



## Magazine n°45, dossier alimentation

vendredi 7 décembre 2018, par [lpe](#)

Vient de paraître notre édition papier de l'hiver 2018-19 avec un dossier d'une dizaine de pages sur notre alimentation.

### **Vous pourrez découvrir dans le dossier alimentation :**

- un état des lieux des tendances avec la Food Tech, une interview de Xavier Terlet lors des Journées Alimentation Santé à La Rochelle en juin dernier,
- l'avis d'une diététicienne-nutritionniste,
- halte au gaspillage alimentaire avec des initiatives, notamment celle Cyfruileg,
- le point sur les labels qualité avec l'action de l'AANA,
- le potentiel local des algues avec Algorithme et son action sur l'île de Ré,
- la restauration collective avec la plateforme de producteurs locaux Résalis,
- Jacky Collet qui relance une activité multiple en nord Deux-Sèvres,
- une légumerie qui veut cultiver des liens dans la Vienne,
- le rôle des marchés avec un focus sur le livre-recettes "Niort Au carrefour des Halles" de Claude Guignard,

### **Emploi, formation :**

- le bilan du Conseil départemental des Deux-Sèvres 1 an après la création du Contrat Départemental d'Insertion en Entreprise
- le dispositif 100 chances 100 emplois dans la Vienne,
- 2 nouvelles formations dispensées par La Rochelle Business School à Niort en septembre 2019,

**DOSSIER** NOTRE ALIMENTATION

## Le marketing de l'innovation aussi dans l'alimentaire



« Aujourd'hui, l'alimentation en France, c'est 75% de TPE, une engaine de 5 à 10€ et 3 à 10 de grands groupes. L'innovation vient majoritairement des TPE. C'est une spécificité française qui saute aux yeux. On a une grande variété de produits. Quand on regarde la Nouvelle-Aquitaine, les savoir-faire y sont nombreux. Les TPE doivent vivre pour lutter contre les grandes entreprises mais le fait de multiplier des produits qu'elles seraient incapables de faire, c'est là qu'il y a innovation de base à faire à l'échelle régionale. On peut faire ces entreprises, surtout sur la phase finale qui est le marketing car la qualité du produit est là mais elles ne savent pas le valoriser. Le packaging, l'étiquette ne sont souvent pas assez travaillés. Les budgets qui y sont consacrés sont sous-évalués. Le CRITT agroalimentaire de La Rochelle accompagne d'ailleurs ces professionnels et ça donne. On peut faire le même raisonnement à l'échelle de la France tout entière et on s'aperçoit plus que la Seiche, l'Espagne ? Mais à part les vins et spiritueux, nous sommes du mal à exporter nos produits. Prenons un exemple : celui de la charcuterie, pourtant très développé en France. Et bien on importe à priori tout la charcuterie italienne ou espagnole et on ne sait pas exporter la nôtre. Il faut donc repenser, c'est aussi s'adapter aux marchés étrangers et donc innover. Il faut mobiliser davantage de moyens au service du marketing de l'innovation. Réviser les structures d'accompagnement pour être plus efficaces.

Propos recueillis par Clotilde Rochefort

**La tendance flexitarisme**  
L'alimentation est le seul business où le mondialisation ne crée pas l'uniformisation. Les tendances sont totalement globales. Avec Karim-THÉ, mon cabinet de conseil réalise une étude tous les 24h, tous les deux ans à l'échelle d'une douzaine de pays. On a pu constater lors de la dernière étude que les tendances sont au passé à 100% avec de nouveaux goûts et de nouvelles textures. Mais à l'heure des questions, le santé avait tout. Le consommateur Français est le plus sensible au risque alimentaire. Il faut donc le rassurer avec des produits simples, le plaisir sans excès et composer majoritairement de végétaux. Ça ne veut pas dire que la viande est délaissée, mais qu'on la consomme différemment, en allant vers plus de qualité et une traçabilité claire. Rappelons que le végé, ce n'est que 5,5% de la population, le végétarisme 10%. Ce qui explique surtout, c'est le fait d'être des consommateurs aujourd'hui - des gens qui vont privilégier le végé, mais avec du plaisir. Un goût apporté de manière naturelle, la maturation des ingrédients, de la viande aussi. L'innovation, la fermentation sont privilégiés car elles sont excellentes pour l'intestin. La Bio gagne du terrain et ça n'est pas fini avec déjà 8 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017. Enfin, l'aspect local qui est un concept très français, contrairement à l'Italie par exemple où on a plus confiance dans les grandes marques. En France, on s'en méfie, on y fonce des scandales alimentaires. »

Les Journées Arômes & Saveurs, ce sont 1000 professionnels sur 100, qui représentent à chaque fois 1000 ventes pour business. Retrouvez toutes les infos sur le site [www.journées-aromes.com](http://www.journées-aromes.com)

Le Petit Économiste • N°45 • 11/09/2018 • 20/21/17

### Egalement dans ce numéro :

- Cerfrance Poitou-Charentes qui accompagne les viticulteurs,
- La visite du président de l'AMF (Autorité des Marchés Financiers) aux 20 ans du Master banque, finance, assurance de l'université de Poitiers,
- La décoration intérieure, passion de Fatima Aulad Ali,
- Les 30 ans du CEI,
- L'agence APIVIA de Rochefort après fusion avec la MFIE

**Demain la Mer** : la visite d'une délégation polynésienne en Charente-Maritime autour de l'emploi, la formation dans la filière maritime

### L'actualité des réseaux :

- la CPME 79 qui communique sur l'utilité des mandats qu'elle exerce dans les instances paritaires,
- retour sur la plénière UCER en Charente-Maritime avec Jean Staune et ses clés du futur,
- HA17 qui devient HAatlantique et un partenariat original avec Atlansèvre Entreprises,
- La soirée des lauréats du réseau Entreprendre 16,
- Le Club Face en Charente-Maritime,
- Le développement technologique mais pas à n'importe quel prix pour les entrepreneurs de la Vienne.

**Deux ouvrages à la une** : "Rochefort le livre", photographies et textes sur un format carré pour redécouvrir la ville et "Les sentiers de la guerre économique" de Nicolas Moinet.

Toujours un agenda des événements à venir et des chiffres et indicateurs.

*Merci aux annonceurs qui nous ont fait confiance sur ce support tout au long de l'année 2018 : Alterna, Sélia, Concession Cachet-Giraud, (Volvo, KIA Niort et Poitiers), Ford Péricaud, Concession Eco des Nations (Hyundai, Suzuki, Mazda), Cerfrance Poitou-Charentes, la Région Nouvelle-Aquitaine, Business France, la CPME Deux-Sèvres, APIVIA Mutuelle, le CFA Sup, l'IUT Poitiers-Niort-Châtellerauld, l'Université de Poitiers, le Conseil départemental des Deux-Sèvres, Résalis, le CFAI Poitou-Charentes, SORAM Consommables, Synercom, EDF Entreprises, ARTEE, La Poste, La Communauté de communes de Haute Saintonge, Préventica, Challenger Event, DUOTECH.*

Vous pouvez **recevoir ce magazine** via [un abonnement](#) ou le consulter en version numérique sur la [plateforme LeKiosk](#).

**Prochaine parution : début mars 2019, dossier : la cybersécurité**

Réservez vos espaces au 0549630008 ou [publicite@lepetiteconomiste.com](mailto:publicite@lepetiteconomiste.com)