

60 étudiants, issus de **14 écoles et universités** françaises, mobilisés pendant 3 jours pour répondre aux problématiques de **4 interprofessions** partenaires : France Filière Pêche, INTERBEV, Interfel, et Terres Univia.

Leur challenge : travailler en équipes pluridisciplinaires (agroalimentaire, marketing, design, numérique...) et co-construire les concepts de l'alimentation de demain, en intégrant les grands enjeux des principales filières agroalimentaires françaises.

REVISITER LES MÉTIERS ET LES PRODUITS DES FILIÈRES

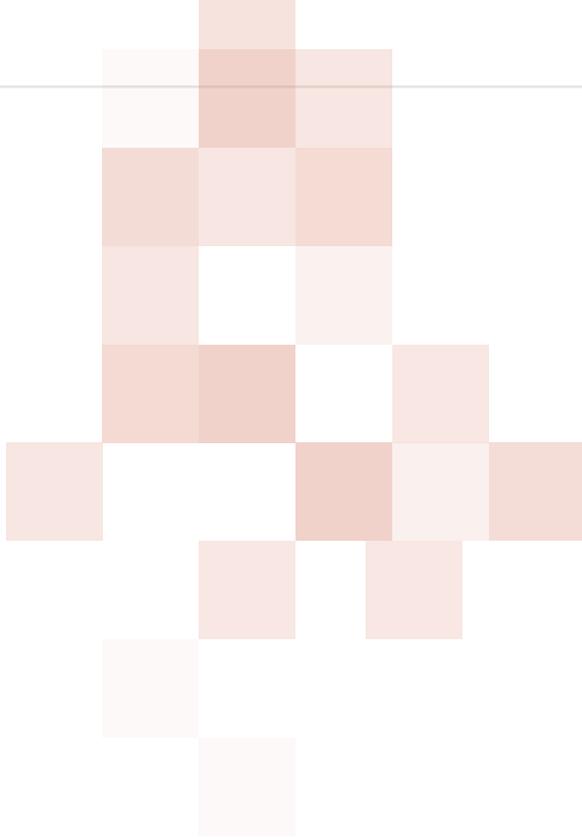
Fort de son expérience du Food Hackathon ECOTROPHELIA-SIAL Paris 2018, le réseau ECOTROPHELIA a réitéré l'évènement avec une édition 2021 au cœur de la cité ducale, dans le cadre des Food Innovation Days. Pendant 48 heures (du lundi midi au mercredi midi), des étudiants et jeunes diplômés venant des quatre coins de la France, ont élaboré des solutions innovantes à des problématiques de filières proposées par les représentants français de la pêche maritime (France Filière Pêche), de la viande bovine (INTERBEV), des fruits et légumes frais (Interfel), et des huiles et protéines végétales (Terres Univia).

Leurs objectifs : maintenir le dynamisme et l'attractivité de leurs métiers et de leurs produits, s'adapter aux nouveaux modes de consommation, et continuer à s'inscrire dans des démarches durables sur le plan économique et environnemental. Dans le contexte sociétal actuel, de fortes réflexions prospectives sont en cours pour ces quatre interprofessions, en lien avec les grandes tendances de consommation.

Les participants – futurs professionnels, consommateurs engagés et sensibles à leur alimentation – ont donc eu pour mission de revisiter ces métiers en imaginant de nouveaux produits, services, usages, concepts... Au rendez-vous : ice breaking, brainstorming et créativité, sous l'œil averti et bienveillant d'experts professionnels des secteurs recherche-développement-innovation, marketing, distribution, design et commercial.

Au total, une quarantaine d'idées ambitieuses ont été présentées aux interprofessions suite à ces trois jours de travail collaboratif !





Établissements participants : L'Institut Agro | AgroCampusOuest, AgroParisTech, Audencia, ENSAIA – Université de Lorraine, ENSGSI – Université de Lorraine, ESSEC Business School, ICN Business School, L'Institut Agro | Montpellier SupAgro, ONIRIS, PeelL, SupBioTech, UniLaSalle Beauvais, Université de Haute Alsace, Université de Technologie de Compiègne, IUT Béthune, IUT Nancy - Université de Lorraine, IUT Louis Pasteur - Université de Strasbourg, LEA Université de Lorraine.



FRANCE FILIÈRE PÊCHE



France Filière Pêche est l'association à vocation interprofessionnelle qui réunit tous les maillons de la filière de pêche française, des producteurs (pêcheurs) aux commerçants (artisans poissonniers et rayons marée des GMS), en passant par les mareyeurs et les grossistes.

Deux objectifs :

- Favoriser la commercialisation des produits de la pêche française et encourager leur consommation auprès du grand public, à travers la marque collective PAVILLON France.
- Promouvoir une pêche plus durable et responsable, en soutenant la recherche scientifique et en accompagnant la modernisation des entreprises de pêche.

Les actions principales de l'association France Filière Pêche sont :

- Accompagner la modernisation et le renouvellement de la flotte française (métropolitaine), en soutenant financièrement l'amélioration de la qualité et de la sécurité à bord des navires, la réduction de la consommation d'énergie et les nouvelles constructions.
- Développer la connaissance sur les espèces et améliorer les techniques de pêche, en accompagnant des partenariats scientifiques/pêcheurs.
- Valoriser les produits et les métiers de la pêche française auprès des consommateurs, en instaurant une marque de confiance, PAVILLON FRANCE, pour identifier les produits français sur les étals et encourager leur consommation.

La filière de pêche française s'inscrit depuis de nombreuses années dans une démarche vertueuse : faire progresser la filière d'un point de vue technique, économique et écologique afin d'optimiser les performances de pêche dès maintenant tout en préservant les ressources pour demain.



Ainsi, trois axes de recherche, basés sur des partenariats scientifiques-pêcheurs, sont soutenus au travers des projets cofinancés par l'association France Filière Pêche :

- Economies d'énergie : exemple du projet JUMPER, qui a pour objectif de faciliter le remorquage du chalut grâce à un mouvement de bascule du panneau de chalut : dès qu'il touche le fond, le panneau rebondit, ce qui a pour effet de diminuer l'impact global du panneau sur le fond marin et également la consommation de carburant.
- Amélioration de la sélectivité des engins de pêche : exemple du projet CELSELECT, qui a pour objectif d'optimiser les engins de pêche afin de minimiser les prises d'espèces non ciblées. En effectuant une rotation à 90° des mailles du chalut, celles-ci restent grandes ouvertes : on observe ainsi une réduction de 50 % des prises non désirées.
- Amélioration de la connaissance des ressources halieutiques : exemple du projet LANGOLF TV, qui permet de surveiller les terriers de langoustines du Golfe de Gascogne à l'aide de caméras sous-marines. Ce faisant, les scientifiques et les pêcheurs sont en mesure de mieux connaître l'espèce, mieux évaluer le stock, anticiper son évolution, et ainsi adopter de meilleures mesures de gestion.

France Filière Pêche s'engage également auprès de l'ensemble des opérateurs de la filière sur des sujets techniques et sanitaires. Des projets sont ainsi mis en œuvre, avec l'appui de financements européens (mesure d'innovation du Fonds Européen pour les Affaires Maritimes et la Pêche).



Votre mission ?

Formuler une nouvelle proposition, non encore disponible sur le marché, et répondant aux exigences suivantes :

Se rapporter à une ou plusieurs des espèces issues de la pêche française,

Pouvoir être clairement identifiée comme un produit de la pêche française,

Et/ou le rendre plus compatible aux nouveaux modes de consommation,

Et/ou apporter un service novateur et différenciant.

Imaginez le concept que vous aimeriez rencontrer demain !

Équipe 7 : Le Brise-Glace

Titre de l'idée : L'étiquette magique

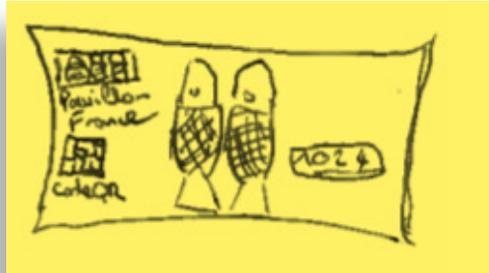
Description détaillée :

Sur les produits frais emballés ou transformés, un QR code sera affiché. Il donne accès à une rubrique spéciale du site Pavillon France dans laquelle il y aura :

Une étape cuisine : 3 fiches recettes du poisson en question ;

Une vidéo immersive : histoire du poisson, storytelling, les acteurs, etc ;

Un espace membre : recette favorite, avis client, communauté, conseils et astuces, etc.



CIBLES :

Les clients habitués à l'achat de poissons ou les amateurs de poissons qui veulent découvrir.

SCÉNARIO D'USAGE :

Une personne va en magasin et tombe sur le paquet de poissons et l'achète. Une fois chez elle, elle scanne le code et elle peut être accompagnée dans la préparation de son poisson et le reste s'en suit.

AVANTAGES :

Fidéliser un client ;

Faire découvrir au consommateur la marque et l'univers maritime, aquatique ;

Facilité, rapidité, sain ;

Sensibiliser le client : plus de consommation de poisson.

INCONVÉNIENTS :

Ne pas savoir utiliser le QR code ;

Juste vouloir cuisiner sans aide.

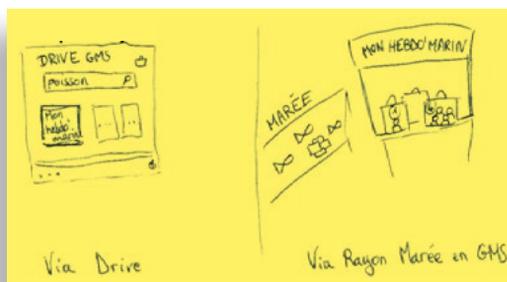
Équipe 7 : Le Brise-Glace

Titre de l'idée : Mon hebdo'marin

Description détaillée :

Un panier hebdomadaire contenant les 2 portions de poissons recommandés (1 gras, 1 blanc) et parfois un autre produit de la mer (coquillages, rillettes de poisson...
Proposé sur le drive de la GMS et sur un stand au rayon marée. Le panier contient des fiches recettes correspondant aux poissons et une liste de courses associée.

On propose des paniers pour une personne ou pour 4 personnes. Prix fixe, abordable. Poisson non congelé (pour pouvoir être congelé par le client). Préparé par le poissonnier.



