure où la pandémie de Covid-19 continue de faire parler d'elle, où la guerre en Ukraine n'en finit pas, où les signes du réchauffement climatique n'ont jamais été aussi fréquents, à l'heure où l'inflation galopante et l'explosion des coûts de l'énergie, des matières premières et des emballages mettent en péril commerçants et industriels, rappelons-nous la chance qui est la nôtre de travailler pour le secteur alimentaire avec de plus en plus de bouches à nourrir quotidiennement et même 3 fois par jour pour les plus chanceuses. (8,5 milliards d'individus dans le monde au dernier recensement et 10 milliards en 2050, si Dieu et Poutine le veulent bien).

Comment et que mangerons-nous en 2030 ? Comment nourrir sainement les 10 milliards d'individus qui peupleront la planète en 2050 tout en la sauvegardant ? Des milliers d'initiatives plus ou moins bonnes, plus ou moins reproductibles, apparaissent chaque année. Elles ne prennent souvent en compte qu'une partie du problème et font parfois pire que mieux !

Les chercheurs de tous les pays se démènent pour trouver les solutions idéales, mais font souvent des constats d'échecs.

En 2011, le rapport DuALine² conduit par l'INRAE et le Cirad concluait ainsi ses 18 mois de travaux :

« Du fait de l'incertitude croissante du contexte, de la complexité des systèmes et des méthodes d'évaluation des impacts, du fait de la multiplicité des acteurs, nous aurons de moins en moins de prescriptions claires pour les acteurs. La question ne sera plus seulement de clarifier la justification des mesures prises, mais de trouver comment gouverner en situation d'incertitudes croissantes et sans connaître totalement les conséquences des décisions ou du choix d'une option plutôt qu'une autre. »

Nous voici donc face à un enjeu de taille, sans guidelines précises pour nous indiquer la voie à suivre ! Si nous n'avons aucune certitude, nous savons que chaque geste compte et qu'un battement d'aile de papillon peut faire naître un ouragan... ou faire tourner un champ d'éoliennes. Les multiples initiatives qui bourgeonnent à travers le Monde, preuve de la résilience humaine, nous enseignent qu'il ne faut sans doute pas chercher une solution unique, mais des solutions synergiques adaptées à chaque environnement.

La question de la valeur

Les contraintes financières qui pèsent sur les consommateurs et notamment sur les 50 % les plus fragiles les contraignent aux arbitrages. On recherche les bonnes affaires, les promo, on voit le retour massif des MDD, des premiers prix, des super-hard discounters.... Pour autant, les consommateurs veulent des produits plus sains, meilleurs pour l'environnement, de l'innovation durable, des produits engagés... Le prix reste un critère de choix, mais pas au détriment de nouvelles valeurs éthiques.

En outre, 41 % des consommateurs s'autorisent toujours des achats d'impulsion (Top 10 Trends 2023 Innova Market Insights).

² <https://hal.inrae.fr/hal-02810457>

Les 5 Tendances de fond qui drivent l'alimentaire depuis 25 ans

L'innovation alimentaire s'appuie depuis des années sur 5 piliers que sont la Praticité, la Santé, le Plaisir, la Naturalité et le Développement durable.

Ces 5 tendances restent incontournables, même si elles évoluent au cours du temps au rythme des mutations démographiques, économiques, technologiques et climatiques.

La praticité a longtemps tourné autour du gain de temps pour acheter, utiliser et consommer les produits alimentaires : ouverture facile, produits micro-ondables, refermables, allongement des DLC, ... Aujourd'hui, tous ces aspects sont des pré-requis et les innovations tournent plus autour de l'accès à la nourriture : courses livrées en moins de 30 mn, click & collect, livraison, box repas, les produits doivent gagner en mobilité et aller à la rencontre du consommateur qui n'a plus de temps à perdre à aller chercher sa nourriture. 2/3 des Consommateurs recherchent des moyens simple et pratique d'assurer leurs besoins nutritionnels quotidiens (Innova Market Insights Top 10 Trends 2023).

On assiste chez les urbains et notamment chez les plus jeunes générations, à une externalisation de la nourriture. Ainsi, comme les générations précédentes ont confié au prêt-à-porter la « corvée » de la confection de leur garde-robe, les jeunes générations confient celle de la préparation de leurs repas aux professionnels de la restauration. Après une hausse de 85 % en 2021 vs la période avant Covid, la livraison de repas à domicile a encore progressé de 35 % au premier trimestre 2022, devenant avec 318 millions de visites en restauration commerciale-hors cantines- en 2021, soit 8 % du marché total, un véritable phénomène de société³. Selon Food Service Vison, le marché de la livraison des repas devrait dépasser les 10 Mds € en 2024 et représenter 20 % des ventes des restaurants⁴. Rétrécissement de la taille des cuisines dans les logements urbains, développement des dark kitchens, réduction du temps consacré à se nourrir (courses, préparation et consommation), besoin d'instantanéité (ce que je veux, où je veux, comme je veux, quand je veux), développement de la street-food, autant de drivers qui nous poussent à nous demander si nous aurons toujours une cuisine demain ?

Pomki – Distributeur de jus de pomme

Machine en libre-service qui presse à froid de délicieux jus de pomme, 100 % naturels, sans sucres ajoutés et sans conservateurs.

- Aucune manipulation nécessaire à la machine
- Utilisation ultra-simple
- Nettoyage facile et rapide
- Expérience frais et animation permanente en magasin

La Santé : les diktats nutritionnels des années 2000 de type, pas de gras, pas de sucre, pas de sel, pas de grignotage entre les repas, 5 fruits et légumes par jours, 3 produits laitiers, du poisson 2 fois par semaine, ... sont désormais rejetés par les consommateurs qui, bien que convaincus du lien entre alimentation et santé, y intègrent également les notions de moindre transformation, de listes d'ingrédients plus courtes, de plaisir aussi. Ainsi, des aliments comme

³Source : Challenges/NPD Group - https://www.challenges.fr/economie/bond-de-35-pour-la-livraison-a-domicile-en-france_814336

⁴www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/la-livraison-pourrait-peser-pres-de-20-des-ventes-des-restaurants-en-2024-1296495

les fruits à coque, les cacahuètes, l'avocat, la noix de coco, ... autrefois mis au ban de nos assiettes en sont aujourd'hui les stars !

On est aujourd'hui sur une approche plus holistique de sa santé qui inclue celle de la planète. La santé est devenue préventive plutôt que curative : manger mieux pour mieux vieillir.

Avec la pandémie, l'immunité, la santé mentale (stress, sommeil, focus, ...) mais aussi la santé digestive (importance du microbiome) et la chasse au sucre sont au cœur des préoccupations.

Attention toutefois au gap entre ce que voudrait faire les consommateurs et ce qu'ils font réellement... Le pot de 1 kg de Nutella reste le produit alimentaire (hors boisson) qui réalise le plus gros chiffre d'affaires dans l'hexagone.

Le Plaisir : la FAO définit l'alimentation durable comme des systèmes alimentaires à faibles impacts environnementaux qui contribuent à la sécurité sanitaire et nutritionnelle des populations présentes et futures. Mais quid du plaisir qui guide les choix alimentaires de ceux qui ont la chance d'en avoir ?

