

Quelles tendances food en 2019 ?

Les prévisions d'Uber Eats

Publié le 06 décembre 2018



© Uber Eats

D'après une étude interne appelée *Foodcast* qui revient sur les 'prévisions alimentaires' les plus tendances en 2018 et ainsi à surveiller en 2019, le **miso** est l'un des aliments les plus tendances pour les Français. Surprise ! Le top 3 des tendances Françaises cette année sont le miso, le phô, une soupe vietnamienne, et le tofu. Pour mieux comprendre ces plats favoris, Uber Eats a examiné les aliments et les plats en France les plus populaires sur les 6 derniers mois.

Voici la liste des 20 aliments et tendances à surveiller pour 2019 :

- ? Miso
- ? Pho (soupe tonkinoise)
- ? Tofu
- ? Bibimbap
- ? Végétarien
- ? Quinoa
- ? Ail
- ? Hème
- ? Mochis (gateau de riz)
- ? Miel
- ? Chia
- ? Kimchi
- ? Matcha
- ? Boulghour
- ? Algue
- ? Gingembre
- ? Truffle
- ? Pâte à cookie
- ? Sauce sriracha
- ? Tahini (crème de sésame)

«Comme cette étude interne le montre, les préférences alimentaires évoluent constamment - et des produits populaires tels que le jacquier peuvent être rapidement remplacés par d'autres tendances en 2019 comme les fleurs comestibles, déclare Jeanette Mellinger, responsable de la recherche d'utilisateurs pour Uber Eats. L'émergence des plats végétariens va devenir de plus en plus dominant, en passant de quelques pourcentages dans certains pays à un choix de vie pour des millions d'individus. Les volumes de recherches des clients montrent également que les applications de livraison de repas à domicile telles qu'Uber Eats transforment rapidement la livraison de repas en passant d'un petit plaisir coupable le week-end à une part croissante de nos habitudes alimentaires chaque jour.»

Le retour de Just Eat France

Publié le 20 décembre 2018 -néo restauration



À l'approche des fêtes, Just Eat, leader français de la commande de repas livrés, dévoile

en exclusivité les plats les plus commandés en 2018 sur sa plateforme. Sans grande surprise, la pizza reste indétrônable : sur la totalité des plats commandés en 2018, 28 % étaient des pizzas. Les spécialités japonaises arrivent sur la 2ème marche du podium (22 %) et enfin le burger, roi de la street food se place en 3ème position (15 %).



Deux grosses tendances food cette année : le tacos et le vegan. Côté tacos français, la communauté des aficionados ne cesse de grandir avec un nombre de commandes multiplié par 3 ! S'il était 27ème sur le podium des spécialités livrées en 2016, il pointe désormais dans le top 10 en 2018 (8ème place). Les spécialités vegan, aujourd'hui 28ème du classement des spécialités commandées sur Just Eat, elles tirent également leur épingle du jeu en 2018, avec un nombre de commandes multiplié par 4.

A suivre en 2019, la tendance du Poké Bowl, avec des commandes multipliées par 3 sur l'année écoulée. Les crêpes et galettes bretonnes aussi, dont les commandes ont augmentées de 80% en 2018, avec 125 nouveaux restaurants spécialisés référencés sur la plateforme cette année.

Colloque annuel Metro: quelle restauration pour demain ?



Publié le 20 décembre 2018

A l'occasion du colloque annuel de Métro sur la restauration responsable, Frédéric Loeb, de Loeb Innovation, est intervenu sur les « futures tendances de la restauration ». Alors selon lui, à quoi peut-on s'attendre ? Kassiopée Toscas

Les restaurateurs sont prêts à jouer leur rôle dans la gestion du défi écologique mondial, mais « si on commence à faire

l'écobilan de chaque solution, la situation devient très complexe. Il faudrait réinventer l'écosystème de la restauration » estime Frédéric Loeb. Il entrevoit quatre grandes tendances de la restauration. Tout d'abord la *techno-nature*, résultat du croisement entre technologie et nature, avec par exemple l'hydroponie, technique de production hors-sol, ou encore l'agriculture cellulaire, qui permettra la culture de viande en laboratoire. Frédéric Loeb est formel : « la technologie va sauver l'écologie. C'est une techno-nature hybride qui va émerger, un mélange totalement révolutionnaire qui permettra une adéquation des besoins et des ressources ».