CIBLES :

Adeptes des paniers de saison, souhaitant manger équilibré, local.

Curieux cherchant à diversifier leur alimentation.

SCÉNARIO D'USAGE :

Marie veut acheter du poisson pour la semaine sur le Drive, elle peut directement choisir « Mon hebdo'marin ». Elle accède à la liste de courses associée et peut compléter sa commande.

Jacques se rend à la GMS, il prend son panier marin et complète ses courses avec la liste présente dans le panier.

AVANTAGES :

Facilite le choix du poisson et des courses associées ;

Prix fixe : permet de prévoir dans le budget « courses », moins de réticence face aux prix ;

Fidélisation/ introduction d'une habitude alimentaire (abonnement).

INCONVÉNIENTS :

Temps pour imprimer les recettes et listes associées aux paniers ;

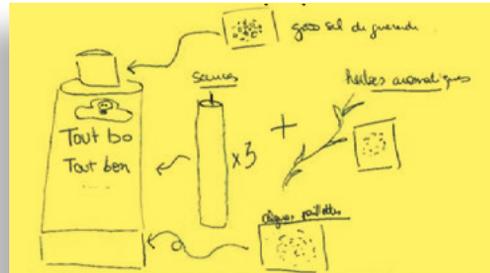
Sélection poisson non congelé.

Équipe 7 : Le Brise-Glace

Titre de l'idée : Tout bo tout bon

Description détaillée :

Un kit ludique pour assaisonner son poisson. Il contient du gros sel, des « tubes » de sauce (curry/ citron, tomates/ ail, pesto), des herbes (romarin, aneth) et des algues en paillettes. Le tout se conserve dans une « longue vue » en carton, où apparaissent les algues d'un côté et le sel de l'autre côté de la longue vue. Le kit n'est pas à conserver au frais, sauf les sauces dès lors qu'elles sont ouvertes.



**Prix Coup de Cœur
du Jury**

CIBLES :

Jeunes parents et leurs enfants.

SCÉNARIO D'USAGE :

Un mercredi midi, en famille, les parents sortent le poisson du frigo et leurs enfants vont chercher le kit. Ils cuisinent ensemble. Dans l'assiette, les enfants ajoutent la sauce en dessinant les écailles, ils ont hâte de goûter ... !

AVANTAGES :

Fait manger du poisson peu transformé aux enfants ;

Moment de convivialité en famille ;

Le kit est réutilisable ;

Jeu une fois le kit terminé : longue vue ;

Possibilité de développer de nouvelles sauces à l'infini, nouvelles algues, herbes, etc... ;

Concours autour du produit.

INCONVÉNIENTS :

Déchet engendré par les tubes de sauces et les autres ingrédients ;

Rayon : où le placer ?

Équipe 8 : Fun.Innovation.Sea.Hobbies.

Titre de l'idée : Réinventer la restauration collective pour les 12-25 ans

Description détaillée :

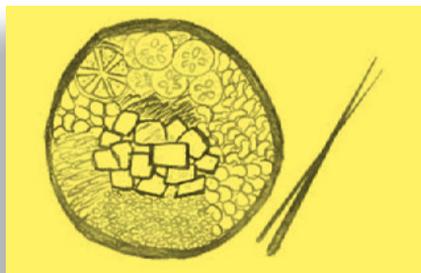
Remédier à l'image négative que les jeunes ont du poisson suite à leur consommation à la cantine :

Moins mais de meilleure qualité ;

Diversification des espèces afin de limiter les prix et diversifier les plats et limiter la portion unique ;

Sensibilisation et communication : variété, zone et technique de pêche, valorisation française, apports nutritionnels ;

La cuisson du poisson puis refroidissement puis réchauffé entraîne aujourd'hui un poisson sec : innover dans des recettes tendances telles que les poke bowl ou le poisson sous d'autres formes que le filet traditionnel. Exemple : poisson en croûte, séché, mariné.



**Prix Faisabilité
pour l'approche filière**

CIBLES :

12-25 ans allant à la cantine : collégiens, lycéens, étudiants.

SCÉNARIO D'USAGE :

Tom, 14 ans, mange à la cantine tous les midis. Il ne choisit jamais le poisson blanc, sec, fade et peu attirant. Mais ce midi à la cantine, il y a du lieu noir que André a pêché dans la Manche (indiction papier ou numérique au self). Le lieu noir est émietté et mélangé dans des tagliatelles aux petits légumes et sauce beurre traditionnelle. Tom est réconcilié avec le poisson et en parle avec ses parents...

AVANTAGES :

Éduquer les plus jeunes à apprécier manger du poisson ;

Valoriser la pêche française après des plus jeunes ;

Apporter du goût et de la gourmandise.

INCONVÉNIENTS :

Projet long et difficile à mettre en place car nécessite l'engagement de tous les acteurs de la filière ;

Grosse quantité peut entraîner une perte de qualité.

Équipe 8 : Fun.Innovation.Sea.Hobbies.

Titre de l'idée : Les paillettes de poisson : le poisson séché

Description détaillée :

Les chutes, invendus et morceaux abimés des poissons sont collectés puis séchés en petits morceaux.

Méthode de dessiccation : séchage par évaporation.

Les morceaux fabriqués sont distribués à la restauration collective afin d'être incorporés dans les différentes recettes. Nous pensons également à proposer ces paillettes en sachet en GMS pour les consommateurs souhaitant faire les recettes chez eux.



CIBLES :

Cible primaire : besoin important en protéine.
Consommateurs de restauration collective :

Jeunes (12-25 ans) pour les cantines ;

Personnes âgées (75+) pour les maisons de retraite ;

Cible secondaire : les actifs consommant en restaurant d'entreprise ou chez eux.

SCÉNARIO D'USAGE :

Agrémenter et compléter des plats déjà connus en apportant une saveur originale et diversifie la source de protéine. Dans la pâte à crumble : farine et beurre, incorporer les paillettes de poissons séchés dans un crumble salé de légumes.

AVANTAGES :

Augmenter la conservation du poisson et ralentir la dégradation biologique sans le problème de la chaîne du froid ;

Nouvelle saveur en bouche : ludique et original ;

Revalorisation des chutes et des invendus de poisson ;

Prêt à manger et à utiliser en cuisine ;

Originalité et peu développé en France.

INCONVÉNIENTS :

Coût énergétique/ météo peu adapté (soleil) ?

Le temps de séchage ;

Technique peu développée en France.

Équipe 8 : Fun.Innovation.Sea.Hobbies.

Titre de l'idée : Fish Balls

Description détaillée :

Il s'agit de boules de poisson blanc cuit à la vapeur, mélangé avec du fromage frais et un aromate (ciboulette) et roulé dans des amandes concassées, conditionnés dans une boîte carrée et haute avec 14 boulettes de 3 cm de diamètre.

Stockage au frais. Sur le pack, mettre en avant la teneur élevée en poisson, l'origine du poisson, la pêche française, utilisation du produit (apéritif, salade...), couleur bleue.



CIBLES :

18-35 ans : étudiants et jeunes actifs/ femme ou homme.

SCÉNARIO D'USAGE :

Apéritif entre amis un soir d'été, imprévu mais gourmand : présenter les Fish balls avec des cure-dents. Les bouchées sont fraîches et croquantes.

À ajouter sur la salade d'été et à amener partout.

AVANTAGES :

Répond à la tendance apéritive ;

Proposer du poisson maigre et différemment et touche les jeunes ;

Fraîcheur et croquant ;

Possibilité de préparer avec des chutes/ morceaux de poisson.

INCONVÉNIENTS :

Questionnement sur l'implantation ;

Questionnement sur la cuisson du poisson pour garder des nutriments/ industrialisation facile.

Équipe 9 : IDEAS' FISHER

Titre de l'idée : Passe à l'étal

Description détaillée :

Concept : Kit de recettes pour inciter le consommateur à se rendre à l'étal de poissonnerie.

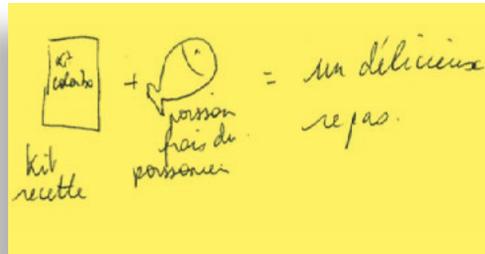
Kit recettes colombo ;

Produit simple mais élaboré ;

Mélange d'ingrédients secs (riz, épices) et mélange d'ingrédients liquides (tomates, lait de coco, citron) ;

Conditionné dans un emballage type « couscous GARBIT » ;

Stocker au sec car pasteurisé.



CIBLES :

Personnes qui ne vont pas à l'étal du poissonnier ;

Cuisine simple et élaborée.

SCÉNARIO D'USAGE :

En choisissant notre kit colombo, le client est incité à se rendre à l'étal de la poissonnerie pour agrémenter son plat d'un poisson frais ! C'est la réconciliation des Français avec les étals.

AVANTAGES :

Faire redécouvrir les étals des poissonniers ;

Produit simple et élaboré.

INCONVÉNIENTS :

Frein par rapport au prix ;

Pas sûr que le client va se rendre chez le poissonnier !

Équipe 9 : IDEAS'FISHER

Titre de l'idée : Fishberg

Description détaillée :

Concept : Aide culinaire glacée à base de coproduits de poissons.

Crème, lait, houille de poissons et miettes de poissons ;

Aide crémeuse et gourmande avec un caractère de poisson ;

Process de la crème glacée et bouillon ;

Au congélateur < - 18°C.



CIBLES :

Personne utilisant les aides culinaires ;

Client convaincu et curieux.

SCÉNARIO D'USAGE :

Après une dégustation au restaurant ou en animation en supermarché, le client découvre Fishberg. Conquis, il décide de l'utiliser pour faire des tagliatelles ou des apéros sympas.

AVANTAGES :

Longue conservation ;

Multitudes d'utilisation ;

Valorisation de coproduits : intérêts économiques, environnementaux et nutritionnels.

INCONVÉNIENTS :

Stockage énergivore ;

Fort marketing et communication ;

Lutter contre l'image sucrée de la crème glacée.

Équipe 9 : IDEAS' FISHER

Titre de l'idée : Mon ceviche français

Description détaillée :

Concept : Ajouter une marinade au poisson frais préemballé pour confectionner un ceviche.

