

Macro-Tendance n°2

Les contre-cultures gastronomiques



Tendance n°4

La renaissance apéritive

Alors que les bars, restaurants, terrasses sont restés fermés de nombreux mois, la pandémie a permis de repenser la convivialité et le goût.

L'apéritif a été LA parenthèse plaisir dans cette période d'enfermement.

Ainsi, en 2020, les produits salés apéritifs ont connu une progression de +5,6% par rapport à 2019¹, et ce sont les 'graines' (cacahuètes, noix de cajou, etc.) qui ont bénéficié de la meilleure croissance.

Les apéros virtuels sous confinement/couvre-feu et les repas hybrides déjeunatoires /dînatoires ont rythmé et réinventé avec facilité le quotidien des familles forcées à cuisiner 3 fois par jour, 7 jours sur 7. Cette créativité pré-repas donne naissance à de nouvelles associations gustatives pour les sauces, 'dips' et autres tartinades, quand elle ne réinvente pas les boissons... pour garder le plaisir de la célébration, sans l'ivresse du collectif.

La preuve en produits



Chips aux légumes et riz, saveur Sriracha, par Jil Food



Tartinable cajou cacahuètes curry, par Go Nuts



Tartinade de pois cassé à l'estragon, par Les Délices de l'Ogresse



L'Incroyable Gwa-Ka-Mole sans avocat, par SAS Intelligence Culinaire



Skyr Apero Poivron Paprika, le premier tartinable Nutriscore A, par Puffy's



Djin Nature Passion, par Djin Spirits



Bulles de raisin, de fines bulles pour donner un air festif à ce pur jus, issu de cépages de Chardonnay, par Vitamont Carte Nature



Base pour cocktail Spritz par Terroirs Distillers

Tendance n°5

La nouvelle gastronomie

Privées de voyages, de sorties, de dîners en ville, nos assiettes sont devenues des horizons infinis. S'en est suivi un engouement encore plus massif pour la cuisine et qui devrait durer.

En 2021, près d'un foyer sur 5 assure cuisiner plus souvent à l'aide d'ingrédients préparés et plus d'un foyer sur 3 cuisine plus souvent des plats 100 % fait maison. La pâtisserie tire également son épingle du jeu, avec 40 % des foyers qui déclarent faire de la pâtisserie plus souvent qu'avant le début de la pandémie. Et une grande partie a l'intention de continuer à cuisiner. 61 % pensent en effet rester sur ces mêmes habitudes, 29 % souhaitent le faire encore plus souvent².

Les marques de la bio ont ouvert les frontières pour concocter des recettes inédites, des associations surprenantes. Des solutions saines et originales. Une façon de ramener une fraîcheur de surprises dans un univers réduit à son espace de vie, l'exotisme de nouvelles dégustations sans quitter son salon.

La preuve en produits



Les Toquettes par Carreleon, des carrés de légumes à cuisiner 100%



Houmous et cacao, pâte à tartiner protéinée, sans huiles ni épaississants, par Delikatesse



Emietté fruit du jacquier pois chiches et paprika, par Bonneterre



Granola boosté à la poudre de grillon, goût original ou paprika par Kriket



Bière à l'ail noir, par L'étuverie



Mon tout 1er mix d'épices, adapté aux bébés et accompagnant les parents dans l'éducation nutritionnelle et dans le développement du palais de leurs petits, par Sienna & Friends



Farine de banane verte, sans gluten, par Relais Vert



Granola à tartiner, sans fruits à coque et réalisé à partir d'avoine et de graines de lin et de tournesol, par Nü Morning



Tendance n°6

Very Vegan

En 2040, 60% de la viande consommée sera artificielle ou végétale¹. Par ailleurs, la hausse du marché du végétal a été de 10% en France en un an, à 497M€².

Partie prenante de la transition alimentaire, le véganisme est en train de révolutionner la société, et peut être même l'humanité puisque certains -comme Glenn Albrecht, philosophe de l'écologie- estiment que nous allons basculer de 'l'anthropocène' au 'symbiocène', une ère où l'homme ne cherchera plus à dominer son environnement mais à vivre en symbiose avec celui-ci.

En attendant, dans un monde devenant conscient du besoin de réduire ses impacts écologiques et ses cruautés, les options pour la transition se multiplient, à mesure que de nouveaux entrants investissent ce paradis de croissance. Le marché du végétal en France a progressé de 10% en un an, pour atteindre 497 millions d'euros³. Par ailleurs le plan Protéines Végétales est une des mesures phares du volet agricole du plan de relance, avec une enveloppe de 120 millions d'euros. A l'échelle mondiale le segment devrait atteindre 15 milliards d'euros en 2025⁴.

Fromagerie, gastronomie, grillades ou encore recettes et plats préparés... toutes les catégories alimentaires des supermarchés sont et continueront d'être réinventées.



La preuve en produits



Vegan bacon, par Biolab



Ya Mousse Au Chocolat Végétal, avec du YA Riz fermenté et de l'Aquafaba, par Biogroupe



Tapi Dream, une alternative végétale au miel, par Vegablum



Keftas vegan, par Nutrition et Santé



Bouillon végétal saveur bœuf, par Ecoïdées



Wheaty Tex Mex Burger, à base de seitan, protéine de blé, par Wheaty



Hâché de pois chiche, tomate séchée, basilic, thym et romarin, et Hâché de lentilles corail, coco, tomate et citronnelle, par L'Atelier V



Tempeh d'Okara, produit 100% végétal au soja fermenté, à la texture unique et aux arômes de champignons, par Sojami



Protéine végétale complète, dont 70% de protéines de pois et riz, par Overstim.s

