

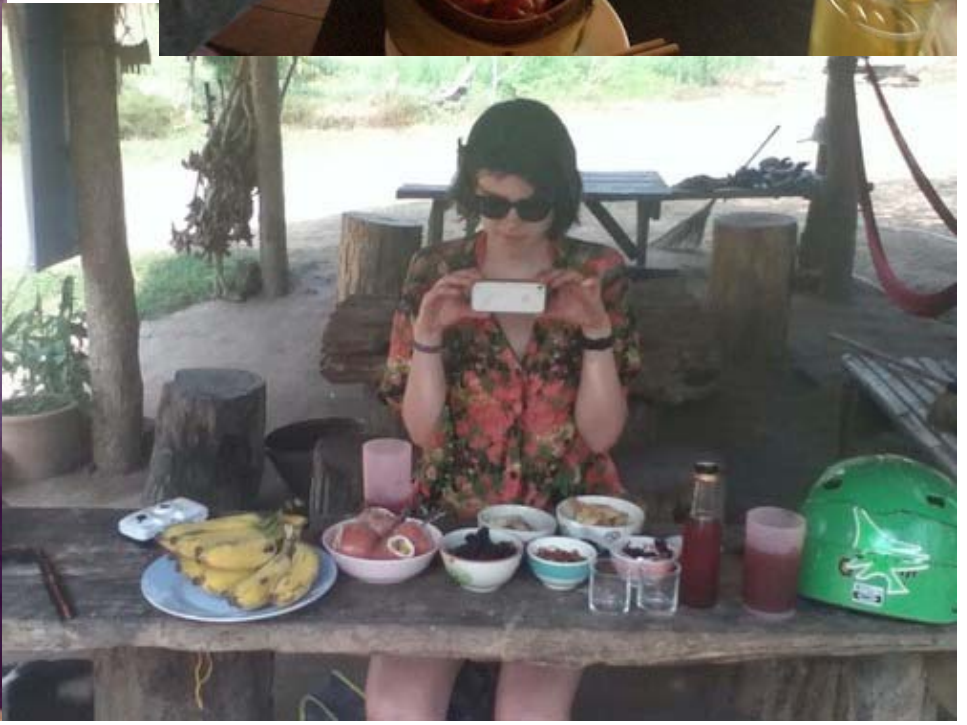
2èmes Journées Nationales Grandes Cultures – La qualité en Grandes Cultures, une nécessité à tous les échelons ?

Food Trends – Perception qualité des consommateurs pour les productions agricoles

Dr. Mirjam Hauser
Morat, 2 février 2015

Choix gigantesque : Qu'est ce qui est bon ? – Qu'est ce qui est mauvais ?





Quelle: The Minimalist, Pictures of hipsters taking pictures of food, <http://pohtpof.tumblr.com>

ARTISANAT

MATRIARCAT

ROMANCE

- Saisonnier
- Biologique
- Naturel
- Exploitation familiale
- Travail intensif

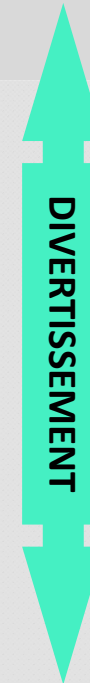
- Slow food
- Régional
- Fait main
- Provenance
- « From Scratch »

- Chef / Patron
- Petite production
- Métier artisanal
- Chaîne de valeur intensive

- Marchés paysans
- Indépendant
- Local
- Marché un à un
- Autarcie

- Amour maternel
- Attentions familiales
- Santé et bien-être
- Plusieurs générations
- Recettes traditionnelles

- Personnel
- Bonne ambiance
- « Une demeure »
- Table familiale
- Convivialité



- Toute l'année
- Commercial
- Gestion intensive
- OGM
- Utilisat.intensive capital

- Fast food
- Agrobusiness
- Commodité alim.
- Orienté consommat.
- Out-Sourcing

- Grande entreprise
- Recherche et dével.
- Mécanique
- Production de masse
- Prix avantageux

- Marchés
- Hypermarchés
- Globalisé
- Marchés de masse
- Dépendant du marché

- Spécialistes nutrition
- Sensoriel
- Optimisation
- Technocrates alimentaires
- Marchandises en vrac

- Individualisé
- Production en série
- Manger seul
- Ctrl Gestion relation client
- Cuisine industrielle