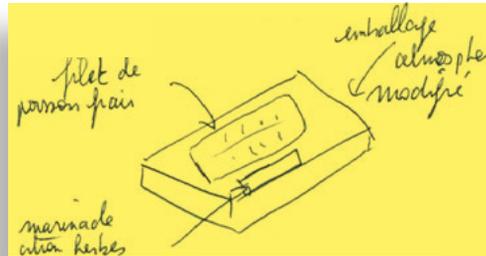
Poisson mi-cuit par la marinade ;

Sous-traitance de la production des sachets et filière déjà existante pour l'emballage ;

Barquette PET ;

Rayon frais ;

DLC 21 jours.



CIBLES :

Consommateurs de poissons préemballés.

SCÉNARIO D'USAGE :

En se rendant au rayon poissons préemballés, le client découvre un produit frais et graphique : un ceviche instantané. En rentrant, il lui suffit de couper le poisson et de le faire mariner pour se régaler.

AVANTAGES :

Simple et rapide ;

Poisson frais et mi-cuit ;

Pas de cuisson ni d'odeur ;

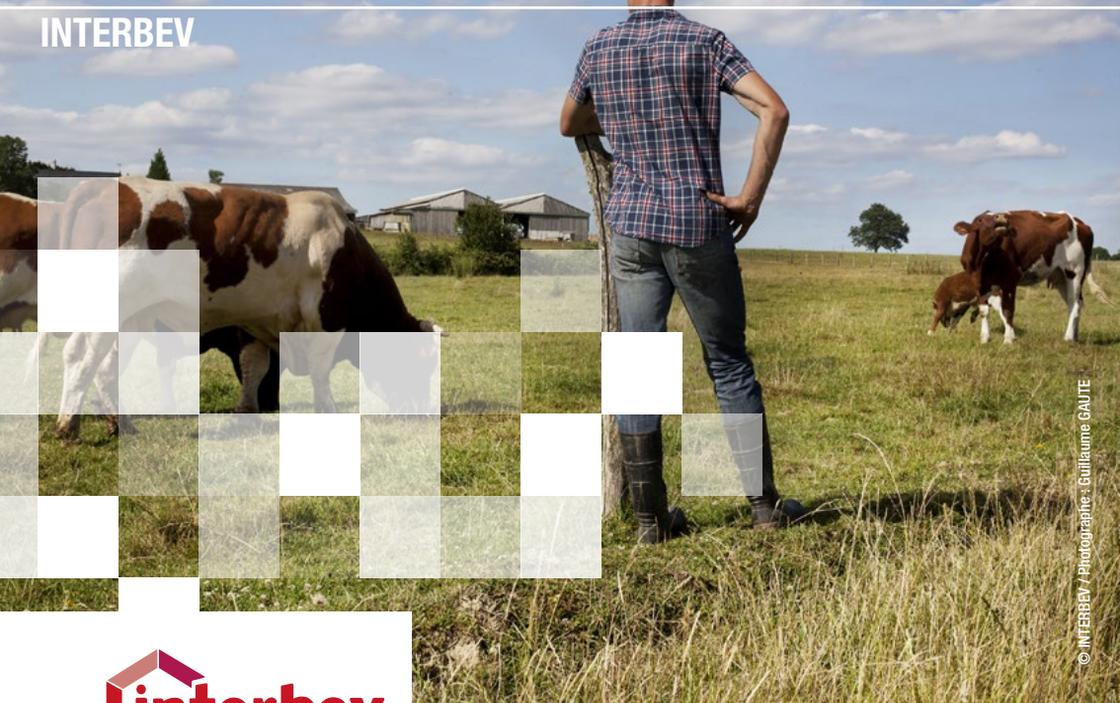
Produit décongelé pas de risques de parasites.

INCONVÉNIENTS :

Test R&D pour savoir si tous les poissons correspondent ;

Même inconvénients que poissons préemballés.

INTERBEV



© INTERBEV / Photographie : Guillaume GAJTE



INTERBEV, organisation interprofessionnelle de l'élevage et des viandes est heureuse d'être partenaire de cette nouvelle édition du Food Hackathon. Nous savons que l'enthousiasme, le dynamisme et l'imagination des étudiants est un formidable ferment pour l'innovation de notre filière. Et quel beau symbole que de sortir de la crise sanitaire en libérant les énergies créatives !



La filière élevage et viande travaille à toujours mieux intégrer les attentes légitimes de la société française pour y apporter une réponse globale. A cet effet, la filière a mis en place son « Pacte pour un engagement sociétal », une démarche encadrée par la norme ISO 26000, pour structurer les différentes avancées en matière d'environnement, de protection animale, de qualité de l'alimentation et d'amélioration de la qualité de vie au travail et prévention des risques.

Elle a également entrepris de communiquer sur un mode apaisé, avec un message de fond qui vise à expliquer que, dans le cadre d'une alimentation équilibrée, la viande a toute sa place si elle est consommée en quantité raisonnable et si elle provient d'une filière durable. C'est le sens de la campagne « Aimez- la viande, Mangez-en mieux. » signée « Naturellement Flexitarien » qui resitue la vérité d'un consommateur qui n'est pas un carnivore, mais un omnivore éclairé. Cette posture repose sur le triptyque : plaisir, santé, engagement.



Crédit : INTERBEV / Photographie : Spatule Prod

Nous vivons également une époque de changement avec de nouveaux comportements qui se développent très vite. Ainsi, le repas ne se fait plus forcément assis autour d'une table, le plat est souvent unique et le temps de préparation se raccourcit. Dans ce monde en profonde mutation, les membres d'INTERBEV sont convaincus de la nécessité de faire évoluer leur offre. INTERBEV appuie les efforts d'innovation des entreprises de la filière en réalisant des études de fond pour suivre et comprendre l'évolution des comportements de consommation et en pilotant des actions de recherche et de développement portant sur l'élevage et sur la qualité des viandes et l'innovation produit.

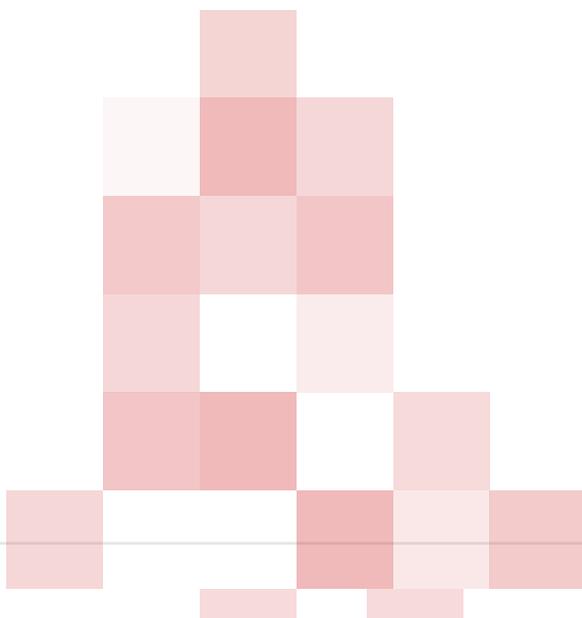
C'est pour cela aussi qu'INTERBEV est fier d'être partenaire du Food Hackathon dont il attend des idées de produits ou de services qui répondent au triptyque : bon dans mon assiette, bon pour moi et bon pour la planète !



Votre mission ?

Quels nouveaux produits, services, développer pour répondre à l'attente des Français attentifs à la qualité du produit et à leur santé et qui recherchent une plus grande praticité du produit et du service ?

Quels produits, services développer qui soient adaptés à vos modes de consommation en respectant le triptyque plaisir, santé, engagement ?



Équipe 4 : Meat'ik

Titre de l'idée : Beefast : steak micro-ondable

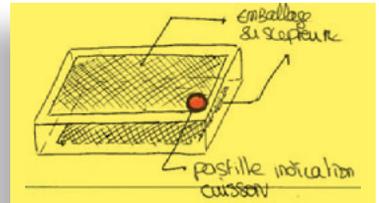
Description détaillée :

Morceaux de bœuf au micro-ondes avec cuisson au choix (à point, saignante, bleue) à l'aide d'un emballage susceptible ;

Viande juteuse avec cuisson adaptée aux goûts de chacun et partie inférieure et supérieure grillée ;

Sans additif, sans conservateur (que la viande) dans l'emballage susceptible ;

Frigo : conservation 8 à jours.



CIBLES :

18 – 35 ans ;

Jeunes ne sachant pas cuire une viande ou cherchant la praticité de cuisson (pas de vaisselle).

SCÉNARIO D'USAGE :

Utilisation à domicile ou au travail (RHD) en moins de 5 minutes.

AVANTAGES :

Cuisson rapide et maîtrisée ;

Format individuel ;

Choix de la cuisson ;

Praticité : pas de vaisselle pour la préparation ;

Technologie innovante.

INCONVÉNIENTS :

Pas de visibilité du produit : boîte en carton ;

Prix supérieur à une pièce de viande standard.

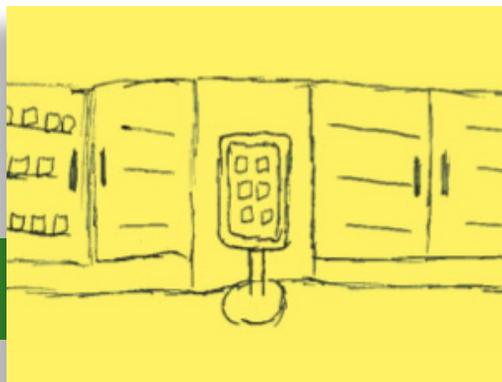
Équipe 4 : Meat'ik

Titre de l'idée : Adopte un steak

Description détaillée :

Borne interactive installée en GMS ou application qui par le biais de questions va orienter le client vers le morceau adéquat disponible en rayon libre-service de la boucherie.

**Prix Coup de Cœur
du Jury**



CIBLES :

18 – 35 ans qui sont perdus dans la diversité de la viande proposée et qui n'ont pas l'habitude du rayon boucherie.

SCÉNARIO D'USAGE :

Avant les courses pour l'application ;

Pendant les courses pour la borne ;

Après les courses en retrouvant la recette sur le téléphone.

