

## **Les tendances de l'innovation alimentaire dévoilées au SIAL**

12/10/2012

Selon une étude internationale présentée par le SIAL, 52 % des nouveaux produits lancés dans le monde sont axés sur le thème du plaisir.

Les produits « plaisir » représentent plus de la moitié des innovations alimentaires lancées dans le monde et correspondent à une forte attente des consommateurs, notamment en France, Allemagne, Chine et Russie. C'est l'un des principaux résultats d'une étude TNS Sofres-XTC world innovation réalisée à l'occasion du prochain Salon international de l'agroalimentaire (SIAL) du 21 au 25 octobre 2012 à Paris-Nord Villepinte.

Selon l'étude, les consommateurs expriment des niveaux d'intérêt élevés pour des nouveaux produits en lien avec les petits plaisirs, l'authenticité et le terroir mais moins avec la créativité et le luxe. « On peut donc s'interroger sur la pertinence de l'image haut de gamme de l'alimentation française à l'export », estiment les promoteurs de l'enquête.

La tendance « Naturalité, médical et végétal » arrive en deuxième position avec 22 % des nouveaux produits. Dans tous les pays sondés, les promesses de naturalité, de qualité de conservation, de simplicité ou mettant en valeur les origines sont très prisées. C'est moins vrai pour les innovations fondées sur l'aspect pratique qui ne représentent que 15 %.

Après avoir suscité un fort engouement, les produits sur le thème de la forme-minceur suscitent peu d'attentes et sont même parfois en retrait (7,4 % des innovations). A l'inverse, la tendance autour de l'éthique (commerce équitable) est en nette progression même si sa part est encore très minoritaire (2,3 %).

Source : [lesechos.fr](http://lesechos.fr)

---