

Les cinq tendances des marchés alimentaires pour 2015



Les 5 tendances dévoilées par Canadean : la personnalisation, le bien-être, l'épicé, le mélange des saveurs et des emballages plus sensoriels. © paul prescott - Fotolia.com

En cette fin d'année 2014, le cabinet d'études Canadean livre les cinq tendances phares qui influenceront le comportement des consommateurs en 2015 en matière de produits de grande consommation.

1) Du mass-market vers la personnalisation

Canadean prévoit un intérêt grandissant des consommateurs pour les produits à caractère artisanal. « *Les consommateurs veulent que leurs produits soient fabriqués à plus petite échelle pour garantir leur qualité mais aussi pour sentir un lien plus étroit avec les marques qu'ils choisissent. En insistant sur l'exclusivité d'un produit et le soin avec lequel il a été formulé, les marques vont encourager les ventes auprès d'un nombre croissant de consommateurs qui veulent s'éloigner d'articles de masse* », indique le cabinet d'études.

2) Des ingrédients « meilleurs pour vous »

Selon Canadean, les consommateurs seront de plus en plus préoccupés par les ingrédients pouvant être considérés comme malsains à forte dose, comme le sucre. 2014 a vu l'introduction de la stévia dans de nombreux produits populaires, y compris Coca-Cola et Pepsi. L'année prochaine, un plus grand nombre d'ingrédients «meilleurs pour vous» devraient émerger dans une optique d'alternatives plus saines et plus naturelles. « *Un des principaux défis sera de surmonter les perceptions gustatives négatives de ces nouveaux produits grâce à l'innovation et à la reformulation* », précise Canadean.

3) L'épicé et le piquant

Le désir croissant pour la nourriture plus épicée devrait se poursuivre en 2015. Les fabricants continueront à répliquer les tendances de cuisines populaires épicées déjà installées dans la restauration hors-domicile. Les marques innoveront dans la

formulation en incluant des ingrédients épicés dans les viandes, les produits laitiers et les snacks car les produits infusés aux piments deviennent de plus en plus populaires. « *Après la tendance de la cuisine indienne et mexicaine, les fabricants devraient se préparer à l'influence d'autres cuisines épicées comme celles de l'Asie du Sud-Est et du Moyen-Orient* », précise Canadean.

4) Mélanger et assortir les saveurs

Canadean prédit que les consommateurs iront chercher des produits nouveaux qui mélangent leurs aliments et saveurs préférées. Les produits de fusion comme l'amaretto de cidre ou le vin aromatisé au chocolat, deviendront encore plus populaires. L'augmentation de la demande pour ces offres « expérientielles » signifie que les fabricants devront continuer à innover en matière d'ingrédients et de marketing pour séduire les consommateurs qui veulent plus que des produits traditionnels.

5) L'emballage comme expérience sensorielle

Le grand nombre de produits disponibles en rayons fait encourir le risque à certaines marques de passer inaperçues. L'emballage innovant qui attire l'attention des consommateurs deviendra donc essentiel à l'avenir pour conserver des parts de marché ou pour entrer sur de nouveaux marchés. L'utilisation de la science du toucher (l'haptique) – via des packs tactiles, des couleurs vives et des surfaces réfléchissantes - contribuera à améliorer l'expérience sensorielle. D'autant que la finition mate et la sensation d'un produit peuvent donner des indications de qualité ou de positionnement premium et inciter les consommateurs à monter en gamme.

Source : [http://www.processalimentaire.com/A-la-une/Les-cinq-tendances-des-marches-alimentaires-pour-2015-25419\(12/12/2014\)](http://www.processalimentaire.com/A-la-une/Les-cinq-tendances-des-marches-alimentaires-pour-2015-25419(12/12/2014))