AVANTAGES :

Découverte de nouvelles recettes/ produits ;

Amélioration de la connaissance des produits carnés ;

Intérêt du consommateur pour le rayon boucherie ;

Rapide.

INCONVÉNIENTS :

Investissement ;

Occupe de l'espace (1m²/borne) ;

Formation au paramétrage de la borne.

Équipe 4 : Meat'ik

Titre de l'idée : Manger Boucher

Description détaillée :

Réseau local de bouchers afin de proposer de la viande fraîche et des plats traiteurs froids ou chauds en livraison via plateformes ainsi que des plats en kit à préparer à domicile.

Mise sous vide à la commande pour garantir de la fraîcheur des viandes.



CIBLES :

18 – 35 ans ayant une impulsion d'achat de viande ou de plats de qualité ou personnes ayant l'habitude de faire des courses sur les plateformes de livraison.

SCÉNARIO D'USAGE :

Courses d'appoint ;
Courses hebdomadaires ;
Impulsion ;
Découverte et curiosité.

AVANTAGES :

Praticité et rapidité des commandes ;
Augmentation du volume de ventes et atteinte nouvelle cible plus jeune pour les bouchers ;
Plateforme déjà connues des consommateurs ;
Simplicité des commandes pour les bouchers.

INCONVÉNIENTS :

Frais des plateformes de livraisons (consommateurs et bouchers) ;
Gestion des stocks à actualiser.

Équipe 5 : Luminavia'

Titre de l'idée : Tartinable de bœuf

Description détaillée :

Proposer une gamme de tartinables de viande, sur la base de recettes traditionnelles (bœuf bourguignon, pot-au-feu, blanquette de veau...) afin de valoriser les bas morceaux de viande. Les ingrédients sont ceux des recettes traditionnelles. Les tartinables ont une texture lisse, fondante type rillettes avec fibres de muscles de viandes apparents. Les produits sont de qualité nutritionnelle supérieure (riche en protéine, peu de graisses...). Conditionnés en pots de plastique recyclé dans les rayon frais (environ 4°C) de GMS.



Prix Faisabilité

CIBLES :

Jeunes adultes, 25-35 ans consommant des produits apéritifs et aimant tester de nouveaux produits. Cible qui consomme de la viande.

SCÉNARIO D'USAGE :

Le tartinable est à consommer frais et à utiliser par exemple sur une tranche de pain grillé ou un biscuit salé ou encore à dipper, en apéritif ou lors d'un pique-nique.

AVANTAGES :

Valorisation des bas morceaux de viande, praticité de consommation, usages multiples (apéritifs, entrée de repas...), produit positif et convivial, accessibilité (prix d'appel entre 3 et 4€).

INCONVÉNIENTS :

Potentiels difficultés de formulation ;

R&D pour reproduire les goûts typiques des recettes traditionnelles.

Équipe 5 : Luminavia'

Titre de l'idée : Les bouillons de bœuf déshydratés

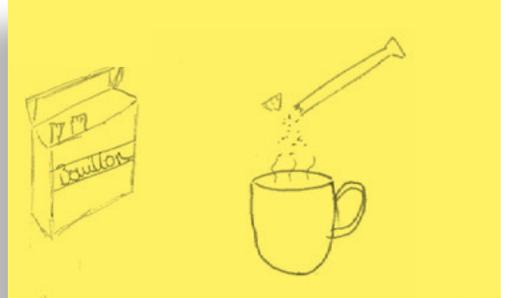
Description détaillée :

Gamme de snacks de bouillons issus de recettes du monde > Assure goût organoleptique ;

Réel coupe-faim > Bonne composition en protéines ;

Pratique > Facile d'utilisation et de transport ;

Impact environnemental > Récupérer des morceaux de viandes abimés, non-présentables en l'état (co-produit) et donc non vendables, travail sur packaging.



CIBLES :

25-35 ans

Aime découvrir des recettes du monde ;

Gourmand mais fait attention à ce qu'il mange : aspect nutri et origine ;

Bon revenu pour s'acheter des snacks haut de gamme.

SCÉNARIO D'USAGE :

Personne avec une petite faim entre le repas de midi et du soir. Au travail comme à la maison souhaitant un avant goût salé du repas. Elle sort sa bouilloire, sa tasse et son sachet et c'est prêt !

AVANTAGES :

Intérêt nutritionnel ;

Intérêt organoleptique : délicieux ;

Simple d'utilisation ;

Diversité des recettes de bœuf avec bouillon ;

Valorisation de co-produit de bœuf ;

Produit « sans » : sans arôme, sans colorant, sans additif...

INCONVÉNIENTS :

Nutrition : quantité de sel à limiter ;

Process complexe demandant beaucoup d'énergie ;

Déchet des dosettes individuelles : travail d'éco-conception : recyclable, compostable, compacté.

Équipe 5 : Luminavia'

Titre de l'idée : Emballage assurant une portion adaptée pour tous

Description détaillée :

Emballage pratique, individuel, détachable en magasin, avec des proportions adaptées pour différents types de personnes ;

Permet de choisir la portion adaptée à ses envies.



CIBLES :

Étudiants, foyers, personnes âgées, personnes vivants seules sans congélateur.

SCÉNARIO D'USAGE :

Détachables comme les pots de laits, yaourts, adaptés à tous les type de viande.

AVANTAGES :

Réduit le gaspillage, mieux conservé, facile à utiliser, quantité adaptée pour tous.

INCONVÉNIENTS :

Génère beaucoup d'emballages.

Équipe 6 : Dyna'meat

Titre de l'idée : Frie'd Steak (revisite du steak frites)

Description détaillée :

Revisiter le steak haché frites bien connu de la gastronomie française en gardant son goût traditionnel ;

Apport protéique et glucidique ;

Fabrication : cuisson de la pomme de terre, formation de purée, hachage de la viande, moulage et insertion de la viande, surgélation et conditionnement ;

Conditionnement en sachet de 1-2 kg pour les grossistes, boîtes rectangulaires de 560g pour les GMS.

1 Frie'D steak = 70g > 25g de viande, 45g de purée de pomme de terre.



CIBLES :

Professionnels de la restauration (Food truck, fast-food, restaurant) ;

Tout âge : enfants, adolescents, adultes ;

Consommateurs de viande ;

Grossistes et GMS ;

Amateurs de Street Food.

SCÉNARIO D'USAGE :

François, 40 ans, en a marre de devoir choisir le menu enfant au restaurant pour avoir un steak haché frites. Maintenant il peut acheter au fast-food ou en GMS des Frie'd Steak, qui revisitent le steak frites classique. Et en plus, il peut le manger partout, avec sa petite sauce moutarde.

AVANTAGES :

Pratique à transporter et à manger : se mange avec les doigts ;

Revisite le traditionnel steak frites ;

Peut élargir la gamme avec des purées de butternuts, violettes, ...

INCONVÉNIENTS :

Un peu riche en calorie (gras : frites) ;

Nécessite d'avoir un congélateur ;

Transfert d'eau entre la viande et la pomme de terre.

Équipe 6 : Dyna'meat

Titre de l'idée : Protéine +

Description détaillée :

Les seniors et malades, avec des problèmes de mastication et digestibilité ont des carences en protéines menant à une dénutrition et la sarcopénie.

L'idée est donc de leur apporter de la viande sous une autre forme pour pouvoir la manger : du pain enrichi en poudre de viande séchée. La viande est lyophilisée et broyée : réduite en poudre puis incorporée dans la recette traditionnelle du pain.



CIBLES :

Seniors, personnes dans les hôpitaux, personnes malades ;

Ne pouvant pas mastiquer ou digérer la viande ;

Personnes avec carences en protéines.

SCÉNARIO D'USAGE :

Mario, 85 ans, a du mal à manger de la viande depuis quelques années à cause de sa dureté. Son médecin l'informe d'un risque de carence en protéines sous peu.

Mario cherche donc un moyen d'enrichir son alimentation en protéine.

Voici donc Protéine +, le pain de mie enrichi en protéines facilement consommable. Depuis, plus de risques de malnutrition pour Mario.

AVANTAGES :

Prévenir ou lutter contre les carences des seniors et malades (dénutrition et sarcopénie) ;

Déclinaison de la gamme : autres produits enrichis en protéines (cake, yaourts) ou poudre en B to B.

INCONVÉNIENTS :

La texture doit être aérienne.

Équipe 6 : Dyna'meat

Titre de l'idée : Les P'tites Françaises

Description détaillée :

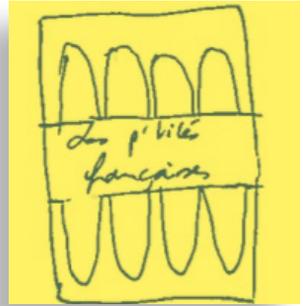
Remettre au goût du jour les plats traditionnels français pour se les rappeler ou les découvrir (bourguignon, pot-au-feu, baeckeofe...) mais sous une nouvelle forme : la saucisse. Garder le goût des plats traditionnels.

Ingrédients : viandes (bœuf, agneau, porc), légumes (carottes, oignons, choux, navet, champignon, céleri, poireaux, pomme de terre), ail, vin (rouge, blanc), bouillon, bouquet garni, thym, sel, poivre, beurre, coulis de tomates, laurier, persil.

Cuisson au plat, mixage, embossage (mise en boyaux), conditionnement.

Barquettes en carton filmées, vendues au rayon frais en GMS.

Conservation : 3 jours au réfrigérateur, possibilité de congeler.



CIBLES :

Personnes aimant la viande et les plats traditionnels français ;

Personnes qui aiment les grillades ;

15-80 ans principalement mais peut faire découvrir les plats aux plus jeunes.

SCÉNARIO D'USAGE :

Marie, 20 ans, adore les plats que sa grand-mère lui fait quand elle va chez elle, mais elle n'arrive jamais à les reproduire à la maison. Aujourd'hui, elle peut acheter Les P'tites Françaises en GMS et les griller quelques minutes au barbecue ou à la poêle pour se remémorer ses souvenirs d'enfance.

AVANTAGES :

Remettre au goût du jour les plats traditionnels français ;

Bonne balance calorique : protéines, glucides, fibres, vitamines ;

Un repas complet dans une saucisse ;

Utilisation de bas morceaux et de légumes « moches ».

INCONVÉNIENTS :

Durée de conservation courte ;

Texture finale : trop riche ?