Autrefois portée par les produits premium et traditionnels (d'ici ou d'ailleurs), la tendance plaisir s'est, jusqu'au Covid exprimée par la recherche de nouvelles expériences sensorielles : métissage des goûts, des textures, des cuisines, inspiration d'autres marchés, ... Cela nous a donné la glace à la tartiflette (la Compagnie des desserts), le café à mâcher (Go Cube aux USA), les brookies (croisement du brownie et du cookie) et autres cronuts ... Le stress lié à la Covid, à la guerre en Ukraine, à l'inflation et au réchauffement climatique conduit désormais les consommateurs à la recherche de réconfort via des produits plaisir, comme nous le verrons plus loin.

La Naturalité : longtemps portée par le rejet des additifs (même issus du naturel), nitrates, nitrites, pesticides et autres nanomatériaux, la tendance Naturalité fait désormais la part belle au monde végétal, aux produits locaux, artisanaux, aux petits producteurs (au fait, c'est quoi la taille du petit producteur ?), à la sauvegarde de la biodiversité, aux modes de cultures et d'élevage.

Au-delà du contenu, la naturalité, c'est aussi le contenant. Papier FSC, bois, carton recyclé et recyclable... on entre dans l'ère de la Naturabilité ! C'est drôle de penser que tout en constatant (et condamnant) la progression constante de la pollution dont il est le principal acteur, l'humain ne cesse de vouer un véritable culte à la nature. Les carottes achetées à la ferme locale, avec de la terre et des fanes, seront toujours plus naturelles que celles du supermarché, même si celles de la ferme sont bourrées d'intrants et que celles du supermarché sont bio !

Fort de ses paradoxes, comment le consommateur acceptera-t-il la révolution technologique qui touche toute la chaîne alimentaire de la fourche robotisée à la fourchette connectée ? Viande in-vitro, fermes verticales, drones, robots, ... ?

Le Développement durable : l'urgence à sauver la planète et tout ce qui y vit renforce les attentes des consommateurs pour des marques engagées fortement dans le développement durable. Longtemps porté par une croissance à 2 chiffres, le marché des produits bio, a accusé un recul de 0,5 % en 2021 à 13,2 Mds €, preuve que ce label ne suffit plus pour montrer les engagements des marques en faveur du développement durable. Outre de meilleures pratiques agricoles prenant en compte la biodiversité, les consommateurs veulent désormais des produits compensés carbone, dans des emballages recyclés, recyclables ou compostables. Mais aussi du local, de l'équitable, des produits moins

gourmands en ressources naturelles et moins polluants à acheter, transporter, stocker, consommer, recycler.

Raps France

Grains de sel encapsulés dans une fine enveloppe de matière grasse qui les protège du milieu extérieur. Ainsi, le sel est libéré quand la température cible est atteinte apportant des bénéfices :

- Une réduction du taux de sel employé dans le produit fini
- La préservation de la structure des grains de sel dans le produit fini
- Une meilleure adhésion en surface du produit
- Une meilleure stabilité à la congélation
- Moins de perte d'humidité des viandes pour un meilleur visuel

matthieu.masquelier@raps.com

EsPRI Restauration – Tranches de cook

Une solution de plats cuisinés, garnitures et sauce en plates IQF pour de multiples utilisations :

- Bien cuisinée
- Pratique et portionnée
- Rapide & délicieuse
- Prête à l'emploi
- Gain de temps
- Longue conservation
- Maîtrise du coût

www.espri-restauration.fr – helene.beunet@espri-restaurant.fr

CAP Solutions Culinaires

Cap Solutions Culinaires propose dans le domaine des garnitures sucrées, une crème pâtissière à chaud en portions surgelées, inédite sur le marché. Cette recette traditionnelle de crème pâtissière à chaud, lisse et onctueuse est idéale pour garnir fonds de tartes et tartelettes. Son format en portion surgelées présente de nombreux avantages : facilité d'usage et rapidité de mise en œuvre, meilleure maîtrise de vos coûts de revient, personnalisation du grammage, gestion des stocks optimisée et sécurité bactériologique renforcée. ochalony@cap-culinaires.com

Le Labo Dumoulin – Légumes fermentés

Gamme de légumes fermentés issus de la filière alsacienne bio. Conçue par un chef cuisinier, la marque propose 5 variétés issues des grands classiques de la cuisine : Chou blanc – sésame – Carotte – ciboulette – Coleslaw – curry – Chou rouge – thym – Kimchi doux. aurelien@lelabodumoulin.fr

Foodiz - Gamme unique de produits ultra-frais

Solutions repas avec une texture, un goût et un aspect incomparables grâce à une préparation quotidienne des recettes, et à la technologie de mise sous atmosphère modifiée, qui leur permet d'obtenir une DLC de 10 jours sans additifs ni conservateurs. Des recettes gourmandes, cuisinées en France, qui gardent toute leur fraîcheur, avec une liste d'ingrédients courte, des toppings frais, une préservation du goût et sans conservateur ajouté. Le conditionnement en cup. cnuttin@tobefresh.com

Côte de Bœuf - Popines

Système innovant de conservation de charcuterie sous vide, breveté à l'INPI (Saucisson, jambon, coppa...) :

- Une conservation de 2 mois,
- Une charcuterie prête à la dégustation dès l'ouverture du bocal
- La fraîcheur de la découpe en fines tranches d'un charcutier
- Des tranches qui ne collent pas les unes aux autres
- Un bocal 100 % recyclable, réutilisable, consignable.

Le principe : pas d'oxydation grâce à la mise sous vide = pas de séchage de la charcuterie. Le milieu anaérobie empêche l'apparition de moisissure, la prolifération des bactéries et de micro-organismes, responsables de la dégradation de la charcuterie.

csiemiatycki@cote2boeuf.fr

Gabriel – Dorade entière prête à être réchauffée

Dorade entière, éviscérée, épicée avec un mélange d'épices, d'herbes et de romarin, traitée à la haute pression et rôtie, à réchauffer au micro-onde (4 min. à 750 W). Le poisson est conditionné sous-vide dans une belle boîte. Longue durée de vie (30 jours)

barbaradenys@gabriel.be

Olimega - Signé Cameline

Huile torréfiée produite à partir de la plante de caméline, issue de l'agriculture raisonnée, sans pesticide et sans OGM. C'est une alternative santé et environnementale à l'huile de sésame "toastée", très populaire en Europe. En version torréfiée, elle garde les mêmes propriétés santé que l'huile de caméline vierge, à savoir une composition de 35 % d'oméga-3 et un point de fumé à 246C. pgadoury@olimega.com

Norohy Valrhona – Tadoka

La juste dose de vanille solide et prête à fondre, qui est composée de 5 ingrédients : concentré de vanille, beurre de cacao, gousses de vanille Planifolia en poudre (origine Madagascar), gousses de vanille Tahitensis en poudre (origine Papouasie-Nouvelle-Guinée), grains de vanille épuisés. Il suffit d'ajouter et de faire fondre 1 à 2 doses de TADOKA pour 1 Kg de préparation pour obtenir le juste équilibre aromatique : l'alliance inédite des arômes boisés et épicés de la vanille de Madagascar, et des arômes floraux et anisés de la vanille de Papouasie-Nouvelle-Guinée. katell.ramecourt@norohy.com

Le Monde des Crêpes – Pancake salé

Pancake salé avec marquants visuels, composé d'un mélange de farine : froment, blé noir, épeautre, et agrémenté de graines de lin brun et lin jaune en topping. Ce côté multicéréales lui confère un apport nutritionnel intéressant, et les graines en topping apportent du croustillant qui se marie parfaitement à la texture moelleuse du pancake.

