

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements	ii
Résumé	iii
1 Introduction	1
2 Evolution au fil des années.....	2
2.1 Evolution démographique	2
2.2 Les générations.....	3
3 Les motifs externes	6
3.1 Changements liés à la santé, l'obésité ou d'autres maladies	6
3.2 Les religions.....	8
4 L'impact environnemental	10
4.1 Le réchauffement climatique.....	10
4.2 Les comportements liés à l'environnement.....	10
4.3 L'alimentation durable.....	11
5 Les tendances actuelles.....	13
5.1 Le locavorisme.....	13
5.2 Le crudivorisme	14
5.3 Le bio	14
5.4 Le flexitarisme	16
5.5 Le végétarisme	16
5.6 Le végétalisme.....	17
5.7 Le véganisme	18
6 Les nouvelles modes	20
6.1 Lait végétal.....	20
6.2 Sans gluten.....	21
6.3 Régime Paléo.....	23
6.4 Low Carb et Low Fat.....	24
7 Fast Food versus Slow Food	26
7.1 Fast Food.....	26
7.2 Slow Food.....	27
8 Les nouveaux modes de restauration	28
8.1 La livraison	28
8.2 Les Food Trucks.....	28
9 Les nouvelles habitudes alimentaires	30
9.1 L'individualisation des choix alimentaires	30
9.2 La rapidité des repas	30
9.3 Se mettre à cuisiner	31
9.4 L'alimentation comme marqueur social.....	31
9.5 L'importance du numérique	31
9.6 La e-nutrition.....	32
10 Analyse des interviews.....	33

10.1	Résumé d'un entretien avec une professionnelle de la nutrition	33
10.2	Points clés pour ceux qui adoptent un nouveau régime alimentaire	35
11	Conséquences de l'évolution alimentaire sur la santé	37
12	Les prévisions d'une alimentation du futur	39
12.1	Les imprimantes 3D	39
12.2	Les compléments alimentaires et protéinés	40
12.3	Les repas en poudre	41
12.4	Les aliments génétiquement modifiés	42
12.5	La viande de synthèse	42
12.6	La viande végétale	43
12.7	Les insectes	45
13	L'analyse du macro environnement du marché alimentaire en Suisse	47
13.1	Analyse PESTEL du marché alimentaire	47
13.1.1	Les influences politiques	47
13.1.2	Les influences économiques	47
13.1.3	Les influences sociologiques	48
13.1.4	Les influences technologiques	49
13.1.5	Les influences écologiques	49
13.1.6	Les influences légales	50
13.2	Tableau de notation des opportunités et menaces	50
13.3	Les variables pivots	52
13.4	Les scénarios	52
13.4.1	Pénurie de denrées alimentaires	52
13.4.2	Nourriture intégralement artificielle	53
13.4.3	Pensées écologiques adoptées par toute la population	53
13.4.4	La nourriture comme médecine	53
14	L'analyse de l'industrie de la restauration à Genève	54
14.1	Le modèle des 5(+1) forces de la concurrence du marché de la restauration	54
14.1.1	Le pouvoir de négociation des clients	54
14.1.2	Le pouvoir de négociation des fournisseurs	54
14.1.3	La menace d'entrants potentiels	55
14.1.4	La menace des substituts	55
14.1.5	Le rôle des pouvoirs publics	55
14.1.6	L'intensité concurrentielle	56
14.2	L'hexagone sectoriel de la restauration à Genève	56
15	Les nouveaux concepts qui ouvrent à Genève	58
15.1	Alive	58
15.2	Granola	58
15.3	Green Gorilla	59
15.4	Ou Bien Encore !	59
15.5	Takinoa	60
15.6	Entretiens avec deux employées	60
15.6.1	Serveuse chez Ou Bien Encore !	60
15.6.2	Responsable chez Granola	62
16	Les ressources et compétences	63
16.1	Matrice SWOT des nouveaux concepts à Genève	63
16.1.1	Les forces	64
16.1.2	Les faiblesses	65

16.1.3	Les opportunités	66
16.1.4	Les menaces.....	67
16.2	Facteurs clés de succès.....	68
16.2.1	Responsable face à l'environnement	68
16.2.2	Compréhension des attentes des nouvelles tendances.....	68
16.2.3	Concept assumé.....	68
16.2.4	Ciblé pour les jeunes.....	69
16.3	Recommandations	69
16.3.1	Promouvoir le rapport qualité-prix	69
16.3.2	Étendre les horaires d'ouverture	70
16.3.3	Veiller à ne pas restreindre l'offre	70
16.3.4	Segmenter le marché.....	70
16.4	Les limites de l'analyse.....	71
17	Les nouvelles tendances et l'impact sur la restauration.....	72
18	Comment se positionner à l'avenir ?.....	74
19	Conclusion	76
20	Bibliographie.....	78
20.1	Sources.....	78
20.1.1	Sites internet.....	78
20.1.2	Graphiques.....	83
20.1.3	Livres	84
20.1.4	Vidéos	85
21	Annexes.....	86
21.1	Interview avec Sophie Bucher Della Torre, professeure HEdS	86
21.2	Interview avec Nadège Delépine, végétarienne	94
21.3	Interview avec Audrey Girard, végane	99
21.4	Interview avec une employée de chez Ou Bien Encore !	103
21.5	Interview avec la responsable de chez Granola	108

Liste des figures

Figure 1 : Parts des consommateurs aux USA intéressés par des régimes flexitariens, végétariens ou végétaliens en 2018, par génération	4
Figure 2 : Pyramide alimentaire.....	6
Figure 3 : Différents types d'alimentation et leur impact sur l'environnement	12
Figure 4 : Consommation de produits bio en Suisse	15
Figure 5 : Superficie estimée des terres agricoles si la population mondiale de mangeurs de viande suit un régime végétalien en 2018	18
Figure 6 : Valeur marchande des substituts du lait dans le monde en 2019, par catégorie (en milliards de dollars américains)	20
Figure 7 : Valeur du marché mondial des aliments sans gluten de 2019 à 2025 (en milliards de dollars américains)	22
Figure 8 : Taux de croissance annuel du marché mondial des aliments sans gluten de 2018 à 2022, par catégorie de produit	23
Figure 9 : Valeur du marché des protéines dans le monde en 2018 et 2024 (en milliards de dollars américains)	41
Figure 10 : Valeur marchande prévue de la viande d'origine végétale dans le monde de 2018 à 2026 (en milliards de dollars américains)	44
Figure 11 : Revenu net mondial de la Beyond Meat entre 2016 et 2019 (en millions de dollars américains).....	45
Figure 12 : Valeur marchande estimée des insectes comestibles aux États-Unis de 2015 à 2023, par catégorie d'aliments	46
Figure 13 : SWOT des nouveaux concepts à Genève	63

Liste des tableaux

Tableau 1 : Tableau de notation des opportunités et menaces.....	51
Tableau 2 : Hexagone sectoriel de la restauration à Genève	57

1 Introduction

Manger est un comportement vital. Au fil des générations, l'être humain a modifié son comportement alimentaire. La génération actuelle est composée de consommateurs souhaitant mieux manger. Prenant conscience de la menace qui plane sur la santé humaine, animale et environnementale, il devient inévitable pour l'Homme de changer son alimentation.

En effet, avec une population mondiale croissante, les ressources naturelles s'épuisent. L'industrie agroalimentaire est responsable de 30% des émissions de gaz à effet de serre dans le monde (Roger Simon, 2019). Les millions de tonnes de viande produites chaque année dans le monde ont un impact majeur sur la consommation d'eau, la déforestation et le réchauffement climatique.

Afin de réduire l'impact environnemental, de nombreux aliments font leur apparition. Moins polluante et plus nutritive, cette nouvelle alimentation doit favoriser l'écosystème tout en répondant à la demande des consommateurs.

Les comportements alimentaires subissent une phase de changement et les nouveaux consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'alimentation bio, cru, local, végétarien, végétalien, etc. Ce changement : D'où vient-il ? Qu'en est-il actuellement ? Comment pourrait-il évoluer ? Comment impact-il le secteur de la restauration ?

Ce travail se penchera sur les nouvelles pensées en matière alimentaire. Il traitera l'évolution de l'alimentation, les nouvelles tendances, les modes actuelles et il déterminera les prévisions futures. Par la suite, un diagnostic stratégique sera établi afin d'analyser le marché alimentaire ainsi que l'industrie de la restauration à Genève. Sur la base de cette analyse, la présentation de plusieurs nouveaux concepts permettra de dégager les facteurs clés de succès et les recommandations dans ce secteur. A noter que pour toute l'analyse de ce travail, la majorité des statistiques et chiffres utilisés sont à l'échelle mondiale ou Suisse.

Entre phénomènes de mode et nouvelles tendances de consommation : quelles sont les prévisions du marché alimentaire ? Comment l'alimentation va-t-elle évoluer en Suisse ? Quelle est la nouvelle demande dans le secteur de la restauration à Genève ? Et surtout, quelles seront les tendances et habitudes alimentaires de demain ?

2 Evolution au fil des années

2.1 Evolution démographique

Divers facteurs peuvent expliquer le changement en matière d'alimentation. Premièrement, l'évolution démographique en termes d'accroissement, de vieillissement et d'urbanisation de la population sont à prendre en compte.

Concernant l'accroissement, la population comptait en 1950 environ 2,5 milliards d'habitants, alors que les statistiques dénombraient 7,7 milliards d'habitants en 2019. Selon les prévisions, les 9,7 milliards d'habitants seront atteints en 2050 (Maurisse Marie, 2020). Les denrées alimentaires étant limitées, ce phénomène de croissance nous oblige à changer notre alimentation.

Le vieillissement est également à prendre en compte, notamment car il explique en partie l'accroissement de la population. L'espérance de vie ayant augmenté de 20 ans au cours des cinquante dernières années, la population mondiale des plus de 60 ans risque de doubler entre 2000 et 2050. Elle passerait alors de 11% à 22%. (OMS, 2020).

Selon les Nations Unies, la proportion de la population mondiale vivant dans les villes augmentera pour atteindre 68% en 2050 (Fouquet Claude, 2018). Cette augmentation conduit à l'émergence de l'industrie alimentaire.

La croissance de la classe moyenne est également importante, puisqu'elle induit une modification de la demande alimentaire et une incitation de la population à mieux se nourrir. Les conséquences de cette augmentation sont multiples. Premièrement, les habitudes alimentaires se modifient et la demande en fruits et légumes, produits laitiers, viandes et poissons a augmenté. Pour répondre à cette demande, les échanges internationaux des denrées alimentaires vont s'intensifier et l'industrie alimentaire se verra forcée de s'adapter via une croissance importante. De plus, l'évolution des modes de vie ont changé. L'expansion de l'activité féminine, l'éloignement du domicile par rapport au lieu de travail, l'augmentation des ménages constitués d'un seul adulte, l'augmentation de la durée des études, et l'envie de pratiquer des loisirs durant son temps libre sont des facteurs entraînants moins de temps pour préparer à manger.

2.2 Les générations

Afin de comprendre les tendances alimentaires en fonction des périodes, une étude a été faite en considérant le comportement alimentaire adopté par la génération à l'âge de 25 ans. En effet, c'est à cette période qu'une référence des habitudes alimentaires peut être mise en place. Pour la présentation des générations, nous prenons comme date la naissance des individus de la génération en question. (Étude réalisée par J-L. Volatier et P.Babayou, 1998)

1907-1916 : **Génération privation.** Cette période de crise avec le krach boursier a influencé la population à se nourrir essentiellement de pommes de terre.

1917-1926 : **Génération rationnement.** Pendant cette période, les féculents sont mis en avant et une grande partie du budget du foyer est allouée à la nourriture.

1927 – 1936 : **Génération réfrigérateur.** Ce nouvel appareil permet de mieux conserver les aliments et par conséquent de changer les comportements alimentaires.