Le *body-balance* repose sur la tension entre santé et plaisir. C'est l'éclosion des commerces healthy et gourmands, mais aussi la demande accrue de transparence de la part des consommateurs, et la profusion d'applications type Yuka qui y répondent. Dans l'*hybridation symbiotique* « le désordre crée le bonheur », avec par exemple le fast-healthy, restauration rapide et saine, ou encore la permaculture, qui cherche à recréer la diversité des écosystèmes naturels. Enfin les *découvertes hybrides* consistent à renouveler l'expérience gustative en repensant les recettes traditionnelles. Tradition et modernité se réconcilient. Les légumes se déclinent en chips et en gaufres, les fruits hybrides surprennent et font le plein de vitamines, l'impression 3D produit de véritables bijoux culinaires...

Frédéric Loeb finit sur une note positive : « Comme la crise sera dure, les solutions écologiques permettront une relance économique. Le développement durable sera un levier de croissance vertueuse et propulsera l'innovation. » Un peu de prospective optimiste, ça ne fait pas de mal...

Petit-déjeuner locavore au Hyatt

Publié le 20 décembre 2018



Hyatt Paris Madeleine lance un petit-déjeuner en circuits courts

Boulevard Malesherbes, le Hyatt Paris Madeleine,

invite sous sa verrière Eiffel à petit-déjeuner locavore. Imaginé par le chef Simon Havage, formé au Park Hyatt Paris Vendôme puis à la table doublement étoilée du Domaine des Crayères à Reims, #LeFrenchBreakfast cible les circuits courts et un produit le plus local possible. Le chef ouvre son carnet d'adresses et fait découvrir la crème de l'artisanat français en sélectionnant majoritairement les artisans et petits producteurs situés dans un rayon de 100 kilomètres des cuisines du Paris Hyatt Madeleine. Une démarche avant-tout qualitative et responsable qui privilégie des produits issus de l'agriculture raisonnée. « Le client ressent aujourd'hui le besoin de connaître la provenance des produits qu'il déguste, explique Simon Havage. Nous souhaitons le rassurer sur la qualité et c'est pourquoi nous communiquons avec transparence sur les artisans avec lesquels nous collaborons. »

A découvrir tous les matins, une génération d'artisans fiers de leurs produits à l'image de :

- **Julie Lutringer, Mange tes Graines** et ses Toppings de Graines, une alternative artisanale au muesli et au granola,
- **Matthieu et Pauline** et leur sélection de cakes maison,

- **Clémentine Oliver**, petite-fille de Raymond et fille de Michel, et ses pâtisseries sans gluten,
- **La Ferme d'Alexandre** et ses bons fromages,
- **Yves et Florian Le Guel**, le spécialiste du jambon Prince de Paris,
- **Frédéric Lalos, Meilleur Ouvrier de France**, avec ses pains et viennoiseries,
- **Joëlle et Charlotte Sanchez** et ses poissons fumés...

Petit-déjeuner buffet

#LeFrenchBreakfast: 30 €

Ouvert de 6h30 à 10h30 en semaine

Ouvert de 6h30 à 11h le week-end

La Fourchette dévoile les tendances culinaires 2019



La Fourchette, première plateforme de réservation en ligne de restaurants en Europe, a dévoilé ce mardi 15 janvier les conclusions d'une étude, menée en collaboration avec la société Doxa, sur les tendances culinaires attendues en 2019 dans le monde. Avec, mises en avant, 4 grandes tendances identifiées comme autant de signaux orientant le contenu des assiettes.

UNE CUISINE HEALTHY ET YUMMY, DE PLUS EN PLUS PLÉBISCITÉE

2019 sera l'année de la **cuisine saine, mais yummy** : revenir à des produits peu voire pas transformés, pour un meilleur équilibre alimentaire mêlant plaisir et santé, tout en respectant son corps et la planète. Un retour à la nature mis en exergue par le "Fresh Foraged Feasting", art culinaire basé sur la thématique du retour à la nature. Des produits d'origine biologique, frais, non transformés et locaux sont présentés de manière brute afin de renforcer leur aspect naturel et bénéfique pour la santé. Le restaurant Table, à Paris, en est une parfaite représentation !