Équipe 6 : Dyna'meat

Titre de l'idée : Dyna'meat

Description détaillée :

Apéritif :

Pas de produit avec viande, produits salés ;

But : apporter la viande et des protéines dans l'apéritif.

Goût de viande aromatisée (BBQ, paprika...) ;

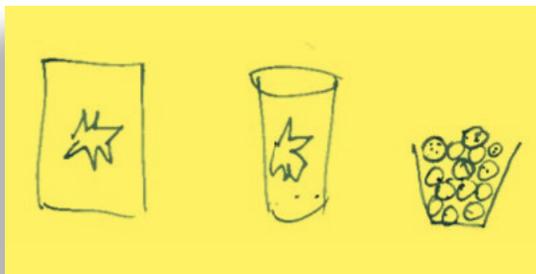
Mélanger matière première (viande, légumes, céréales, aromates), puis extrusion, refroidissement, enrobage ;

Pour les amateurs de viande et ceux qui aiment les apéritifs (8-70 ans).

Produits durs donc pas pour les seniors ;

Sachet ou boîte en carton refermable ;

DDM 8 mois.



CIBLES :

Amateurs d'apéritifs et de viande ;

Tout âge (8 – 70 ans) ;

Pouvant mastiquer et croquer.

SCÉNARIO D'USAGE :

Jean en a marre des cacahuètes et des bretzels rassis de ses amis. Il veut manger un produit sain et riche en protéine à l'apéritif. Que trouve-t-il au rayon apéritif du supermarché ? Les Dyna'meat des snacks extrudés avec un goût de viande aromatisée. De quoi se régaler à l'apéritif sans culpabiliser.

AVANTAGES :

Amener la viande sur le marché des gâteaux apéritifs ;

Pratique à manger et transporter ;

Déclinaison de la gamme avec d'autres saveurs.

INCONVÉNIENTS :

Déstructuration partielle des protéines à cause des fortes températures.



INTERFEL



Interfel, l'interprofession des fruits et légumes frais, est partenaire de cette nouvelle édition du Food Hackathon ECOTROPHELIA, qui se tient cette année à NANCY, car il s'agit pour nous de donner la chance aux étudiants de pouvoir générer des idées autour des fruits et légumes frais, de leur commercialisation ou de leur consommation dans un laps de temps court favorable à la créativité.

Les idées qui en ressortiront seront nécessairement en phase avec les attentes de leur génération et de ce fait, utiles à la filière pour soutenir la consommation des fruits et légumes frais. Les professionnels de la filière font preuve de créativité au service des fruits et légumes frais et pour inventer notre futur alimentaire et favoriser l'accessibilité des fruits et légumes. Notre rôle est de sensibiliser les jeunes et le monde de l'innovation de l'intérêt qu'ils peuvent avoir de travailler sur nos produits.

L'année 2020 fût marquée par une augmentation de la consommation des fruits et légumes frais. Se retrouvant à la maison, les français ont profité de cette parenthèse pour retrouver ou découvrir le plaisir de cuisiner. Néanmoins, la consommation moyenne des Français se situe autour de 300g par jour de fruits et légumes frais, bien en dessous des 400g journalier (correspondant aux fameuses 5 portions) recommandés par l'OMS. Les fruits et légumes frais sont un atout santé indispensable pour contribuer à la lutte contre de nombreuses maladies.

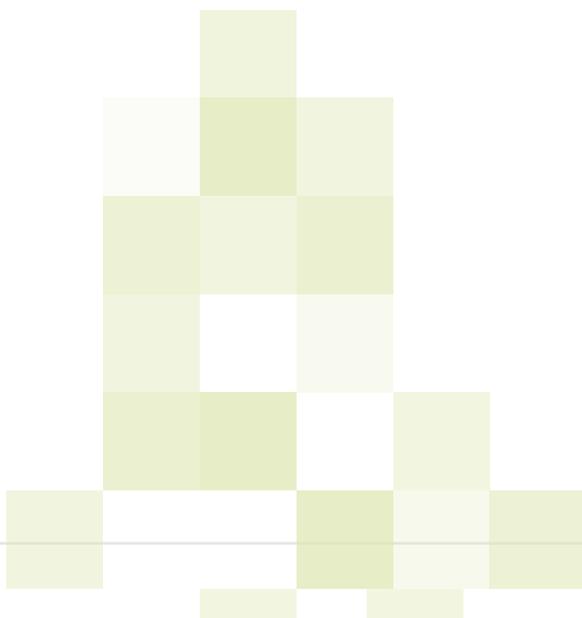


L'an dernier, Interfel a déployé une plateforme collaborative d'intelligence collective qui est le support de l'innovation dans les fruits et légumes frais. Les propositions formulées dans ce Food Hackathon alimenteront la plateforme, feront l'objet de discussions, d'analyses voire de compléments par des communautés d'internautes. Alors, pour Interfel, il était impensable de ne pas participer à ce Food Hackathon et nous souhaitons une belle édition à tous les étudiants participant et le meilleur pour ce nouveau format.



Votre mission ?

Imaginer des services associés pour enrichir et / ou faciliter la consommation de fruits et légumes frais

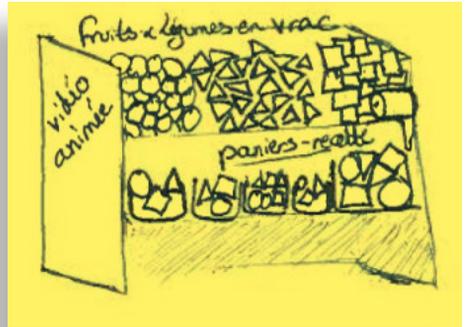


Équipe 1 : Spirit Mango

Titre de l'idée : L'Étal du jardin

Description détaillée :

Créer un étal de fruits et légumes de saison et (ou locaux) pour lier ces notions à l'acte d'achat et éduquer la population. Les fruits et légumes y sont préassemblés par recettes dans un panier pour faciliter l'acte d'achat, favoriser la cuisine. Sur la partie supérieure de l'étalage sont disposés en vrac les F&L pour que le consommateur copie et agrmente à sa guise les quantités et ingrédients des recettes proposées. Un écran propose la recette en vidéo ludique ce qui attire petits et grands. Si le local est à l'honneur lors d'évènements, les producteurs peuvent réaliser des animations.



CIBLES :

Les jeunes actifs (25-35 ans) peu initiés à la cuisine et ayant peu de temps pour cuisiner ;
Les enfants dans un but de découverte ;
Les plus de 35 ans dans le but de gagner du temps lors de leurs courses ou pour avoir une idée de recette.

SCÉNARIO D'USAGE :

Un écran attire l'œil avec son intitulé « Légumes de saison » coloré et sa courte vidéo de recettes ;

L'adulte et/ ou l'enfant se dirige vers l'étal ;
La recette donne envie de cuisiner et correspond à l'achat responsable que l'adulte désire donc le consommateur achète un panier, correspondant à la taille de son foyer ou, en vrac, la quantité nécessaire à ses besoins.

AVANTAGES :

Faciliter l'achat ;
Donner envie d'acheter au consommateur grâce à un étal attractif en GMS ;
Éduquer enfants et adultes sur les légumes de saison et/ ou locaux ;
Réintégrer l'envie de cuisiner dans les ménages ;
Associer les légumes au plaisir en utilisant des vidéos d'amusement chez l'enfant (souvent anonymes).

Inconvénients :

Coût financier malgré un retour sur investissement ;
Consomme de l'énergie ;
Utilise les écrans ;
Au départ il n'y a qu'une recette > manque de diversité.

Équipe 1 : Spirit Mango

Titre de l'idée : Ferme Pédagogique Mobile

Description détaillée :

- Potager mobile en triporteur qui fait le tour des écoles de la ville pour faire découvrir aux enfants comment poussent les fruits et légumes ;

- Retrouver une version « géante » du potager mobile (sous forme de charrette tirée par des chevaux pour attirer du monde), lors des marchés

le week-end et événements spéciaux, avec le producteur qui explique sa production ;

- Évènement optionnel : venue d'un cuisinier pour proposer des recettes simples et rapides avec les fruits et légumes du producteur (raw Food) ;

- Donner envie aux gens de (re)consommer des produits frais.



CIBLES :

Enfants : maternelle et primaire ;

Parents : via les enfants + sur le marché ;

> Multiplication des cibles.

SCÉNARIO D'USAGE :

Le triporteur se déplace le mardi dans une école, le jeudi dans une autre et le vendredi dans une troisième ;

Démonstration de plantation de fruits et légumes aux enfants puis chaque semaine leur montrer l'avancement de la croissance des produits ;

Le week-end, à plus grande échelle une charrette-potager tirée par des chevaux permet aux parents et enfants d'échanger et de s'informer auprès du producteur.

AVANTAGES :

Mobilité : multiplication des cibles et nombre de personnes/ écoles touchées ;

Apprentissage ludique et éveil de la curiosité des enfants vis-à-vis de la culture et croissance des fruits et légumes ;

Proximité et contact avec le producteur pour les parents et enfants.

INCONVÉNIENTS :

Triporteur : peu de place pour montrer beaucoup de produits (exemples restreints) ;

Demande un investissement de temps aux producteurs ;

Non lucratif : comment le financer ?

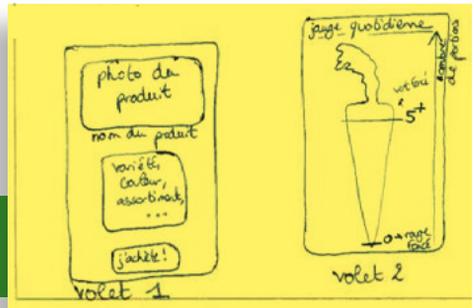
Équipe 1 : Spirit Mango

Titre de l'idée : Application F&L

Description détaillée :

Une application à deux volets : combien de portions de F&L consommons-nous chaque jour ? Une envie de manger ce fruit ou légume, mais comment ? Grâce à un système de photos, on propose lors de l'achat des conseils pour pimenter la consommation et améliorer la conservation. Lors de la préparation, on calcule le nombre de portions consommées par jour, que l'on ressort sous forme de jauges ou courbes de tendances. Chaque consommateur qui possède un compte peut publier ses recettes et enregistrer celles des autres pour s'en inspirer lors de ses prochaines courses.

