

LES PISTES DE RELANCE DANS LE MONDE

Le cabinet XTC décrypte pour Rayon Boissons les dernières innovations repérées à travers le monde sur le marché des jus de fruits. Lesquelles tendent vers davantage de naturalité et de fonctionnalité.

DIMINUER LE TAUX DE SUCRE

En France comme à l'international, les consommateurs sont en quête d'un mode de vie sain et équilibré. Relativement riches en sucre, les jus de fruits pâtissent d'une mauvaise image. Les allégations « sans sucre ajouté » ou « réduit en sucres » ne suffisent plus.

La teneur en sucre naturel des fruits est désormais prise en compte. Afin d'amoindrir celle-ci dans la formule finale, certains industriels diluent leurs jus avec de l'eau de source ou de l'eau de coco. La gamme Light & Juicy d'Innocent au Royaume-Uni atteint ainsi un taux de sucre 30% inférieur au produit standard. Pour s'approcher de saveurs plus neutres, d'autres fabricants s'aventurent vers des mélanges de fruits et de légumes. En Italie, l'industriel Il Melograno associe la pomme, la laitue et le concombre pour élaborer un jus vert, très peu sucré. L'industriel polonais Tymbarok joue la couleur orange avec un jus de carotte, de poire et de gingembre. Ces cocktails de fruits et légumes ont l'avantage d'être moins sucrés et riches en éléments bénéfiques.

LES CLIENTS S'INTÉRESSENT À LA TENEUR EN SUCRE ET AUX BÉNÉFICES ACTIFS DU PRODUIT

FAVORISER LES SUPER-FRUIT

La recherche de bénéfiques actifs est également une attente forte des consommateurs. L'utilisation de super-ingrédients est un levier fréquemment employé par les industriels dans le monde. Au Canada, Novidev lance une gamme Anti-Superfruit avec une référence de pur jus de cranberry et de myrtilles. En Espagne, l'industriel Soria

Natural met en avant le caractère antioxydant de son jus de grenade-cassis-mangoustan.

Les industriels innovent aussi sur le procédé de fabrication. En ayant recours au pressage à froid ou à haute pression, à l'instar du britannique Coldpress Food Limited, les opérateurs préservent les vitamines et autres éléments bénéfiques contenus dans les jus de fruits.

RASSURER LE CONSOMMATEUR

Dans un contexte d'alimentation mondialisée, aux ingrédients d'origine inconnue et aux multiples intermédiaires, les consommateurs ont besoin de réassurance. Laquelle passe principalement par le

local et la saisonnalité. Sur le marché Sud-Africain, le distributeur WoolWorths propose des jus aux fruits sélectionnés et produits localement. On y retrouve le jus de pomme Pink Lady à la fraise Sabrosa. Lurisia en Italie utilise uniquement des produits du Piémont pour ses jus comme le raisin Barbera. Quant à la saisonnalité, elle garantit la naturalité du jus tout en l'inscrivant dans une démarche de durabilité appréciée par le consommateur. Ces recettes de saison apportent aussi de la variété dans les saveurs. Citons l'industriel allemand Eckes-Granini qui propose deux jus d'hiver : orange sanguine-cranberry et orange-pomme-mûre-grenade. **J.BE. AVEC XAVIER PILLOY**

QUATRE EXEMPLES D'INNOVATIONS

XTC
world innovation

1

UN MÉLANGE INHABITUEL

► Pour compléter sa gamme Eat Well, Marks & Spencer propose un jus à base de panais, de poire et de gingembre. Ces cocktails de fruits et légumes ont l'avantage d'être moins sucrés et riches en éléments bénéfiques.



2

DES COCKTAILS SAINS ET SAVOUREUX

► Woolworths décline en Afrique du Sud une gamme entière de jus de fruits frais sans alcool inspirée des saveurs des cocktails : mojito, Piña Colada ou Cosmopolitain. De quoi faire la fête sans modération tout en conservant un mode de vie sain.



3

UN COMBINÉ GAGNANT

► Élaborée avec deux tasses de fruits et légumes biologiques et du lait d'amande pour les protéines, cette formule de Vital Juice est élaborée par pression à froid. Des atouts qui lui permettent de répondre aux attentes des consommateurs.



4

DES JUS FONCTIONNELS

► Les super-ingrédients dépassent le cadre des fruits utilisés. Au Japon, la société Seijo Ishii enrichit ses jus de graines de chia. En plus d'être naturellement riches en oméga 3, celles-ci apportent un jeu de texture plaisant pour le consommateur.