Manger pour se soigner :

Les consommateurs souhaitent aussi déguster des plats énergétiques et sains, composés d'ingrédients connus pour leurs propriétés bénéfiques. Le chocolat ou le thé noir sont des aliments connus pour leur bienfait contre le stress.

Après le champagne pairing...

Le **vegan pairing** !

A l'origine, mode de consommation basé sur une idéologie bien précise, le véganisme est aujourd'hui totalement intégré aux habitudes de consommation. La cuisine vegan, loin d'être fade, s'associe aux meilleurs vins, afin d'en faire ressortir toutes les saveurs et richesses, à l'instar de la proposition de l'Abattoir végétal, à Paris.

UNE TRANSFORMATION ÉCOLOGIQUE NÉCESSAIRE POUR SÉDUIRE CES NOUVEAUX CONSOM'ACTEURS

En adoptant une position plus audacieuse, les acteurs de la restauration lancent des initiatives pour répondre aux préoccupations croissantes **en matière d'environnement et de développement durable** des consommateurs. Ecoemballage, gestion des invendus, les restaurants ne sont plus en reste pour témoigner de leur engagement face aux enjeux mondiaux. Pour lutter contre le plastique, de plus en plus de marques proposent des contenants écologiques et/ou réutilisables, plus « eco-friendly » et

des systèmes de consigne se développent pour fidéliser la clientèle. Pour lutter contre le gaspillage alimentaire, des repas sont confectionnés avec des surplus de supermarchés locaux.

LES PERSPECTIVES LIÉES A LA DIGITALISATION



Les réseaux sociaux comme les applications permettent une communication horizontale et une **transparence de l'information**, ainsi qu'une **personnalisation** toujours plus poussée, à l'instar de certaines applications qui aident à reconnaître les ingrédients que l'on ne connaît pas forcément, sans avoir à demander au serveur... Lens par Pinterest a ainsi été une des premières à rebondir sur cette tendance.

La tendance du "free-from" (gluten, lactose, régime vegan...) pousse les chefs à développer des recettes délicieuses, tout en jonglant avec ces différentes contraintes. De plus en plus d'établissements mettent ainsi en place des menus adaptés et où sont mentionnés les ingrédients pour faciliter le choix des consommateurs. Le café Mareva à Paris propose ainsi des gaufres sans gluten et sans lactose ainsi que des options vegan ou non, pour que chaque client y trouve son compte.

L'EXPÉRIENTIEL, RÉELLE PLUS-VALUE POUR LES RESTAURATEURS

3 Millenials sur 4 préfèrent vivre une expérience plutôt qu'acheter un objet, selon une étude menée par Eventbrite pour Harris en 2016. L'expérience ne se déroule pas uniquement dans l'assiette. Tout le

restaurant, dans son intégralité, participe à l'expérience du consommateur. Les restaurants deviennent multi-sensoriels : l'accent est mis sur la décoration, les arts de la table et le dressage des assiettes, afin de rendre toute la sortie au restaurant exceptionnelle.

La saveur d'un plat est primordiale mais **l'aspect esthétique est également de plus en plus plébiscité.** Les consommateurs recherchent des plats originaux, un esthétisme poussé à l'extrême, quelque chose qu'ils ne peuvent pas forcément reproduire chez eux. L'objectif est de partager ensuite sur les réseaux sociaux ces plats très esthétiques/originaux. Selon l'étude "Les Français, l'art de la table et leur lien à la restauration" réalisée par Food Service Vision pour Tous Au Restaurant en 2018, une personne sur deux ne prend occasionnellement des clichés à table ! Le restaurant Les Bariolés de Maud propose des plats aux saveurs et à l'esthétisme originaux, avec des "coques" aux couleurs vives mais 100% naturelles... Et 100% instagrammables.

neo
restoration
SOLUTIONS ET INSPIRATIONS POUR LES ACTEURS DE LA RHD
Publié le 17 janvier 2019