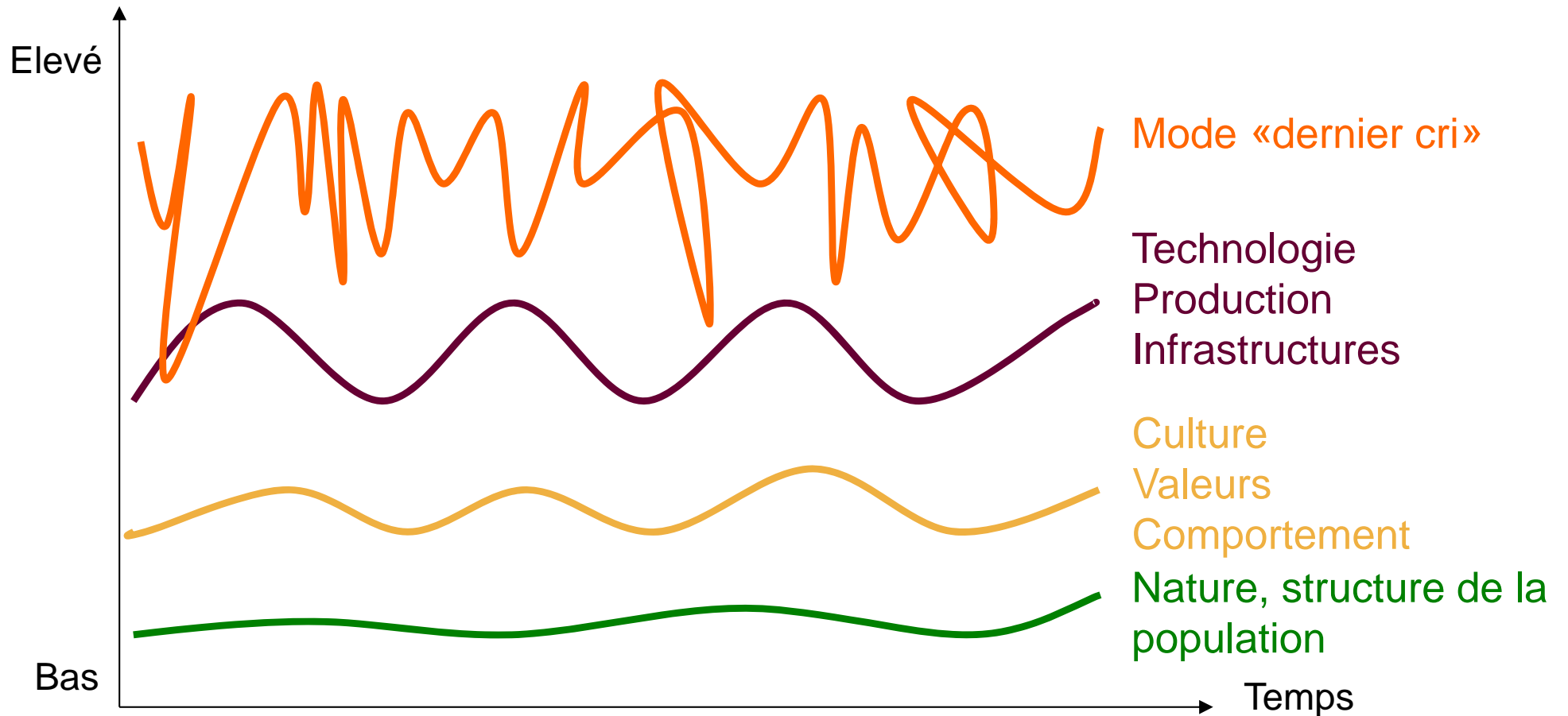
SCIENCE

INDUSTRIEL

PATRIARCAT

Recherche - GDI

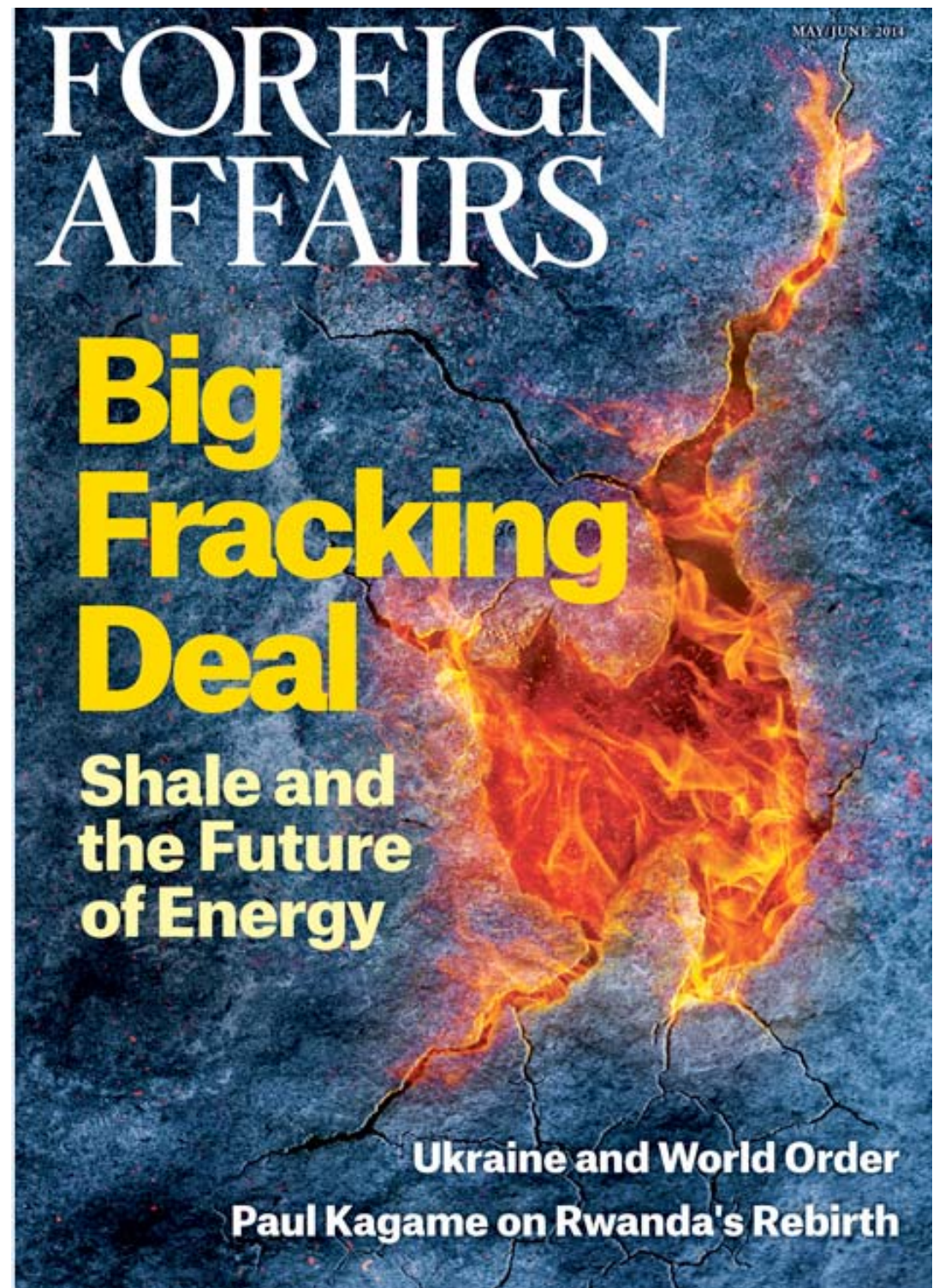
Dynamique du changement



Les moteurs du changements – nous serons plus vieux, féminin , multiculturelle & technologique

- La **population** est en croissance (mondiale et CH), vieillit (D, I), est plus instruite, urbaine, féminine, plus âgée, multiculturelle, fonctionne en réseau et soucieuse de l'environnement
- La **Technologie** accélère les processus économiques et sociaux; ils sont plus rapides, meilleurs, moins cher, en réseaux et virtuels