1937-1946 : **Génération robot ménagers.** Cette innovation va permettre de gagner du temps pour la préparation des repas.

1947-1956 : **Génération hypermarché.** Avec cette nouvelle génération, l'activité féminine salariale a augmenté et la durée des préparations des repas a diminué en mettant de côté la cuisine.

1957 – 1966 : **Génération aliment services.** Les nouvelles habitudes alimentaires sont axées sur l'achat des plats préparés afin de consacrer le temps libre à d'autres activités que la cuisine.

1967 – 1976 : **Génération plateau repas.** Durant cette période, les individus sont attachés au rapport qualité-prix et le *hard discount* est en plein essor. Cette génération ne respecte plus les horaires des repas.

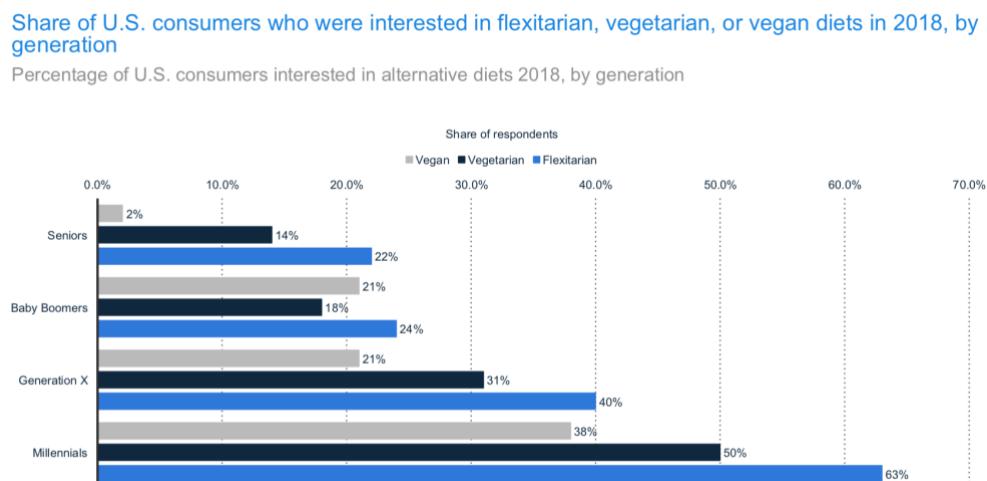
1977 – 1996 : **Génération nomade.** Désormais dans un monde connecté via les smartphones et autres produits électroniques, la restauration rapide et les services de livraison/achat sur internet ont pris de l'ampleur. Les contenus des repas sont variés et le partage des tâches alimentaires entre l'homme et la femme sont équilibrés.

1997 – 2006 : **Génération mieux manger.** Cette dernière génération est une projection dans le futur pour les individus qui auront 25 ans entre 2021 et 2031. Cette génération est soucieuse de la protection de l'environnement et des allergies alimentaires. La santé

est au cœur des préoccupations et les nouvelles habitudes tendent vers des aliments sains et végétaux.

Ainsi, les nouvelles tendances attirent principalement les Milléniaux. En effet, nous sommes aujourd’hui en 2020, ce qui représente la tranche des 25-34 ans de la génération mieux manger. Pour comprendre la nouvelle demande des consommateurs en termes d’alimentation, c’est cette cible qu’il faut étudier.

Figure 1 : Parts des consommateurs aux USA intéressés par des régimes flexitariens, végétariens ou végétaliens en 2018, par génération



(Winsight Grocery Business, Statista, 2020)

A travers ce graphique réalisé aux Etats-Unis, nous pouvons avoir une idée de la répartition des nouvelles tendances chez les Milléniaux. Cette étude américaine est très représentative de l’avenir de l’alimentation en Suisse. Lors de mon entrevue avec la responsable de chez Granola Genève, la Suisse aurait plus de dix ans de retard sur les Etats-Unis ou l’Australie en matière de nouveaux comportements alimentaires. De l’autre côté de l’océan, 63% des Milléniaux se considère flexitarien. Nées entre 1980 et 2000, ils sont aussi appelés Génération Y ou digital natives. Représentant la génération du numérique, cette population a connu l’apparition du Smartphone et la facilité d’accès à internet. Souhaitant la liberté et la flexibilité au travail, ils recherchent également une meilleure qualité de vie. Leurs prédecesseurs, appelée la génération X, sont nés entre 1965 et 1980. Peu connectés, ils sont la première génération qui intègre les technologies dans leurs quotidiens avec l’ordinateur personnel. Les Milléniaux accordent de l’importance à l’équilibre de vie privée et professionnelle. La génération actuelle, la Z, regroupe toutes les personnes nées après les années 2000. Egalement appelés la génération C, pour Communication, Collaboration, Connexion et Créativité ; elle est caractérisée par la technologie, les réseaux sociaux et internet. Connectés en

permanence, ils s'identifient à ce qu'ils voient sur les réseaux et accordent beaucoup de confiance à internet. Ils recherchent un bien-être au quotidien, en équilibrant leurs vies privées et professionnelles.

Concernant les comportements alimentaires, les générations Y et Z ont changé leurs habitudes. Dans un monde désormais très connecté, ces générations s'influencent par des régimes alimentaires divers et de nouveaux restaurants via internet. En effet, beaucoup d'informations circulent en ligne, notamment des commentaires et avis d'établissements, des recettes et plats photographiés sur les réseaux, de nombreux documentaires et vidéos, des blogs, des discussions entre communautés, etc. incitant à modifier ses habitudes alimentaires. Ces deux générations vivent également dans une période où il est indispensable d'optimiser le temps. Dans cette perspective, les plats simples et rapides sont privilégiés. Cependant, ces générations souhaitent associer la rapidité avec la notion de nutrition-santé et de comportements écoresponsables. Ils recherchent des produits sains qui préservent leur santé et qui les protègent d'une pollution excessive. Pour ce faire, ils favorisent des produits aux circuits courts et souvent sans emballage. En effet, ces deux générations ont la similarité d'être nées dans un contexte sérieux de sensibilisation à la protection de l'environnement, qui se retrouve dans les normes alimentaires. Les consommateurs de ces générations sont très engagés en matière de développement durable.

Cependant, d'éventuelles exceptions de comportements en matière alimentaire risquent d'émerger concernant ces deux générations. Née avec internet, la génération Z, multiplie le nombre de réseaux sociaux. Le *Food Porn* semble être une tendance grandissante avec l'importance de donner envie à sa communauté virtuelle en consommant des plats aux modes d'internet (smoothie, bowl, avocado toast). De plus, cette génération vivra dans un environnement davantage menacé par l'Homme. Les produits bio, avec des labels, aux circuits courts, des substituts à la viande, etc. seront favorisés. En quête de nourriture plus saine et plus fraîche, la génération Z préfère la cuisine fait-maison. Elle est également attachée à la consommation de produits bio et locaux, pour des raisons éthiques, sociales et de bien-être. Conscients que ces produits coûtent un peu plus chers, ces consommateurs sont prêts à mettre le prix pour avoir une alimentation saine. Ainsi, la génération Z, représentant le futur, sera de manière générale encore plus axée sur les réseaux et plus sensible à une alimentation saine et respectueuse de l'environnement.

3 Les motifs externes

3.1 Changements liés à la santé, l'obésité ou d'autres maladies

L'alimentation et la santé sont étroitement liées. Il est donc indispensable d'avoir une alimentation équilibrée et variée pour rester en bonne santé et avoir un mode de vie sain. La pyramide alimentaire illustre la notion d'équilibre alimentaire sur les quantités de consommation. La pyramide alimentaire, publiée sur le site de la Confédération Suisse, illustre la notion d'équilibre alimentaire sur les quantités de consommation. D'après cette image, l'Office fédéral de la sécurité alimentaire (OFSA) estime que la population suisse se nourrit de manière peu équilibrée. La composition idéale des repas par jour devrait être arrangée de cette manière :

Figure 2 : Pyramide alimentaire



(OSAV, 2011)

A la base de la pyramide se trouvent les boissons. Il faudrait boire environ 1 à 2 litres d'eau quotidiennement. Ensuite, nous avons les fruits et légumes à consommer sous forme de 5 portions afin d'assurer l'apport en glucides, vitamines, minéraux, fibres, antioxydants et eau. Plus haut, se trouvent les produits céréaliers, pommes de terre et légumineuses. Afin d'avoir un apport nécessaire en glucides, protéines végétales, vitamine B, fibres et magnésium, il est nécessaire de manger 3 portions par jour de cette catégorie d'aliments. Déterminée en fonction des besoins énergétiques, une portion correspond à environ à 100 grammes. Seulement en quatrième position se trouvent les viandes, poissons, produits laitiers, œufs et tofu. Il est recommandé de consommer trois

portions de lait ou de produits laitiers soit une portion équivalente à 2 décilitres de lait, 150 grammes de yaourt ou 50 grammes de fromage. En complément, une portion quotidienne d'un aliment riche en protéines est conseillée. A noter qu'il faut consommer de la viande avec modération, sans dépasser 2 à 3 portions par semaine ; correspondant à environ 100-120 grammes par portion en poids cru. En jaune, nous pouvons voir les matières grasses et les fruits oléagineux. Ils apportent des lipides, de la vitamine E, A et D mais leur consommation doit être modérée et ne devrait pas dépasser 30 à 40 grammes par jour. Finalement, au sommet de la pyramide, nous avons les produits sucrés à consommer occasionnellement.

Selon les statistiques réalisées par l'enquête nationale sur l'alimentation menuCH, les suisses ne consomment pas assez de fruits et légumes, de légumineuses et de produits laitiers alors qu'ils dépassent les portions recommandées en viande, en matières grasses ainsi qu'en sucreries, encas salés, et alcool (OSAV, 2020).

Cette alimentation riche en graisses, en aliments à forte densité énergétique et en aliments d'origine animale, peut provoquer des maladies chroniques telles que l'obésité, diabète, cancers, maladies cardio-vasculaires et cardiaque ainsi que l'ostéoporose. Afin de prévenir ces maladies, des études ont montré qu'il est indispensable de réduire la consommation d'acides gras saturés ; présents essentiellement dans la viande, les œufs et les produits laitiers. De ce fait, une alimentation plus centrée sur les aliments végétaux permettraient d'avoir un mode de vie plus sain, et une espérance de vie plus longue.

L'Office fédéral de la sécurité alimentaire a établi une stratégie de nutrition afin de prévenir les maladies liées à l'alimentation en Suisse. Celle-ci cherche à ce que toute la population Suisse puisse choisir une alimentation variée et équilibrée. Les trois objectifs mis en place sont de renforcer les compétences nutritionnelles par l'information, améliorer les conditions-cadres avec une offre appropriée, faciliter le choix d'aliments sains, et finalement, d'impliquer la filière alimentaire en incitant les producteurs à contribuer à une alimentation saine. Afin de mener à bien ces objectifs, l'OSAV a élaboré un plan d'action. Les quatre champs d'action sont les suivants : l'information et la formation, les conditions-cadres, la coordination et la coopération, le monitorage des données et la recherche (OSAV, 2018).

A terme, l'objectif est de sensibiliser la population afin d'offrir les connaissances nécessaires à une alimentation saine. Les modes alimentaires sont donc en constante évolution afin d'améliorer la santé de l'homme et de réduire les maladies qui découlent d'une mauvaise alimentation.

3.2 Les religions

Selon les religions, des régimes alimentaires différents peuvent être recommandés. De cette manière, des personnes adoptent un mode alimentaire guidé par leur religion car pour de raisons spirituelles ou diététique.