peron@lemondedescrepes.com

Italgelatine - Gelecta cold

Product made of a particular type of gelatin in combination with a set of plant-based fibers that are able to archive the typical gelatin texture, but without the heating and pre-hydration phase. p.fenocchio@italgel.com

Moulins Soufflet - SWITCH'EASY

Ensemble de solutions capables de réduire les coûts de production, en permettant la substitution de matières premières de moins en moins disponibles sur le marché et dont le prix ne cesse de grimper, comme les émulsifiants, les œufs et le gluten par exemple.

lrey@soufflet.com

La Coffolaterie - Coffola

Carré de café, sur le même principe que le carré de chocolat, mais sans cacao. Il s'agit d'un mélange de café, beurre de cacao, de lait, qui forme une « pièce de café » qui accompagne la tasse de café. www.coffola.ch

Barry Callebaut - Décor Cacao

Poudre de cacao qui possède une propriété hydrophobe exceptionnelle. Elle conserve sa couleur, sa saveur et son aspect de poudre sèche et mate beaucoup plus longtemps qu'une poudre traditionnelle pour permettre une finition cacaotée stable et durable sur vos créations (jusqu'à 3 semaines au réfrigérateur). Issue de fèves d'Afrique de l'Ouest, cultivées durablement et sélectionnées pour leur finesse, cette poudre alcalinisée et riche en matières grasses, révèle des saveurs de biscuit au chocolat et des notes de céréales et caramel, associée à une couleur rouge-brun velouté. Décor Cacao est idéal en saupoudrage pour les préparations relativement humides ou sur les recettes sujettes à la condensation durant le stockage (par exemple, tiramisu, desserts glacés, cheesecake, truffes...).

tiphaine_pichon@barry-callebaut.com

Ireks - BLEU BLANC CHANVRE

Ireks France s'engage dans une démarche responsable origine France : 94 % des ingrédients de BLEU BLANC CHANVRE sont français, leur traçabilité est garantie par la certification ORIGINE France garantie du produit. Ireks France a choisi des ingrédients nobles, la graine de chanvre qui apporte authenticité, atouts nutritionnels de (richesse en protéines végétales) et un bénéfice environnemental dans de bonnes pratiques agricoles (peu de besoins en eau, sans phytosanitaires, ...) estelle.very@ireksfrance.fr

Yacon & Co – Sirop de yacon

Le yacon est un tubercule appelé aussi poire de terre, au goût sucré, allié naturel de la flore intestinale. Le sirop a un faible IG et convient donc aux diabétiques. Il est plus fluide que le miel et plus dense que le sirop d'érable, a un goût sucré, légèrement acidulé, fruité et caramélisé et se consomme comme produit sucrant : en tartine, dans le fromage blanc, sur les fruits, en smoothie, dans le granola ou dans le café.

Tendance Végétale

Pour la première fois, peut-être, il existe un consensus sur l'intérêt de réduire la consommation de produits animaux :

- Intérêt pour la santé, car la consommation de charcuterie et de viande rouge augmente le risque de cancers et de MCV.
- Intérêt pour l'environnement, car l'élevage représente 14,5 % des émissions de gaz à effet de serre.
- Intérêt pour le bien-être animal, car 60 milliards d'animaux ont été tués pour leur viande en 2016, 110 milliards prévus en 2050.

Selon Fortune Business Insights, la taille du marché des substituts de viande était évaluée à 5,41 milliards USD en 2021 (0,6 % du marché de la viande). Le marché devrait atteindre 12,30 milliards USD en 2029 (0,9 % du marché de la viande), avec un TCAC de 11,11 % au cours de la période de prévision 2022-2029.

Selon Precedence research, la taille du marché mondial des substituts de produits laitiers devrait atteindre environ 68,79 milliards d'USD d'ici 2030 (6,2 % du marché des produits laitiers), contre 25,2 milliards d'USD en 2021 (3 % du marché mondial des produits laitiers), avec un TCAC de 11,8 % de 2022 à 2030.

Après avoir heurté un plafond :

- Le marché des substituts de viande stagne aux États-Unis et en France.
- L'entreprise américaine de protéines végétales Beyond Meat a revu à la baisse ses prévisions de chiffre d'affaires pour l'année 2022, tablant sur des ventes de l'ordre de 470 à 520 millions de dollars US, contre 560 à 620 millions de dollars US précédemment.

Le marché du végétal passe de « substitut de » à un marché à part entière. Les consommateurs réduisent leur consommation de produits animaux, mais ne sont pas convaincus par des produits qui imitent les produits carnés.

Les substituts de viande sont confrontés au défi de l'étiquetage propre : les substituts à base de plantes sont ultra-transformés et pleins d'additifs.

- 32 % des non-consommateurs de substituts à base de plantes préfèrent manger des produits à base de plantes plutôt que des substituts de viande.
- 46 % des consommateurs disent trouver les substituts à base de plantes moins bons que leurs homologues à base de viande.
- 42 % des consommateurs trouvent les substituts à base de plantes fades et inintéressants.
- 51 % des consommateurs disent qu'il leur serait difficile de se passer de viande.

Si de nouvelles générations de substituts de viande sont arrivées sur le marché : moins transformés, avec une liste d'ingrédients réduite, ils répondent aux attentes des consommateurs en termes de naturalité (ex : Abunda à base de mycélium), une place se fait pour une nouvelle catégorie de produits « végétaux » qui assument ce qu'ils sont sans avoir besoin d'imiter. Légumineuses, céréales, fruits et légumes portent la tendance.

Prospective

Viande in vitro

- Selon l'université de Maastricht, les cellules d'une vache pourraient produire 175 millions de hamburgers, soit l'équivalent de 440 000 vaches utilisant des méthodes traditionnelles.
- Selon UBS, le marché des protéines végétales et de la viande in-vitro devrait atteindre 77 milliards de dollars d'ici 2030.
- Singapour a déjà autorisé la commercialisation de nuggets de poulet in-vitro.

Not Milk utilise l'IA pour reconstituer du lait à partir de molécules végétales.

Insectes

- L'UE a autorisé l'utilisation du ver et du grillon dans l'alimentation.

Il semble donc que le monde ne devienne pas totalement végétalien, mais qu'il existe un nouvel équilibre entre les produits d'origine animale et végétale.