- **Economie:** bataille de plus en plus féroce pour les parts de marché; pressions sur les prix, coûts de marketing plus élevés, fin des marchés de masse, croissance des sans emplois
- **Ecologie:** pénurie sur les matières premières et l'énergie, changements climatiques, conditions météorologiques extrêmes, circuits régionaux gagnant en importance
- **Politique:** changements de rapports de force, augmentation des conflits, les Etats-Unis et l'Europe perdent leur hégémonie, la Chine et l'Inde gagnent en influence.

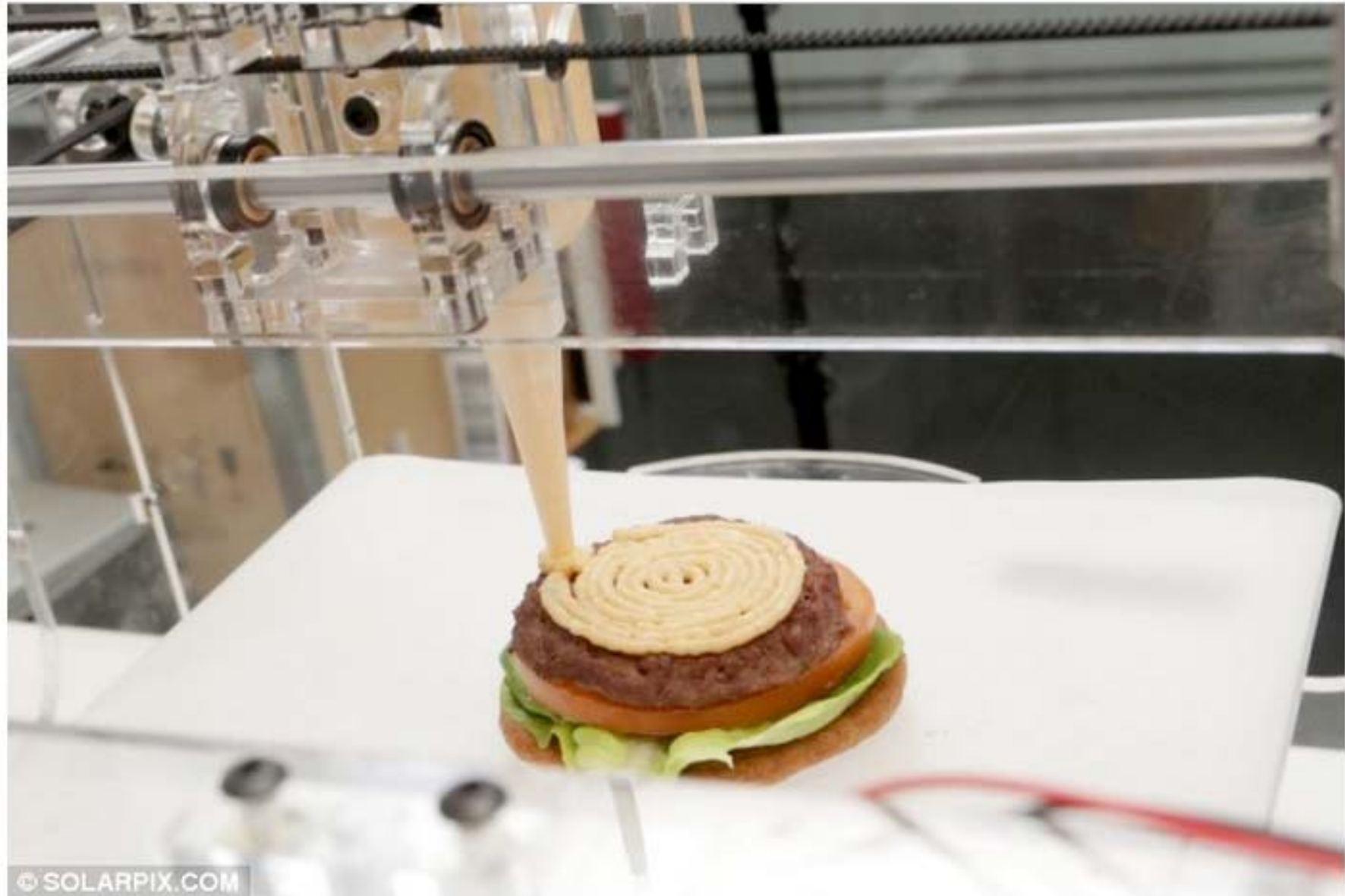
Fin de l'histoire du pic pétrolier ?