Pour citer quelques religions ayant des prescriptions alimentaires, nous avons le judaïsme, l'islam, l'hindouisme et le catholicisme. Le judaïsme est défini par les règles de la kashrout, il s'agit d'un guide de lois qui permet de définir les aliments permis à la consommation, en fonction de sa préparation et de sa provenance. De ce fait, les juifs mangent les animaux abattus rituellement en étant vidés de leurs sanguins. Ils sont autorisés à manger les animaux à sabots fendus ruminant comme le bœuf, le veau, le mouton, l'agneau ou la chèvre. En revanche, le porc, le lapin ou le cheval sont interdits. Les rites préconisent également de ne pas consommer de la viande et un produit laitier au cours d'un même repas.

L'islam, professé par les musulmans, mangent « Halâl », c'est-à-dire ce qui est licite par la religion. Les musulmans ne boivent donc pas d'alcool et ne mangent pas de porc. De plus, concernant les autres viandes, il est nécessaire qu'elles subissent des méthodes d'abattage conformes aux rites musulmans. La plus grande restriction alimentaire de cette religion est le ramadan, obligeant les musulmans pubères et matures à ne pas manger ou boire du lever au coucher du soleil pendant la durée d'une lunaison, soit environ un mois.

L'hindouisme considéré plus comme une civilisation qu'une religion, encourage le végétarisme, sans pour autant l'imposer. Cependant, cette pratique alimentaire est indissociable des valeurs hindoues, où la non-violence est de mise. Une grande partie des bouddhistes ainsi que les jaïnistes sont également végétariens. Les taoïstes préconisent aussi le végétarisme pour les bienfaits d'une purification afin de sublimer son corps.

Comprenant moins de préceptes alimentaires, les catholiques célèbrent le Carême. Traditionnellement dans le christianisme, le Carême est une période de quarante jours préparant la fête de Pâques, soit la Résurrection du Christ. De cette manière, l'Eglise propose de ne pas manger de viande les « vendredis de Carême » et de jeûner pour le premier jour et le dernier jour de Carême soit le « mercredi des Cendres » et le « vendredi Saint ». L'Eglise préconise également l'abstinence de viande les mercredis et vendredis. Le vendredi, de nombreux restaurants, cantines et familles cuisinent le poisson qui est devenu traditionnellement le plat principal par excellence.

En somme, si les évolutions alimentaires et nouvelles tendances sont récentes, les prescriptions alimentaires d'origine religieuse sont un fait universel et historique. Beaucoup de religions préconisent aux croyants des restrictions alimentaires liées à la viande et aux méthodes d'abattages. L'idée que bien se nourrir est essentiel pour être en bonne santé afin d'être sain dans son corps et dans son esprit est le moteur de ces restrictions alimentaires.

4 L'impact environnemental

4.1 Le réchauffement climatique

Le réchauffement climatique a un impact sur le changement alimentaire. En effet, l'accroissement de gaz à effet de serre modifie le climat de la planète. Actuellement, l'activité agroalimentaire émet 30% des émissions de gaz à effet de serre mondiales (Nembrini Aurore, 2018). Pour la fin de ce siècle, nous pouvons noter plusieurs changements majeurs tels que l'augmentation de la température moyenne globale de la Terre, la fréquence et l'intensité des événements climatiques extrêmes et l'élévation du niveau de la mer. Ce changement climatique modifie l'équilibre et le fonctionnement des écosystèmes, ce qui impacte les productions des denrées alimentaires.

Ainsi, cette évolution pousse l'humanité à modifier ses habitudes alimentaires. Pour un avenir serein, il faut prendre en compte plusieurs facteurs tels que la production nécessaire pour neuf milliards d'humains d'ici 2050, l'approvisionnement de la population croissante en zone urbaine, le maintien des prix des aliments malgré la disproportion de la population et des agriculteurs et de conserver les équilibres de notre écosystème.

4.2 Les comportements liés à l'environnement

Le monde est en plein changement : nos nouveaux comportements alimentaires découlent ainsi en partie de l'environnement. En effet, selon les experts de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, il faudra accroître de 70% la production de produits végétaux pour nourrir la population en 2050 notamment par le fait que la population va mieux se nourrir dû à l'élévation du niveau de vie.

Afin de préserver son capital santé et l'environnement, la nouvelle génération consomme des produits locaux, issus de l'agriculture biologique, sans Organismes Génétiquement Modifiés (OGM) et avec labels rouge pour les produits animaux. Avoir une alimentation saine, tant pour le corps que pour la planète, est l'une des préoccupations majeures de cette génération. C'est pour cela que divers phénomènes sont observables. Par exemple, la consommation de viande rouge, controversée autant sur le plan environnemental que sanitaire, est en constante diminution depuis le début des années 1980.

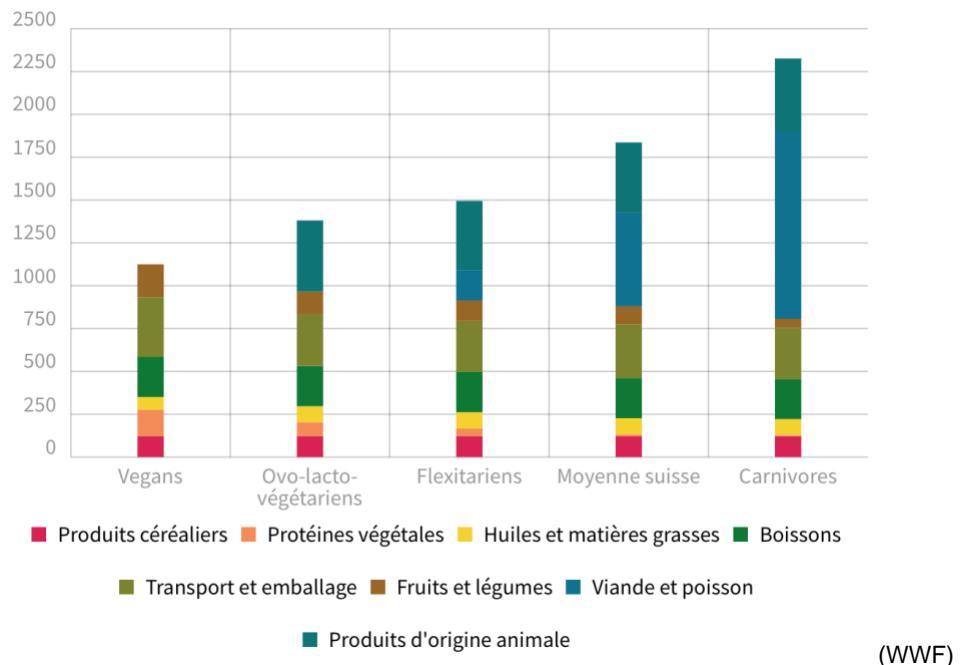
4.3 L'alimentation durable

Afin de préserver l'environnement, il est indispensable de préconiser une alimentation durable. Le terme de durabilité signifie une alimentation qui est viable sur le plan économique et social tout en préservant l'environnement, la santé et la diversité. De cette manière, une agriculture de qualité tenant compte de la proximité et de la saisonnalité est nécessaire. Au fil des années, une réelle prise de conscience a opéré sur l'alimentation.

A Genève, dans le cadre du plan climat cantonal, il a été décidé de réduire les émissions de gaz à effet de serre de 40% d'ici 2030 par rapport à 1990 (Longchamp François, 2017). 14% des émissions de gaz à effet de serre sont liés à l'alimentation. De ce fait, il est indispensable de réduire l'importance de la consommation de viande en Suisse, en la divisant environ par trois et en privilégiant la qualité au détriment de la quantité. La production animalière est en effet très polluante. De plus, il serait nécessaire de consommer de la viande ainsi que des fruits et légumes locaux afin de limiter les transports. Enfin, la prise de conscience face aux déchets fait également partie du plan pour une alimentation durable. Les magasins en vrac ouvrent à Genève afin de limiter l'achat d'aliments emballés. Quelques efforts, tels que la réduction de la consommation de viande et l'augmentation de celle de produits locaux, pourraient permettre une diminution de l'empreinte carbone et une nette amélioration de la santé de la population générale.

Le point le plus sensible d'une alimentation durable en Suisse est la consommation excessive de viande. En effet, la production animalière nécessite beaucoup d'eau et d'empreintes économiques des terres. Pour donner quelques chiffres publiés sur le site WWF : la production d'un kilogramme de viande de porc émet autant de CO2 que la culture de 80 kilogrammes de pommes de terre et la production d'un kilogramme de viande de bœuf génère l'émission de 15,4 kilos de CO2 contre 0,7 kilogrammes pour des lentilles (WWF). Sur le graphique ci-dessous, les chiffres indiquent les équivalents de kilogrammes de CO2 émis selon les différents modes d'alimentation par année et par personne. Les produits régionaux réduisent l'impact écologique de 4% et le passage à un régime végétarien réduit l'empreinte écologique d'un individu d'environ 24%.

Figure 3 : Différents types d'alimentation et leur impact sur l'environnement



Afin de sensibiliser les consommateurs à la consommation de produits saisonniers et locaux, divers événements ont été mis en place. Parmi eux se trouve la Semaine du Goût, qui prend place chaque année en Septembre, depuis 2014. Lors de cet évènement, la Ville de Genève organise un concours entre les restaurateurs afin de réaliser des plats favorisants des recettes avec des aliments locaux, de saison et à base de produits artisanaux et de qualité.

5 Les tendances actuelles

Les facteurs tels que l'évolution démographique, les générations, la santé, les religions ou l'environnement ont amené à faire évoluer l'alimentation si bien qu'il existe diverses tendances alimentaires. Catégorisées comme telles, manger local, bio ou sans viande sont de réelles tendances de fond.

5.1 Le locavorisme

Le locavorisme est un acte respectueux de l'environnement qui prône la consommation de nourriture produite dans un rayon compris entre 100 et 250 kilomètres autour de son domicile. Par ce mouvement, les consommateurs sont encouragés à acheter des produits frais et de saison dans les marchés, ou chez les agriculteurs et les paysans locaux.

En effet, la consommation de produits locaux est une consommation responsable qui valorise la cuisine régionale. La cuisine locale s'appuie sur des enjeux économiques, écologiques, de santé publique, etc. Les avantages de la cuisine locale sont multiples : elle permet, entre autres, d'apporter un soutien aux producteurs locaux, de manger des produits sains et de bonne qualité, et de protéger l'environnement en réduisant les importations. Encore peu développé en Suisse, l'approvisionnement local directement à la ferme passe par des réseaux de « bouche à oreille ». L'inconvénient majeur étant de connaître les lieux où il est possible d'acheter directement aux producteurs. Des applications sur internet ont été mises en place pour favoriser la relation entre les acteurs de l'économie locale et les consommateurs. Le deuxième point à mettre en avant est qu'il faut disposer d'un moyen de locomotion ; les fermes étant majoritairement situées en zone rurale.

En Suisse, les grands géants du marché suisse de la distribution, Coop et Migros, mettent en vente des produits locaux. Cette démarche permet de soutenir les agriculteurs suisses mais également de proposer des produits de qualité aux consommateurs. Certains points sont déterminants pour motiver l'achat : le prix, les qualités nutritionnelles, les qualités équitables et le respect de la saisonnalité.

5.2 Le crudivorisme

Le crudivorisme est une pratique alimentaire qui consiste à se nourrir uniquement d'aliments crus. Ces derniers peuvent être également végétaliens, végétariens ou omnivores. Ceux qui optent pour cette tendance prônent une meilleure vitalité, une meilleure santé et un lien plus étroit avec la nature.

La motivation de cette pratique est généralement dans le but d'en retirer un bénéfice en matière de santé et de manger un aliment dans son état naturel sans aucune transformation. De plus, ce régime alimentaire est motivé par le fait que la cuisson des aliments détruirait certains nutriments et notamment certaines vitamines et substances antioxydantes. Pour cette raison, les crudivores ne font subir à la nourriture aucun traitement de chaleur de plus de 40°C. La consommation d'aliments crus permet la conservation d'une forte densité de nutriments, la conservation des valeurs nutritives, et évite l'absorption de substances dangereuses générées lors de la cuisson.

