

## **Les dix principales tendances alimentaires nord-américaines dans les supermarchés en 2013**

Le Nord-Américain moyen dépense moins de 9 % de son revenu pour sa nourriture, ce qui représente le plus faible pourcentage de dépense par citoyen de tout autre pays. Selon la firme NPD Group, leader mondial en études de marché sur la vente au détail et la consommation dans plusieurs secteurs, on prévoit des changements alimentaires importants en 2013. Dans ce sens, ce qui importe ce n'est pas ce que les consommateurs mangent, mais la façon dont ils mangent et qui fait les courses au supermarché.

Également, les conditions météorologiques dans le monde entier ont une incidence sur le rendement des cultures, la production alimentaire et l'impact des prix. Par exemple, les États-Unis ont connu en 2012 la pire sécheresse en 50 ans et celle-ci a créé des ravages sur plus de 60 % de toutes les terres agricoles américaines. En 2013, les analystes prédisent que les prix alimentaires vont continuer à augmenter dû à la diminution du volume de production des céréales de base.

- 1- Collations et mini-repas :** Pensez petites bouchées et une fréquence plus grande de collations. Ce qui se traduit par la réduction de la taille des portions et l'augmentation de la variété de collations. Les supermarchés et les entreprises alimentaires offriront de nouvelles collations avec des options préportionnées. Selon le NPD Group, plus de la moitié des consommateurs prennent une collation deux à trois fois par jour.
- 2- Les hommes dans les supermarchés et la cuisine :** Les hommes et particulièrement les papas sont plus à l'aise et présents dans la cuisine. Les supermarchés mettront davantage l'accent sur les hommes en 2013. Ils sont devenus plus actifs dans la planification des repas et les courses au supermarché. Selon l'enquête de Communication Cone parue en juin 2012, plus de pères que de mères (52 % contre 46 %) planifient les repas de la semaine. Certains supermarchés expérimentent déjà les "allées hommes", développent des outils promotionnels et ciblent l'achat impulsif visant la clientèle masculine.
- 3- Évolution des aliments surgelés :** Selon une étude du NPD Group sur les tendances alimentaires aux États-Unis, les consommateurs cuisinent moins de repas complets (59 % en 2011 comparativement à 72 % en 1984). Beaucoup de Nord-Américains n'ont pas de temps à consacrer à la cuisine. On prévoit donc une plus grande demande de repas ou de produits (ingrédients) surgelés en 2013. Selon la Food Drug Administration (FDA), il n'y a pratiquement aucune différence nutritionnelle entre les fruits et légumes frais et ceux surgelés.
- 4- L'impact de la génération Y :** En 2013 les supermarchés et les entreprises alimentaires répondront davantage aux besoins des consommateurs de la génération Y (qui sont nés entre 1982 et 2001 et qui représenteront 19 % de la population en 2020) avec des aliments abordables qui sont savoureux et de diverses ethnies. Ils ont un grand intérêt pour la nourriture et veulent connaître leur origine (traçabilité), la préparation et comment on les sert. Pour eux, la recherche des prix les plus bas prime sur la fidélité aux marques.

- 5- **« Smart Home – smartphone »** : Les téléphones intelligents et la technologie sont répandus dans l'industrie alimentaire, mais la nouvelle vague technologique comprendra les smartphones en réseau avec les appareils de cuisine. Ceux-ci permettront aux consommateurs de vérifier la quantité de lait qu'ils ont laissé dans le réfrigérateur, d'allumer le four à partir d'une autre pièce. La prochaine génération d'applications mobiles va déterminer si les fruits et légumes sont mûrs, si les aliments réfrigérés et congelés ont été maintenus à la bonne température et même détecter les bactéries d'origine alimentaires. Ce sera un « laboratoire alimentaire » personnel dans la poche des consommateurs.
- 6- **Le petit déjeuner devient le repas le plus important de la journée** : Quatre-vingt-dix pour cent des consommateurs nord-américains disent prendre le petit déjeuner tous les jours (NPD Group). Les aliments du petit déjeuner sont généralement riches en protéines (œufs, blancs d'œufs, yogourts, lait) et en céréales (pains et céréales pour déjeuner). On recommande de prendre un bon déjeuner (avec protéines) et diminuer la consommation de viandes (plus dispendieuses) pour les autres repas.
- 7- **L'histoire derrière nos aliments** : 2013 sera une année de transition concernant les allégations nutritionnelles qui créent de la confusion. Les supermarchés vont exiger plus de transparence sur les allégations nutritionnelles des produits destinés à être vendus sur leurs tablettes. Le rôle d'éducation des diététistes du commerce de détail augmentera et influencera les décisions d'achat de tous les jours.
- 8- **L'économie - les protéines nouvelles** : Le Département américain de l'Agriculture (USDA) estime que le coût du bœuf et du poulet augmentera d'au moins 5 % en raison de la sécheresse de 2012 et de la baisse de l'offre. Un changement majeur est prévu dans l'offre des protéines sans viande (« quorn microprotein ») comme les œufs, beurres de noix, les breuvages à base d'amande et de noix de coco, le tofu, les haricots, les légumineuses. On assistera à une augmentation de la consommation de repas végétariens et végétaliens.
- 9- **Commerce durable – arrêter le gaspillage de nourriture** : On estime que 40 % de la nourriture achetée est gaspillée chaque mois en Amérique du Nord. Il faudrait conscientiser les consommateurs à consommer de façon responsable et à recycler davantage.
- 10- **Aliments santé – pour les boomers** : Des études menées par le NPD Group révèlent que les habitudes alimentaires saines sont les priorités pour les baby-boomers. Les aliments antioxydants, les produits à faible teneur en matières grasses, les poissons avec omega 3 comme le saumon, ainsi que le thé vert, les légumes verts, les baies sont les produits santé recherchés par cette clientèle sur les tablettes de supermarchés.

## Quelques produits et ingrédients « HOT » en 2013 :

- Les grains : quinoa, amarante, millet, riz sauvage, maïs, avoine et sarrasin, dans la vague du sans-gluten (plus de 20 % de vente en 2012 aux États-Unis);
- Stevia 3.0 (édulcorant naturel) dans le marché des boissons gazeuses;
- Les légumes au centre des assiettes : les choux, le kale, le chou-fleur et les pommes de terre douces;
- Sauces salées asiatiques et caramel mexicain;
- Zembrin, nutraceutique provenant d'un extrait d'une plante d'Afrique du Sud (sceletium tortuosum) utilisé pour son effet antistress et l'optimisation de l'humeur;
- L'eau de noix de coco (propriétés hydratantes), le cidre et les tisanes relaxantes;
- Boissons et aliments hispaniques plus particulièrement aux États-Unis (30 % de la population);
- Tout ce qui est fumé, au-delà du poisson, du bacon incluant les cocktails, l'huile d'olive et l'eau;
- Le popcorn est la collation de l'année : sucré ou salé.

## Autres tendances à suivre :

- L'accent mis sur l'achat de nourriture locale continue
- Le droit à l'alimentation et la sécurité alimentaire est un vaste mouvement de plus en plus populaire
- Le jardinage urbain

## Sources :

NPD Group

Food Navigator

[Technomic](#) Technomic's Take: What's Ahead in 2013?

[Epicurious](#) Epicurious Predicts The Top 10 Food Trends of 2013

[The Food Channel](#) Top Ten Food Trends of 2013

**Recherche et rédaction :** Suzanne Tremblay, conseillère en information et veille stratégique

2013-01-16