Premium food solution/Sud & Sol – Galettes végétales

Galettes croustillantes aux légumes cuisinés, répondant à la demande croissante de cœur de burgers et cœur d'assiettes gourmand et végétarien. C'est une gamme sans conservateur, sans colorant et sans soja, composée de 80 % de légumes, légumineuses et aromates. Elles sont riches en fibres et deux d'entre elles sont même sources de protéines. lea.zanelli@premiumfoods.fr

Heura – Poisson d'avenir

Ce n'est pas le substitut, mais le successeur du poisson. Il s'agit ici d'une innovation de rupture qui permet de limiter l'impact de l'exploitation de la pêche, de réduire les déchets des filets de pêche et de régénérer l'écosystème marin. Nutri-score A et inspiré de la mer, vous retrouverez le goût authentique d'un filet à la chair moelleuse enrobée d'une panure artisanale. omblin.devilleneuve@heurafoods.com

PLNT – PLNT Salmon

100% plant-based, it has the shape, mouthfeel and taste of (smoked) salmon. It is the sustainable successor of the most used fish species. Rich in protein and fibre, source of vitamin B12, iron, vitamin D and omega-3 fatty acids. Low in saturated fats. Soy- and gluten-free. marleen@jzandbergen.nl

Fooh - Tempeh

Tempeh obtenu à partir de graines de légumineuses dépelliculées ou décortiquées (pois chiches, lentilles corail, soja, haricots noirs...), cuites puis fermentées. Il constitue un substitut à la viande à la fois riche en protéines et en nutriments de qualité. Son goût rappelle parfois celui de noisette, de champignon, ou de lardon quand il est fumé. philippe@enco-strat.fr

Accro – Steak haché “façon bouchère” 100 % végétal

Premier produit 100 % végétal fabriqué en France, à base de protéines de pois et de blé français, sans soja, et qui imite à la perfection le steak haché “façon bouchère”. sandra.perrier@accro.fr

Salud – Avocado Burger à Edamame

Steak d'Avocat vegan unique qui s'inscrit parfaitement dans la tendance actuelle des Burgers sains et sans viande. cgalle@salud.nl

Terra Lacta – Boules de légumineuses

Des boules de légumineuses, avec un coeur fondant et un enrobage : pois cassés & coeur d'oignon, enrobage de graines de chanvre, haricots rouges & coeur tomate, enrobage maïs. Un produit 100 % végétal, fabriqué en France avec légumineuses françaises. charline.ternet@fromacoeur.com

Hari & Co – Galette 100 % végétale

Galette 100 % végétale comme alternative à la viande : bio, sans additifs et à base de légumineuses françaises. mhermet@hari-co.fr

Jay & Joy – Crèmerie végétale

Alternatives gourmandes aux produits laitiers, à base de lait d'amande et de noix de cajou, Bio et vegan : alternatives au brie/Camembert, Bleu/Roquefort, Fromage râpé, Feta/Ricotta, Chèvre, Maroilles, Parmesan. Alternative au foie gras. barthelemy@jay-joy.com

Abeyrine – Foie green

Alternative 100 % végétale au foie gras. contact@abeyrine.com

Yumgo – Solutions 100 % végétales pour remplacer l'oeuf

Alternatives végétales à l'œuf entier, au blanc ou au jaune, dans des recettes sucrées et salées, avec les mêmes fonctionnalités, les mêmes gestes, et les mêmes résultats qu'avec des œufs. Simples à utiliser, YUMGO Entier, Blanc et Jaune permettent aux professionnels de la restauration et industriels de développer ou découvrir des recettes végétales. hello@yumgo.fr

Morice Desserts – Lait végétal à diluer

Purée d'amande ultra fine liquide lisse qui se mélange très facilement à l'eau et qui mousse pour faire d'excellents latte ou cappuccino. jc@moricedesserts.com

Weiss – VAO

Chocolat de couverture gourmande fabriqué en France, avec des fèves de cacao Bio de République Dominicaine, qui sont 100 % tracées, récoltées, puis fermentées par la coopérative éthique et responsable Conacado (certifiée Rainforest, Fairtrade / Max Havelaar...), de riz bio et de crème de coco bio, avec une incroyable douceur et onctuosité en bouche. Clean label avec le juste équilibre en sucre, qui comme tous les chocolats Weiss, est sans gluten, 100 % pur beurre de cacao, sans huile de palme, sans lécithine de soja et sans arômes artificiels. oceane.truchot@weiss.fr

Beyond Meat – Beyond burger chicken style

benjamin.doring@beyondmeat.com

Food N' Joy

De délicieuses mousses sucrées d'origine 100 % végétale, sans additifs sans conservateurs. bonnel.a@foodandjoy.be

Decorgel – Bread&More

Nouvelle gamme de préparations naturelles, sans colorants et sans d'arômes artificiels, sans sel ajouté, couleur et saveur stables à la congélation et à la cuisson, et adaptée l'alimentation vegan, qui promet de révolutionner l'industrie de la panification avec des saveurs irrésistibles : Betterave et fruits rouges, Caroube, Poivron rôti, Olives, origan et huile d'olive, Ail, huile d'olive et origan. danielribeiro@decorgel.pt

Nutrition & Santé – Galette "végétale assumée"

« qui ne cherche pas à imiter la viande », parfaitement adaptée à la réalisation d'un burger généreux avec son format de 105 mm de diamètre, 14 mm d'épaisseur et de 122 g. cduponcel@ns-group.com

Rietmann - vegan&moi

Mélange de matières premières végétales sans soja pour fabriquer divers produits de substitution à la viande. Il redonne la main tant aux consommateurs qu'aux professionnels et industriels en leur permettant de reconstituer très facilement une masse en mélangeant le produit avec de l'eau ou de l'huile. Le mélange est pauvre en matière grasse, sans cholestérol, riche en fibres et riche en protéines de pois et de tournesol (35 %), sans huile de palme ni soja. Trois versions : Pure (nature), Aromatic (assaisonné et prêt à l'emploi), Pure Red pour remplacer la viande hachée en ajoutant ses propres épices. p.beckrich@rietmann.fr

Redefined Meat (Israël) – New Meat®

Filet de viande végétale, qui a la même texture qu'une bavette de bœuf. Il est composé de protéines de soja et de pois, de jus de betterave. www.redefinedmeat.com

Plant Innovation R&D - France Konjac

Filière française de konjac en Anjou, qui produit des pâtes et du riz de qualité, à partir de konjac local, dans le respect de l'environnement. www.France-konjac.fr

Les Maîtres Véganiers (France) - Large gamme d'assaisonnements en poudre 100 % végans pour une cuisine végétale actuelle et alternative : homard, gambas rouges, fromage italien, brandade d'accras, bœuf, blue cheese, spicy bacon, ... <https://lesmaitresveganiers.com/>

Florette – Pickles

Grâce à un processus à froid unique, le goût et le croquant des légumes frais sont conservés. Le pickles de légumes devient le nouvel incontournable des assiettes des chefs. Une nouvelle façon de consommer des légumes frais avec un assaisonnement 100 % naturel et veggie. Prêt à l'emploi, les pickles de légumes ont été conçus pour gagner du temps et des opérations en cuisine et réveiller le goût des plats. <http://florettefoodservice.fr/fr/product/pickles-de-legumes/>

Salomon Food World – Funky falafels Edamame et herbes

Un en-cas végan croustillant à l'extérieur, crémeux à l'intérieur, à savourer de mille façons. Ronds, colorés et aux herbes fraîches : des falafels végans aux haricots edamame très tendance, aux petits-pois et aux herbes fraîches. Recouverts d'une panure croustillante à la betterave pour garnir les plateaux, les salades, etc. <https://www.salomon-foodworld.com/fr/sortiment/funky-falafel-edamame-herbs>

D'aucy – Semoule de brocoli 100 %, issu d'exploitations engagées pour la biodiversité. Mise en œuvre rapide et multiusages : entrée, plat ou solutions de snacking.
www.daucyfoodservice.com

Hugo Reitzel – Pickles

Oignons rouges pour pizza et hamburger, raisins sans pépins, aigre-doux et miel pour une touche sucrée dans vos plats.

Tendance développement durable

Alors que la population de la planète continue de progresser et le climat de se dérégler, une nouvelle transition alimentaire (processus par lequel une société modifie sa manière de produire et de consommer des aliments) semble plus que nécessaire afin de sauver la planète et tout ce qui y vit.