5.3 Le bio

Manger bio est une pratique qui consiste à consommer des produits issus de l'agriculture biologique. Respectueux de l'environnement et des animaux, les produits bio sont cultivés sans produits chimiques, sans additifs et les matières premières sont naturelles, sans engrais ni pesticides. Ainsi, ces produits contiennent plus de nutriments et ne sont pas dangereux pour la santé. De plus, les fruits et légumes bio prennent en compte les saisons et sont cueillis uniquement lorsqu'ils sont mûrs, les céréales sont plus riches en minéraux et la viande est moins grasse. Dans le but de protéger la planète, les producteurs privilégient également les circuits courts, afin de conserver une meilleure qualité nutritionnelle de la production mais également pour réduire l'impact sur l'environnement. Les produits bio sont labellisés et subissent par conséquent de nombreux contrôles et de règles strictes.

L'avantage de cette consommation est d'exploiter durablement les ressources afin de ne pas mettre en péril les générations futures. De plus, ce mode d'alimentation est véhiculé par une image de vie plus saine. Le seul inconvénient de manger bio est que ces aliments coûtent relativement plus cher.

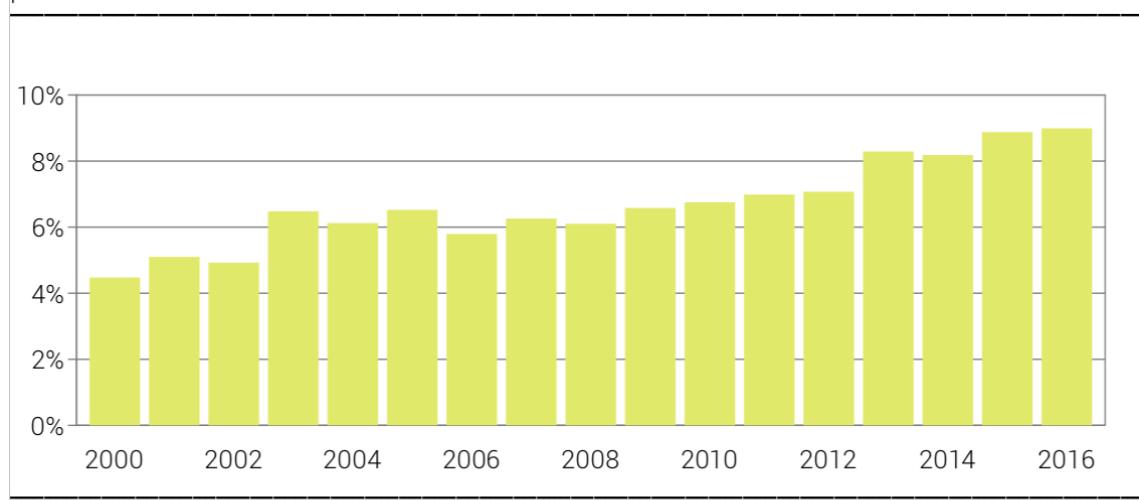
En Suisse, les trois quarts du marché des produits bio sont partagés entre les deux grands magasins de distribution Coop et Migros. Coop a réalisé en 2018 un chiffre

d'affaires de 1,7 milliard de francs (Coop, 2019). La Migros se place quant à elle au second rang avec un chiffre d'affaires d'un milliard de francs en 2019 (Bilan, 2020). Sur le marché, il existe également en Suisse le magasin Bio C'Bon, proposant uniquement des produits bio. En 2018, les Suisses ont dépensé 360 francs par habitant pour les produits bio ; soit 40 francs de plus que l'année précédente. Au total, 3 milliards de francs de chiffre d'affaires pour l'alimentation bio ont été comptabilisé en 2018 (Le Temps, 2019). Selon le graphique ci-dessous publié par l'Office fédéral de la statistique, la consommation de produits bio en Suisse augmente au fil des années.

Figure 4 : Consommation de produits bio en Suisse

Consommation de produits bio

Part des dépenses des ménages consacrées aux produits labellisés bio dans les dépenses totales pour l'alimentation et les boissons



Source: OFS – EBM

© OFS 2019

(OFS, 2019)

Dans un article du journal Le Temps paru en 2019, les produits bio les plus consommés en Suisse sont les œufs (27,6%), le pain frais (25,3%), les légumes, les salades et les pommes de terre (21,8%). A la fin de l'année 2018, on pouvait compter 6'719 fermes suisses produisant selon les directives bio, soit 296 de plus que l'année précédente.

5.4 Le flexitarisme

Le flexitarisme est une pratique alimentaire développée dans les années 1990 aux Etats-Unis. Cette nouvelle habitude alimentaire est une prise de conscience écologique. Sans se priver totalement de viande, les flexitariens limitent leur consommation afin de réduire l'impact environnemental que la production implique. Dans le futur, il faudrait que chacun diminue sa consommation d'environ 70%. L'assiette de demain devra être composée d'environ 94 grammes de viande, contre 185 actuellement. Les protéines végétales compenseront ainsi cette diminution. En Suisse, la proportion de flexitariens a augmenté. En 2020, plus de 20% de la population mangent majoritairement végétarien. (Swissweg, 2020)

« Il suffit d'ajouter quelques plats végétariens à ses menus et de ne déguster des produits carnés et laitiers qu'exceptionnellement pour faire un geste fort pour l'environnement. » Christoph Meili, Spécialiste des écobilans, WWF Suisse

5.5 Le végétarisme

Avec cette nouvelle génération, l'objectif d'avoir une nourriture saine, pauvre en calories, le plus naturel et bio possible et riches en compléments, tels que l'oméga 3, l'oméga 6, et en antioxydants. Avec la prise de conscience que l'essence d'une bonne santé passe par une bonne alimentation, une part de la population s'est résolue à exclure la viande de son alimentation. Les apports nutritionnels de la viande sont substitués par les légumineuses et les protéines végétales.

Contrairement à nos ancêtres qui se nourrissaient uniquement de la chasse, nous cultivons aujourd'hui toute une famille de plantes dont les graines sont riches en protéines. Cette famille des légumineuses regroupe les haricots, les fèves, les pois, les lentilles, etc. Cependant, contrairement à la viande, certains de ces substituts doivent être associés avec une autre source de protéines végétales car ils ne fournissent pas tous les acides aminés nécessaires. Le seitan, le soja, les lentilles, les amandes et le quinoa sont riches en protéines.

Pour mener à bien un régime alimentaire végétarien et ne pas suivre simplement la tendance, il faut se renseigner sur l'apport nutritionnel des substituts. De plus, certains aliments végétariens sont présentés sous forme de steaks végétaux. Il faut cependant se méfier de la composition. En effet, certains contiennent peu de protéines et de

nombreux additifs afin de se rapprocher de l'apparence de la viande comme des exhausteurs de goût, épaississants, gélifiants, colorants, et autres.

Selon un sondage réalisé en 2019 par Swissweg, 5,1% de la population suisse, principalement âgée de 14 à 34 ans, se qualifient de végétarien ou de végane (Swissweg, 2020).

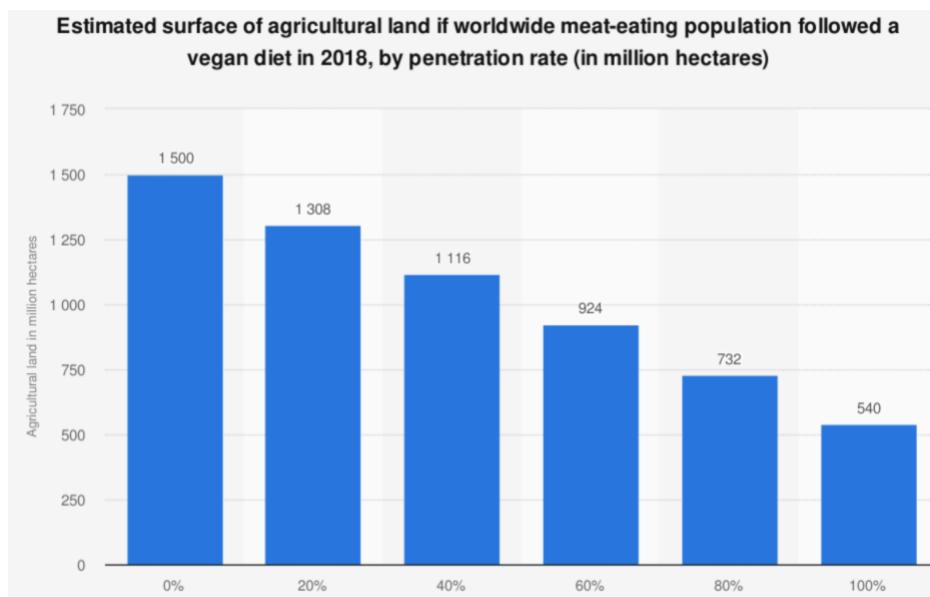
5.6 Le végétalisme

Le végétalisme est une tendance alimentaire similaire au végétarisme dans la mesure où la consommation d'animaux est exclue. Cependant, le végétalisme se prive également des aliments produits d'origine animale tels que les produits laitiers, le miel, les œufs, etc.

Les tenants de cette pratique pensent que cela permet d'apporter une réelle prise de conscience sur l'impact néfaste de la production de viande animale. Dans un avenir où la population va encore augmenter, il est nécessaire, non seulement pour la santé de l'homme mais aussi et surtout pour la santé de la planète, de réduire la consommation animale.

Une statistique, réalisée en 2018, estime la superficie des terres agricoles qui seraient gagnées, en milliards d'hectares, proportionnellement au pourcentage de la population qui suivrait un régime végétalien. A noter qu'en anglais, il n'y a pas de différence entre les termes végétalien et végan, contrairement au français qui souligne une distinction entre ces mots. Les restrictions alimentaires sont identiques, seule l'étendue de la protection animale dans la vie quotidienne varie.

Figure 5 : Superficie estimée des terres agricoles si la population mondiale de mangeurs de viande suit un régime végétalien en 2018



(MyGreenPod; Macmillan Cancer Support; NHS; Office for National Statistics (UK), Statista, 2018)

5.7 Le véganisme

Le véganisme, ou végétalisme intégral, suit le même régime alimentaire que les végétaliens. De cette manière, les véganes ne consomment aucun produit d'origine animale ; mais étendent la philosophie dans le quotidien que ce soit pour se nourrir, se vêtir, pour faire un loisir, etc. Cependant, au-delà des restrictions alimentaires, le véganisme est un réel mode de vie avec une philosophie. Le motif principal de cette tendance est la motivation à rejeter toute alimentation d'origine animale pour ne pas tuer ou faire souffrir les animaux. Certaines religions comme le bouddhisme ou l'hindouisme préconisent la non-violence face aux êtres vivants et incitent donc à adapter ce régime alimentaire. Afin d'être dans le respect des animaux, ils excluent tout produit issu des animaux et testé sur les animaux. Ainsi, ils ne portent pas de fourrure, de cuir, de laine et de soie. De plus, ils ne consomment pas de produits à base de cire d'abeille, de cosmétiques ou de médicaments testé sur les animaux ou contenant des substances animales. Les idéologies de cette tendance sont environnementales et éthiques. Ce terme est assez récent et une définition officielle a été donné en 1951 par la Vegan Society :

« *Le véganisme est la doctrine selon laquelle les humains doivent vivre sans exploiter les animaux.* » *Leslie Cross, Vice-Présidente Vegan Society, 1951*

Selon une étude réalisée par Swissveg, la proportion de véganes en Suisse serait faible et ne dépasserait pas 1% ; sachant que trois quarts d'entre eux vivent en Suisse alémanique et trois quarts sont des femmes (Swissweg, 2020)

Dans cette perspective de protéger les animaux, l'antispécisme est un courant de pensée philosophique et moral apparu dans les années 1970. Les philosophes Richard D. Ryder et Peter Singer ont développer ce concept, apposé au spécisme. L'antispécisme défend l'idée qu'il n'y a pas de hiérarchie entre les espèces animales, et donc, de supériorité entre l'être humain et les animaux. Appartenant au même statut moral, ce courant de pensée combat toutes les formes de maltraitances et d'exploitations animales. L'éthique antispéciste vise à accorder une considération égale pour tous les êtres éprouvant des sensations, et qui sont sensibles au plaisir et à la douleur. De cette manière, la production et la consommation de produits d'origine animale est rejeter, impliquant la souffrance des animaux. En Suisse, l'association Pour l'Egalité Animale (PEA) vise à mettre fin au spécisme afin de promouvoir une société égalitaire pour tous les animaux. L'objectif est de respecter la vie des animaux et de mettre un terme à l'exploitation dont ils sont victimes.

