

# TENDANCES ALIMENTAIRES

Impossible d'entamer une nouvelle année sans jeter un coup d'œil sur les tendances qui vont prochainement influencer la couleur de nos assiettes. Voici donc quelques nouvelles tendances pour 2024 sur le plan alimentaire. La récente hausse des prix des produits alimentaires a fait réfléchir beaucoup de consommateurs, influençant clairement leurs choix d'achats dans les magasins, entre autres concernant les produits pour lesquels ils sont prêts à payer un peu plus. Selon le bureau de recherche « Innova Market Insights », il s'agit surtout des produits frais, locaux et favorables à la santé. De nos jours, le consommateur attache beaucoup d'importance à la lutte contre le gaspillage, au recyclage et aux emballages durables. Tout cela influencera les tendances que nous rencontrerons en 2024, même s'il y aura de grandes différences entre les générations. La génération Z (personnes nées entre 2001 et 2015) trouve le goût plus important que le prix. La génération Y des « millennials » (personnes nées entre 1986 et 2000) trouve le prix plus important que le goût parce qu'il s'agit souvent de ménages avec des enfants. La génération X (nés entre 1965 et 1980) et les babyboomers (nés entre 1946 et 1964) donnent la priorité à la santé. Pour vous qui êtes chef d'entreprise, c'est votre type de clientèle qui va déterminer les accents que vous allez mettre sur vos ventes ...



## CHOISIR LA QUALITÉ OU LA QUANTITÉ ?

Je suis absolument convaincue qu'il y a un client pour chaque segment du marché. À mon avis, les clients qui achètent de la viande et de la charcuterie dans nos boucheries artisanales, optent délibérément pour la tradition et le savoir-faire, et sont à la recherche de saveurs uniques et de la qualité raffinée qu'ils trouvent chez leur boucher.

Dans le commerce, où le client moyen veut acheter des produits dans le souci des prix, les marques maison doivent se distinguer en proposant des alternatives payables aux produits de marque. Depuis le programme "Geld gezocht", avec Kristel Verbeke et Kamal Kharmach, tout le monde sait probablement que pour ces alternatives, il faut y mettre le prix.

## PROXIMITÉ

La pandémie du covid a donné un fameux coup de pouce aux produits du terroir. À ce moment-là, le terme « du terroir » connaissait déjà un bel essor, même si l'offre de produits régionaux était encore assez limitée. Entretemps, les entreprises ont intégré cette dimension régionale et nous voyons

ainsi un bel éventail de produits régionaux dans les grandes surfaces.

La proximité est un atout sur lequel tous les membres peuvent miser. Les bouchers artisanaux vendent tous de la viande belge, provenant d'animaux élevés près de chez eux et transformée dans leur propre atelier. Nos bouchers sont ainsi LES véritables ambassadeurs de la viande de chez nous. Nous devons donc encore plus miser sur la proximité dans nos boucheries.

## QUE PENSENT LES GUETTEURS DE TENDANCES DES ALTERNATIVES À LA PRODUCTION MASSIVE DE VIANDE ?

Hanni Rützler, LA guetteuse de tendances qui donne le ton et une des expertes alimentaires les plus éminentes en Europe, affirme qu'en 2024, l'accent sera de nouveau mis sur la durabilité, la proximité et l'utilisation de nouvelles technologies.

Avec la conscience accrue des questions climatiques et environnementales et la volonté de renoncer à la production massive de viande, le secteur est à la recherche d'alterna-

tives. La fermentation de précision a un grand potentiel pour une production alimentaire plus durable. C'est une technique où on n'a plus besoin de vaches pour faire du fromage : il se fabrique à l'aide de levure.

Autres alternatives à la production de denrées alimentaires en dehors de l'agriculture traditionnelle : la viande cultivée et le poisson cultivé, lesquels font référence à des produits de viande et de poisson, cultivés à partir de cellules musculaires et graisseuses animales. Il s'agit donc de produits qui goûtent comme l'original, mais sans qu'on ait besoin d'animaux pour les fabriquer. Ce qui semblait encore une utopie il y a quelques années, est devenu un marché d'avenir. Les autorités sanitaires aux États-Unis ont donné le feu vert pour ce qu'on appelle la viande "in vitro". Les États-Unis sont ainsi, après Singapour, le 2ème pays à autoriser la viande cultivée in vitro. Le plus grand et presque seul défi à relever pour la commercialisation de la viande et du poisson cultivés, est le manque d'acceptation par les consommateurs.

Une autre tendance relativement neuve et prenant de plus en plus d'importance est l'alimentation régénérative, où l'accent n'est plus mis sur les aliments qui arrivent sur notre assiette, mais sur la production visant à promouvoir la biodiversité et à minimaliser l'impact de l'agriculture sur le changement climatique.

