



BÉNÉFICE-PRIX



Les innovations à travers le monde sont le reflet de nouveaux comportements. Avec la baisse du pouvoir

d'achat, les consommateurs se tournent aujourd'hui vers des produits plus impliquants, qui leur apportent un avantage concret. Le rapport « qualité-prix » s'estompe ainsi au profit du « bénéfice-prix ». Mais pas question toutefois de boudier la notion de plaisir, qui demeure encore la première tendance observée dans les innovations alimentaires au niveau mondial. Le consommateur est plutôt amené à faire de nouveaux arbitrages. D'un côté, il délaisse les circuits traditionnels pour trouver des alternatives plus économiques, comme le fait-maison ou les apéritifs à domicile. De l'autre, il n'hésite pas à dépenser davantage d'argent pour des produits plus premium qui tiennent leurs promesses. En Chine par exemple, les étudiants se ruent sur les boissons qui stimulent la performance intellectuelle. Les Espagnols ou les Italiens chérissent, quant à eux, les plaisirs sans risque, comme les produits sans gluten. Tandis que, dans un objectif de bien-être et de maîtrise de soi, la demande en boissons riches en protéines explose sur les marchés américains et européens.

XAVIER PILLOY
CONSULTANT POUR LE CABINET XTC

MONDE

Le chiffre

55%

C'EST LA PART DES INNOVATIONS MONDIALES AXÉES SUR LE PLAISIR L'AN PASSÉ.



PROTEIN2O, UNE EAU RICHE EN PROMESSES

Élaborée par la société canadienne éponyme, Protein2O est une eau enrichie en protéines et électrolytes. Pauvre en calorie, cette version aromatisée au citron est sans sucre, sans gluten ni lactose. Quant à la bouteille, elle est fabriquée sans bisphénol A.

FABRICANT: PROTEIN2O



CHIC CHOC FAIT LE PLEIN D'ÉPICES CANADIENNES

Cette eau-de-vie de canne est aromatisée à base de six épices 100 % canadiennes, issues des Monts Chics-chocs à l'est du Québec. À savoir, poivre des dunes, compotie voyageuse, baies cassinoides, racines de céleri sauvage, myrique baumier et herbes aux anges.

FABRICANT: DOMAINE PINNACLE



MOTT'S CLAMATO CAESAR MÉLANGE PIMENTS ET VODKA

Dans sa version extrême, la marque canadienne mélange à la vodka une sélection d'ingrédients très épicés: sauce sriracha, piments de Cayenne, jalapeno et chipotle. Ce cocktail, qui titre « seulement » 5,5 ° d'alcool, est six fois plus épicé que la référence standard de Mott's Clamato Caesar.

FABRICANT: CANADA DRY MOTT'S INC



TONICA KOMBUCHA SE MÊLE AU CAFÉ

La marque canadienne de kombucha biologique sort une version au café. Issue de la tradition mongole, la kombucha est une boisson fermentée à base de thé et de sucre, aux bénéfices multiples.

FABRICANT: TONICA KOMBUCHA

CANADA

ÉTATS-UNIS

EUPHORIX INFUSE LE BIEN-ÊTRE

Cette boisson est infusée avec une sélection d'herbes traditionnellement utilisées en médecine chinoise, ayurvédique et phytothérapie. Sans calorie ni alcool, Euphorix a été élaborée spécifiquement pour stimuler le corps et l'esprit.



FABRICANT:
ELEVATED ENTERPRISES INC

SMOOTH OATS PROTEIN POUR DÉMARRER LA JOURNÉE

Comme son nom l'indique, Smooth Oats Protein est une boisson protéinée élaborée à base d'avoine. Exempt de produits laitiers, ce petit flacon de 354 ml au goût de vanille contient 10 g de protéines.



FABRICANT: KICKSTARTER

COCO PROTEIN MUSCLE LA PIÑA COLADA

Proposée en flacon de 355 ml, cette boisson de récupération, à base d'eau de coco saveur piña colada, apporte 20 g de protéines par bouteille. Coco Protein ne contient ni lactose ni gluten.