Jusqu'à récemment, on assistait à une évolution des modes alimentaires des pays en voie de développement vers des modèles occidentaux (produits ultra transformés, riches en graisses saturées, en produits animaux, en sucre, en sel, ...). Les conséquences de ces modèles sur la santé (épidémie d'obésité et de diabète, maladies cardio-vasculaires, hypertension, ...) et l'environnement (dérèglement climatique, déforestation, sur-utilisation des ressources, pollution, ...) conduisent scientifiques et politiques à proposer, voir imposer une nouvelle transition alimentaire plus saine et durable. Plus de produits végétaux, locaux, de saison, réduction du gaspillage alimentaire, meilleure gestion des ressources, limitation des intrants, bien-être animal, respect de la biodiversité, réduction de l'empreinte carbone, ... autant de leviers pouvant être activés pour permettre de mieux nourrir les 10 milliards d'individus qui peupleront la terre en 2050.

Côté consommateurs, la prise de conscience est de plus en plus nette, notamment chez les plus jeunes générations, avec de fortes attentes pour des produits et des entreprises plus engagées dans le respect des hommes et de la planète.

Are you concerned about any of the following? 2022
Global – Top five answers



Source : FMCG Gurus Top Trends 2023

Et alors que 65 % des consommateurs dans le monde pensent que les dommages causés à l'environnement sont irréversibles, de nombreuses initiatives portées le plus souvent par des start-ups soufflent un vent d'optimisme.

63 % des consommateurs mondiaux considèrent l'alimentation comme un acte citoyen. 57 % prêtent attention à la production durable et au commerce équitable. 53 % s'interrogent sur l'impact de la consommation de viande sur l'environnement et le bien-être animal, 58 % choisissent des produits à faible empreinte carbone, 65 % recherchent des emballages recyclables. (Kantar insights Food 360 2022)

One Health : la santé humaine dépend de la santé de la planète et de tout ce qui y vit. 49 % des consommateurs mondiaux ont modifié leur régime alimentaire au cours des deux dernières années afin d'adopter un mode de vie plus durable. (FMCG Gurus 2022)

27 % des consommateurs mondiaux ont activement boycotté une marque au cours des deux dernières années en raison de ses références environnementales/éthiques. (2022)
 Les consommateurs font de plus en plus d'efforts pour protéger la planète et attendent de l'industrie qu'elle fasse de même.

La lutte contre le gaspillage sera d'une grande importance d'un point de vue éthique, environnemental et financier.

Les marques doivent continuer à faire des efforts pour compenser leur empreinte carbone et régénérer toutes les ressources naturelles utilisées dans la formulation.

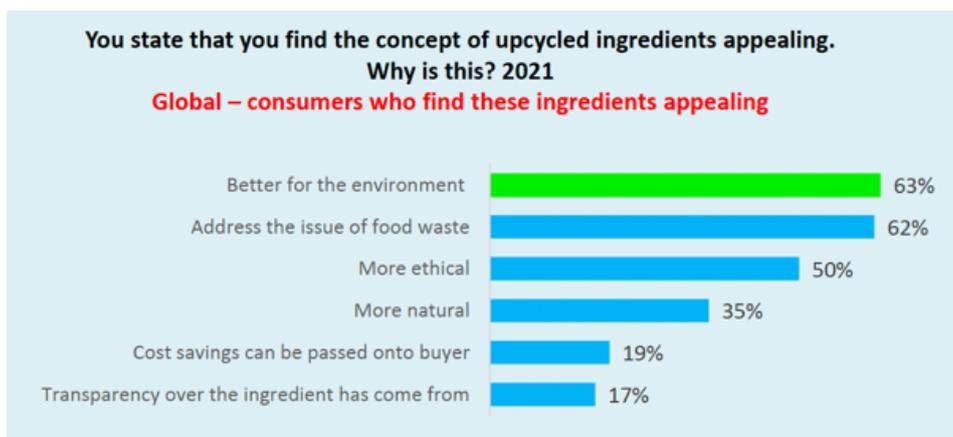
1/3 de la nourriture est gaspillée dans le monde.

Le gaspillage alimentaire coûte 143 milliards d'euros à l'économie de l'UE chaque année, et il est responsable de 15 % de toutes les émissions de gaz liées à la chaîne alimentaire.

En France, 10 millions de tonnes (16 milliards d'euros) sont gaspillées chaque année.

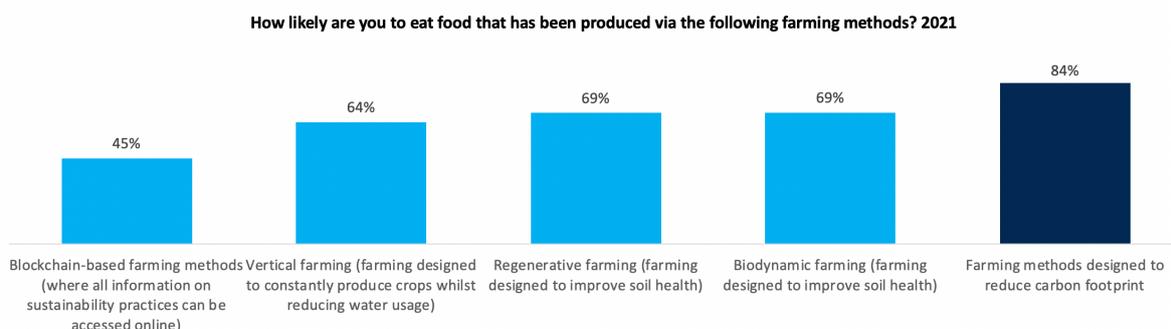
La réduction du gaspillage alimentaire est donc une préoccupation majeure, non seulement pour nourrir les 10 milliards de personnes qui vivront sur terre en 2050, mais aussi pour limiter le changement climatique.

Selon Future Market Insights, le marché mondial des produits d'upcycling devrait atteindre près de 53 milliards de dollars d'ici 2022. Il pourrait dépasser les 83 milliards de dollars d'ici 2032 grâce à l'enthousiasme des consommateurs. En effet, 61 % des consommateurs dans le monde sont favorables à l'upcycling, tant pour des raisons environnementales (63 %) que pour réduire le gaspillage alimentaire (62 %).



Source : FMCG GURUS

Les consommateurs sont plus attentifs aux méthodes agricoles et veulent être assurés que les ressources naturelles - et les agriculteurs - sont protégés et que l'empreinte carbone est réduite.