### **LA PRESSION EST DE PLUS EN PLUS FORTE POUR RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ALIMENTS ULTRATRANSFORMÉS**

La révolution dans la science alimentaire, la production, la vente en supermarché et la publicité au cours de ces 60 dernières années ont donné lieu à une croissance explosive dans la consommation d'aliments ultratransformés (AUT). Les citoyens, les organisations sociales et les organismes de recherche se posent de plus en plus de questions sur les conséquences pour la santé d'une grande diversité d'aliments ultratransformés contenant des sucres, des graisses et des sels raffinés.

Les autorités, les organisations sociales et les organismes de recherche en appellent à une politique d'amélioration de la qualité alimentaire et de la santé de la population par une réduction de la demande d'aliments et boissons peu sains en décourageant leur achat.

### **LA DURABILITÉ ET LA LUTTE CONTRE LE GREENWASHING**

La durabilité reste une donnée importante. Le consommateur moderne s'intéresse de plus en plus à des technologies innovantes, comme l'agriculture verticale, la culture sélective de plantes et l'agriculture régénérative. Cette attitude positive est due à la qualité des produits et à la durabilité. Même si le terme « durable » est souvent utilisé à mauvais escient. Le greenwashing (ou écoblanchiment) est une opération par laquelle un produit semble plus durable qu'il ne l'est en réalité. Il y a déjà des signes avant-coureurs d'une intervention assez dure, dans les prochaines années, contre de telles allégations trompeuses concernant les aliments. De plus en plus de gouvernements vont prendre des mesures pour s'attaquer au greenwashing et rétablir ainsi la confiance des consommateurs. C'est ainsi que la nouvelle directive européenne sur les allégations écologiques, qui entrera en vigueur

en 2026, obligera toute entreprise alimentaire arrivant sur le marché européen, à justifier les allégations environnementales explicites, sous peine d'amendes pouvant aller jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel.

Les informations erronées et l'écoblanchiment ne constituent pas seulement une menace pour la crédibilité et la réputation de l'industrie alimentaire et des boissons, mais aussi pour la capacité collective du secteur à évoluer vers un avenir durable.

### **LA LUTTE CONTRE LES EMBALLAGES**

Nous produisons 141 millions de tonnes d'emballages en plastique par an et environ un tiers de tous ces emballages polluent finalement nos mers, nos océans et nos sols. L'emballage durable fait référence à l'achat, au développement et à l'utilisation de solutions d'emballage ayant un impact minimal sur l'environnement et sur la société.

On s'attend à ce que les matériaux biodégradables et compostables deviennent de plus en plus populaires, tout comme l'utilisation de matériaux recyclables tels que le papier et le carton. Les emballages végétaux, faits avec des matériaux comme la fécule de maïs, la canne à sucre et le bambou, représentent également une tendance importante, avec une forte croissance attendue en 2024.

Certaines entreprises commencent à expérimenter avec les bioplastiques. On peut s'attendre en 2024 à un glissement vers les emballages comestibles faits à partir de papier de riz, d'algues et de fécule de maïs.

### **INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**

L'industrie alimentaire fait de plus en plus appel à l'intelligence artificielle (IA), pour développer de nouveaux produits et améliorer leur efficacité et leur durabilité. Depuis 2017, le nombre d'entreprises ayant recours à l'IA a doublé. Des firmes comme Nestlé utilisent l'IA pour identifier les protéines rendant possible la production d'une alimentation saine.

### **QUAND UNE TENDANCE ALIMENTAIRE EST-ELLE UNE TENDANCE ALIMENTAIRE ?**

On ne sait évidemment jamais avec certitude si une tendance va tenir. Dès qu'une tendance offre au consommateur une réponse à des questions, problèmes, défis actuels, on parle d'une tendance. Si ce n'est pas le cas, il ne s'agira que d'un phénomène à court terme.

À partir des dizaines d'articles parus à l'occasion de la nouvelle année au sujet des tendances alimentaires pour 2024, voici un petit aperçu des tendances observées par les divers guetteurs de tendances :

1. Les classiques se portent toujours bien, même si c'est dans une version moderne. Repenser les classiques se classera donc en n°1 pour tous ceux qui ont affaire de près ou de loin à l'alimentation. Songeons à la cuisine de nos grands-parents, mais avec de nouveaux ingrédients et de nouvelles techniques, qui veillent non seulement à une actualisation de la recette, mais aussi à mieux refléter la qualité d'autrefois. Un exemple parfait de cette tendance est le vol-au-

vent, où le ragoût est fait avec du fruit du jacquier : il plaira aussi bien aux mangeurs de viande qu'aux végétariens. Une fois préparé, le substitut de viande végétal a une structure de daube, de viande braisée et absorbe beaucoup de saveurs. Et qui ne pense pas avec nostalgie au rosbif et sa couronne de légumes ou au pain de viande façon grand-mère !