Prix Innovation



CIBLES :

Trentenaire active présente dans des communautés Facebook, Strava, etc, en quête d'idées pour ses amis qui passent samedi. Elle cherche à situer sa consommation pour l'améliorer ;

Jeune émancipé qui cherche à s'établir, cuisiner ses premiers plats.

SCÉNARIO D'USAGE :

Au marché/ en GMS : l'utilisateur prend en photos ses F&L pour ressortir des conseils ;
Chez lui, il prend en photo avant préparation ses F&L ou à posteriori ce qu'il a consommé chaque jour ;

Il consulte sa consommation quotidienne/ hebdomadaire/ mensuelle pour la suivre et l'améliorer ;

Il interagit avec sa communauté en postant/ likant des recettes, suivant la consommation de ses amis ;

Touche les 25-35 ans : population moteur.

AVANTAGES :

Incite à redécouvrir le plaisir de consommer des F&L et donc favorise l'achat de nouveaux produits > ceci peut plaire aux GMS, les rendre favorables à la communication du QR

code > cercle vertueux ;

Crée un effet communautaire/ convivial
pousser à alimenter l'application et donc à manger des F&L > création d'un réflexe de consommation.

INCONVÉNIENTS :

Coût financier à l'entrée ;

Difficile à mettre en place au départ > besoin important de communication ;

Pour une utilisation optimale, il faut l'utiliser plusieurs fois par jour, ce qui peut être contraignant ;

Difficulté d'évaluer la portion.

Équipe 2 : Les Pop'Eyes

Titre de l'idée : Zone'duc

Description détaillée :

Jeu ludique de sensibilisation de la promotion des F&L.

Zone fixe (permanente). Obtention d'un score qu'on enregistre sur le site internet. Réponse donnée sous une face cachée.

4 ateliers : production, logistique, commercialisation, cuisine zéro gaspillage. Zone 15m², avec musique, dans les gares ou aéroports ou aires d'autoroutes.



CIBLES :

Enfants entre 7 et 11 ans, leurs parents de manière secondaire.

SCÉNARIO D'USAGE :

Lors de l'attente d'un train ou d'un avion, le enfants jouent accompagnés des parents. Durée du jeu : 10 minutes. Le score est noté sur le site internet. L'adresse mail est enregistrée sur le site.

A la fin, un bon pour une portion de fruits ou légumes est envoyé sur la boîte mail. Utilisable dans une GMS partenaire.

AVANTAGES :

Faisabilité, public large, défis fun et ludiques, favorise l'acte d'achat de fruits ou légumes, jeu réel et physique, installation dans des lieux fréquentés et qui va à la rencontre du public.

INCONVÉNIENTS :

Coût de création de l'installation ;

But de sensibilisation donc pas de gain d'argent avec ce concept ;

Physique peut être perçu comme pas moderne.

Équipe 2 : Les Pop'Eyes

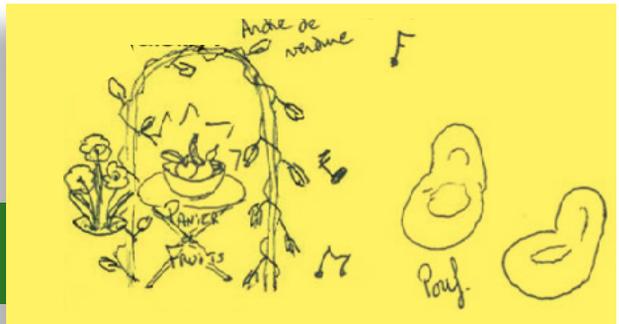
Titre de l'idée : La Pom'Pause

Description détaillée :

Un véritable espace détente et relaxation aménagé au sein des bureaux. Au milieu de poufs et de plantes, entouré d'une arche de verdure, se présente un magnifique panier de fruits colorés. Avec une musique de nature et des odeurs, on se détend en consommant sa portion de fruits.

Un service d'installation de l'espace et de livraison de paniers réguliers avec différentes gammes de prix. Les restes de fruits dépassés sont récupérés et transformés en compost pour les arboriculteurs.

Prix Faisabilité



CIBLES :

Les Comités d'Entreprise.

Implanté dans les bureaux et sièges sociaux de grands groupes (bâtiment avec des centaines de personnes pour plus d'impacts), soucieux du bien-être et de la RSE.

SCÉNARIO D'USAGE :

Au moment de la magnifique pause café, on se détend et on oublie notre stress quotidien dans ce lieu unique et vert tout en consommant un fruit.

On crée une nouvelle habitude pause café > pause fruit.

AVANTAGES :

Plus qu'un panier de fruits, un vrai espace nature et relaxation au cœur de l'immeuble et des bureaux :

Consommation des portions de fruits et légumes > amélioration de la santé et diminution des arrêts de travail ;

Déconnexion > bien-être et augmentation de la productivité ;

Habitude de consommation de fruits pendant la pause.

INCONVÉNIENTS :

Mise en place technique et entretien régulier ;

Coûts ;

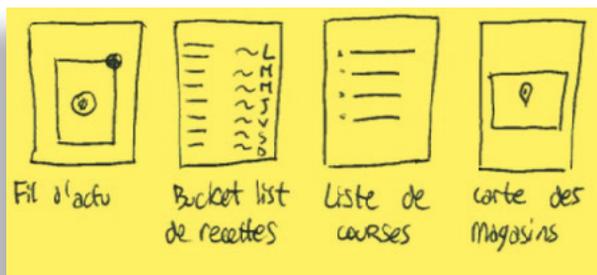
Logistique d'approvisionnement avec des partenaires.

Équipe 2 : Les Pop'Eyes

Titre de l'idée : Bucket'List

Description détaillée :

Un réseau social « Food » qui connecte les envies de recettes consultées sur les réseaux sociaux et le contenu Bucket List avec une liste de courses. Les recettes doivent contenir au moins une portion de F&L pour les plats et ½ pour les autres. On enregistre les recettes que l'on veut faire dans une liste puis on génère une liste de courses avec les bonnes quantités. On peut consulter les points de vente à proximité puis partager les recettes que l'on a réalisées.



CIBLES :

Etudiants et jeunes actifs qui utilisent les réseaux sociaux pour trouver des recettes. Ils aiment cuisiner et manger des F&L, se faire plaisir.

SCÉNARIO D'USAGE :

Ajout de recettes quand on scrolle comme sur les réseaux sociaux.

Utilisation de la liste générée quand on fait ses courses.

AVANTAGES :

Créer un lien envie-achat avec des F&L intégrés dans les recettes.

Possibilités d'extension et mise en avant de produits.

INCONVÉNIENTS :

Sauter le pas pour utiliser une nouvelle application.

On peut déjà consulter des recettes sur d'autres applis ou sur les réseaux sociaux.

Équipe 3 : Fraich'Fel

Titre de l'idée : Box 4 saisons

Description détaillée :

Une box par saison, donc 4 box durant l'année. Box éphémères qui seraient en tête de gondole des rayons F&L. Chaque box contient les F&L nécessaires à la réalisation d'une recette pour un repas de 4 personnes. L'emballage de ces aliments serait une cagette en bois issue de coproduits de l'industrie du bois. Une fiche serait fournie avec, elle contiendrait sur le recto une recette de saison avec la liste d'ingrédients, le temps de préparation et la déclaration nutritionnelle pour 100g de recette et sur le verso des images de chaque fruits et légumes de saison. De plus, il y aurait au verso un QR code à scanner afin de transférer cette fiche informative sur le téléphone. Les images seraient cliquables afin d'afficher les valeurs nutritionnelles du fruit ou légume cru, des images montrant l'évolution de la maturité, des idées de recettes associées et les bienfaits des ces aliments.



CIBLES :

Géographiques : vivant dans leur maison ou appartement, ville et campagne ; Sociodémographiques : 25/60 ans, budget important à consacrer à l'alimentation, entrant ou étant dans la vie active ; Comportement : achats en GMS/ drive, une fois par semaine, achetant des produits plus chers, aiment la nouveauté, ouverts à de nouveaux aliments ; Psychographiques : veulent intégrer une alimentation variée pour la famille ou eux-mêmes, non-sédentaires et sportifs.

SCÉNARIO D'USAGE :

Une personne en supermarché qui ne sait pas quoi cuisiner et qui veut découvrir quelque chose de nouveau. La box serait en tête de gondole comme ce n'est pas un produit permanent. Une fois chez eux, ils cuisinent le contenu de la box avec la fiche recette. Puis la fiche est disposée sur le réfrigérateur. La personne scanne le QR code pour avoir les informations qu'elle désire sur les F&L. Ces différents éléments poussent la personne à se poser des questions sur sa consommation et à acheter plus de fruits et légumes de saison.

AVANTAGES :

- Découverte de la saisonnalité ;
- Cagette réutilisable donc moins de déchets ;
- Fait gagner du temps pour le choix des ingrédients et de la recette ;
- Fait découvrir de nouvelles recettes.

INCONVÉNIENTS :

- Recettes longues à élaborer parfois ;
- Lourd à transporter et pas pratique ;
- Pas un repas entier mais un plat ou un dessert ;
- Besoin d'ustensiles spécifiques (mixeur, barbecue...)
- Cagette pas toujours réutilisée.

Équipe 3 : Fraich'Fel

Titre de l'idée : Éveil gustatif des nourrissons

Description détaillée :

Un atelier d'éveil gustatif pour les nourrissons sur le modèle des ateliers d'éveils musicaux. L'enfant y sera amené à éveiller ses sens organoleptiques par une dégustation de fruits et légumes de saison de qualité supérieure et de maturité parfaite, sélectionnés par un diététicien et présentés à l'enfant par un animateur. C'est important que l'enfant soit amené à découvrir le maximum de goûts avant ses 2 ans avant de rentrer dans la période de fermeture. Cela impactera ses affinités organoleptiques de l'âge adulte. Cette solution permettra d'éduquer les futures générations. Cela pourrait être mis en place en crèche afin de toucher le plus de monde possible. Les parents apprendraient à donner des fruits goûts et de saisons à leurs enfants. Cela éduquerait toute la famille.



CIBLES :

Crèches : Ce système intéresserait les crèches qui pourraient l'implémenter en association avec les mairies pour le financement. Cela viendra en complément de l'apprentissage à l'alimentation en autonomie, la DME.