Source: FMCG Gurus Top Trends 2023

Weiss – Praliné aux noisettes françaises

Praliné aux noisettes françaises cultivées dans le respect des hommes et de l'environnement. Leur saveur est ensuite sublimée au cœur de la chocolaterie, pour donner naissance à un praliné lisse 65 % de noisettes, avec le juste équilibre en sucre. C'est le premier praliné avec le plus haut pourcentage de noisettes 100 % françaises. oceane.truchot@weiss.fr

Prova – Sustainable vanilla range

kevin.bangratz@prova.fr

Foreo – Eau de bouleau

Traditionnellement consommée et réputée pour ses vertus détox, la sève de bouleau est également un ingrédient renommé, utilisé depuis la nuit des temps pour ses bienfaits naturels. Forte valeur ajoutée « eau de bois », 100 % naturelle et filtrée naturellement par l'arbre, la sève de bouleau est un bon substitut à l'eau. Stabilisée par HPP (pasteurisation à froid par haute pression), elle est proposée brute, non chauffée avec des qualités nutritionnelles préservées. Le produit peut être conservé au froid positif durant 3 mois, sans conservateur. La sève de bouleau est récoltée à la main, directement sur l'arbre dans les forêts françaises. Valoriser la sève de bouleau nous permet de maintenir la diversité des essences et d'entretenir les forêts françaises, pour les garder en bonne santé, durablement. galianedeponcins@eaubouleau.com

Bonduelle – Pois chiche vert

En plus d'être un produit totalement nouveau sur le marché, le pois chiche vert s'inscrit dans la création d'une filière légumineuse dans le Nord de la France permettant de répondre aux attentes actuelles de proximité de localité. Cette légumineuse récoltée dans les champs, sans déshydratation et réhydratation comme les légumes secs, conserve ses bénéfices et ses saveurs et donne couleur et originalité à vos plats. Facile d'utilisation, déjà cuit, surgelé, avec une texture préservée, une qualité constante, utilisable à chaud et à froid, et avec un faible rendu d'eau. mathilde.rabeux@bonduelle.com

Wonderwomalt - Malti'Mix

Préparation pour falafels et galettes végétales à base de farine de drèches ambrée. Préparation pour muffins & cookies à la farine de drèche brune. clarisse@maltivor.com

Atypique - Agriagora

Sourcing de fruits et légumes frais déclassés (trop petits, trop gros, moches, surplus de production) chez les producteurs et coopératives françaises, avec achat à un juste prix, pour les proposer en BtoB à un tarif compétitif. Une chaîne de valeur simple et vertueuse qui soutient les producteurs français, mais aussi le secteur de la restauration, leur permettant d'acheter des produits de grande qualité (bio et HVE) à bas prix. laetitia@atypique.eco

Socopa viande – Haché professionnel

Viande hachée dans un emballage avec 90 % de plastique en moins qu'une barquette classique et un gain de place dans les frigos. Plusieurs utilisations et grammages possibles (steak haché, vrac, smash ou boulettes). Une texture différente et moelleuse. elodie.gibet@socopa.fr

Chocolatree – Jardin Verdoyant

Tout premier décor imprimé sur support papier recyclable (en filière papier carton).
virginie.labigne@valrhona.fr

Les Bonnes Choses - Sains & Sauts

Des recettes anti-gaspi composées de fruits et légumes sauvés du gaspillage, malgré leur forme, leur aspect visuel, leur taille, etc.

La mission est de sauver tous ces fruits et légumes qui étaient gaspillés avant, pour en faire des recettes gourmandes, 100 % végétales, local et régional, en soutenant et en valorisant le travail des agriculteurs partenaires.

Gamme de soupe, tartinables, gazpacho, purées de légumes, sauces cuisinées, légumes cuisinés, citronnade, smoothies, compotes, purée et préparation de fruits. www.sainsetsauts.fr

Alpina Savoie – Les Végétales

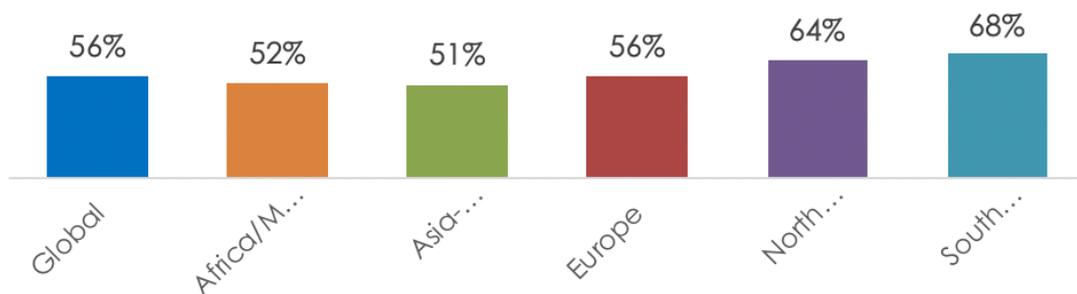
Solution gourmande pour menus végétariens, à base de blé dur et de pois chiches issus d'exploitations certifiées HVE, qui contient 50 % de fibres en plus que des pâtes classiques, qui a une bonne tenue à la cuisson, ainsi que le goût, la couleur et la texture d'une pâte classique. sbrulez@alpina-savoie.com

Tendance Plaisir

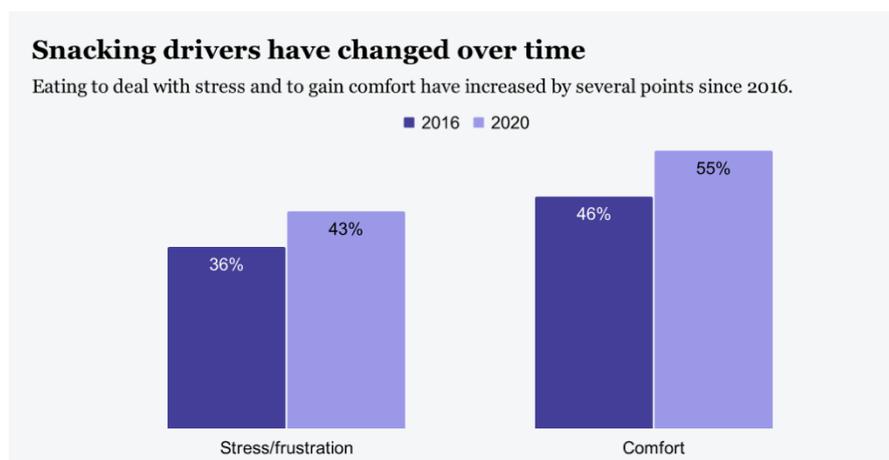
Lors du premier confinement, 35 % des consommateurs ont déclaré avoir grignoté plus souvent. 43 % pour combattre le stress et la frustration, 55 % pour se réconforter. Dans le même temps, les Français prenaient en moyenne 2,5 kg et 79 % des consommateurs achetaient plus d'aliments gourmands, notamment du chocolat (90 % des consommateurs). La pandémie n'a fait que mettre encore plus en exergue le lien déjà connu entre stress et aliments réconfortants, et c'est ainsi 80 % des consommateurs qui consomment des snacks pour gérer leur santé émotionnelle.

En 2020, 69 % des adultes déclaraient que les snacks les aidaient à affronter leur journée (82 % des parents en télétravail), 59 % que les snacks les aidaient à affronter des situations difficiles (70 % des télétravailleurs et des millennials) et 64 %, que le grignotage faisait partie des moments de paix (76 % des télétravailleurs avec enfants).

Proportion of consumers who say they have sought out more comfort foods this year like confectionery. 2020



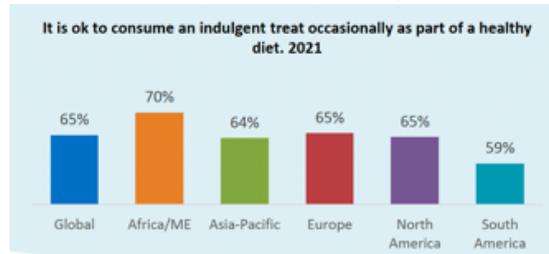
FMCG Gurus 2020



Data courtesy of The Hartman Group/ADM

Dans leur recherche de réconfort, plus d'un consommateur sur 2 (53 %) s'est tourné vers des produits lui rappelant son enfance, et près de 6 sur 10 (59 %) sur des snacks leur rappelant de bons souvenirs.