2. Avec les ingrédients fonctionnels, nous avons une autre tendance alimentaire. Le curcuma latte agit contre les inflammations, le kombucha nous permet d'avoir un système intestinal sain et les boissons contenant des adaptogènes permettent de maîtriser notre niveau de stress. Ces produits revendiquent non seulement de nous désaltérer, mais aussi et surtout de favoriser notre bien-être général.
3. Notre santé prend de plus en plus d'importance et les sucres raffinés ne la favorisent certainement pas. C'est pourquoi nous assistons à un essor des édulcorants naturels et pauvres en calories : citons p.ex. le fruit du moine, la stévia et l'allulose.
4. La fermentation est longtemps passée de mode, mais elle regagne en popularité. La fermentation n'a rien de neuf. Dès l'Antiquité, on faisait déjà fermenter les aliments pour pouvoir les conserver plus longtemps et pour en améliorer le goût et la texture. Pour faire fermenter des produits, on y ajoute des bactéries, des levures ou des moisissures. Et nous expérimenterons encore dans ce domaine en 2024. Avec la fermentation de précision, une des nouvelles tendances alimentaires, nous vivons une véritable révolution dans la production des aliments. Ce processus biotechnologique permet de fabriquer des protéines et d'autres nutriments sans passer par l'agriculture traditionnelle : p.ex. de fabriquer du fromage sans produit laitier. La fermentation de précision nous permet d'entrevoir des options alimentaires plus propres et plus durables.
5. De plus en plus de marques fabriquent des produits susceptibles de soutenir la santé des femmes, répondant à des phases de vie et à des symptômes précédemment ignorés. Les innovateurs alimentaires lancent sur le marché des barres et des snacks spécialement composés pour un cycle sain, comme p.ex. des barres énergétiques pour la ménopause et autres friandises fonctionnelles.
6. Les paquets repas à préparer soi-même comme HelloFresh et Foodbag continuent à plaire à nos familles. Avec ces boxes fournissant tous les ingrédients avec les instructions détaillées, préparer le repas du soir devient un jeu d'enfant !
7. La durabilité restera au cœur des tendances dans l'industrie alimentaire en 2024, ce qui concerne non seulement l'approvisionnement responsable en matières premières, mais aussi l'utilisation d'emballages biodégradables, la réduction du gaspillage alimentaire et la recherche d'une empreinte écologique réduite.
8. Hanni Rützler a décrit pour la 1ère fois il y a 10 ans l'importance de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Rien qu'en Allemagne, plus d'1/3 des aliments produits sont jetés :

c'est inadmissible ! La tendance alimentaire circulaire veut qu'il n'y ait plus le moindre déchet, p.ex. en transformant des composants comme les graines et en les remettant dans le cycle biologique. Une tendance alimentaire qui semble très prometteuse pour 2024.

9. Bien que les chiffres considèrent l'augmentation du nombre de non-mangeurs de viande comme un non-sens, nous ne pouvons pas ignorer la propagande faite autour des produits végétariens et végétaliens. À côté des substituts de viande, il y a une énorme promotion en faveur des produits laitiers végétaux, comme le lait d'amande, d'avoine et de pois, autant de produits tendance.
10. Les restaurants qui en 2024, adopteront les tendances en étant à l'écoute des consommateurs, comme tout ce qui tourne autour de la durabilité, de la technologie, du sur-mesure et des expériences dinatoires, auront à nouveau du succès, après la crise du covid. En restant en phase avec les exigences changeantes des consommateurs et avec les développements dans le secteur, ceux qui s'adapteront connaîtront l'essor dans les prochaines années.

#### **Quelques ingrédients dans le collimateur en 2024 :**

1. Le sarrasin sera de plus en plus populaire, en tant que super-aliment contenant des protéines, des glucides et des fibres et sans gluten par nature. Vous l'avez peut-être déjà vu sous la forme de nouilles soba, mais maintenant que davantage de marques s'investissent pour améliorer l'agriculture, le sarrasin peut apparaître partout : cela va des alternatives végétales au lait à des crackers et à du granola.
2. Le fruit du jacquier (Nangka) est appelé la plante du futur, parce qu'il peut offrir une alternative à des sources alimentaires importantes comme le maïs, les céréales et le froment, des plantes sur lesquelles le monde occidental s'appuie très fort, alors qu'elles peuvent être menacées par le changement climatique. Le tissu contient de la vitamine B6, de la vitamine C, de la vitamine A, du potassium, du calcium et du fer. Le fruit du jacquier est en outre sans gluten, soja, cholestérol et acides gras saturés.
3. Les nouilles seront encore plus populaires. En plus d'être délicieuses, elles sont très faciles à préparer. Sans compter le temps de cuisson, qui représente une belle économie d'énergie !
4. La poudre de cacao est ce qui reste du cacao après la fabrication du chocolat. Utiliser ce sous-produit permet de lutter contre le gaspillage alimentaire. Et c'est vraiment délicieux et utilisable comme édulcorant dans des produits comme le granola ou les barres de muesli.
5. La street-food restera très populaire. Bon marché et vite prête, elle amène les saveurs du monde entier sur votre assiette !