SCÉNARIO D'USAGE :

Les enfants seront suivis tout le long par les auxiliaires de vie. Les textures seront adaptées au développement des dents chez l'enfant (6-12 mois mixés, + de 13 mois morceaux).

Les éveils seront polysensoriels avec la présentation des fruits entiers puis mixés dans des assiettes aux formes et couleurs diverses pour jouer sur la curiosité.

L'enfant pourra recevoir un carnet où le professionnel ou le parent inscrira ses préférences et gardera une trace écrite de toute l'expérience.

AVANTAGES :

Développement de l'affinité aux fruits et légumes pour toute leur vie ;

Sensibilisation sur les parents ;

Ateliers collectifs pour que les enfants s'influencent entre eux ;

Ateliers réguliers pour une progression ;

Permet de compenser la néophobie alimentaire de 2 ans (repoussent ce qu'ils ne connaissent pas) et donc de ne pas développer de déficit alimentaires/nutritionnels.

INCONVÉNIENTS :

Pas accessible à tout le monde ;

Les effets ne se verront que plus tard ;

Long.

Équipe 3 : Fraich'Fel

Titre de l'idée : Atelier Saveurs insolites

Description détaillée :

Un atelier de restaurant gastronomique pour faire découvrir aux adultes des associations de saveurs insolites. Les participants réserveraient l'activité auprès du restaurant par téléphone ou internet. Une dizaine de participants seraient répartis autour d'une table où le chef cuisinerait. Les associations proposées seraient choisies en fonction de Food pairing (car ils partagent des composés odorants). Les participants pourraient repartir avec un livret recettes pour reproduire les recettes chez eux. Durant l'atelier, le chef donnerait des informations descriptives des saveurs des fruits, légumes, et produits associés mais également des informations éducatives.



**Prix Coup de Cœur
du Jury**

CIBLES :

Géographiques : vivant dans leur maison ou appartement en ville ; Sociodémographiques : 25/60 ans, budget important pour les loisirs, dans la vie active ou provenant d'un milieu aisé ;

Comportement : achats en magasin spécialisé (Bio, épicerie fine...) ou chez un producteur > favorisant les circuits courts, achetant des services et produits chers, aimant les nouvelles expériences ;

Psychographiques : consommant des produits de qualité, avoir une alimentation saine mais originale.

SCÉNARIO D'USAGE :

Le chef sélectionnerait les produits avec des producteurs locaux et regarderait les Food pairing afin de trouver des associations adéquates (framboise/ emmental, asperge/ miel de Sarrazin). Une fois la dégustation effectuée les participants pourraient reproduire les recettes pour des convives et ainsi acheter des fruits et légumes frais.

AVANTAGES :

Nouvelle vision des fruits et légumes (aspects luxueux) ;

Education/ sensibilisation au choix des fruits et légumes et à la saisonnalité ;

Possibilité de développer plusieurs interprofessions à travers ces ateliers.

INCONVÉNIENTS :

Difficulté à reproduire la recette ;

Pas accessible à tout le monde car cher ;

Bloque un créneau au chef pour peu de personnes.

TERRES UNIVIA

Les légumineuses en avant au Food Hackathon !



Impossible pour Terres Univia de passer à côté de ce challenge. L'occasion était trop belle pour faire émerger de nouvelles idées pour valoriser les légumineuses. Longtemps délaissées par les consommateurs, elles reviennent sur le devant de la scène et sont les candidates idéales pour bousculer les codes tout en étant au cœur d'une alimentation saine et durable.

L'interprofession des huiles et protéines végétales, engagée dans l'essor des légumineuses, est fière de rejoindre ce concours. Participer au Food Hackathon, c'est s'investir à 100% dans la dynamique créatrice autour des légumineuses pour révéler les innovations de demain.

L'objectif de la filière ? Remettre les légumineuses au goût du jour ! Car le pois, la féverole, le lupin, les lentilles ou les pois chiches sont des «pépites» pleines de potentiel pour répondre aux grands enjeux de l'alimentation de demain ! Il faut diversifier son alimentation ? Consommer davantage de fibres ? Penser durabilité ? Les légumineuses sont là ! Elles sont un formidable tremplin vers des produits gourmands, aux multiples facettes de goûts et de couleurs, tout en apportant des solutions aux nouvelles recommandations alimentaires.



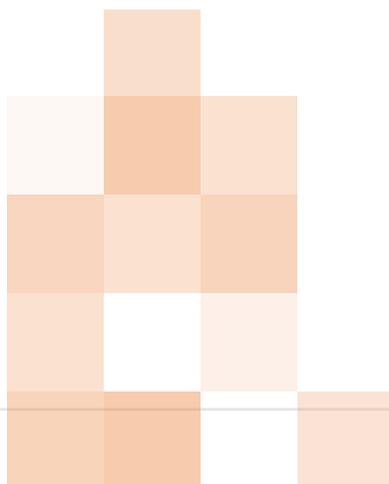
Alors, comment donner une vraie impulsion à ces graines pleines de promesses ? Terres Univia s'investit pour que tout soit imaginable ! Partez à la découverte des légumineuses pour révéler leurs richesses, redonner du plaisir à les consommer et inventer de nouvelles formes et de nouveaux usages. Être tournée vers l'avenir et l'innovation, c'est cet engagement qui motive la filière à participer au Food Hackathon. Avec cet objectif : détecter les idées les plus innovantes pour inventer des produits pratiques, bons, sains, durables et made in France !



Votre mission ?

En France, comme dans la plupart des pays développés, les légumineuses ont longtemps été consommées puis progressivement délaissées par les consommateurs, notamment pour des raisons d'image et de praticité. Comment renverser cette tendance et donner une nouvelle impulsion à ces graines ?

Remettez les légumineuses au goût du jour en révélant leurs atouts au travers de nouvelles idées produits, nouveaux usages et nouveaux modes et moments de consommation voire de distribution pour les intégrer pleinement dans nos menus du quotidien !



Équipe 10 : Le curieux binôme

Titre de l'idée : Bulles noires de Champagne

Description détaillée :

Lentillons de Champagne présentés comme un caviar, agrémentés d'une émulsion huile de pépins de raisin et marc de Champagne. Assaisonnement fleur de sel. Un mets délicat qui se présente ferme et fondant en bouche, finement relevé au marc. Apéritif riche en protéines et en fibres, faible indice glycémique.

Lentillons cuits à l'eau « al dente », refroidis puis mélangés à l'émulsion. Conserve appertisée de forme plate, environ 100g.

Design chic et épuré. Longue conservation à température ambiante.

CIBLES :

- Jeunes actifs, type « cadres dynamiques ».
- Clientèle habituée des bars à vin, bars à tapas.
- Public tous régimes, convient aux végétariens.
- Végétaliens mais pas uniquement.
- Clients d'épicerie fine.

SCÉNARIO D'USAGE :

A l'occasion d'un apéritif au bar ou entre amis.
A déposer sur un toast.

Exemple : les lentillons sont commandés par le végétarien d'un groupe d'amis. L'ensemble de la tablée se laisse tenter par curiosité et est séduit et recommande.



AVANTAGES :

Prêt à la dégustation, produit d'exception qui redore l'image des légumineuses, mise en avant du terroir pour un produit 100% français et quasiment exclusivement champenois, conservation longue à température ambiante, clientèle ciblée mais réactive aux nouveautés.

INCONVÉNIENTS :

Manque de connaissances des matières premières hors de la Champagne.

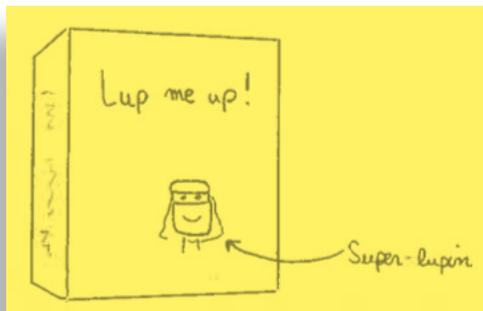
Attente d'un produit exceptionnel : la texture et le goût doivent être parfaitement maîtrisés.

Équipe 10 : Le curieux binôme

Titre de l'idée : Lup' me up !

Description détaillée :

Coussin soufflé à la farine de lupin et de blé, fourré au chocolat et aux fruits. Coque croustillante, cœur fondant, produit de plaisir et d'équilibre entre les céréales et les légumineuses. Apport protéique complet dès le petit-déjeuner, riche en fibres, indice glycémique faible, bon Nutriscore, sans colorant. Fabriqué par co-extrusion. Emballage carton en adéquation avec les codes du rayon. Packaging pour les enfants qui met en avant, informe et éduque sur les légumineuses. DLC similaire aux autres produits céréaliers.



CIBLES :

Enfants ou adolescents dont les parents souhaitent offrir un petit-déjeuner plus sain, équilibré, riche en protéines et de faible indice glycémique.

SCÉNARIO D'USAGE :

Consommation quotidienne au petit-déjeuner avec un produit laitier et un fruit.

AVANTAGES :

Produit de grande consommation connu et apprécié ;

Profil nutritionnel très intéressant surtout pour le petit-déjeuner ;

Cette offre de petit-déjeuner à base de légumineuses n'existe pas du tout pour l'instant ;

Support intéressant pour informer et éduquer les futures générations (paquet relu tous les matins) ;

Nutriscore intéressant.

INCONVÉNIENTS :

Bouleverser les habitudes du petit-déjeuner et les goûts ;

Trouver une place parmi les produits existants ;

Allergie au lupin > utiliser une autre légumineuse ;

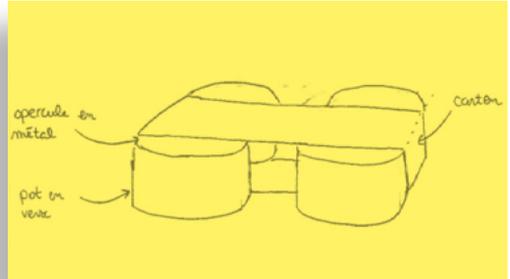
Peut nécessiter des additifs pour obtenir la coque extrudée.

