

Food&Sens

• DANS L'UNIVERS DES CHEFS •



Le prix de l'innovation du SIAL au coeur des tendances de consommation et en lien avec la restauration !

17 septembre 2016 0 [F&S LIVE](#)

Le SIAL se tiendra au parc des expositions de Paris Nord Villepinte du 16 au 20 Octobre prochain.

Au coeur des tendances de consommation, le SIAL exposera pendant 4 jours de nombreux produits innovants, dont 600 d'entre eux ont été sélectionnés pour le recevoir le prestigieux prix de l'innovation. **Xavier Pilloy** chef de projet du bureau XTC World Innovation nous a fait découvrir certaines des tendances émergentes de la grande distribution qui se rapprochent étrangement de ce que nous pouvons voir dans l'univers des chefs.

XTC
world innovation

Selon **Xavier Pilloy**, les consommateurs recherchent aujourd'hui plus de **Naturalité**. Un terme qui ne devrait pas vous être inconnu car il a été mis en avant par **Alain Ducasse** pour le concept de son restaurant du **Plaza Athéné**. La **naturalité** est une tendance croissante depuis les 3 dernières années et elle se traduit par plus de sécurité concernant la provenance, la méthode de production des produits et avec une attention particulière portée sur impact écologique.



De nos jours et d'une manière générale, on mange mieux, on fait attention à son impact écologique, on développe les alternatives végétales à la viande et on recherche un bénéfice santé qui se traduit par l'utilisation de produits naturellement bons comme par exemple les graines de **chia** et le **quinoa**, les graines de lin...



Joël Robuchon sera le parrain de cette édition 2016 du **SIAL** et va offrir ses services au comité de sélection de prix décernés par **SIAL Innovation**, avec **Elior** et le **Gault et Millau**. Le lien entre les chefs et les tendances est très fort et touche de plein fouet l'univers des chefs qui sont au cœur des tendances. Ce fut le cas d'**Alain Ducasse** et de sa **Naturalité** mais cela est aussi vrai pour beaucoup d'autres qui jouent un rôle de levier pour aider les tendances à se développer.

Voici certaines des tendances le **XTC World innovation** a pu analyser:



Des produits à l'état brut : On fait en sorte de ne travailler qu'un seul produit et on le conserve pour qu'il reste authentique. C'est l'exemple de cette eau de coco qui est conservée dans un emballage fait d'une vraie noix coco.



Naturellement bénéfique : Les légumineuses, graines et autres légumes apportant un bénéfice santé clair aux consommateurs. XTC a ainsi identifié les pâtes de petits poids, lentilles rouges et pois chiches alors même que de nombreux chefs utilisent ces produits depuis de nombreuses années déjà, il n'en vantent pas encore leurs vertus. Peut-être que cela changera dans les années à venir !...



Alternatives végétales : De plus en plus de consommateurs recherchent des alternatives végétales et consomment moins de viande animale mais de meilleure qualité et **Jean-Georges Vongerichten** est l'un des premiers grands chefs à se lancer dans l'aventure avec son restaurant **ABCV**.

Bien-être animal : C'est un sujet qui revient régulièrement sur le devant de la scène depuis les deux dernières années et qui explique l'augmentation de la demande pour les alternatives végétales.



Une alimentation durable : C'est une problématique récurrente à laquelle beaucoup de chefs et l'industrie de l'agroalimentaire sont sensibilisés mais pour laquelle seul 20% des personnes intéressées vont acheter. Les clients demandent ce genre d'initiatives mais seul 1/5ème d'entre eux vont finalement acheter. Un paradoxe qui existe probablement à cause du prix plus élevé.

Une production locale : Les exemples fusent car la provenance des produits et la tendance locavore est presque partout. Que ce soit dans l'univers de chefs ou dans la grande distribution, c'est peut-être l'une des tendances les plus présentes qui est aussi devenue gage de qualité.



Zéro gâchis : On utilise tout, n'en parle-t-on pas pour le Bocuse d'Or, le MOF et même dans Top Chef ? Norbert Tarayre effectuait même des masterclass sur le sujet dans de grands centres commerciaux. Ici, une orientation un peu différente avec le blanc de kiwi, une initiative des producteurs de kiwi pour faire face à la surproduction.



Néo mix&match : On mélange les concepts. Xavier me donne l'exemple des sushis au foie gras de Sushi shop, mais on peut trouver beaucoup d'exemples parmi les chefs qui s'inspirent de produits exotiques et les intègrent dans des recettes de cuisine française. Le cappuccino est un autre exemple de néo mix&match.

Partager ce billet  