6 Les nouvelles modes

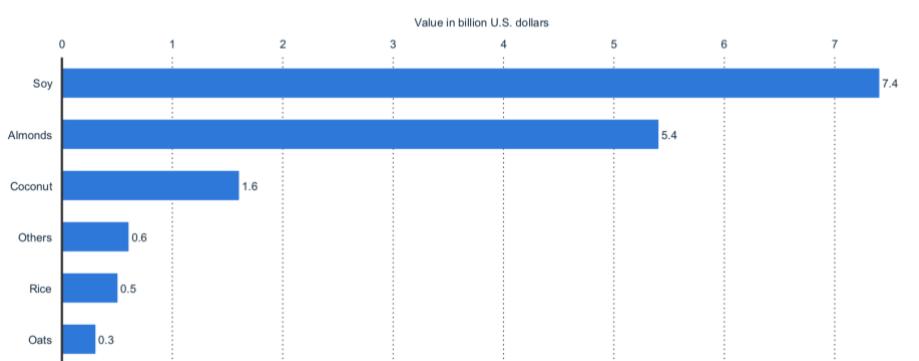
6.1 Lait végétal

Les nouveaux cafés ou dans les étalages du supermarché, il existe désormais toute une gamme de lait végétal : lait de riz, d'avoine, d'épeautre, de blé, de millet, de sarrasin, de quinoa, d'orge, de coco, d'amande, de cajou, de châtaigne, et bien d'autres. Nommés « laits végétaux », ces derniers n'ont cependant que l'aspect visuel du lait. Produits par l'émulsion d'une farine végétale en suspension dans de l'eau, leurs compositions nutritionnelles sont différentes comparées au lait de vache. En effet, les apports énergétiques sont généralement moindres car les laits végétaux sont pauvres en calcium et ne contiennent pas de vitamine D et B12. En Suisse, la Fédération Romande des Consommateurs a analysé ces produits. Un rapport publié en 2019 démontre que certaines de ces boissons blanches sont plus proches de l'eau sucrée que de véritables boissons complètes. A noter également que l'appellation « lait végétal » est interdite en Suisse, car la dénomination « lait » est uniquement destiné au lait d'origine animale.

Le marché mondial des laits végétaux a augmenté de 320% en dix ans, et une augmentation de 48,7% a été recensée entre 2017 et 2018. (Yurkina Olga, 2019). En Suisse, le magasin de distribution Coop, a d'ailleurs triplé ses ventes de toutes les variétés relatives aux laits végétaux, aux cours des dix dernières années.

Figure 6 : Valeur marchande des substituts du lait dans le monde en 2019, par catégorie (en milliards de dollars américains)

Market value of dairy milk alternatives worldwide in 2019, by category (in billion U.S. dollars)
Global dairy alternatives market size in 2019, by category



(Transparency Market Research, Statista, 2019)

Les valeurs marchandes des alternatives au lait de vache les plus rentables sur le marché sont le lait de soja et le lait d'amande avec respectivement 7,4 et 5,4 milliards de dollars américains.

L'avantage majeur de la consommation de laits végétaux est leur impact environnemental. En effet, la production de ces boissons végétales nécessite deux à trois fois moins de gaz à effet de serre que la production laitière. A noter que certaines productions peuvent affecter l'écosystème, comme la production du lait d'amande.

6.2 Sans gluten

Le gluten est une substance collante présente dans les céréales contenant des protéines et que l'on retrouve dans certains aliments comme le pain, les pâtes, les biscuits, la bière, etc. En effet, le gluten se forme lors de la fabrication de la pâte, lorsque l'on mélange la farine obtenue après la mouture des graines et de l'eau. L'avantage principal du gluten est de permettre à la pâte d'être plus élastique, de gonfler et de conserver sa forme ainsi que de permettre au produit de rester moelleux.

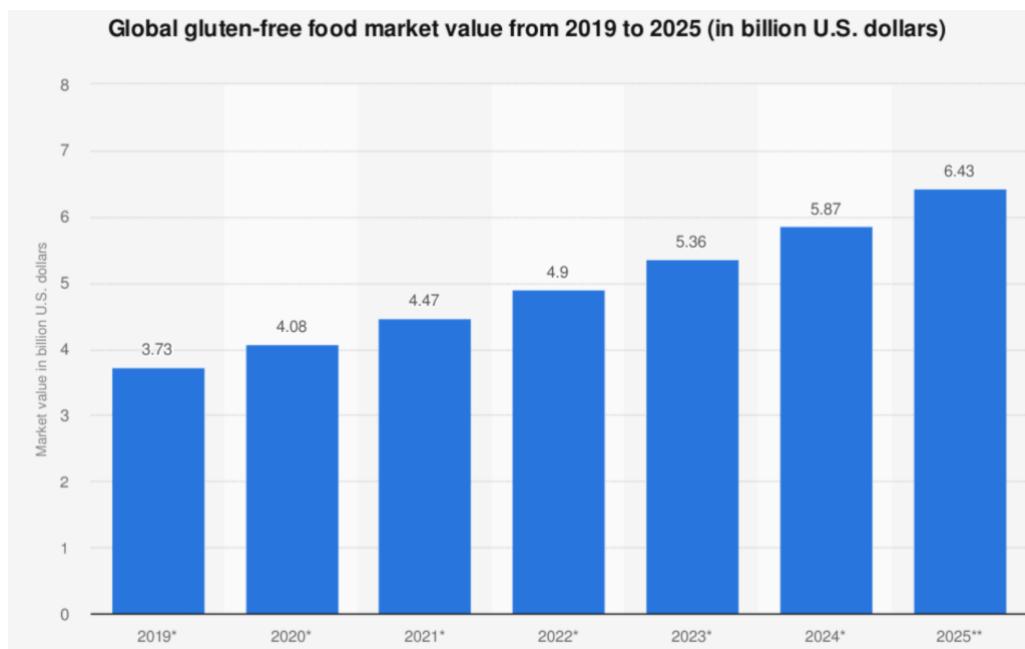
Les céréales contentant une forte teneur en gluten sont principalement l'épeautre, le blé tendre et le blé dur. Le seigle, l'avoine et l'orge sont des céréales qui contiennent beaucoup moins de gluten. Quant au quinoa et le sarrasin, ces pseudo-céréales ne contiennent pas de gluten.

Cette substance peut déclencher des réactions auto-immunes indésirables chez certaines personnes, comme des troubles de la digestion. Cette intolérance au gluten, nommée maladie cœliaque, contraint la personne atteinte de suivre un régime sans gluten à vie car aucun traitement médicamenteux n'existe. D'autres troubles comme l'ataxie au gluten, l'allergie au blé et la sensibilité au gluten existent. Ces troubles concernent entre 0,5 % et 13 % de la population mondiale.

Depuis les années 2000, un effet de mode alimentaire est apparu aux Etats-Unis avec un nouveau marché de produits alimentaire « gluten free ». Chez les personnes n'ayant aucun trouble face au gluten, la pertinence de favoriser les produits sans gluten n'est pas établie. Les spécialistes ne voient aucun avantage à bannir le gluten si l'on ne développe aucune intolérance, comme l'a souligné la nutritionniste lors de l'entrevue. Une alimentation sans gluten peut même comporter un risque de carences en vitamines, minéraux et en fibres. Cependant, cette nouvelle mode, aujourd'hui reprise au-delà des Etats-Unis, représente un marché très lucratif dans l'industrie agroalimentaire en pratiquant des prix de vente bien supérieurs pour les gammes de produits sans gluten.

Cette mode pour ces produits est en constante évolution en donnant l'image saine, diététique et naturelle. Selon les prévisions, le marché du « gluten-free » va doubler entre 2019 et 2025.

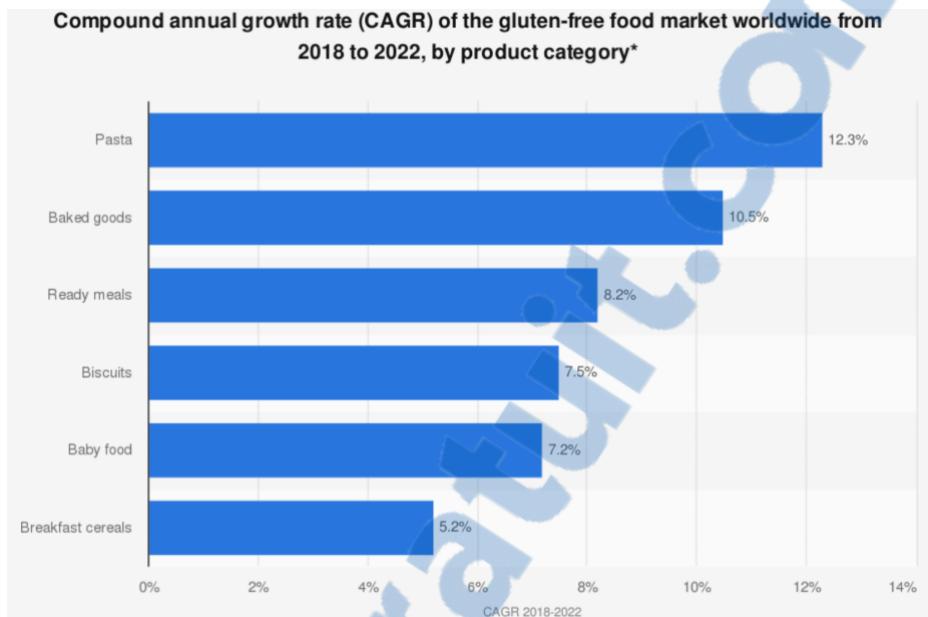
Figure 7 : Valeur du marché mondial des aliments sans gluten de 2019 à 2025
(en milliards de dollars américains)



(GlobeNewswire, Statista, 2019)

Le marché le plus lucratif concernant les produits sans gluten sont les pâtes et les produits de boulangerie. Selon la nutritionniste interrogée, une consommation excessive de gluten est déconseillée. De cette manière, le marché du sans gluten pour les produits consommés très fréquemment pourrait croître sur le long terme.

Figure 8 : Taux de croissance annuel du marché mondial des aliments sans gluten de 2018 à 2022, par catégorie de produit



(Agriculture and Agri-Food Canada, Statista, 2019)

6.3 Régime Paléo

Popularisé en 1985 par le Docteur S. Boyd Eaton, anthropologue médical, le régime paléo, diminutif de régime paléolithique, est un régime alimentaire semblable au mode de vie paléolithique. A la fois nouveau et très ancien, ce régime strict est composé d'aliments que les hommes du temps paléolithique consommaient. Il est composé essentiellement de viandes maigres nourries à l'herbe, de poissons, de racines, de légumes, de fruits et d'oléagineux. Par conséquent, ce régime exclut tout ce qui est issu de l'industrie agroalimentaire, et donc inconnu des hommes du Paléolithique, tels que les céréales, les légumineuses, les sucres raffinés, les produits transformés et les produits laitiers. A noter par ailleurs que ce régime est donc sans gluten et fait partie des régimes faibles en glucides (*low carb*).

