



Communiqué de presse – Avril 2020

Dossier thématique : assaisonnements et condiments



Gourmet Selection est LE salon de référence des produits d'épicerie fine et de leurs distributeurs.

En 10 ans d'existence, ses équipes expertes ont pu observer les mutations des différents marchés sectoriels, le changement des habitudes de consommation, mais aussi les innovations produits qui ont marqué les tendances.

Les assaisonnements et condiments, cœur historique des produits d'épicerie fine, font partie de ces marchés dynamiques, impactés par les évolutions comportementales et les nouveautés produits.

En 2019, le **chiffre d'affaire** des assaisonnements et condiments (incluant les vinaigrettes) s'élève à **2,21 milliards d'euros** (+1,5 %). Les ventes en volume quant à elles, culminent à **1,09 milliards d'unités** (- 0,3 %).

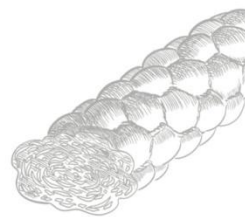
Les français et les condiments : entre simplicité et qualité



Sans surprise du fait des préoccupations environnementales et sanitaires des consommateurs, **le segment BIO progresse** et va même jusqu'à peser un quart du chiffre d'affaires des huiles d'olive. Les épices, herbes et mélanges connaissent une évolution similaire.

En 2018, les Français arrivaient en **3ème place des plus gros consommateurs d'épices d'Europe** derrière les Allemands et les Belges. En seulement 10 ans, la consommation d'épices en France a augmenté de 30 %, une aubaine pour ce secteur de niche ! Les épices les plus appréciés des Français sont le poivre, suivi par le gingembre et la cannelle, très utilisée dans les desserts. La plus grande partie de la production est originaire d'Inde (76 %) avec des épices comme le curcuma ou encore le cumin, suivie par l'Indonésie réputée pour le clou de girofle ou la vanille.


Les productions 100 % françaises séduisent les consommateurs mais cohabitent avec d'autres origines prestigieuses : sel de Guérande ou de Camargue vs sel rose d'Himalaya ; Piment d'Espelette vs Paprika doux de Szeged ou Pimenton de la Vera ; vinaigre de cidre de Normandie ou de vin de Bourgogne vs vinaigre Balsamique de Modène, etc.

La simplicité d'usage et l'ajout d'accessoires intégrés sont de véritables arguments d'achat : stop-goutte pour faciliter le dosage, petite cuillère en bois pour affiner les doses. Ces détails additionnés changent la donne et créent la préférence.

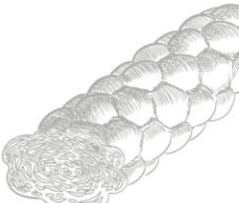





Enfin, force est de constater un véritable engouement des consommateurs pour les produits d'épicerie italienne qui sont en croissance de 8 % % Plus éduqués aux goûts italiens, les français souhaitent tendre vers l'authentique et retrouver les saveurs qu'ils ont découvertes lors de leurs voyages. La cuisine italienne quant à elle, est montée en gamme et s'est modernisée : elle se veut plus raffinée mais toujours en restant dans la simplicité avec la valorisation des produits bruts. Grâce aux démarches d'obtentions de labels et de certifications, les produits italiens répondent aux exigences des consommateurs : qualité gustative, engagements éthiques et responsables. La valorisation de produits premiums qui font rêver les français créent de la valeur sur le marché : produits truffés comme la tartufata ou encore pestos d'olives vertes et pistaches. La consommation apéritive, très prisée par les français représente un puissant levier de croissance.




Les tendances produits : premium, original, pratique




Les huiles représentent 968,4 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 (+1,2 %). L'huile d'olive est extrêmement valorisée et représente 26 % du volume des huiles en volume pour 53 % en valeur, ce qui démontre un bon exemple de démocratisation de produit. Sur ce segment, les critères comptant le plus lors de l'acte d'achat sont la qualité, la traçabilité et le juste prix. Les huiles plus "originales" qu'elles soient gourmets (huile à la truffe, noisettes grillées), exotiques (piment, cacahuète, sésame, coco) ou encore bienfaitantes (camelina, lin, chanvre) sont un segment porteur. Les consommateurs, ouverts à la découverte de nouvelles saveurs, aux petits plaisirs gourmands, ou encore préoccupés par les problématiques nutritionnelles sont friands de ces innovations produits. Les producteurs doivent toutefois garder en tête l'accessibilité de ces références à travers de plus petits contenants que les huiles traditionnelles.





Les épices, herbes et mélanges sont le deuxième segment en valeur avec 284,7 millions d'euros de chiffre d'affaires (+3,2 %). Ce sont les mélanges qui affichent la plus forte progression en volume, reflet des attentes des consommateurs, à la recherche de solutions simples et savoureuses : currys, herbes de Provence, mélanges mexicains, etc. De même que pour les huiles, les consommateurs comptent sur des critères de bon rapport qualité-prix mais aussi sur les origines, rassurantes ou signes d'excellence (poivre de Kampot, vanille de Madagascar, etc).