FABRICANT: MUSCLE PHARM

NUTRIBEER NOURRIT LA BIÈRE

Le phénomène ne concerne pas que les boissons sans alcool. Le fabricant américain Supplemental Brewing propose une bière baptisée Nutribeer qui titre 4° et contient quatre grammes de protéines de lactosérum.



FABRICANT:
SUPPLEMENTAL BREWING

VELU FAIT POUSSER LE BLÉ

Velu est une boisson premium, certifiée bio et composée d'herbe de blé (40%), de jus de pomme (45%) et de citron (15%). Sans additifs, ni edulcorants, ni arômes ni conservateurs, elle est riche en minéraux, acides aminés et chlorophylle.



FABRICANT: VELU

FATWATER CARBURE À L'HUILE

Il s'agit d'une émulsion à base d'eau, d'édulcorants et d'huile brevetée Bulletproof® XCTTM riche en triglycérides à chaîne moyenne. Avec un index glycémique de zéro et moins de 30 calories par bouteille de 473 ml, cette boisson énergétique promet les « bons » lipides.



FABRICANT: FATWATER

V8 FAIT LE PLEIN DE PROTÉINES VÉGÉTALES

La marque spécialiste des jus de légumes propose de nouvelles boissons fonctionnelles baptisées Protein Shake. Composées de lait et de concentrés de protéines issues du soja, du riz complet, des petits pois et du quinoa, les bouteilles de 296 ml procurent 12 g de protéines et 3 g de fibres.



FABRICANT:
CAMPBELL SOUP COMPANY

ESPAGNE



EROSKI MISE SUR LA CRANBERRY

Le distributeur espagnol prend position sur le marché des superfruits dominé par la marque Ocean Spray. Il propose depuis le début de l'année une alternative en brique d'un litre au jus de cranberry, source de vitamine C et d'antioxydants.

FABRICANT: EROSKI

SUISSE



MIGROS PRESSE LE MEXIQUE

Le distributeur suisse lance une boisson aux fruits gazeuse aux saveurs mexicaines. Composée de 16% de jus de fruits d'orange et de figues de barbarie et d'arômes naturels, cette « limonade » MDD est conditionnée dans une bouteille PET d'un litre.

FABRICANT: MIGROS

LES EXPLORATIONS EXOTIQUES

LES ORIGINES EXOTIQUES DE CERTAINS INGRÉDIENTS OU LES IMAGINAIRES MARKETING DES BOISSONS INVITENT LES CONSOMMATEURS À L'ÉVASION VIA LA DÉCOUVERTE DE NOUVEAUX GOÛTS.



FROOSH VALORISE LES ÉPINARDS

Le dernier né de la société suédoise Froosh est un smoothie aux épinards et au lait de coco. Conditionnés dans des bouteilles en verre de 250 ml ou de 750 ml, les jus Froosh sont réalisés à partir de fruits 100% pressés.

FABRICANT: FROOSH APS



UNE POÇÃO MAGICA VENUE DU BRÉSIL

Avec sa nouvelle marque Poção Magica (« potion magique » en français), le distributeur allemand IQ4You transporte les consommateurs vers l'Amérique du Sud. Riche en caféine, cette boisson énergisante est composée de 7% de jus de fruits aux saveurs brésiliennes: papaye, baies d'açaï, goyave et citron.

FABRICANT: IQ4YOU



U-BOOT BOOSTE LES COCKTAILS

Remplie de soft-drink, cette petite bouteille contient un flacon d'alcool qui se déverse dans le soda lorsque le consommateur la dévisse, créant un effet « shot ».