Le progrès technologique a révolutionné chaque modèle d'affaires établi.



Imprimer soi-même son repas : Imprimer en 3D est une réalité aujourd'hui



Science – bientôt, plus besoin de tuer des animaux, pour pouvoir manger de la viande



Hyperconnectivité = Hypercomplexité réalités multiples



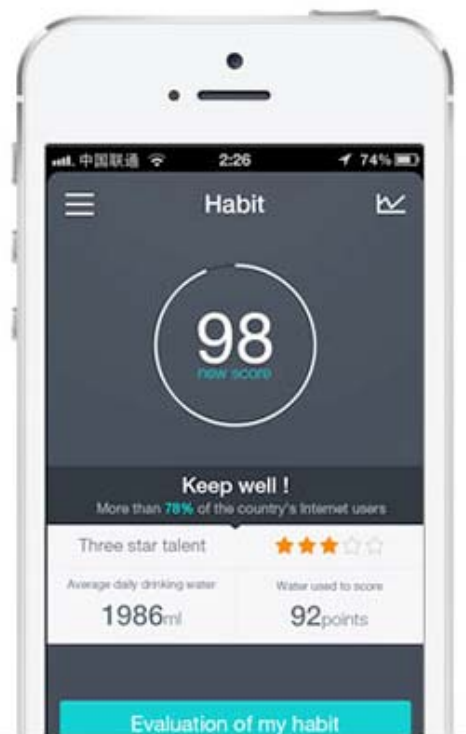
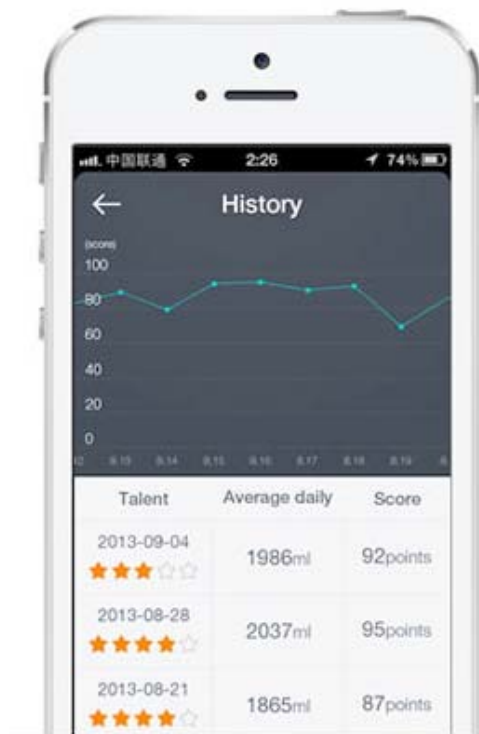
Transparence: tout ce que nous faisons est transformé en données, de la naissance à la mort



Technologies portables: l'homme et le computer fusionnent



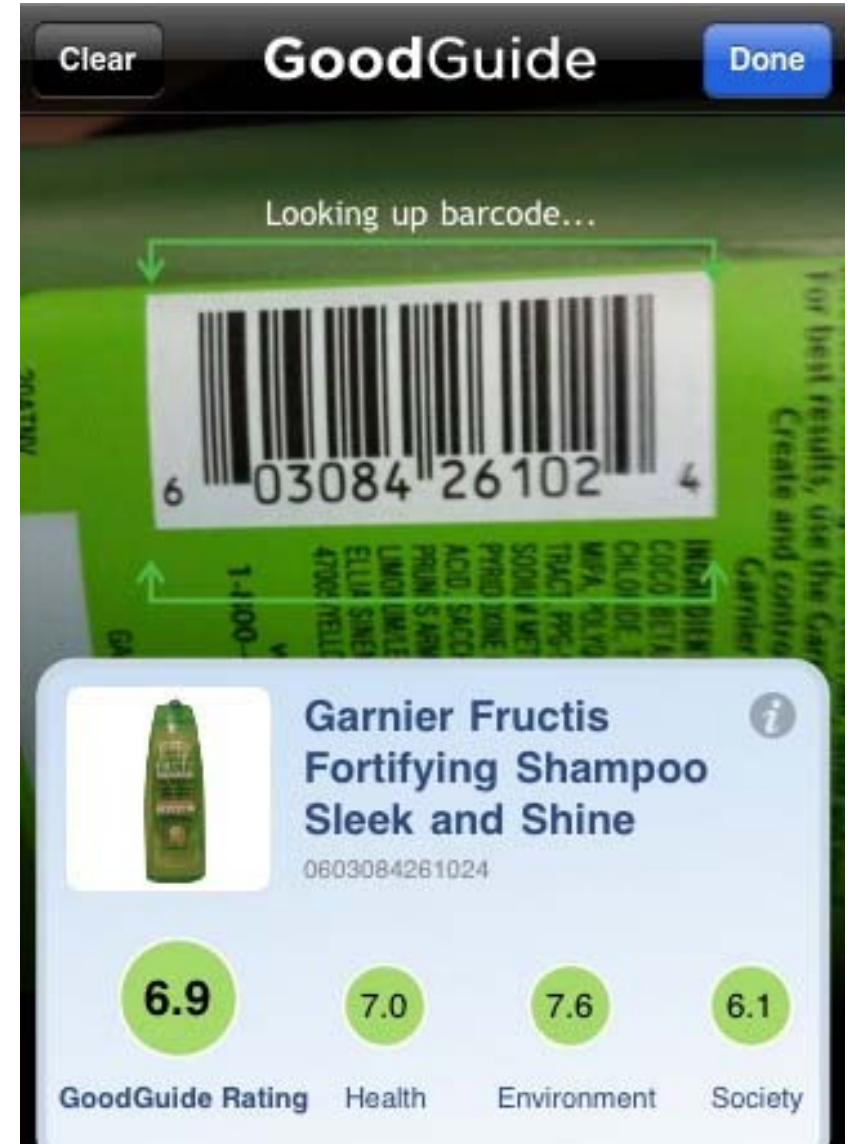
Self quantification et enregistrement des données de la vie – Tout devient mesurable et contrôlable



