

# Les 10 principales tendances à retenir

## 1 La santé n'a jamais été aussi importante...

70 % des consommateurs déclarent accorder de plus en plus d'importance à leur santé. Les deux tiers d'entre eux déclarent faire plus attention à ce qu'ils consomment. 70 % indiquent qu'ils en retirent des bénéfices pour leur bien-être.

1

## 2 ... notamment la santé mentale

Environ trois quarts des consommateurs considèrent aujourd'hui que la santé mentale est aussi importante que la santé physique. Plus de quatre personnes sur cinq (83 %) choisissent des aliments et des boissons qui y contribuent.

2

## 3 Santé et environnement sont indissociables

70 % des consommateurs pensent que les produits sains ne devraient pas nuire à l'environnement. La moitié (50 %) pense que si un aliment ou une boisson n'est pas sain pour les personnes, il est néfaste pour la planète.

3

## 4 Malgré leurs préoccupations financières, les consommateurs ne transigent pas sur leur santé.

60 % craignent que l'augmentation des prix limite l'accès à une alimentation équilibrée. Cependant, seulement 17 % d'entre eux sont prêts à renoncer à un aliment ou à une boisson bons pour la santé pour dépenser moins. 70 % des consommateurs sont prêts à renoncer à la facilité pour accéder à des produits plus sains.

4

## 5 L'alimentation peut changer le monde

Plus de la moitié des consommateurs (54 %) déclarent qu'ils peuvent contribuer à un monde meilleur en changeant leur alimentation.

5

## 6 On observe des tensions concernant la technologie et l'innovation

Environ deux tiers des consommateurs pensent que la technologie sera de plus en plus importante pour la santé (65 %), et qu'elle jouera un rôle important pour assurer un avenir plus durable (62 %). En parallèle, environ la moitié des personnes (48 %) pensent qu'il y a trop d'innovation dans l'alimentation et s'inquiètent de ses effets sur leur santé.

6

## 7 Nous sommes entrés dans une époque sans sucre

La réduction du sucre dans l'alimentation est l'un des thèmes principaux de ce rapport. Elle est considérée comme la première solution pour améliorer la santé, représente notre segment de consommateurs santé et alimentation le plus important. C'est la solution qui a remporté notre test de concept d'innovation.

7

## 8 La nutrition personnalisée va devenir clé

Une importante segmentation est en cours. Les marques créent aujourd'hui des recettes sur mesure pour des groupes restreints, sur la base de facteurs tels que l'âge et l'état de santé.

8

## 9 Le développement durable des systèmes alimentaires nécessite une réflexion multidimensionnelle

Répondre aux besoins alimentaires d'une population croissante est un défi complexe. Nous devons trouver des moyens d'améliorer nos méthodes actuelles de production alimentaire, mais aussi investir dans des technologies et des infrastructures permettant d'exploiter le potentiel de nouvelles sources d'alimentation. Ces deux domaines sont clés pour garantir la sécurité alimentaire à long terme.

9

## 10 Le changement doit être guidé par le goût

Quels que soient les avantages d'un produit pour la santé, la nutrition ou le développement durable, les consommateurs n'acceptent aucun compromis sur le goût. L'accessibilité des prix sera importante pour les nouveaux aliments, et pourrait, selon certaines prévisions, devenir une réalité dès 2025.

10



Lire le rapport complet ici : [tetrapak.com/insights/tetra-pak-index](https://tetrapak.com/insights/tetra-pak-index)