A l'instar des nutritionnistes qui recommandent depuis longtemps de (re)mettre le plaisir au coeur de l'équilibre alimentaire, pour 88 % des consommateurs dans le Monde, une alimentation équilibrée peut inclure des produits plaisir (+7 % vs 2020)⁵.

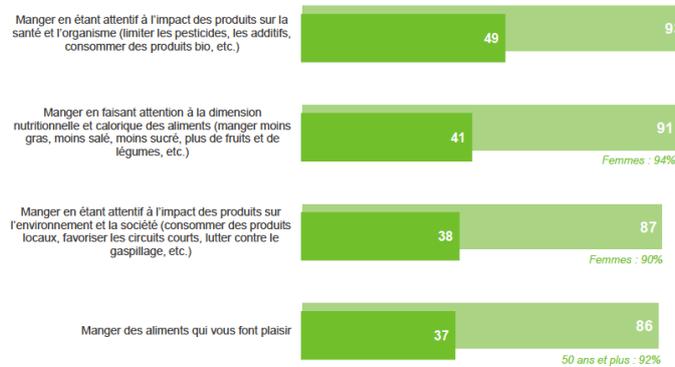


FMCG Gurus Top 10 trends 2022

En France, la notion de plaisir est capitale et constitue l'un des 4 piliers du « Bien manger » avec la santé, la naturalité et le développement durable⁶.

Et pour vous, chacune des dimensions suivantes correspond-elle bien ou mal à l'idée de « mieux manger » au quotidien ?

- À tous, en % -

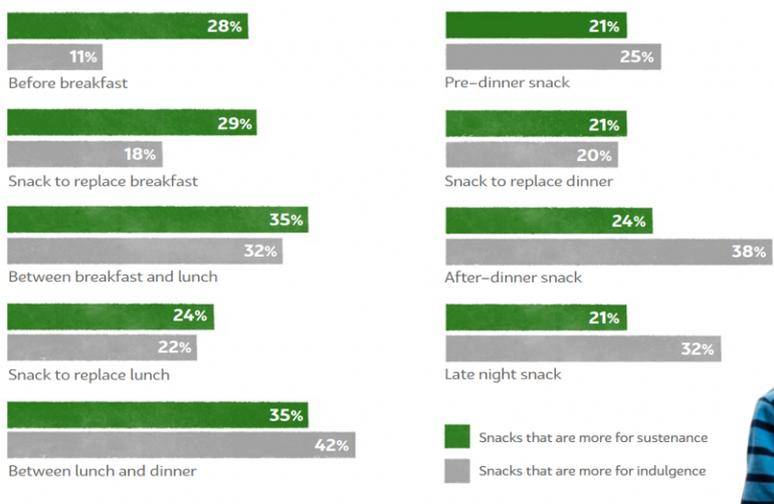


● % de réponses « Correspond bien »
● ... dont % de réponses « Correspond très bien »



Alors que les en-cas énergétiques se consomment de préférence le matin, les snacks « plaisir » se consomment plutôt en fin de journée.

Dayparts for sustaining vs. indulgent snacks



Source : State of Snacking Mondelez 2021

⁵Source : State of Snacking Mondelez 2021

⁶Source : Étude Harris Interactive pour les Zooms de l'observatoire Cetelem Dec 2019

Healthy Hedonism

Portée par la génération Z, cette tendance parle de produits plaisir qui sont également bons pour la santé des hommes et celle de la planète. Cette tendance joue beaucoup sur les couleurs...naturelles bien sûr !

Dans son top 10 Trends 2023, Innova Market Insights nous parle de consommateurs qui, bien que contraints financièrement (ou à cause de cela) sont à la recherche de petits plaisirs, mettant en exergue le succès des éditions limitées, notamment de produits iconiques. Les lancements des produits affichant une édition limitée ont progressé de 30 % depuis 2020.

Grande Distillerie Peureux – Liqueur de Café

100 % naturelle, sans arôme ou stabilisant, issue de la macération et distillation de grains de café de spécialité, respectueux des hommes et de la nature, sélectionnés en Éthiopie à 2 000 m d'altitude et torréfiés par Vincent Ballot®, Meilleur Ouvrier de France Torréfacteur 2018. l-henriroux@peureux.com

Loste – « French Tacos »

Un concept nouveau et incontournable pour les 12-25 ans, composé de galette de blé fourrée à la viande de bœuf (France) et aux pommes de terre (France), avec fromage fondu et sauce. Facile à mettre en œuvre. amandine.pele@saprestitrateur.fr

Marie Morin – Poche de pâte à moelleux

Solution qui permet de réaliser ultra rapidement fondant, moelleux, brookie etc., pour un résultat digne d'un dessert fait maison. Une liste d'ingrédients courte et de qualité : chocolat pur beurre de cacao, crème fraîche fermière, farine de blé cultivé en Bretagne sans pesticides. Recette sans colorants ni conservateurs. sc.guyader@marie-morin.fr

Foodex – Saké aromatisé

A la belle couleur rosée, il a été pensé comme une délicate introduction au saké japonais : douce, fleurie, fruitée. Il est produit en France selon une recette originale à base d'eau, de riz et de framboises françaises, des litchis de Madagascar et de rose d'Isipahan. Il se sert bien frais, en apéritif, en cocktail ou en accompagnement de dessert pour une dégustation adaptée à plusieurs moments de consommation. nodoka.nakamura@foodex.fr

Cook2Cook – Jambon Ibérique d'agneau

Obtenu grâce aux mêmes techniques et temps d'affinage que les plus grands crus de jambon bellota, il offre, non seulement une vraie innovation en charcuterie, mais une alternative au public qui ne consomme pas de porc. Le produit s'adresse à tous les gourmets et bons vivants du globe, à la recherche d'expériences culinaires nouvelles, quelles que soient leurs origines ou leurs habitudes alimentaires. Nous avons eu la patience de créer plusieurs millésimes, offrant des crus affinés à partir de 2016. Nos produits sont 100 % naturels, sans nitrites, nitrates, sucres, additifs ou conservateurs présents dans la majorité des charcuteries. contact@cook2cook.net

Surette Condiment – Vinaigre balsamique d'exception

Issu d'un assemblage de vinaigres de cidre, vieux et jeune, de sirop d'érable pur et de moût de pomme cuit. Il possède des arômes de vinaigre fruité équilibré par la douceur de la pomme et du sirop d'érable. info@surettecondiments.com

Labeyrie Foodservice – Haché de canard

Gourmand et moelleux, 100 % français, avec un hachage traditionnel façon bouchère, c'est une recette simple, subtilement assaisonnée, sans conservateur, pour fournir un burger au format rond de 120 g, facile à mettre en œuvre et rapide à cuire. Une alternative premium au steak haché de bœuf. claire.requena@labeyrie-fine-foods.com

Boncolac – Macaron chocolat au coeur coulant

Macaron chocolat certifié UTZ & son délicat coeur coulant au caramel beurre salé à la fleur de sel de Guérande, naturellement sans gluten. Ce dessert surgelé est prêt à servir : il suffit de le réchauffer au micro-ondes pendant 30 secondes.