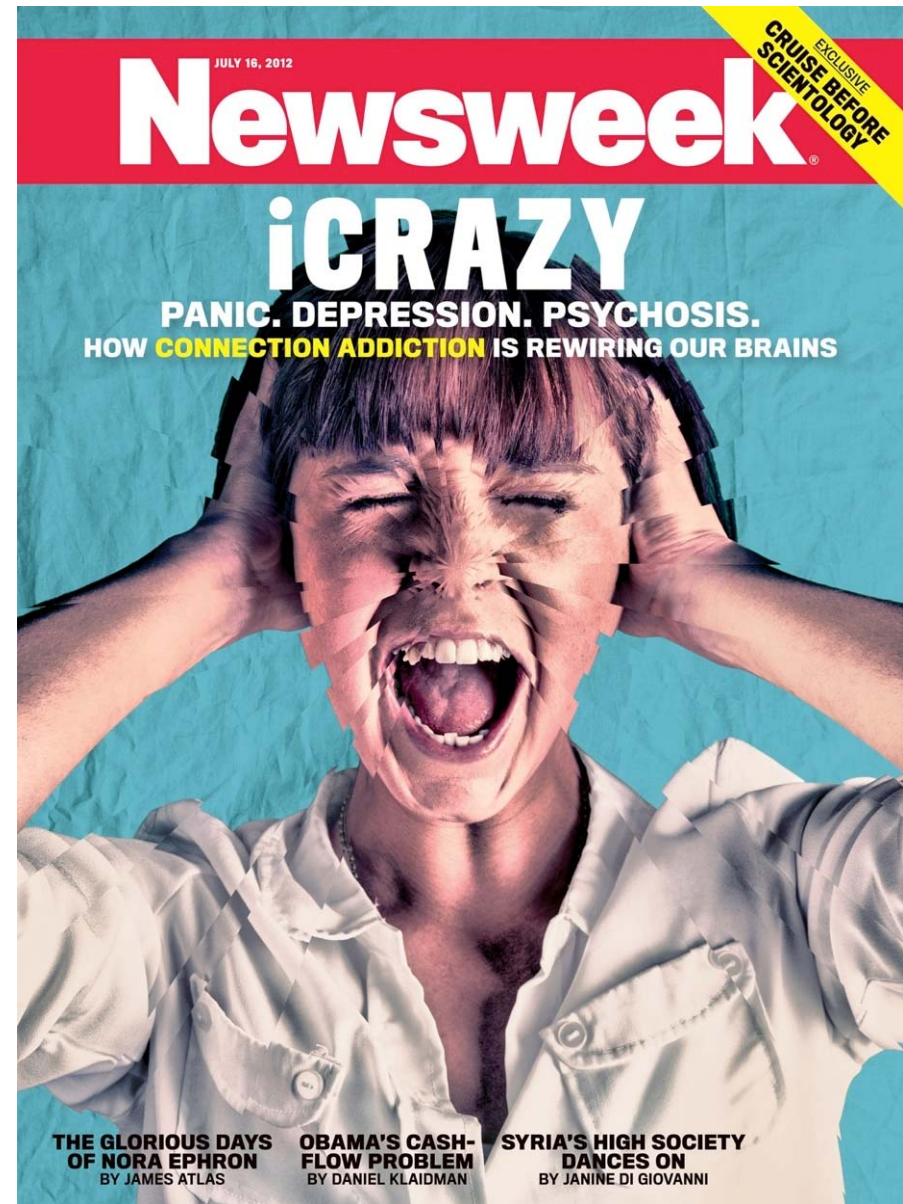
Nous vivons à l'ère de la transparence:
contrôler les produits, tout le temps, partout et
tout de suite



