

Rapport d'étonnement

Le Salon International de l'Alimentation est un événement se déroulant tous les deux ans à Paris durant cinq jours. Il réunit chaque année de plus en plus d'entreprises désireuses de faire valoir leurs produits et qui met en concurrence les produits les plus innovants. Cette édition 2018, qui avait pour thème « Look Deeper », a rassemblé plus de 7200 exposants et pas moins 160 000 visiteurs.

Etudiante en cinquième année d'ingénierie dans la spécialité Génie Biologique et Industries Agroalimentaires à Polytech'Lille, j'ai eu la chance de pouvoir m'y rendre le mercredi 24 octobre 2018 grâce à l'école qui a offert une place à chaque élève de la spécialité.

Je vous fais donc part de mes impressions à ce sujet dans la suite de ce rapport.

En me rendant au SIAL, je m'attendais à ne voir que des produits innovants partout que ce soit en termes de visuel, de texture, de présentation, de goût,... car lorsque l'on entend parler de ce salon dans les médias c'est souvent en termes de nouveautés et découvertes. Or, au SIAL, on trouve des entreprises qui sont là pour présenter des produits innovants, d'autres qui souhaitent trouver des distributeurs internationaux (plus de 119 pays y étaient représentés cette année) et d'autres encore qui ne sont là que pour présenter leurs produits, se faire connaître et essayer de séduire les consommateurs. Je pense que beaucoup d'entreprises ne souhaitent pas participer au SIAL d'une part à cause du coût des stands (entre 254 et 316 € le m² sachant qu'une surface minimale de 16 m² est obligatoire) et d'autre part car elles ne se trouvent pas assez innovantes. Ces entreprises devraient toutefois participer au SIAL car, comme j'ai pu l'écrire plus tôt, il n'y a pas que des innovations au SIAL contrairement à ce que l'on pourrait penser et, même si le prix du stand peut rebuter, elles peuvent y gagner beaucoup que ce soit en visibilité ou en clients potentiels. C'est aussi l'occasion pour les entreprises de faire une « veille » concurrentielle. Selon moi, il est important que toutes les entreprises, grandes ou petites, osent participer au SIAL et consacrent un budget pour cet événement international.

J'ai également été surprise de ne voir qu'une seule entreprise d'alimentation animale. En effet, entre les groupes Mars (avec Royal Canin, Pedigree, Sheba et Whiskas entre-autres) et Nestlé (avec Purina, Felix, Friskies et Gourmet entre-autres) et les autres entreprises moins connues, on trouve quand même une grande diversité de marques et de produits destinés à l'alimentation animale. Je pense qu'il serait important de rappeler que l'alimentation recouvre à la fois l'alimentation humaine et animale.

Enfin, j'ai été étonnée d'avoir plus d'échantillons et de possibilité de dégustation au niveau des stands de boissons. En effet, certaines grandes entreprises d'alimentation « solide » ne proposaient rien à la dégustation et n'offraient rien aux visiteurs mais réservaient leurs présents à leurs potentiels futurs collaborateurs. J'ai trouvé cela dommage car cela créait une certaine distance, d'autant plus que ces entreprises ne cherchaient pas non plus à communiquer avec les étudiants, et donc, selon moi, cela peut dissuader pour postuler pour un stage ou un emploi. Le lien social est de très important dans le monde de l'entreprise d'aujourd'hui et sans ce lien, les entreprises peuvent louper des pépites, des idées fraîches.