Équipe 10 : Le curieux binôme

Titre de l'idée : La lentillère

Description détaillée :

Dessert laitier aux lentilles à la façon « riz au lait ». Association colorée de 4 lentilles (corail, beluga, verte et blonde) dans une préparation laitière vanillée. Dessert frais et onctueux. Apport protéique diversifié, source de fibres. Conditionnement : 4 x 125g, pots en verre transparents + étiquette informative. Vendu au rayon frais en GMS, magasins spécialisés, conservation au frigo.



CIBLES :

Famille avec enfants curieux. Jeunes actifs avertis et curieux.

SCÉNARIO D'USAGE :

Achat par curiosité en le voyant dans le rayon. Consommé au quotidien, au même titre qu'un dessert lacté.

AVANTAGES :

Produit reconnu des français et apprécié, aspect gourmand et attirant, légumineuse incorporée entière à une préparation prête à être consommée, produit inédit, mise en avant de la diversité des variétés de lentilles dans un nouveau rayon, l'aspect coloré est ludique, déclinaison végétalienne possible, recette reproductible à la maison > achat de lentilles.

INCONVÉNIENTS :

Cuissons différentes pour chaque lentille > trouver le bon procédé (départs de cuisson différents, plusieurs batchs...).

Eviter une coloration terne apportée par certaines lentilles > ajuster les proportions.

Équipe 11 : eTUDI0C

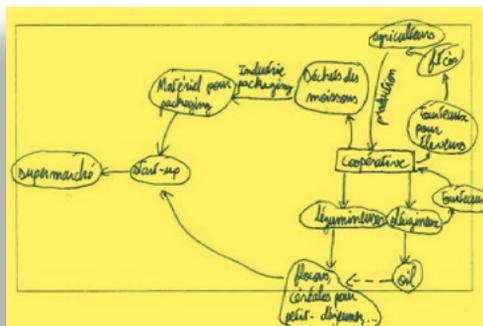
Titre de l'idée : Economie circulaire : promouvoir la consommation de légumineuse locale

Description détaillée :

Production de produits à base de légumineuses issues d'un processus d'économie circulaire, établi et organisé entre des acheteurs, par une start-up ;

Les produits sont cuits avec de l'huile végétale ;
Bon profil nutritionnel ;

Les déchets restants de la moisson des légumineuses et des oléagineuses (tiges et feuilles) seront collectés pour faire un packaging biodégradable.



**Prix Coup de Cœur
du Jury pour
l'approche filière**

CIBLES :

B2B : les acteurs concernés (coopérative, agriculteur/ éleveur, industrie alimentaire, industrie packaging) et supermarché.

SCÉNARIO D'USAGE :

Création d'une filière légumineuse à échelle régionale pour fournir la population.

AVANTAGES :

- Produits locaux ;
- Créer une multitude d'emplois ;
- Revalorisation des déchets générés ;
- Les produits à base de légumineuses ont un bon profil nutritionnel ;
- Dépend de plusieurs fournisseurs ;
- Pas de perte d'argent par une mauvaise efficacité.

INCONVÉNIENTS :

- Difficile à mettre en place ;
- Le réseau.

Équipe 11 : eTudiOC

Titre de l'idée : Burger de légumineuse

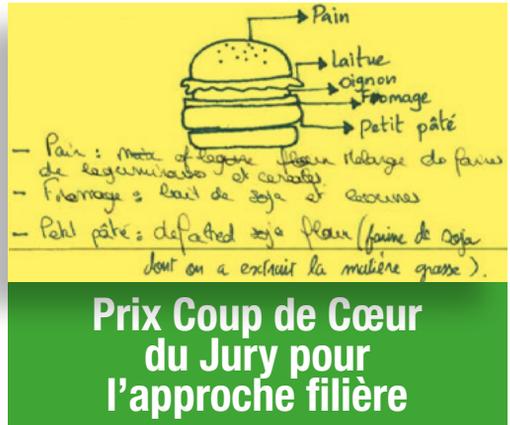
Description détaillée :

Burger végétal avec un steak de légumineuses et du fromage fait à partir de soja ;

Le goût ne sera pas développé pour ressembler à la viande mais pour être bon. Le texture sera plus travaillée pour ressembler à celle de la viande (pas mou, caoutchouteux) ;

Bon profil nutritionnel (peu gras, riche en protéines et fibres) ;

Fabrication à partir de produits locaux et stockage potentiellement issu de la même technique que notre 1ère idée.



CIBLES :

- Petits restaurants de restauration engagée ;
- Plus grosse chaîne de Fast-food (McDonald's) ;
- Végétariens, vegan, personnes concernées par leur alimentation ;
- Entreprise « C'est qui le patron ».

SCÉNARIO D'USAGE :

Lors d'un repas rapide ou non.

AVANTAGES :

- Meilleur profil nutritionnel ;
- Meilleur impact environnemental ;
- Texture fondante et consistante ;
- Nouvelles saveurs ;
- Promouvoir la consommation de légumineuse ;
- Possède un marché plus large ;
- Permet aux agriculteurs d'avoir une demande régulière.

INCONVÉNIENTS :

Ne peut pas remplacer les apports nutritionnels de la viande.

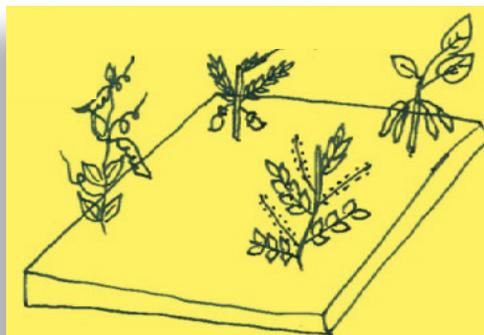
Équipe 11 : eTUDI0C

Titre de l'idée : Potager pédagogique

Description détaillée :

Potager pédagogique établi dans les écoles primaires pour sensibiliser et donner une meilleure image aux légumineuses ;

Apprentissage par expérience de l'existence des légumineuses qui pourrait mener à des cours de cuisine (nouvelles recettes).



**Prix Coup de Cœur
du Jury pour
l'approche filière**

CIBLES :

Professeurs ;

Jeunes enfants ;

Parents concernés par la nutrition de leur famille

SCÉNARIO D'USAGE :

Apprentissage des fruits, légumes et légumineuses ;

Lors de cours de cuisine ou d'apprentissage de recettes.

AVANTAGES :

Montrer la diversité de légumes/ légumineuses aux enfants ;

Apprendre différentes manières de cuisiner des légumineuses ;

Donne une bonne image aux légumineuses.

INCONVÉNIENTS :

Difficile de faire passer des légumineuses ;

Prend du temps à pousser, prend de l'espace et produit peu de graines ;

Difficile d'extraire/ récupérer les graines.

Équipe 12 : Olémain

Titre de l'idée : Légum'Action

Description détaillée :

Éduquer/ informer les plus jeunes (enfants) pour apprendre tout en s'amusant ;

Les légumineuses/ produits à base de légumineuses / céréales ;

Meilleure qualité nutritionnelle ;

Présentation des légumineuses et activités/ jeux ;

Via un intervenant extérieur spécialisé ;

Sensibilisation.



CIBLES :

Enfants (maternelle jusqu'au collège).

SCÉNARIO D'USAGE :

Sensibilisation 1 fois par cycle (occasionnellement) par l'intermédiaire d'activités/ jeux : faire goûter, memory, toucher, odeur, couleur...

AVANTAGES :

Ludique ;

Être sensibilisé et améliorer ses repas dans les années à venir ;

Découvrir de nouvelles choses (« plantes originales ») ;

Plus apte à garder en mémoire les informations ;

Diffuser la connaissance aux parents.

INCONVÉNIENTS :

Devoir s'adapter à chaque tranche d'âge ;

Nécessité d'un professionnel (extérieur à l'établissement) > coût ;

Rassembler.

Équipe 12 : Olémain

Titre de l'idée : Culin'Aide

Description détaillée :

Des bases de préparation « prêtes à l'emploi » (hydratation) ;

Farine + légumineuses ;

Index glycémique faible, valeur nutritionnelle élevée, apport en fibres et protéines ;

Mélanges de poudres ;

En sachet papier éco-responsable ;

A l'abri de la lumière, température ambiante, au sec.



CIBLES :

Public : jeunes adultes et adultes ;

Personnes qui font attention à ce qu'elles mangent.

SCÉNARIO D'USAGE :

Diversité de repas (alternative) ;

Facilité d'utilisation ;

Pratique ;

Achat en grande surface ;

Utile quand on manque de temps.

AVANTAGES :

Facilité et rapidité d'utilisation ;

Peu coûteux ;

Qualité nutritionnelle améliorée ;

Vegan ;

Diversité de repas (alternative).

INCONVÉNIENTS :

Insectes (mythes alimentaires) ;

Limites de pourcentage d'introduction des légumineuses ;

Rareté des fabricants de légumineuses actuellement.

Difficile d'extraire/ récupérer les graines.

Équipe 12 : Olémain

Titre de l'idée : Ca s'appelle « reviens ! »

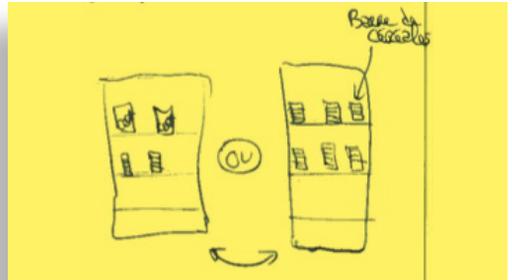
Description détaillée :

Proposer des snacks plus sains dans les distributeurs automatiques ;

Produits plus sains (moins sucrés/ moins gras) ;

Etre en relation avec des distributeurs locaux indépendants ;

Distributeur automatique : au frais.



CIBLES :

Universités, salles de sport, gares, aires d'autoroutes, aéroports, bureaux... ;

Réfléchir aux endroit + réfléchir aux distributeurs.

SCÉNARIO D'USAGE :

Pour les p'tits creux.

AVANTAGES :

Rapide/ pratique ;

Sain ;

Responsable/ local ;

Peu de personnel (automatique) ;

Diversité des moyens de paiement ;

Disponible 24H/24.

INCONVÉNIENTS :

Rareté des fabricants ;

Difficulté de se positionner sur le marché (lobby).



Contact

Pour tout renseignement

Comité d'organisation **ECOTROPHELIA**

Site Chabran
1 avenue Saint-Jean
84000 Avignon
France

fr.ecotrophelia.org
E-mail : contact@ecotrophelia.fr