www.goodguide.com



Le désir d'information engendre la surcharge d'informations



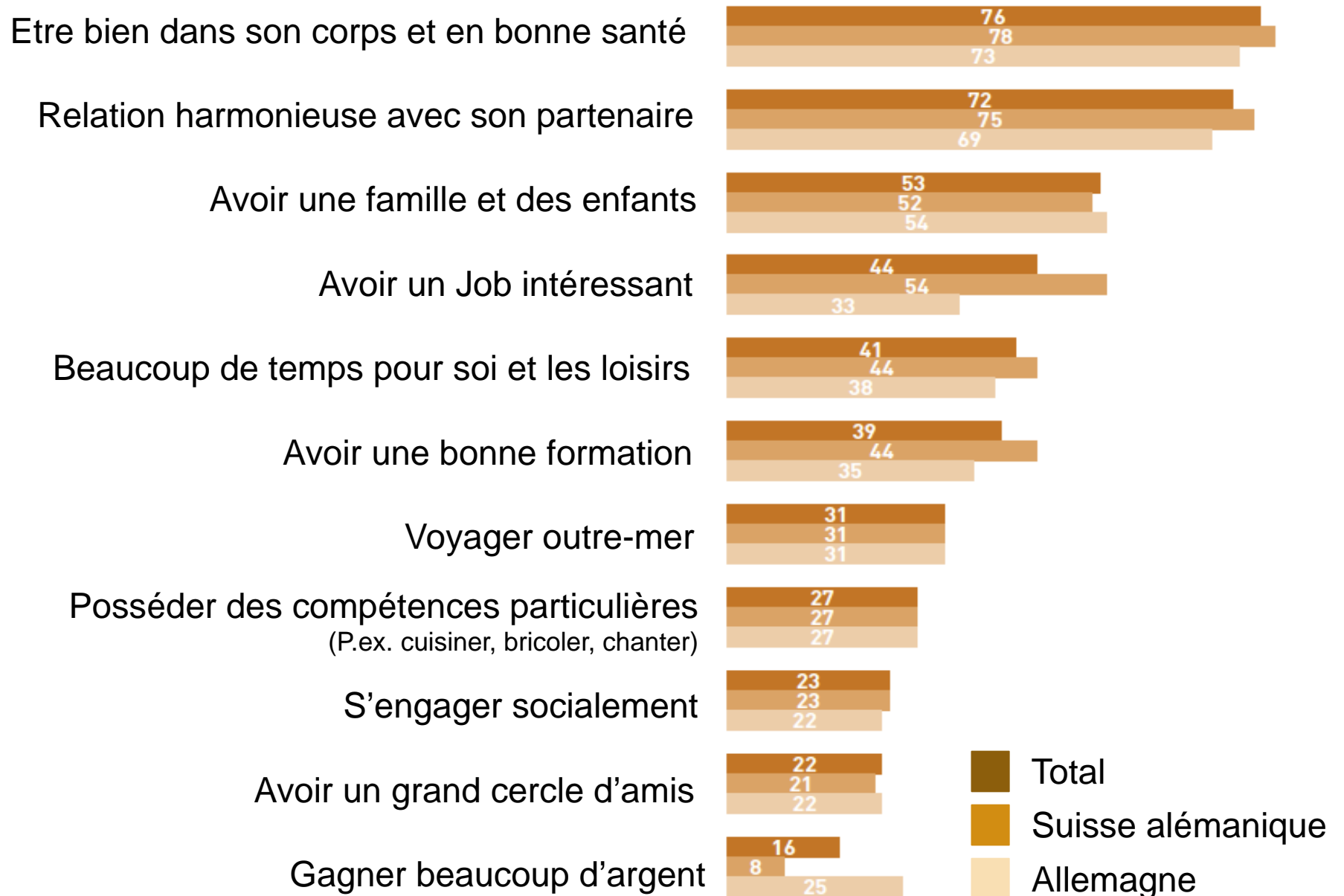
Quand moins devient plus

«Don't eat anything with more than *five* ingredients.»
« Ne mange pas ce qui contient plus de 5 ingrédients. »

Food Journalist und Autor von



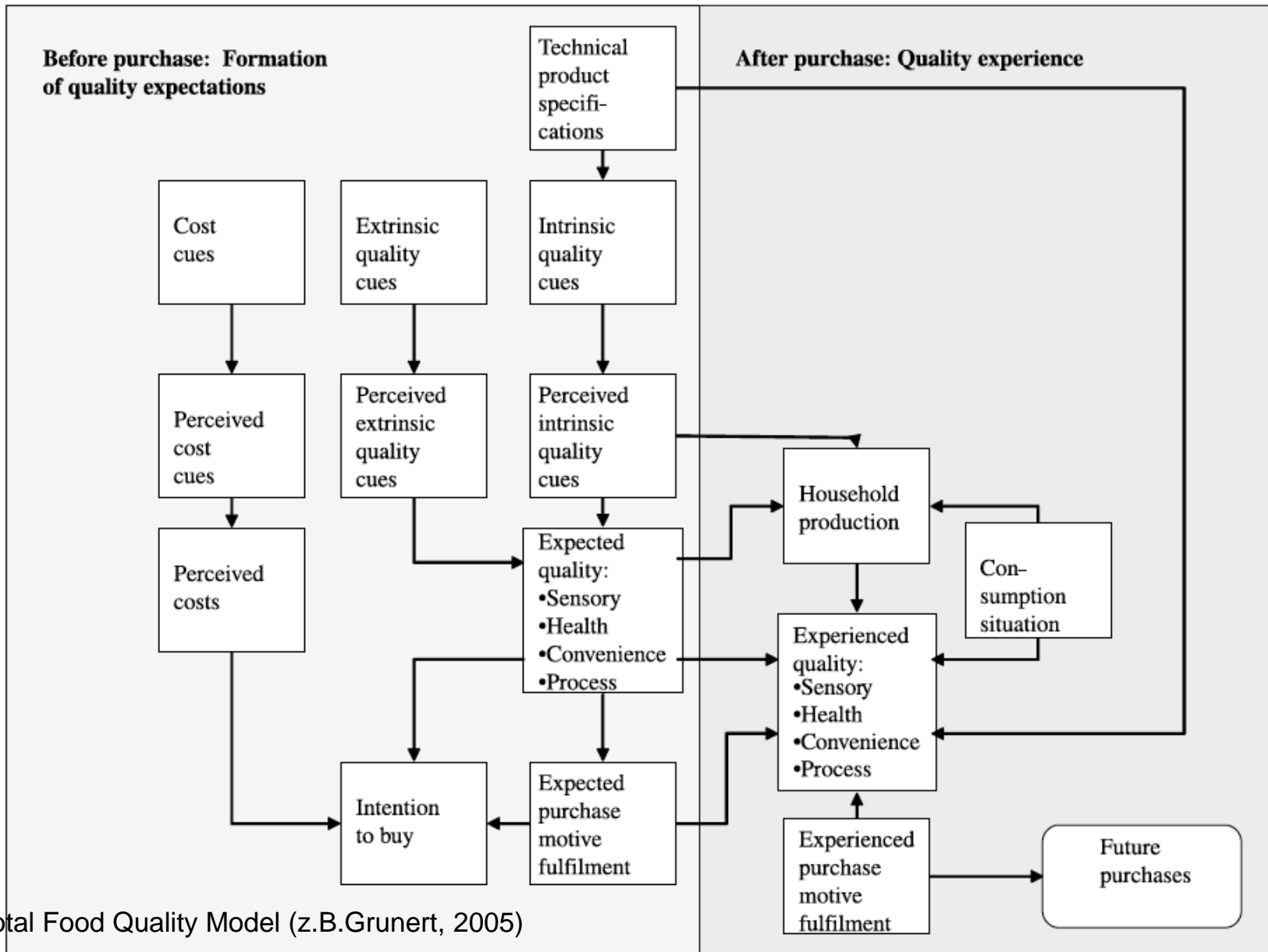
Le nouveau luxe c'est ralentir: les valeurs recherchées sont immatérielles



