

Le Sial pour prendre un grand « bowl » d'innovations

Jean-François AUBRY | 18 octobre 2018 |



Photo SIAL Paris 2018

Du 21 au 25 octobre, le monde de l'agroalimentaire s'entasse dans un parc de Villepinte plein à craquer. Nouveau record avec 7 200 exposants

C'est reparti pour un tour. Le Sial, qui signe cette année sa 52e édition, place encore une fois la barre un peu plus haute. Quelques chiffres un peu étourdissants : le salon international va cette année accueillir 7 200 exposants, en provenance de 110 pays. Le tout sur une surface d'une dizaine de halls, qui frôle les 250 000 m². En comparaison, le Champ de Mars à Paris pourrait à peine accueillir tous les exposants. Tandis que du côté des visiteurs, l'organisateur Comexposium table sur une affluence de 200 000 personnes et compte sur la venue de 125 délégations officielles. Enfin, 2 400 dossiers de candidature produit reçus pour les Sial Innovations... Autant dire que le Sial est un passage obligé pour tout professionnel souhaitant s'imprégner des tendances qui régissent l'innovation alimentaire en provenance des quatre coins du globe. Car le Sial s'internationalise encore un peu plus à chaque édition, les Français n'y représentant plus qu'à peine 15 % des exposants (contre encore 25 % lors de l'édition 2010).

Stabilité des surgelés

Dans cette vaste marée de fournisseurs, les surgelés maintiennent leur rang avec plusieurs centaines d'exposants, majoritairement concentrés dans une partie des halls 6 et 5a.

Globalement, à l'exception des Allemands désormais majoritairement tournés vers l'Anuga (l'homologue du Sial à Cologne), le gros des principaux acteurs européens a répondu présent, en particulier nos voisins italiens, espagnols, belges et hollandais, présents en masse. Pour Nicolas Trentesaux, le directeur de Sial Group, le surgelé reste d'ailleurs un maillon fort du salon. « *La dimension très internationale des échanges sur le surgelé conforte cette manifestation comme un observatoire privilégié en matière d'offre* ».

Petit bémol tout de même pour la France qui conserve encore une belle vitrine en surgelé, mais avec tout de même quelques absences notables cette année (et pas forcément toujours compréhensibles pour les entreprises ayant un rang à tenir sur le grand export, terrain tout de même privilégié du Sial).

Raz de marée du bio, du clean et du végétal

Alors que le sans gluten passe en retrait dans les vitrines, la démarche clean label et le végétal font partie sans surprise des thèmes forts de cette édition. Mais le bio s'affirme aussi comme fil conducteur de cette édition. « *Le bio se développe partout dans le monde, et les grandes marques, très prudentes il y a peu encore, affichent désormais des ambitions affirmées. Dans ce contexte de changement d'échelle, l'offre bio se segmente. D'autres valeurs ajoutées ou bénéfiques sont de plus en plus mis en avant pour un bio en harmonie avec des valeurs sociales, environnementales et complémentaires, comme la production locale, le bien-être animal, le respect des process traditionnels, ou encore la juste rémunération des producteurs* », explique Xavier Terlet, président du cabinet XTC qui décrypte l'innovation alimentaire dans le monde.

À noter enfin cette année le déploiement d'une application mobile de mise en relation ou « matchmaking ». Elle permet de faciliter la prise de rendez-vous entre les acheteurs et tous les exposants, soit à partir de recherche précise, soit grâce à l'intelligence artificielle de l'application qui en fonction des profils suggèrent des acheteurs ou des exposants.