Ceux qui adoptent ce régime pensent que les hommes paléolithiques avaient des besoins nutritionnels adaptés à la nourriture disponible à cette époque. Selon eux, le métabolisme humain ne se serait pas encore adapté à la plupart des aliments apparus avec l'agriculture et l'élevage. Sans céréales, légumineuses et produits laitiers, ce

régime permettrait selon ses partisans d'éviter l'obésité, les maladies cardiaques et le diabète.

Riche en protéines et pauvre en glucides, le régime paléolithique fait l'objet de plusieurs débats. En particulier l'incompréhension entre la comparaison entre l'organisme et l'environnement des hommes préhistoriques et le nôtre et les risques de carence alimentaire, notamment en calcium. De plus, ne consommer aucune céréale n'aurait pas de sens car elles sont une source essentielle de fibres et de vitamines.

A ce jour, il n'existe aucune étude scientifique réalisée sur un grand groupe de personnes pour tirer des conclusions sur les bienfaits de ce régime sur le long terme.

Malgré les critiques, la plupart des nutritionnistes recommandent de suivre quelques principes qui correspondent à ce régime, comme celui d'éviter les aliments transformés, ou de consacrer une part importante de son alimentation aux fruits et légumes.

En Allemagne, le régime Paléo est à la mode. Il a été présenté dans l'émission « A bon entendeur – Allemagne : le régime Paléo cartonne », diffusé sur RTS le 20 août 2019. Un partisan témoigne en vantant les mérites de ce nouveau régime sur son métabolisme. En moins d'un mois, il a retrouvé de l'énergie, une meilleure humeur, une peau plus saine et a retrouvé une meilleure vue. Il achète des produits bio, locaux et de la volaille élevée conformément au respect de l'animal, ainsi qu'au bien-être de l'homme et de l'environnement. Selon Jean-Christophe Castel, archéozoologue au Muséum d'Histoire Naturelle de Genève, ce régime permet de se tourner vers des produits plus basiques et moins transformés.

Ce régime semble à première vue très restrictif, radical et onéreux. Il s'apparente donc à une mode difficile de maintenir dans le temps. Cependant, ce régime propose des produits sans gluten, naturels, avec de bonnes graisses, sans sucre et sans conservateur. Ces convictions pour rester en bonne santé, sont-elles, une réelle tendance actuelle ?

6.4 Low Carb et Low Fat

Le *Low Carb* est un régime à la mode qui a la particularité d'être pauvre en glucides. De cette manière les aliments comme les produits céréaliers, le soja, les fruits, certains légumes, légumineuses et les produits laitiers ne sont plus consommés. La principale source d'énergie n'est donc plus dans les féculents mais dans les protéines.

Opposé au *Low Carb*, le *Low Fat* est un régime faible en gras, donc en lipides, et basé principalement sur la consommation de glucides complexes comme les céréales et les légumineuses.

Selon la professeure de la Haute Ecole de Santé, ces deux régimes sont considérés comme des modes. Ils ont été popularisés depuis les années 2000, notamment par Tim Ferriss, Pierre Dukan et Robert Atkins. Cependant, ces deux pratiques alimentaires sont des modes de nouveaux régimes amaigrissant. Par conséquent, n'étant pas une mode alimentaire influencée par une conviction, nous ne les considérerons pas pour la suite du travail.

7 Fast Food versus Slow Food

7.1 Fast Food

Le Fast Food, qui signifie restauration rapide en anglais, a pour avantage de faire gagner du temps et de l'argent au consommateur. En effet, ce dernier peut manger rapidement les plats commandés ou pris à l'emporter et le prix est moins cher que dans un restaurant. Des grandes chaînes de restaurants, pour la plupart franchisées, sont apparues sur le marché. Cependant, si la rapidité a peut-être un avantage dans un monde où les gens consacrent moins de temps à manger, le problème vient dans les mets qui sont servis. En effet, la cuisine de Fast Food est une restauration standardisée qui regroupe en majorité les hamburgers, sandwichs, hot-dog, pizza, taco, kebab pour la plupart accompagnés de frites et d'une boisson sucrée.

Ces chaînes de restauration rapide sont critiquées, notamment par le mouvement Slow Food, de servir une cuisine médiocre et diététiquement néfaste. En effet, les aliments sont basés de l'agro-industrie en étant trop transformés et comportant un excédent de lipides, de sucres et de sels. Ce mode d'alimentation entraîne l'obésité et les maladies cardio-vasculaires.

Néanmoins, les Fast Foods ont su s'adapter à la nouvelle tendance alimentaire en proposant de manger vite mais bien. Les nouvelles attentes des consommateurs sont en effet de manger sain et ils sont sensibilisés à la protection de l'environnement.

En Suisse, le groupe lausannois a ouvert la chaîne de hamburgers Holy Cow ! en 2009 en s'adaptant à la tendance. En effet, la chaîne cuisine qu'avec des produits locaux venant de chaque canton Suisse. Même le géant du Fast Food, McDonald's, s'est repositionné en proposant des hamburgers sans gluten et végétariens. La chaîne utilise des produits issus de la culture locale, et plus de 80% des ingrédients sont fournis par des producteurs suisses. McDonald's Suisse possède des certificats de provenance et des labels de qualité concernant ses ingrédients. En 2009, le géant a même changé la couleur de son logo pour se mettre au vert, dans la perspective d'être une entreprise soucieuse de l'environnement.

7.2 Slow Food

Le Slow Food est un mouvement mondial créé en 1986 par un italien, Carlo Petrini. Cette association à but non lucratif est reconnue par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Ce mouvement international permet de sensibiliser les citoyens à l'alter consommation et à l'éco gastronomie. L'alter consommation est une consommation respectueuse de l'environnement et par conséquent plus éthique notamment sur les conditions de travail. De ce fait, le consommateur ne s'intéresse pas seulement à l'usage du produit mais à son influence sur l'environnement et sur la société. Quant à l'éco gastronomie, ce terme implique la préservation de la cuisine régionale ainsi que les semences, les animaux, les plantes et les techniques agricoles. Dans la même perspective que le locavorisme, ce mouvement s'engage pour la diversité biologique, et la production alimentaire durable et respectueuse de l'environnement.

Voici l'objectif principal de ce mouvement :

« Réduire la fracture, d'un côté, entre les consommateurs fortunés qui recherchaient de bons produits authentiques cultivés par des gens pauvres et qui s'appauvrissaient encore en perpétuant leurs pratiques traditionnelles. De l'autre côté, les petits consommateurs contraints d'acheter des aliments de mauvaise qualité mais peu chers, produits par des industriels immensément puissants »

(KUMMER Corby, 2002, p.22)

Cette association souhaite permettre une équité en termes d'alimentation afin que tous les citoyens puissent bénéficier d'une alimentation de qualité tout en respectant les conditions de travail et en s'opposant à l'industrie agroalimentaire. Cette dernière est soutenue par plus de 100'000 membres répartis dans plus de 160 pays. Présent en Suisse, le mouvement Slow Food compte environ 3'500 membres.

Par ce mouvement, nous pouvons constater que depuis une trentaine d'années, les modes de pensées face à l'alimentation sont en train d'évoluer. Par le Slow Food, les adhérents ont pour objectif de s'interposer face à l'industrie agroalimentaire afin de pouvoir défendre la biodiversité alimentaire et de promouvoir une alimentation locale. Dans cette perpective, les producteurs-artisans peuvent continuer à produire des produits de qualité, le travail est réalisé dans le respect de l'environnement et des conditions humaines et la philosophie du plaisir au travers de la nourriture prend tout son sens.

8 Les nouveaux modes de restauration

Les nouvelles habitudes alimentaires tendent également à une restauration hors domicile. Pour répondre à cette évolution, la consommation des produits prêts à manger dans les zones urbaines sont en pleins essors. Avec des prix attractifs, les individus se restaurent de plus en plus dans les boulangeries, sandwicheries, bars à pâtes, saladeries, Fast Foods, Food Trucks, et bien d'autres.

8.1 La livraison

Les rythmes de vie s'accélèrent, et le temps pour se nourrir doit donc être restreint. Des applications via le smartphone permettent de se faire livrer ce que l'on veut, à l'heure que l'on souhaite. Ce nouveau mode de livraison n'est qu'un intermédiaire entre le restaurant et le consommateur. Grâce à un système de traçage, ce dernier peut suivre sa commande en direct. Ainsi, le consommateur peut manger la cuisine d'un établissement sans même avoir besoin de s'y rendre. C'est également un gain de temps pour se restaurer.

Pour les prochaines générations, le digital sera indispensable pour se restaurer et il faudra s'adapter au mode de vie de plus en plus urbain.

A Genève, on dénombre six plateformes de livraison : EAT.ch, Fooodetective, Hop Delivery, Smood, Takeaway.com et Uber Eats.

8.2 Les Food Trucks

A l'origine, les camions-restaurant étaient des véhicules équipés afin de cuire, de préparer et de vendre des aliments et boissons. Au fil du temps, ces restaurants mobiles ont gagné en succès.

La nouvelle génération de camion-restaurants, appelé aujourd'hui Food trucks, est apparue dans les années 2010. Auparavant, ces camions ambulants proposaient une restauration rapide. Ces nouveaux Food trucks offrent une alimentation proposant une cuisine urbaine artisanale et qualitative.

La ville de Genève offre cinq espaces publics aux Food trucks depuis 2014 selon un contrat de quatre ans. Les Food Trucks permanents ont été sélectionné pour proposer

des produits locaux et se déplacent selon un système de rotation journalière afin de garantir une diversité culinaire à la population sur les différents sites. Selon les statistiques du mémento du canton de Genève, en fin 2017, 63% de la population genevoise travaillait à plein temps. Pour cette raison, le temps pour manger à midi est généralement d'une heure. Proposer des Food Trucks est une bonne solution pour manger rapidement.

De plus, la ville organise deux fois par an la Geneva Street Food Festival qui rassemble de nombreux Food Trucks afin de proposer toutes les saveurs culinaires du monde sur une durée de trois jours.

9 Les nouvelles habitudes alimentaires

9.1 L'individualisation des choix alimentaires

Avec les nouvelles tendances alimentaires, chacun à son régime alimentaire et accorde de l'importance à manger sans viande, sans gluten, sans lactose, bio, local, etc. Dans cette optique, les restaurants se doivent d'offrir des plats variés afin de répondre à toutes les demandes. Dans les supermarchés, il convient également d'élargir l'offre afin que chaque régime puisse avoir le choix des produits. Selon les chercheurs, cette individualisation des choix alimentaires ne conduirait pas à la fin des repas partagés. La génération actuelle adopte volontairement des alimentations particulières. Dans le futur, il conviendra de s'accorder un moment collectif, avec une individualisation dans l'assiette.

9.2 La rapidité des repas

Nous sommes dans une génération où la rapidité du service à toute son importance. Avec une population très active, le temps du déjeuner est compté. Nombreux sont ceux qui mangent au travail ou qui prennent peu de temps pour se restaurer. Les rythmes de vie accélérés impliquent que les aliments doivent désormais venir au consommateur et non plus le contraire. Le temps consacré à l'alimentation diminue de plus en plus ; que ce soit pour l'approvisionnement, la cuisine ou le repas en lui-même. Dans cette perspective, la restauration rapide est en pleine croissance. Cependant, dans une génération qui souhaite manger sainement, ce type de restauration a dû s'adapter pour offrir autre chose que des sandwichs. Afin de varier, les Food Trucks ambulant permettent de proposer des cuisines différentes. De plus, nombreux sont ceux qui se font livrer leurs plats ; afin de ne pas avoir à se déplacer et donc de gagner du temps. Avec la forte demande, la concurrence entre les services de livraison est rude ; avec une compétition à celui qui sera le plus rapide.