La plaque de gaufre pomme de terre, Emmental et persil est une base créative idéale pour développer la créativité des Chefs. Grâce à son format ultra-large (37x31 cm) et sa fonction multi-usage, elle vous permettra de l'utiliser pour préparer des amuse-bouche, des entrées ou encore des accompagnements. laure.bertrand@boncolac.com

Canadian Lobsteoil - Huile de homard canadienne

Produit élaboré dans une optique d'économie circulaire par le chef de renommée internationale Jérôme Ferrer (Grand chef Relais & Château et Grandes Tables du monde) à Montréal. Elle s'utilise à froid et à chaud pour toutes les cuissons de poissons, fruits de mer, et même avec les viandes blanches ou rouges. Avec des notes de homards grillés, noisettes et de sirop d'érable, ce produit est facile d'utilisation pour parfumer tous vos plats et créations culinaires (poisson, fruit de mer, pâte, riz, pizza, salade, tartare et plus encore). mbrisson@canadianlobsteroil.com

La compagnie des desserts - Eski vacherin

Version revisitée du vacherin framboise en forme d'esquimaux. En un coup de cuillère, on peut déguster le craquant de la meringue, la douceur de la chantilly et la fraîcheur et le fruité du sorbet Framboise. stephany.fressard@compagniedesdesserts.com

Bridor - ARTY d'Eclat du Terroir

Viennoiseries uniques, grâce à leurs formes très modernes et graphiques.

L'innovation principale a porté sur le développement d'un matériel inédit sur le marché industriel, afin de réaliser ce croissant à la forme pyramidale, au feuilletage fin et délicat. maelis.coulon@bcw-global.com

Smoos® - Sweet mousse of original spirits

Mousse de liqueur, 100 % naturelle, produite en France – Cognac, Poire, Chartreuse, Gin, Calvados, Génépi, Rhum – sans lactose, sans gélatine, 100 % ingrédients d'origine végétale, sans allergènes, 16 % d'alcool, pour sublimer le café, les glaces ou les pâtisseries. contact@smoos-spirits.com

La Cocina de Senen (Espagne) – Omelette en conserve juteuse et saine, Nutri-Score A

www.lacocinadesenen.com

Innovation Emballage

Depuis le 1^{er} janvier 2023, les enseignes de restauration rapide qui ont plus de 20 places assises doivent servir les clients qui consomment sur place dans la vaisselle réemployable. Face à cette nouvelle contrainte, les fabricants proposent de nouvelles solutions afin que les restaurateurs puissent respecter la loi.

- **Hub One – Green Track**

Solution clé en main pour tracer la vaisselle avec une puce RFID qui géolocalise le matériel pour lutter contre le vol, la perte, etc. L'appli gère les stocks, met en place le ré-emploi et la consigne (applicable en 2025).

- **Alphaform – Bowlipack et Platipack**

Contenants en PP microondable, made in France, résistant à 120 lavages, empilables, pour plats chauds ou froids, avec couvercle pour les bols.



- **Carty – Carti-Box-R**

Nouvelle box réutilisable pour la vente à emporter et la livraison avec couvercle étanche, personnalisable, made in France.



- **Vytal pour la mise en place du ré-emploi**

Gamme de contenants en PP, verre ou tritan, avec suivi numérique : l'emprunt des emballages réutilisables est simple, gratuit pour le consommateur, avec un taux de retour de 99 % (soit plus efficace qu'un système de consigne).



- **Impact GR – Billie Cup avec couvercle re-uzé**

Made in France, robuste, durable, esthétique, en PP 100 % recyclable, personnalisable.



- **Duni – Couverts Pluma**

En fibres de celluloses couteau, spork, cuillère, ...



- **De facto – Snackpack pour bagel, croque-Monsieur**

Emballage qui conserve la chaleur pendant 4 h environ sans dessécher le produit, prêt à l'emploi, facile à stocker, éco-conçu, recyclable.



- **Fanny Giasetto – Ecotable**

Outil pour aider les restaurateurs dans leur démarche écologique. www.ecotable.fr

- **Firstplast – R'Box**

Gamme réemployable, lauréate des pépites de la boulangerie.

<https://www.firplast.com/emballages-ecologiques/emballage-alimentaire-en-plastique-reutilisable/gamme-rbox-238>

- **Georgette**

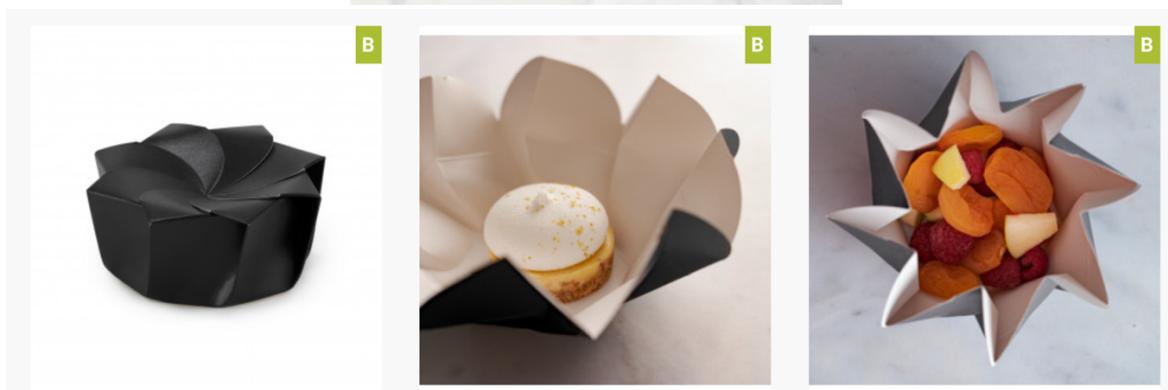
Couverts biodégradables tout en un, composés d'une cuiller-fourchette-couteau, en amidon, qui permet de n'avoir qu'un couvert au lieu de trois pour la vente à emporter. La georgette existe également en inox. www.lageorgette.fr

- **Biotech Environnement – Terre Box**

Une génération de machines innovantes et connectées, pour réduire, transformer et valoriser les bio-déchets, à la source. 100 % français. La machine peut transformer jusqu'à 100 kg de bio-déchets en 24 h. p.gal@biotech-environnement.fr

• **Comatec – Solutions réemployables**

115 solutions proposées pour répondre aux nouvelles exigences réglementaires



<https://fr.calameo.com/read/005168227b1351b2edac9>

Conclusion

Nous refermons une belle édition SIRHA, même si la programmation (finir un lundi !) a fait fuir le week-end tous les industriels au profit de quelques restaurateurs et promeneurs en famille.

Le niveau d'innovation était à la hauteur de cet évènement culinaire et gastronomique de premier plan, derrière lequel toute la cité de Lyon se masse pour devenir cité triomphante.

N'oublions jamais que les tendances culinaires naissent des grands chefs et là, précisément, la densité de talents au mètre carré était impressionnante.

On voit alors qu'ils ne priorisent pas du tout le végan, ni même le végétarisme, mais élaborent toujours des recettes plus fraîches, plus locales, plus « nature », un peu comme la tendance NUDE : ça a l'air simplissime, mais c'est ultra compliqué.

Expertise aussi dans les techniques, les solutions plus durables – l'innovation alors n'est pas visible du consommateur sans explication. Les vraies révolutions sont évidentes et coulent de source.

Une évidence : les plus agiles et inventifs se sortiront de ces crises, elles aussi innovantes (virus, pénurie, plus d'énergie, inflation, plus de personnel...). Et certainement pas les attentistes. Le développement durable est maintenant une obligation impérieuse. Attendre tuera les hésitants.