FABRICANT: U-BOOT

PROTÉINE

OBSERVÉE PRINCIPALEMENT EN AMÉRIQUE DU NORD, LA RECHERCHE DE PROTÉINE DEVIENT LE PHÉNOMÈNE NUTRITIONNEL À LA MODE, QUI N'EST PLUS SEULEMENT RÉSERVÉ AUX SALLES DE SPORT POUR DEVENIR LE NOUVEAU PHÉNOMÈNE NUTRITIONNEL.

ALLEMAGNE

PAYS-BAS

ALBERT HEIJN INFUSE LA MENTHE ET LA LAVANDE

Au lieu de proposer une classique boisson aromatisée, l'enseigne hollandaise Albert Heijn infuse des branches de menthe et de lavande dans de l'eau. Conditionné dans une bouteille transparente, qui laisse apercevoir les plantes, ce produit est sans calorie.

FABRICANT: ALBERT HEIJN

RUSSIE

ERISTOFF S'ENFLAMME POUR LES TATOUAGES

Disponible en Russie, cette édition limitée de la marque de vodka de Bacardi Martini adopte des codes anticonformistes, avec sa bouteille entièrement recouverte de tatouages.

FABRICANT: BACARDI MARTINI

CORÉE DU SUD

42,195KM SHOOTE AU GINSENG

Élaboré à partir de ginseng rouge, ce produit disponible dans un flacon de 10 cl contient 60 g de ginsénoïdes. Cet ingrédient actif, présent naturellement dans les racines de la plante, permet d'augmenter la circulation sanguine et de stimuler le métabolisme, idéal pour les marathoniens.

FABRICANT: BTGIN COMPANY LIMITED

CHINE

SALOME DISTILLE LA ROSE

Développée par Geothink Ecotech, une entreprise basée à Shanghai, Salome est une boisson à la rose. La fragrance est obtenue à partir de pétales cueillis à la main, distillés puis purifiés.

FABRICANT: GEOTHINK ECOTECH

ITALIE

FIorentINI PRESSE LES BAIES DE GOJI

Pour se démarquer de la cranberry sur le créneau des superfruits, le fabricant italien Fiorentini propose un jus de baies de Goji. Certifiées biologiques, ces petites bouteilles de 330 ml sont riches en vitamines A, C et B2 et en calcium.

FABRICANT: FIORENTINI ALIMENTARI

BRUT DE NATURE

LA DIMENSION NON-INDUSTRIELLE MISE EN AVANT SUR CERTAINES BOISSONS APPORTE UN NOUVEAU GAGE DE NATURALITÉ ET DE SÉCURITÉ AU CONSOMMATEUR.

ROYAUME-UNI

MARKS & SPENCER FAIT PÉTILLER LA RHUBARBE

Le distributeur anglais sort des aromatisations classiques pour sa marque d'eau gazeuse MDD. Dans une bouteille de 33 cl, Marks & Spencer propose une référence au jus de rhubarbe pressée (14%), issue de la variété Queen Victoria, et au gingembre infusé.

FABRICANT: MARKS & SPENCER PLC



BUKO PRÉSERVE LES FORÊTS TROPICALES

L'eau de coco Buko provient d'exploitations de palmiers biologiques et sans OGM aux Philippines. La marque a signé un partenariat avec l'association Cuipo, laquelle protège les forêts tropicales.

FABRICANT: BUKO



BLACK TOWER SKINNY ALLÈGE LE VIN

Produit en Allemagne, ce vin rosé titre seulement 5,5°. Son faible taux d'alcool lui permet d'être 30% moins calorique qu'un vin classique, avec seulement 55 calories contenues dans un verre. Black Tower Skinny se décline également en blanc.

FABRICANT: REH KENDERMANN



LITTLE BLACK DRESS TIENT SES PROMESSES

Brown Forman lance une gamme de premix aromatisés à base de vodka et limonade baptisés Little Black Dress. Les trois parfums, pomme-cranberry, citron-pastèque et framboise-pêche, affichent 4° d'alcool et une promesse de 98 calories par canette de 250 ml.

FABRICANT: BROWN FORMAN

