

# SIAL 2018

Gatien Monnier  
Marketing - Isabelle Wallart  
GBA5

**SIAL**  
INSPIRE FOOD BUSINESS

21 - 25 OCTOBRE 2018  
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS



# Rapport d'étonnement :

Le mercredi 24 octobre 2018, nous avons eu la chance de visiter le SIAL, un salon professionnel dédié à l'industrie agroalimentaire et ayant lieu tous les deux ans au parc des expositions dans la banlieue parisienne. De nombreux points ont retenu mon attention :

Grâce aux 250 000m<sup>2</sup> d'exposition répartis sur 10 halls, une impressionnante quantité de produits est proposée, qu'ils viennent de grands groupes, de PME ou de start-up.

Ce salon à forte dimension internationale comporte au total 119 pays dans le but de proposer des produits variés de part leur composition ou de leur packaging le tout représentant fortement leurs pays. C'est le cas de l'Espagne avec les tapas et la charcuterie, l'Italie avec les produits à base de tomates, les Pays-Bas avec une gamme spectaculaire de gouda. Mais aussi des halls dédiées à certains pays avec le soutien direct des pays concernés. Nous sommes alors directement immergés dans des cultures aussi diversifiées qu'intéressantes. De plus, de nombreux et imposants stands étaient consacrés à la valorisation des produits de nos régions françaises. Cela permet à de nombreuses start-ups ou PME d'avoir une visibilité certaine. C'est une chance d'avoir cette diversité d'exposants en un même et seul lieu et qui plus est à Paris.

Ce salon permet à de nombreuses entreprises de dévoiler leurs innovations mais aussi à d'autres de trouver de nouveaux clients ou fournisseurs. Le SIAL est donc un symbole d'ouverture une opportunité pour des représentants d'entreprises par exemple, c'est pour eux la possibilité de dénicher un produit innovant, original qui répond à leurs besoins et ceux des consommateurs. C'était le cas pour l'entreprise dans laquelle je réalise mon alternance qui était présente afin de rencontrer nos fournisseurs internationaux et de dénicher de nouveaux produits pas encore distribués en France.

Cependant, en tant qu'étudiants les prestataires et entreprises nous donnent moins d'importance que si nous étions des professionnels.

## 3 innovations intéressantes

### Crackers à base de drèches de bière, « Résurrection »



#### Pourquoi ce produit ?

- La composition est surprenante et intéressante, les gâteaux apéritifs sont en effet majoritairement fabriqués à partir de drèches épuisées de brasserie.
- Co-produits revalorisés en alimentation humaine
- Nouvelle saveur qui change des gâteaux traditionnels
- Production de goûts différents en fonction des drèches récupérées et donc du malt utilisé de base

#### Quel type d'innovation ? > Innovation adjacente

- Utilisation de co-produits issus des industries brassicoles
- Alternative écologique

#### Tendance marketing :

- Apéritif, produit éco-conçu, biologique
- Le prix de vente étant élevé, ce produit est destiné à un public soucieux de son alimentation et voulant consommer de manière responsable

## 3 innovations intéressantes

### Jus Give a shot !



#### Pourquoi ce produit ?

- La composition du produit est originale avec notamment des jus de fruits et légumes frais et du charbon actif.
- Les produits sont traités par Haute Pression (HPP), ce qui permet de conserver toutes les qualités nutritives et organoleptiques du produit.
- Le format intrigue et donne envie de goûter le produit.

#### Quel type d'innovation ? > Innovation adjacente

- Innovation par rapport à la taille du contenant, autant de vitamines dans un format ultra nomade
- Un procédé innovant

#### Tendance marketing

- Des consommateurs actifs souhaitant avoir un produit sain, rapide à consommer et apportant une quantité intéressante de vitamines et minéraux

## 3 innovations intéressantes

### Préparation pour smoothie Nossa!



### Pourquoi ce produit ?

- Pour l'originalité du produit : préparations pour smoothies biologiques à base de baie d'açaï.
- Tendance saine et produits frais.
- Facilité d'utilisation : ouverture du sachet et passage au mixeur

### Quel type d'innovation ?

- Innovation par rapport à conservation de la fraîcheur sur une longue durée via la congélation immédiate

### Tendance marketing

- Des consommateurs actifs souhaitant avoir un produit sain, rapide à consommer, avec un le côté « home made » et gourmand.

## Nouveauté d'un autre pays

### Gouda au charbon actif

Ce gouda est issu des Pays-Bas il contient du charbon actif lui donnant cette couleur noire. En plus de cette couleur originale, ce fromage est aromatisé au limoncello, cette association est inédite.

Ce produit séduira difficilement un consommateur traditionnel amateur d'un produit du terroir.

Après avoir échangé avec les commerciaux, nous nous sommes rendu compte que ce produit était présent afin d'attiser la curiosité du consommateur pour ensuite faire découvrir une gamme plus traditionnelle.



## Packaging innovant

### Thé en stick



- Ici le packaging est directement utile à la préparation du produit fini
- La cuillère est remplacée par un stick rigide perforé en aluminium
- Ce type de produit permet d'avoir un produit fini homogène



## Nouvelle technologie

La marque « PAF » (« Pressé A Froid ») et son procédé HPP

Cette marque des jus de fruits, légumes et herbes biologiques pressés à froid.

### Quelle technologie ?

Afin d'éviter tout traitement thermique pouvant détériorer les qualités du produit, **un traitement Haute Pression à froid est appliqué.** Cette technique permet de conserver les bienfaits originels des végétaux pressés en préservant leur fraîcheur naturelle et leur qualité organoleptique et nutritionnelle.



Ces produits sont à la fois innovants par leur composition que par leur procédé de fabrication. En effet, les mélanges sont originaux, les matières premières sont de qualité et biologiques, il n'y a que des produits frais dans la liste d'ingrédients. De plus, le processus de conservation via la haute pression est intéressant à étudier et répond aux besoins du consommateur souhaitant un produit sain, responsable et se rapprochant du fait maison.



# Parfum innovant



Cette gamme rend accessible des légumineuses et autres légumes afin d'en simplifier la consommation. Mais de quelle manière ?

Le temps de cuisson est de 5 à 7 minutes, ce qui est beaucoup plus rapide que des légumineuses classiques.

De plus, cela permet de consommer des lentilles, pois, pois chiches ou petits pois.

## Nouveau produit pratique :

Terra del Tuono



Ce produit 100% naturel permet de consommer des condiments d'une manière originale.

Le consommateur peut donc doser très précisément sa quantité ajoutée.

Le goût est préservé et permet de mettre en valeur des plats subtilement.

# Stand innovant



Ce stand de Darégal permet de mettre en valeur les matières utilisées dans les produits de la gamme.

Cela permet au consommateur d'observer le produit avant le processus de transformation et de se rendre compte de la fraîcheur du produit.

## Aliment santé



Ce produit de la marque WOW contient des probiotiques appelées ici « Bonnes bactéries » à hauteur de 0,5% des ingrédients.

Ces jus frais pressés à froid et conservés via un processus de haute pression.

Un milliard de bactéries sont disponibles par bouteille.