Le chiffre d'affaires des vinaigres s'élève quant à lui à 160,2 millions d'euros (+4,3 %). Cette croissance est portée par les balsamiques qui représentent à eux seuls 55,5 millions d'euros (+4%) et les cidres (16,3 millions d'euros et +6,6). Les innovations produits comme les références à la pulpe de framboise, à la cerise ou à la mangue, rencontrent un joli succès sur les étals et dans les placards des français car ils permettent de rehausser des recettes salées, mais font aussi sensation dans des pâtisseries et autres desserts.







Les cornichons représentent un chiffre d'affaires de 147,6 millions d'euros et connaissent la plus forte croissance en valeur à savoir +4,5 %. Cette augmentation doit toutefois être relativisée car elle correspond surtout à un retour dans le commerce après une rupture des importations indiennes qui représentent 80 % des cornichons consommés. Toutefois, force est de constater un effort des producteurs pour démocratiser leurs produits. De plus, les cornichons, comme les pickles en général, conquièrent l'apéritif : compagnons idéals des planches de charcuteries, ils sont aussi particulièrement appréciés dans le cadre d'un régime végétarien. L'apéritif a été présent dans 7 % des repas en France en 2018, 1 français sur 3 prend l'apéritif chaque semaine ce qui représente 39 millions d'occasions par semaine et 2 milliards par an. De belles perspectives de croissance !



Enfin, la consommation de moutarde et de picalilli décroît de -2,4 % en valeur pour atteindre les 111,8 millions d'euros. Cette diminution s'explique par la baisse de consommation de produits carnés, les moutardes étant traditionnellement dégustées en accompagnement de viandes et terrines. Toutefois, si cette diminution s'applique à la moutarde traditionnelle, force est de constater que les références plus innovantes, voire gourmets, attirent de nouveaux consommateurs : moutardes douces ou d'origine, moutardes au sauvignon, au miel, à la truffe, au cognac ou au pinot noir, etc. Enfin, les chutneys, particulièrement prisés dans la cuisine indienne, sont une bonne alternative pour accompagner des plats épicés végétariens ou vegans, mais aussi des planches de fromages à l'heure de l'apéritif.

Zoom sur les tendances produits à retrouver sur le salon Gourmet Selection

MAX DAUMIN



Max a toujours apprécié la nature, les plantes et leur usage en matière de gastronomie. Ayant hérité de la passion des épices de sa mère, née à Madagascar, Max décide de reproduire l'usage qu'elle en faisait : toujours utiliser une épice fraîchement moulue pour une explosion de saveurs. Malheureusement tous les délicieux arômes des épices s'éventent et se dégradent rapidement une fois moulues. Comment capturer et préserver ces parfums magiques ? Après des nombreuses tentatives, Max imagine un format d'épices en dosettes, permettant ainsi de préserver leurs délicieux parfums de la lumière, de l'air et de l'humidité. Ces dosettes contiennent la juste dose pour l'emploi de chaque épice afin d'en faciliter l'usage. Passionné, Max Daumin parcourt le monde, passe du temps avec les producteurs, sélectionne les terroirs, les variétés, les plants, les épices afin de proposer les meilleurs crus : cannelle de Ceylan, Paprika de Hongrie, Poivre de Kampot Bio et IGP, Coriandre d'Inde, ou encore des mélanges pour vin chaud, grill et plancha, currys, et bien d'autres...



HUILERIE CROIX VERTE – Elu Best of 2019 Gourmet Selection

La création de l'Huilerie Croix Verte remonte à la fin du XIX^{ème} siècle, lorsque M. Morillon et M. Bechet fondèrent un petit moulin artisanal tracté par un cheval pour produire de l'huile de noix dans la petite ville de Saumur. À l'époque, la Loire était bordée de moulins artisanaux qui toastaient et extrayaient l'huile des fruits et graines récoltés par les paysans locaux. L'Huilerie Croix Verte est l'une des rares maisons à perpétuer cette tradition. Au cours du siècle et demi qui suivit, l'entreprise perfectionna ses processus de production et se dota de technologies toujours respectueuses de son savoir-faire historique. Entreprise familiale, l'Huilerie Croix Verte est aujourd'hui détenue par la famille Kohlmeyer qui, animée par une passion pour les huiles de qualité, a été le principal moteur de son formidable développement. L'huilerie commercialise aujourd'hui des huiles du quotidien (olive, noix, tournesol colza et lin, pépins de raisin), des huiles de fruits secs (pistaches, amandes, noisettes), des huiles aromatiques (basilic, ail, pimentée, pour wok thaï), ou encore des spécialités originales qui font sa renommée (huile de pépins de raisin à la truffe blanche, avocat, pépins de courge, chanvre, lin, etc).



