

Les nouveaux phénomènes Food décryptés par Peclers Paris



*Aujourd'hui la santé, l'environnement, la technologie
redessinent les pratiques d'achats, habitudes*



[Visualiser l'article](#)

*et rituels alimentaires. Face à cette profonde mutation, **PeclersParis**, l'agence conseil leader en tendances, style et innovation a décrypté les nouveaux phénomènes Food, à travers une collection de manifestes en se basant sur une analyse prospective et sémiologique, qui dessineront notre consommation alimentaire de demain.*

Les régimes hédonistes

Le livre Re-Nourish de Rhiannon Lambert en parle.

Ce livre est une approche simple pour bien manger, sans régime ni restriction « la détox indulgente ». Pour la nutritionniste britannique Rhiannon Lambert, la nourriture devrait être un aspect positif de la vie, offrant plaisir, énergie et bonheur à la fois pour corps mais aussi pour l'esprit. Une idée forte : Combattre les problèmes de santé là où ils commencent en proposant de la nourriture comme source de guérison médicale. En tête, **Euphebe**, un service de livraison de repas qui offre aux abonnés 28 jours de repas en portion avec coaching nutritionnel pour briser le cycle de la restauration rapide et assurer des changements fondamentaux dans le comportement alimentaire.

Les rituels mindful

On en parle dans le livre espagnol Comer con Mindfulness. C'est un livre sur l'alimentation « consciente », pour apprendre à manger en toute conscience : écouter ce dont le corps a besoin, se reconnecter, faire attention à tous les moments de consommation de l'achat des ingrédients au marché jusqu'à la digestion.

On vous présente **Mental Clarity Juice Arepa**, de Nouvelle-Zélande : une nouvelle boisson apaisante qui soulage les tensions et la fatigue cérébrale lorsque le cerveau est en sur-stimulation. Chaque ingrédient a été sélectionné pour ses propriétés relaxantes ou revigorantes.

L'intimité alimentaire

Connaissez vous l'ASMR Expérience? **L'Autonomous Sensory Meridian Response** sont des sons acoustiques comme le slurping, la mastication, le chuchotement et le plissement de l'emballage qui peuvent déclencher des sensations sur le consommateur. Les acteurs de l'ASMR sur YouTube sont devenus de véritables stars de l'alimentation qui conduisent, lors de leurs vidéos, les consommateurs dans une autre dimension pour sentir et entendre la nourriture via écran.

Après le visuel et l'esthétique des plats, la connexion se déplace plus profondément et devient plus sensorielle (association d'un sens à l'autre).

Personnalisation augmentée

Dans cette catégorie, citons **Habit**. C'est une entreprise qui utilise l'ADN de ses clients pour suggérer des repas optimisés via un test ADN déterminant les aliments dont nous avons besoin pour mieux vivre. ON peut évoquer aussi **Viome**, qui propose de séquencer les génomes dans les selles d'une personne, afin d'identifier tous

les micro-organismes vivants dans l'intestin. Viome repère ensuite les aliments les plus compatibles avec le métabolisme pour aider à maintenir un poids idéal, augmenter l'énergie et la concentration. ET que dire de **Embodyna By Lose It !?** Initialement conçue pour mesurer le contenu calorique d'une assiette en temps réel, l'application a été mise à jour avec de nouvelles fonctionnalités : après un test de salive, elle réalise un profil physiologique basé sur les données génétiques de l'utilisateur et fournit des recommandations sur l'alimentation ou le sport idéal en fonction.

Concilier le sain et l'alimentation



[Visualiser l'article](#)

A l'image de ce que propose **Eatsa** : une enseigne californienne Vegan & high-tech, qui livre via des sas des salades en 90 secondes après avoir été commandées sur un Ipad. Citons aussi **Parcify & Zalando** qui propose de faire livrer son colis au parc, à la laverie automatique ou au cinéma. Grâce à son système de géolocalisation ultraprécis, les utilisateurs peuvent à tout moment modifier le lieu de dépôt.

Un service astucieux pour s'assurer que personne ne manque une livraison. Dans cette même idée de service, la trouvaille de **Waitrose** fait son petit effet. C'est une appli développée par la chaîne britannique de supermarchés

qui sert à stimuler la créativité culinaire et à réduire ainsi le gaspillage alimentaire. Pour faire simple, l'application Waitrose affiche des recommandations de recettes personnalisées. En surveillant l'historique par le biais du programme de fidélisation, l'application anticipe les besoins et encourage des habitudes alimentaires variées.

L'hyper traçabilité

Dans cette catégorie on trouve les **microcapteurs biodégradables de l'université de Zurich**

C'est un prototype de micro-capteurs de température ultra-minces biodégradables et comestibles ! Un filament de magnésium et de dioxyde de silicium est encapsulé dans un polymère fabriqué à partir de maïs et d'amidon de pomme de terre. Placés sur des denrées périssables, ils surveilleront toutes les variations de température lors de la livraison. On peut aussi évoquer **l'emballage Intelligent de Braskem & Clemson**. C'est un emballage intelligent qui réagit à l'évolution du PH des ingrédients et change de couleur à mesure qu'ils se détériorent. Une solution astucieuse pour identifier en un coup d'oeil, si un produit a dépassé sa date de péremption ou non. À mesure que cette innovation se généralisera, elle permettra d'optimiser radicalement la sécurité alimentaire. Dernier exemple, celui de **«C'est Moi Qui Fabrique» par Nestlé**.

Pour répondre à la méfiance des consommateurs à la suite de nombreux scandales sanitaires dans l'industrie agro-alimentaire, Nestlé a lancé une campagne intitulée « Je suis celui qui a fait cela ». Pendant une journée, 100 consommateurs se sont connectés à l'une des cinq usines pour participer au processus de fabrication. Une immersion totale pour le consommateur. Pour une plus grande transparence...