Le luxe du futur: s'initier à l'artisanat

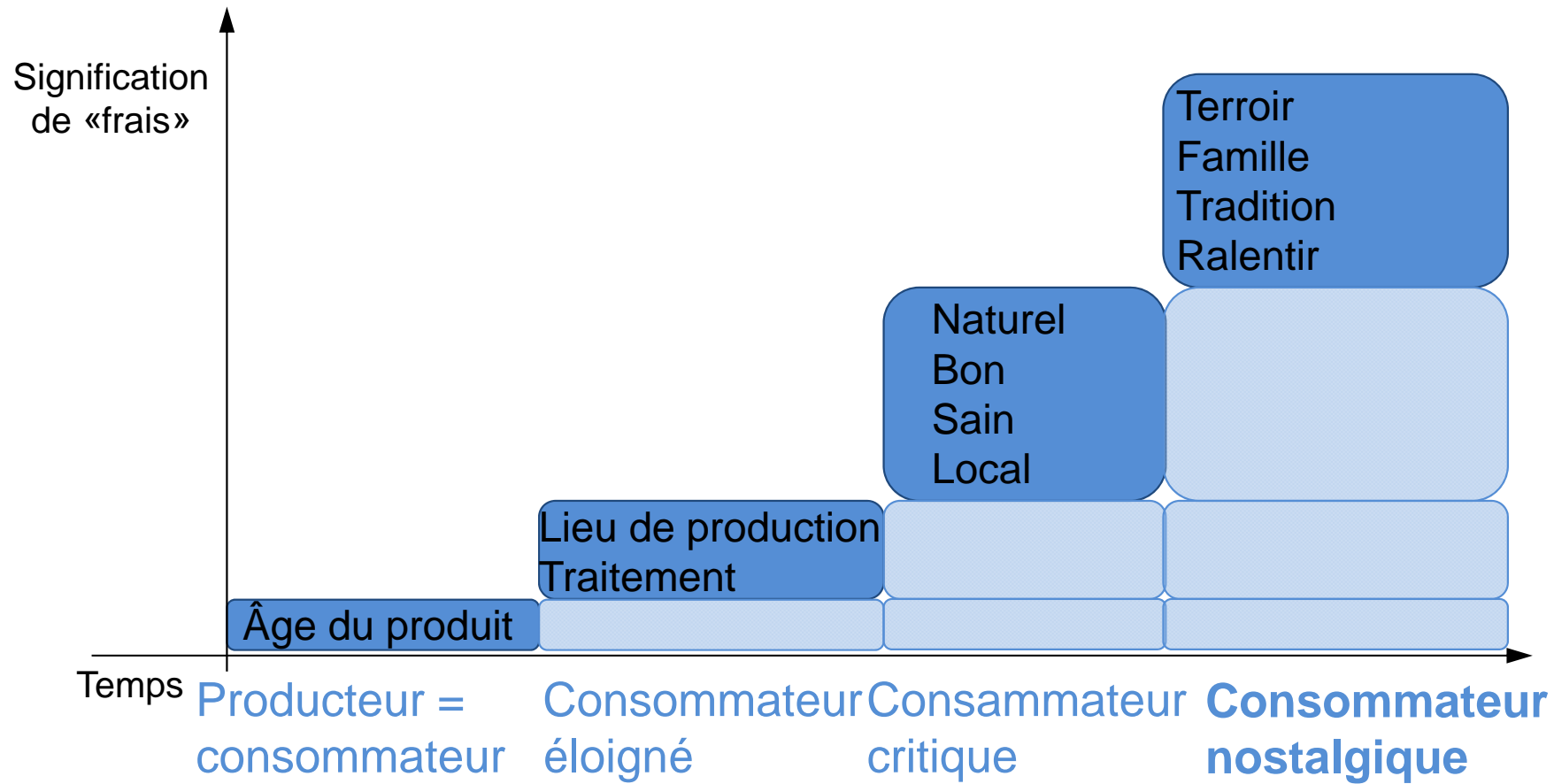


Une approche pluridisciplinaire : ce que le consommateur entend par «qualité»



