



**Tendances et opportunités dans la
mise en marché des productions en émergence**

papilles 

4 grandes tendances

20 tendances 2016

10 motivations

10 freins

Quelques constats

Plusieurs recommandations



4 grandes tendances :

1 – SANTÉ

- Population qui vieillit
- Près de 30% des consommateurs prêts à payer plus chers
- 3 facteurs santé : densité nutritionnelle, fonctionnalité, intégrité des aliments



4 grandes tendances :

2 – LES PETITS FRUITS!

- Dr Béliveau et les antioxydants
 - La recherche du Superaliment
 - Cures minceurs
 - Consommation en croissance au Canada
 - Travailler avec des données réelles et moyennes
- Éviter l'effet Frankenstein



4 grandes tendances :

3 – Tendance BORÉALE

- Liée à la tendance locale : exotisme chez nous
- Défi : rendre cette tendance concrète



4 grandes tendances :

4 – Tendance FOODIES

- Qui s'identifient à ce qu'ils mangent
- Curieux, ouverts
- Clientèle qui parle de ce qu'elle vit



« Les acheteurs sont plus aventureux
quand le produit est local »

Ou vendu en vente directe



Amusons-nous un peu...



20 tendances : 5 produits transformés

1- Collations (produits séchés)

2- Prêts-à-manger

3- Mixologie

4- Vins effervescents

5- Boissons fonctionnelles



20 tendances : 1 type de cuisine

6- La combinaison du salé et du sucré



20 tendances : 4 types de consommation

7- Produits locaux et traçabilité

8- Produits sains

9- Les légumes prennent plus de place

10- Alimentation naturelle et durable



20 tendances : 4 nutrition

11- Manger moins de sucre

12- Sucres naturels et alternatifs

13- Alimentation riches en protéines

14- Clean label



20 tendances : 6 emballages et marketing

15- Emballages verts

16- Se décompose avec son contenu

17- Packaging connectés

18- Nomadisme et Praticité

19- Emballages transparents minimalistes

20- Gentillesse et attention



Les freins et les motivations...



10 motivations à acheter des produits de spécialité, différents

1- Goût

2- Recommandation d'un ami

3- Achats impulsifs

4- La qualité

5- Facilité d'utilisation



10 motivations à acheter des produits de spécialité, différents

6- Argument santé

7- Vu dans les médias

8- Découvert dans un voyage

9- Pour les occasions spéciales

10- Achat local



10 freins à acheter des produits émergents

1- Manque d'occasion

2- Non-disponible

3- Méconnaissance

4- Pas dans les habitudes

5- Ne sait pas comment l'utiliser



10 freins à acheter des produits émergents

6- Le prix

7- N'y a pas pensé

8- Crainte globale

9- Crainte du goût (ou de la texture)

10- Changement d'habitude



Vos défis :

Faire de vos fruits des produits
de consommation courante

Donner une personnalité
à vos fruits



Vos défis :

Les faire émerger!!!



Comment?

Constats

Recommandations



Constats

Le marché ne connaît pas le produit



Recommandations

Le marché ne connaît pas le produit

**Attendez-vous à répéter.
Préparez-vous à rassurer.**



Recommandations

Le marché ne connaît pas le produit

Photos du plant.

Description couleur, en bouche, saveurs.

Teneur en vitamines.

Recettes.

Articles.



Recommandations

Explications simples et efficaces

Accrocher le client. Être clair (mots clés).

Savoir facilement utiliser le produit.

S'imaginer utiliser le produit.

Mettre des mots dans la bouche...



Recommandations

Raconter l'histoire du produit

Donner une personnalité propre.

Méthode de production (justifier le prix).

Légendes ou anecdotes.

VOTRE histoire.

VOTRE rapport au produit.



Constats

Les clients ne savent pas l'utiliser

*Attendez-vous à répéter.
Préparez-vous à rassurer.*



Recommandations

Les clients ne savent pas l'utiliser



- 1- Donner des trucs d'utilisation :
Pourquoi pas les vôtres?
- 2- Proposer des remplacements dans
des recettes connues



3- Proposer des associations précises
pour les gourmands

4- Précisez les manipulations à éviter

5- Travailler avec un chef

Devenez professionnel de votre produit



Mais encore

Quelques autres recommandations



Aller vers des marchés naturels

Vente directe
Restaurateurs
Transformateurs



Adapter son produit

Si vente au détail

Proposer des produits « faciles »

Choisir les épicereries



Constat

Le produit représente un risque aux yeux du client



Diminuer le risque

Pour vos clients

Vendre congelé

Proposer 1^e transformation

Vendre pour des usages spécifiques

Faites parler vos clients!



Diminuer le risque

Pour vous

Se préparer à l'avance (marketing)

Avoir d'autres productions

Avoir des associés!

Gérer vos propres attentes.



Constat

Un produit peu connu a beaucoup d'alternatives



Constat

Un produit peu connu a beaucoup d'alternatives

Éliminez-les.

Personnalité. « Désaisonnaliser ».



Constat

Le produit doit être apprivoisé.



Constat

Le produit doit être apprivoisé.

Fournissez un mode d'emploi.

Produisez des outils promotionnels adaptés.



Merci !

papilles ❄️

equipe@papilles.ca



[papillesdeveloppement](#)

