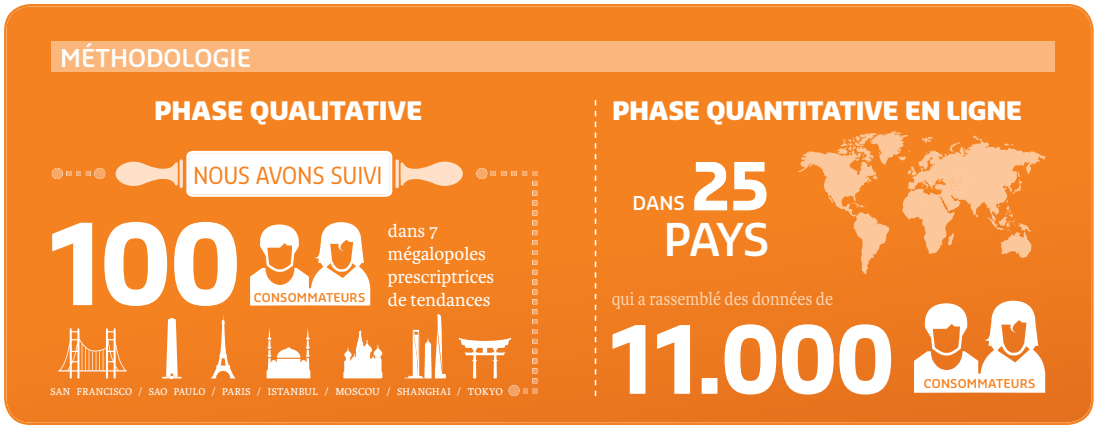
Le groupe Puratos se dote en permanence d'outils performants, pour vous proposer les meilleures solutions. La connaissance des consommateurs est un enjeu majeur.

TASTE TOMORROW
From consumer insights to innovation

est une vaste étude internationale réalisée pour Puratos, qui vous permet de mieux connaître les habitudes, les comportements des consommateurs et d'identifier les tendances futures sur les marchés de la Boulangerie, de la Viennoiserie, de la Pâtisserie et du Chocolat.



L'étude *Taste Tomorrow* fait ressortir 8 Méga-tendances :

BIEN-ÊTRE VS PLAISIR

Le consommateur souhaite avoir une alimentation équilibrée sans compromis sur le goût, sans culpabilité. La notion de "Bien-être" évolue peu à peu dans les esprits. Elle se base désormais sur la portion, le volume et la forme. De nouvelles méthodes de travail et le choix des ingrédients aboutissent à des recettes plus saines.

TRADITION ET INNOVATION

Les consommateurs montrent clairement un désir de nouveaux concepts et d'idées novatrices, tout en se basant sur des saveurs familières. Le succès des classiques revisités illustre cette tendance.

QUALITÉ ET HISTOIRE DU PRODUIT

La qualité perçue du produit fini ne suffit plus. Les consommateurs veulent connaître toute l'histoire qui se cache derrière leur achat, en toute transparence : des ingrédients à la vente (produits d'origine, traçabilité, secrets de fabrication et théâtralisation de l'offre,...).

LOCAL ET GLOBAL

L'envie d'avoir de nouvelles expériences pousse le consommateur vers des saveurs inédites, venues d'ailleurs. Mais, l'alimentation reste un élément d'identification culturelle. Elle tend même à devenir un mode d'expression comme la mode, l'art, ...

Les pays étrangers constituent une excellente source d'inspiration. Il est possible de proposer des recettes originales ou d'y apporter des adaptations locales.

SNACKING

Avec la déstructuration et la délocalisation de la prise alimentaire, l'alimentation sera de plus en plus nomade. Les offres deviendront alors plus faciles à emporter et à consommer.

LE SENTIMENT DE BOULANGERIE AUTHENTIQUE

Les recettes de Pâtisserie et de Boulangerie bénéficient d'une image qualitative, grâce à l'artisanat encore très présent en France. L'approche traditionnelle sera un gage de qualité pour le consommateur en quête de réassurance (l'odeur unique, un aspect artisanal, une image de fraîcheur, un contact humain,...).

Ces 2 tendances mettent à l'honneur le produit ou le point de vente.

SUPERSTARS

D'un côté, les concepts mono-produits font d'un produit une « Superstar ». Ils se positionnent sur le besoin de se faire plaisir et de se démarquer. Les consommateurs aiment avoir le sentiment d'avoir un produit unique et personnel.

SUPER BOULANGERIE

D'un autre coté, les « Boulangeries Stars » devront offrir de plus en plus de services pour répondre aux évolutions des modes de consommation (une gamme d'épicerie, un coin restauration,...).

Pour appréhender au mieux ces 8 méga-tendances de consommation, il est nécessaire d'identifier les questions que se pose le consommateur avant de choisir un produit. Selon l'étude Taste Tomorrow, le consommateur choisit ses produits selon 3 préoccupations clés :

- **Quel est le goût du produit ?**
- **Est-il frais ?**
- **Quel sera son impact sur mon équilibre alimentaire ?**

Un produit devra répondre à ce triptyque :

Mieux le produit répondra à ce tryptique, plus il aura de chance d'être choisi. La restauration a des atouts pour répondre à cette triple équation.

Dans ce troisième numéro des « classiques revisités », nous nous sommes appuyés sur les conclusions de l'étude Taste Tomorrow. Nous avons particulièrement axé notre réflexion sur 2 tendances :

TRADITION ET INNOVATION

ET

QUALITÉ ET HISTOIRE DU PRODUIT