Quelle: Total Food Quality Model (z.B.Grunert, 2005)

Changer des concepts à la définition vague: le sens de «fraîcheur» évolue au fil du temps



Nutrition / culture alimentaire aujourd'hui, à l'avenir, et comment cela devrait évoluer

Critère	Actuel		Devrait être	Critères nostalgiques
	Aujourd'hui → Futur		Personnellement important	
Beaucoup investir			<input checked="" type="checkbox"/>	Critères nostalgiques
Proximité			<input checked="" type="checkbox"/>	
Fait plaisir & donne confiance			<input checked="" type="checkbox"/>	
A fait ses preuves, pas chargé			<input checked="" type="checkbox"/>	
Explicitement durable		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Santé	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Varié & sûr	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Tout & facilement	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

Évidente notion de proximité – l'agriculture urbaine combine high-tech et dévelop. durable



L'urbanisation attire les gens dans les villes, la nature et la production de denrées les suivent



Foto © <http://mdvsoft.ning.com/profiles/blogs/aquaponic-gem-se-im-fischteich>

<http://inhabitat.com/dragonfly-urban-agriculture-concept-for-ny/>, <http://urbanfarmers.com/projects/basel/>

Les consommateurs s'émanent – autarcie coopératives, vente directe



The screenshot shows the Landshare website. At the top, there's a logo for 'landshare' with the tagline 'Connecting growers to people with land to share'. A navigation menu includes 'Home', 'Fruitshare', 'About Landshare', 'Community', 'Map & Listings', and 'Take action'. A prominent green banner displays '73940 MEMBERS SO FAR!!' and 'LATEST OWNER STONYPATH FROM YORK'. Below this is a 'FIND OUT HOW IT WORKS' button. At the bottom of the banner area, there are three buttons: 'FIND LAND' (red), 'OFFER LAND' (green), and 'HELP OUT' (blue). A map of the United Kingdom is visible on the right side of the banner, showing various locations marked with icons.



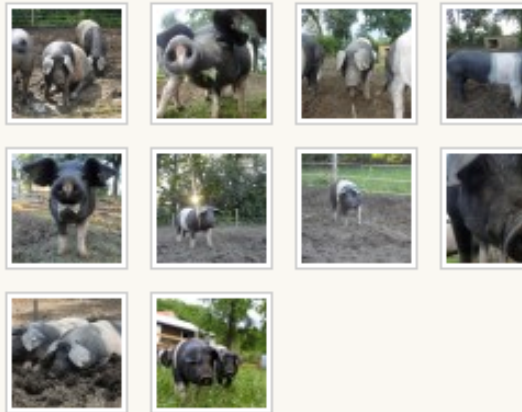
Etre impliqué dans la production – „Meine kleine Farm“

Schwein 30



Name: Schwein 30
Gewicht: 100 kg
Geboren: Feb. 2012
Schlachtung: 22. 10. 12

Fotogalerie



Produkte von diesem Schwein bestellen



Produkt

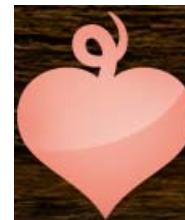
Preis



Blutwurst (Schwein 30)

1 Dose / 200g | Ausverkauft
Die einen nennens Rotwurst, die anderen, noch ehrlicher, Blutwurst. Vom Eichelmastschwein 30 und der Landmetzgerei Joachim – zünftiger

4,00 EUR



Meine kleine Farm

Wir geben Fleisch ein Gesicht

Agriculteurs et producteurs sont les nouvelles stars



John Baker ^
Jumi >
Joseph >>



Authenticité/biodiversité, retour vers des variétés anciennes/rares: semences, productions, aliments



Flammkuchen



Good Food Fast – rapide et pratique

Renoncer à manger sans plaisir



Le commerce assume la responsabilité et prend en charge les nouveaux besoins



Nouveaux besoins – Nouveaux chemins: nutrition 2030

- Les **méga-trends** donnent la cadence, les **contre-tendances** donnent le profil
- La **complexité** explose, de plus en plus de gens se sentent dépassés et aspirent à la **simplicité**
- Le **smartphone** devient l'interface prioritaire
- **Le service** devient plus important que le produit (se trouve en ligne)
- Manger & cuisiner comme **marqueur social** – le nouveau luxe c'est être capable de prendre du temps pour le plaisir et la convivialité
- Les clients veulent **être impliqués**, apprendre et à nouveau comprendre (impliqué dans la production, construire un savoir-faire)
- Désir d'**authenticité** croissant et à-nouveau relié à la provenance (régional und traditionnel)
- Les consommateurs plébiscitent globalement les **actions durables du commerce**

Merci
beaucoup!

mirjam.hauser@gdi.ch
www.gdi.ch/studien

EUROPEAN FOOD TRENDS REPORT

Konsumentenfrühling – Beginn
eines neuen Essbewusstseins

Mirjam Hauser, David Bosshart, Christopher Muller