MAISON BOUTARIN

Créée en 2017, la maison Boutarin est une histoire de passion familiale. Fanny et Stéphane, mariés, habitent dans la Drôme sur leur exploitation agricole et sont habités par la même envie : valoriser l'ail et faire découvrir ses multiples saveurs. Car bien que connu, l'ail réserve bien des surprises ! Leur objectif est de dépoussiérer la filière pour faire changer le regard de l'ail en France. Ils inventent ainsi des recettes et testent, dans l'incubateur de l'ISARA de Lyon notamment, divers temps de séchage et soins apportés à l'ail pour en extraire ses saveurs les plus douces. Ils sont aujourd'hui fiers de présenter leurs productions : ail blanc IGP de la Drôme, ail violet, mais aussi fleur d'ail éléphant et le fameux ail noir. Créé au Japon, l'ail noir est particulièrement prisé des restaurateurs et des chefs pour ses qualités gustatives et ses vertus. Les gastronomes du monde entier redécouvrent ainsi les saveurs encore inconnues de l'ail, ce condiment exceptionnel.



GIUSEPPE GIUSTI

Spécialisée dans la production de Vinaigre Balsamique de Modène, Giuseppe Giusti est une entreprise historique, gérée par la famille Giusti avec passion et énergie depuis 1605. La 17ème génération poursuit le projet initié par ses ancêtres, alliant respect de la tradition et modernité. L'obtention d'un grand vinaigre balsamique dépend de la compétence, de l'expérience et du goût de son fabricant : le "maestro acetiere". Non seulement une sélection rigoureuse des raisins est indispensable, mais la qualité du produit repose également sur le système de cuisson et la grande complexité du processus de vieillissement. Le vieillissement en fût est certainement la partie la plus cruciale. Plus le fût est vieux, meilleur sera le vinaigre balsamique, car les fûts libèrent une intensité croissante d'essences de bois et la complexité des arômes des vinaigres qui ont vieilli au fil des ans. C'est pourquoi le cœur de la production Giuseppe Giusti est un « acetaia » de 600 fûts datant des XVIIIème et XIXème siècles. Au delà des produits traditionnels tels que la collection historique, le traditionnel Vinaigre balsamique de Modène, la "Réserve" et la "Réserve familiale" en quantités limitées, la maison innove. En plus d'une gamme BIO, Giuseppe Giusti propose notamment des vinaigres blancs, de vin ou de pommes, du vinaigre balsamique à la truffe, figue et framboise, des glaçages, des perles de balsamique, du sel ou encore des chocolats contenant le précieux vinaigre.



REINE DE DIJON

Créée en 1840, la Moutarde Reine de Dijon bénéficie aujourd'hui d'un rayonnement international et compte parmi les fleurons de la gastronomie française. Reine de Dijon garantit le respect des recettes et processus traditionnels afin d'offrir à ses clients des moutardes authentiques. Consciente des attentes, la maison propose aujourd'hui des références certifiées BIO, ainsi que des moutardes de Bourgogne IGP. En tant que moutardier attaché à ses traditions et ses valeurs, Reine de Dijon soutient et favorise l'agriculture locale. Forts de cette collaboration avec ses partenaires régionaux, la société a développé avec succès une gamme de recettes utilisant exclusivement des graines de moutarde semées, récoltées et stockées en Bourgogne. Au sein de cette gamme se retrouvent des références plus originales les unes que les autres : moutarde au piment d'Espelette, au Mojito, aux cèpes et ail, au miel et thym de Provence, au curry et noix de coco ou encore à la truffe blanche d'été.





INFORMATIONS PRATIQUES

Gourmet Selection

Paris Expo Porte de Versailles

Pavillon 2.2

Dimanche 13 & lundi 14 septembre 2020

Horaires

9 h 30 – 18 h 30

www.salon-gourmet-selection.com



À propos de Gourmet Selection by SIAL

Organisé par Comexposium Group, Gourmet Selection est un des membres de SIAL Network, le plus important réseau mondial de salons dédiés à l'alimentation et aux boissons. Ces neuf rendez-vous réguliers (SIAL Paris, SIAL Canada à Montréal et Toronto, SIAL Chine, SIAL Middle East, SIAL Interfood à Jakarta, SIAL India à New Delhi, Gourmet Selection by SIAL et Djazagro à Alger) rassemblent 16 700 exposants et 700 000 professionnels originaires de 200 pays.

À propos de Comexposium

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant 135 événements B2B et B2B2C dans le monde entier couvrant de nombreux secteurs d'activité comme l'agriculture, la construction, la mode, le retail, la santé, les loisirs, l'immobilier, l'agroalimentaire, la sécurité, l'éducation, le tourisme et les comités d'entreprise. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3,5 millions de visiteurs et 48 000 exposants. Avec un siège basé en France, Comexposium dispose d'un réseau commercial et de collaborateurs présents dans 22 pays.

Comexposium se positionne comme un créateur d'échanges et de rencontres entre les individus et le business.

www.comexposium.fr

Contacts presse OPEN2EUROPE

Anne Macquet : +33 (0)1 55 02 15 04

Emilie Leprévost : +33 (0)1 55 02 27 85

food@open2europe.com

