

RETOUR DU SIAL



SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

LOOK DEEPER

Paris 

The world's largest food
innovation exhibition

16-20 OCTOBER 2016
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

The graphic features a central image of a whole orange with a green leaf, set against a bright yellow background. The text is arranged in a clean, modern layout, with the SIAL logo on the left and event details on the right.

The background features a dark, almost black, field with several flowing, wavy bands of color. On the left side, there are vibrant green waves that curve upwards and then downwards. On the right side, there are warm orange and yellow waves that curve downwards and then upwards. The waves have a soft, ethereal quality, with some internal texture and a slight glow. The overall composition is dynamic and modern.

5 INNOVATIONS

GENUINE COCONUT

- Tendances marketing :
 - Bio
 - Nomadisme
 - Bien être

- Innovation :
 - Ouverture facile
 - Emballage et conditionnement

Le genuine coconut est une eau de coco biologique. Elle provient de Thaïlande et est riche en nutriments et minéraux. Son système d'ouverture facile permet de se sentir en vacances où que l'on se trouve.



24 ICE

Le 24 ICE est un mister freeze pour adulte. Chacune de ces glace contiennent 5% d'alcool. Le 24 ICE permet de déguster un des cinq cocktail proposé (mojito, limoncello, pinacollada, vodka energy et strawberry daiquiri) tout en se rafraichissant avec une glace.

- Tendence marketing:
 - Fun, plaisir
 - praticité

- Innovations :
 - Recette et composition
 - emballage



VIN BLANC DE KIWI

Ce vin blanc de kiwi est l'unique vin de kiwi. C'est une boisson à base de kiwi fermenté (85%) et de jus de raisin (15%) afin de couper l'acidité du kiwi. Cette boisson est écoresponsable car elle est élaborée avec des fruits déclassés afin de lutter contre le gaspillage alimentaire. 100% naturel, sans arômes ni colorants ajoutés.

Tendance marketing :

- Ecologique
- Bien être

Innovations :

- Recette et composition
- écoresponsable



CHOCOROLL

Le chocoroll est une pâte à tartiner dans un flacon roll-on. Il a une grande saveur en chocolat et une haute valeur nutritive. Et pourtant possède un taux de sucre et de matière grasse saturée faible.

Tendance marketing :

- Manipulation de produit
- minceur

Innovation:

- Recette et composition
- Emballage et conditionnement



CROCK TON BOL

Voici une façon amusante de manger des céréales.
Avec crock ton bol, on mange à la fois des céréales
mais aussi un bol de gaufrette enrobée de chocolat.

Tendance marketing :

- Variété des sens
- Fun

Innovation :

- Recette et composition



The background features a black field with dynamic, flowing waves of color. On the left, there are vibrant green waves that curve upwards and then downwards. On the right, there are warm orange and yellow waves that curve downwards and then upwards, creating a sense of movement and depth. The waves have a soft, ethereal quality, with some areas appearing more translucent than others.

IDÉES VENU D'AILLEURS

LE BURGER SAIN

Voici des mini hamburgers fabriqués en Bretagne.

L'originalité de ses burgers est qu'ils sont fabriqués entièrement avec des produits sains (véritables fromages, pain complet et steaks fait « maison »,...). Sans additifs, ni sucre ajouté. C'est burgers que j'ai pu goûter son un délice chaud ou froid.



LINÉO

Voici un nouvel ingrédient que nos amis belges ont incorporé dans leurs recettes de sauces et de pâtes à tartiner. C'est l'huile de lin qui vient ici remplacer l'huile de palm. L'huile de lin est très recherchée pour ses bienfaits nutritionnels et permet de remplacer une huile connue maintenant comme dangereuse pour la santé



SOURCES

- <http://genuinecoconut.com/fr/>
- <http://www.24ice.com/fr/>
- Brochures prises au SIAL