A contrario des repas pris seul et rapidement, se restaurer est également un phénomène social. En effet, cela permet de se retrouver entre amis ou en famille. Si dans le quotidien les repas sont davantage pris rapidement, il n'en demeure pas moins, que dans certaines occasions, le repas reste un moment de partage.

9.3 Se mettre à cuisiner

Dans une génération où l'alimentation saine et équilibrée est au cœur des préoccupations, nombreux sont ceux qui se mettent à cuisiner. Connecté à l'aide de leurs Smartphones pour suivre des recettes, nombreux sont ceux qui cuisinent leurs propres repas. Afin de privilégier des produits de bonnes qualités, cette pratique est une valeur sûre pour savoir ce que l'on mange.

9.4 L'alimentation comme marqueur social

L'alimentation est devenue un marqueur social permettant aux individus de s'exprimer au travers de ce qu'ils mangent. En effet, manifester son régime alimentaire permet d'extérioriser sa religion, ses convictions éthiques et culturelles ou son désir de prendre soin de soi et de l'environnement. Les influences de consommation varient aussi selon le lieu d'habitation, le genre, la génération, la situation familiale, les enjeux de santé, le revenu, etc.

9.5 L'importance du numérique

Les changements alimentaires sont accélérés par les réseaux sociaux. En effet, les jeunes générations sont de plus en plus influencées par ce qu'ils voient sur leurs écrans. Premièrement, c'est par ce biais qu'ils prennent conscience du bien-être animal et de l'importance de manger sainement. Deuxièmement, c'est avec internet qu'ils se renseignent sur les produits, les tendances alimentaires, les restaurants, etc. Finalement, l'importance du numérique a permis l'émergence du *Food Porn*. Cette tendance consiste à photographier des plats afin de les publier sur les réseaux. L'objectif est de prendre une photo qui va provoquer l'excitation, la fascination et l'envie. Aujourd'hui orienté sur le visuel, les repas font l'objet d'une mise en scène. Les réseaux sociaux deviennent également pour les restaurateurs un réel outil marketing. Ils peuvent publier leurs nouvelles recettes et photographier leurs plats afin d'attirer la clientèle. Instagram, est un réseau social qui permet de partager des photos en ligne et qui comptabilise une communauté d'un milliard d'utilisateurs. Par ce biais, les restaurants privilégient la présentation soignée des plats.

9.6 La e-nutrition

L'e-nutrition regroupent les applications destinées à aider les utilisateurs à se nourrir correctement. En donnant des informations personnelles comme le poids, la taille, le taux d'activité sportive, etc. l'application va pouvoir au moyen d'algorithmes, définir les besoins en protéines, vitamines, etc. Chaque résultat est personnalisé. Ce marché est en plein développement et l'on compte actuellement plus d'une centaine d'applications de ce type en Europe. Avec cette tendance, le consommateur ne réfléchit plus à ce qu'il veut manger car il est guidé par son application.

10 Analyse des interviews

Pour mener à bien mon analyse, j'ai réalisé une étude qualitative. Afin de comprendre les effets sur la santé de ces nouvelles tendances et modes alimentaires, j'ai réalisé un entretien avec une professeure à la Haute Ecole de Santé à Genève. L'avis d'une spécialiste sur les risques et les opportunités des nouveaux régimes alimentaires m'ont permis d'établir des prévisions sur ceux qui peuvent être considérés comme des tendances et par conséquent s'inscrire dans la durée et ceux qui sont vus comme des modes.

De plus, afin de comprendre les raisons qui poussent la population à suivre une nouvelle tendance, j'ai eu l'opportunité de questionner deux étudiantes résidentes à Genève, l'une étant végétarienne et l'autre végétalienne. Ces entrevues m'ont permis de comprendre l'évolution des pensées qui poussent les personnes à changer leurs habitudes alimentaires.

10.1 Résumé d'un entretien avec une professionnelle de la nutrition

Les avis concernant ces nouvelles modes et tendances alimentaires divergent. Afin d'avoir un avis sur la santé, j'ai questionné une professeure de la Haute Ecole de Santé en filière Nutrition et Diététique.

Selon la spécialiste, les tendances actuelles comme le flexitarisme, le végétarisme, le végétalisme et le crudivorisme sont des mouvements relativement de fond dont certaines plus marginales que d'autres. Ces nouvelles pratiques alimentaires s'inscrivent à la fois dans l'idée de la santé et surtout de développement durable. Cependant, certaines sont plus restrictives que d'autres et il est très important de se renseigner car il ne faut pas simplement éliminer certains aliments. En effet, il est nécessaire de repenser complètement son alimentation.

Concernant les modes, certaines sont pointées du doigt par leurs aberrations d'un point de vue écologique, notamment celles qui consistent à manger beaucoup de viandes comme le régime Paléo ou le Low Carb. Tous les régimes sans gluten ou sans produits laitiers sont également vus comme des modes selon l'experte. Les produits de substituts sont apparus à l'origine sur le marché pour les personnes intolérantes. Dans cette perspective, ce type de consommateurs fait sens. Cependant, pour ceux qui ne

présentent aucune intolérance, ces produits à la mode, sans gluten et sans lait animal, sont apparus comme un réel effet placebo d'une alimentation plus saine. D'une part le gluten ne représente aucun danger pour l'organisme et les laits végétaux ont un apport nutritionnel beaucoup plus faible que le lait animal. De plus, ces produits sont relativement plus onéreux. Ces produits créent un effet de halo santé : ce dernier semble sain mais ne l'est pas forcément. De cette manière, ces produits sont considérés comme des modes car il suffit d'une prise de conscience pour qu'elles disparaissent.

Tout comme des gammes de produits à la mode, les compléments alimentaires représentent un commerce fructueux. Là encore, dans un cas de carence ciblé, ces compléments peuvent être bénéfiques. Pour le reste, il n'est pas recommandé de prendre des compléments alimentaires sans raison.

De manière générale, il n'est pas conseillé de supprimer une gamme entière de produits sans soucis de santé. Le plus important est de manger équilibré et de choisir ses aliments selon ce que notre corps accepte ou non. Les produits bio sont préconisés car la charge en pesticides est moindre. Ces produits sont cependant plus chers. Pour des personnes en difficulté financière, il est au moins préférable de favoriser des produits suisses dont la quantité de pesticides est raisonnable.

Concernant l'alimentation de demain, la spécialiste pense qu'il n'y a pas besoin de repenser la production agroalimentaire avec les impressions 3D ou la viande et le poisson de synthèse. Selon elle, il suffit simplement de réduire sa consommation de viande qui est très néfaste pour l'environnement. La consommation de source végétale comme les légumineuses, pois chiches et les lentilles sont à favoriser. Elle retient cependant l'idée des insectes, qui peuvent constituer une bonne source de protéines même si l'on n'en manque pas en Suisse, car l'acceptabilité de cet aliment n'est pas encore très présente.

Pour l'avenir de la restauration, il y a une expansion de l'offre végétarienne et végétalienne avec des produits locaux mais l'offre va rester très variée car les gens apprécieront aller au restaurant pour manger de la viande de qualité.

10.2 Points clés pour ceux qui adoptent un nouveau régime alimentaire

Afin de comprendre les motivations à changer ses habitudes alimentaires, deux entrevues m'ont permis d'établir les points clés pour ceux qui adoptent un nouveau régime alimentaire.

La première personne interrogée est végétarienne depuis plus de trois ans, suite à un dégoût soudain de la viande, conjugué par le côté éthique et politique.

Ayant fait un Bachelor en sociologie à l'université de Genève, ses études l'ont amenée à travailler sur ses convictions quant à l'évolution de l'alimentation. En effet, le sujet de la consommation de viande pouvant être néfaste pour l'homme et l'environnement ont été abordés lors de son cursus universitaire.

Consciente qu'il faut se renseigner afin d'adapter son nouveau mode alimentaire, cette étudiante s'est beaucoup documentée. Elle remplace principalement les protéines animales par le tofu, les œufs, les produits laitiers ainsi que des lentilles et du quinoa.

Concernant l'offre de produits végétariens, la gamme s'est élargie au fil des années. La Coop propose plus de produits que la Migros. Cependant, ayant voyagé aux Etats-Unis, elle pense que la Suisse peut mieux faire.

Selon elle, l'humain va devenir de plus en plus civilisé en s'éloignant de l'homme proche de l'animal. Sur le long terme, elle pense qu'il serait possible que tout le monde arrête de manger des produits carnés en se rendant compte que « c'est animal de manger de la viande ».

Une seconde entrevue a permis de mettre en lumière les points clés d'une personne qui a opté pour un régime végétalien. Son évolution alimentaire a changé progressivement, en commençant par le flexitarisme, le végétarisme puis le végétalisme.

Etudiante en psychologie et science du sport, et passionnée par la plongée et le yoga, elle a vécu seule à l'étranger pendant six mois à Berlin puis six mois à Montréal. C'est à cette période qu'elle a appris à se renseigner sur l'alimentation et à découvrir beaucoup de concepts, très présents dans ces deux grandes villes.

Le premier motif à l'origine de son changement alimentaire a été l'environnement. Pour elle, tout est question de connaissance et de savoir. En effet, la production de viande détruit l'environnement. Une fois sensibilisée sur le sujet, on se renseigne davantage. C'est à ce moment-là qu'elle s'est rendue compte qu'au-delà de l'environnement, il y

avait également un point sensible sur la traite des animaux. Malade, entassé, et maltraité : l'homme n'a aucune idée de ce dont a vécu l'animal en élevage. La transition du stade de végétarienne à végétalienne est arrivée avec la prise de conscience que les animaux souffrent même si on ne les mange pas. Aujourd'hui, elle refuse de se nourrir en alimentation animale avec des êtres vivants qui sont nés pour ne pas vivre.

Consciente qu'il faut être vigilante pour éviter les carences, cette dernière prend des compléments alimentaires de vitamine B12. Pour se fournir en protéines, des aliments comme dans le quinoa, le brocoli, le tofu, les steaks végétaliens, le seitan, des pois chiches, les lentilles sont suffisants bien qu'ils soient nécessaires d'en manger en quantité plus importante afin d'avoir les apports nutritifs nécessaires. A noter également qu'il faut être prudent et regarder les ingrédients car un produit vegan ne veut pas forcément dire qu'il est sain.

Pour elle, être végétalienne est un réel mode de vie, d'harmonie et de respect pour l'environnement, les animaux et pour être en accord avec ses valeurs. Pour se questionner, il faut, selon elle, avoir une influence. Ceux qui optent pour des nouvelles tendances alimentaires s'influencent positivement et représentent un cercle vertueux où l'on apprend à découvrir ensemble ce milieu et se donner des idées et des conseils.

Avoir ce régime en Suisse est possible mais pas toujours évident. Hormis la Coop, les produits végan ne sont pas très variés. De plus, les restaurants ne sont pas spécialisés et ont une offre généralement très basique. Elle souligne les nouveaux concepts qui jouent sur la tendance et exagèrent dans les prix.

11 Conséquences de l'évolution alimentaire sur la santé

La base d'une alimentation variée et équilibrée est essentielle. Les protéines animales, les produits laitiers, les légumineuses et les céréales sont nécessaires pour être en bonne santé. Cependant, selon la pyramide alimentaire, il convient de ne pas dépasser certaines quantités afin de maintenir un bon équilibre. De cette manière, la nutritionniste a souligné le fait que la consommation de protéines animales devait être réduite sans pour autant être exclue, car les Suisses en consomment trop. En revanche, une quantité raisonnable de produits laitiers est bonne pour la santé afin d'apporter du calcium à l'organisme et le gluten est sans risque si la consommation est modérée. Alors, comment les nouveaux régimes alimentaires impactent-ils la santé ? Les végétariens sont-ils en manque de protéines ? Les véganes ont-ils des carences ? Est-il dangereux de ne consommer aucun produit laitier ? A quel âge est-il recommandé d'adopter un régime alimentaire ?

Afin d'être en bonne santé, il est nécessaire de manger des protéines, définies par des chaînes d'acides aminés. Les protéines peuvent être d'origine animale dans la viande, le poisson, les produits laitiers, les œufs mais également d'origine végétale. Pour obtenir une alimentation équilibrée en protéines végétales, il est nécessaire d'associer les légumineuses avec les céréales en mangeant par exemple du couscous mélangé avec des pois chiches. De plus, l'apport en produits laitiers et les œufs permettent à l'organisme d'avoir de la vitamine B12, indispensable pour le renouvellement cellulaire, la formation de globules rouges et au bon fonctionnement des neurones. Avec de bonnes connaissances, le régime végétarien est sans risque pour la santé. En effet, les végétariens peuvent avoir un apport suffisant en protéines et en vitamine B12. Les risques de carences de ce régime est moindre, excepté le fer. En effet, le manque de fer touche essentiellement les femmes, les enfants et les femmes enceintes. Sans protéines animales, le fer peut se trouver par exemple dans les fruits, les légumes, les légumineuses ou le soja. Des prises de sang régulières sont conseillées afin de prendre des compléments alimentaires en cas de besoin.

Le régime végétarien comporte davantage de risques que le végétalien. En effet, sans protéines animales ni de produits issus des animaux, les œufs et les produits laitiers ne sont pas consommés. Si l'apport en protéines peut être remplacé par des protéines végétales, rien ne peut remplacer la vitamine B12. Les adolescents, les femmes enceintes et allaitantes en ont particulièrement besoin. De cette manière, des compléments alimentaires ou des injections sont indispensables car l'apport en vitamine

B12 pour les végétaliens peut uniquement être consommé à travers les algues ou la spiruline.

La consommation de lait animal est indispensable pour les nourrissons. En effet, le lait contient du lactose, sucre vital dans les premières années de vie. Les conséquences peuvent être dramatiques si un nourrisson n'en consomme pas, en entraînant la dénutrition et des carences vitaminiques. Cependant, l'être humain fait partie des seuls mammifères à continuer à boire un produit d'allaitement à l'âge adulte. Cette boisson est facilement assimilable à la naissance grâce une enzyme nommée la lactase. Pour beaucoup de personnes, cette enzyme arrête de fonctionner en grandissant, ce qui explique les symptômes d'intolérance au lactose. Ainsi, les intolérants, les végétaliens et les personnes préoccupées par les effets de l'industrie laitière sur l'environnement éliminent les produits laitiers de leur alimentation. Il faut être attentif en lisant les étiquettes afin de choisir un lait végétal riche en protéines, avec un ajout de calcium et de vitamines et pauvre en sucre. L'apport en calcium est surtout à privilégier pendant les vingt premières années de vie afin de constituer un capital osseux solide. Cependant, d'autres aliments sont riches en calcium comme les légumes verts, les herbes aromatiques ou les fruits secs.

En définitive, il faut bien se renseigner afin de remplacer les aliments par de bons substituts. Il est déconseillé de pratiquer certains régimes lorsque l'on est enceinte ou enfant. La nutritionniste a cependant souligné que sans intolérances ni convictions éthiques ou culturelles, il n'est pas nécessaire de supprimer une gamme d'aliments et que tout ceux présents dans la pyramide alimentaire contribuent à une alimentation saine et équilibrée.

12 Les prévisions d'une alimentation du futur

Si les tendances et modes alimentaires sont actuelles, cette partie du travail se penche sur la prévision d'une alimentation du futur. Sur le long terme, comment l'être humain va-t-il se nourrir ? Quelles sont les prévisions les plus envisageables ? La Food Tech a permis l'émergence de cette alimentation du futur. Depuis quelques années, les startups sont en plein essor dans le secteur de l'industrie alimentaire. La technologie est déjà en train de changer l'alimentation notamment avec les réseaux sociaux, internet et l'utilisation des Smartphones. La Food Tech est un terme qui désigne un écosystème d'entrepreneurs qui utilise la technologie pour améliorer la production et la distribution alimentaire. L'innovation de la Food Tech conceptualise et développe des nouveaux produits alimentaires ou améliore la combinaison de produits existants. De cette manière, des nouvelles générations de startups investissent dans ce marché, ce qui permet une évolution de l'alimentation. En 2019, les investissements dans les startups européennes de la Food Tech représentaient 2,4 milliards d'euros (Gamberini Giulietta, 2020). Il existe 6 catégories dans la Food Tech : l'AgTech pour l'agriculture, la FoodScience pour les nouveaux produits, le FoodService pour l'industrie de la restauration, le Coaching pour les objectifs personnels, la Livraison et le Retail pour le secteur de la distribution. Dans cette partie, nous allons nous intéresser à la FoodScience, créatrice des produits de demain.

12.1 Les imprimantes 3D

Concernant les explications de la machine, l'imprimante est dotée de cartouches possédants les diverses variétés de molécules alimentaires telles que les protéines, les lipides, les sucres, les substances aromatiques, et autres composants alimentaires. Ces imprimantes superposeraient de très fines couches de matière afin de recréer des plats à partir de pâtes comestibles. Ces machines ont la capacité de produire les mêmes qualités nutritionnelles recherchées que l'aliment en question.

L'impression de nourriture en 3D n'est pas nouvelle car la NASA avait d'ailleurs commencé à financer des recherches en 2006 dans le but de nourrir les astronautes en mission dans l'espace.

Sur le marché actuel, le restaurant Food Ink à Londres imprime ses plats en 3D. De plus, la startup Natural Machines a créé une imprimante 3D exclusivement alimentaire, la

Foodini, qui est proposée aux restaurateurs et aux traiteurs mais également dans le secteur de la santé pour les hôpitaux.

Cette nouvelle manière de consommer n'est pas encore actuelle mais avec le progrès croissant de la technologie, ce système pourrait remplacer notre cuisine. A long terme, les imprimantes 3D pourront très certainement proposer de vrais plats. La professeure à la HEdS s'est exprimée sur le sujet. Selon ses dires, cette évolution technologique s'apparente plus à une innovation en termes de réalisation des repas. En effet, les matières premières doivent être fournis à la machine qui se contente simplement de refaire le plat à l'identique. De cette manière, les imprimantes 3D ne sont pas une solution pour résoudre les problèmes de pénuries alimentaires qui pourraient survenir à l'avenir.

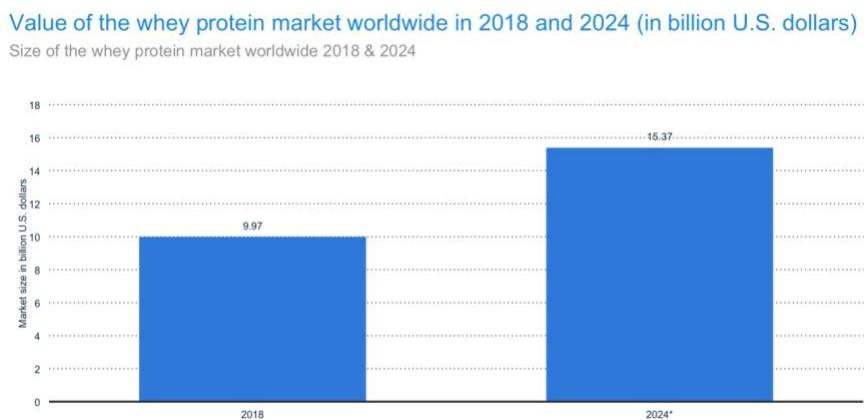
12.2 Les compléments alimentaires et protéinés

Dans les différentes manières de consommer, nous devons aborder les compléments alimentaires. Ces pilules ne sont ni des aliments ni des médicaments, mais elles complètent un régime alimentaire normal. Constitués de nutriments et de substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique, une consommation excessive de ces compléments est non sans risque pour le consommateur. Ce marché est en pleine expansion dans les pays riches. Les cibles de ces compléments sont en majorité les femmes en leur promettant du bien-être, une augmentation de capital beauté, une perte de poids, et de nombreux autres bienfaits. Cependant, la probabilité que ces compléments puissent devenir notre nouvelle alimentation est presque impossible car la qualité de notre alimentation réside dans sa variété et le plaisir que l'on a de se nourrir.

Les protéines en poudre sont également une nouvelle mode. Destinées à l'origine pour les sportifs afin d'améliorer leurs conditions physiques, la consommation de protéines est en plein essor. La plus répandue est la « whey protéine ». Cette protéine est une poudre issue du lait de vache. Idéale pour la croissance musculaire et riche en acides aminés, cette protéine est le complément alimentaire le plus utilisé grâce à une assimilation est rapide.

L'avantage de cette poudre est que le pourcentage en protéine est plus élevée que celle de l'alimentation quotidienne.

Figure 9 : Valeur du marché des protéines dans le monde en 2018 et 2024 (en milliards de dollars américains)



(Research and Markets, Statista, 2019)

A l'échelle mondiale, la consommation de whey protéine risque fortement d'augmenter. Selon les prévisions, la valeur du marché des protéines devrait passer de 9,97 milliards de dollars américains en 2018 à 15,37 milliards de dollars américains en 2024.

Pour toutes les personnes qui suivent un régime flexitarien, végétarien ou végan, les compléments alimentaires ou la poudre protéinée peuvent être à l'avenir de bons suppléments afin d'éviter des carences dû à la diminution de la consommation de viande.

12.3 Les repas en poudre

Crée en 2013 par une entreprise américaine, la marque « Soylent » est un substitut de repas à base de poudre. Conçue pour être un repas complet à base de plantes et composé de 39 nutriments essentiels, la poudre couvrirait tous les besoins nutritionnels nécessaires à l'homme. La conception de cette alimentation du futur consisterait à ne boire que cette poudre, servant d'alimentation principale et unique. Le but de ce produit est de faire gagner du temps au consommateur. De cette manière, il n'a plus besoin de consacrer du temps à cuisiner et à manger. De plus, cette alimentation serait une bonne alternative écologique. Des entrepreneurs étrangers ont cependant repris l'idée de commercialiser des produits similaires dans certains pays d'Europe.

Cependant, ce produit subit de fortes critiques. Premièrement, il est fabriqué à base d'organismes génétiquement modifiés. Deuxièmement, il supprime entièrement l'action de manger. Ce cette manière, la consommation exclusive de cette poudre exclut

socialement le consommateur. Finalement, il peut y avoir un effet déprimant, à savoir de se nourrir uniquement d'une boisson sans goût ni texture.

Dans cette perspective, il semble peu probable d'associer la poudre avec la nourriture de demain. Cependant, cette poudre pourrait être très utile dans certains cas, en voyage ou pendant la courte pause de midi par exemple. Au quotidien, il ne faut pas négliger que l'alimentation reste une source de plaisir pour l'être humain et qu'il ne faut pas provoquer de dérèglement de sensations alimentaires ou de frustration.

12.4 Les aliments génétiquement modifiés

Actuellement, nous consommons déjà des aliments dont l'ADN est modifié. Ces organismes génétiquement modifiés, appelés OGM, sont des organismes vivants dont le patrimoine génétique a été modifié par l'intervention humaine. Cette technique permet la modification d'animaux, de plantes, de champignons ou des micro-organismes. Dans le futur, les aliments seront encore plus modifiés afin de les rendre plus nutritifs. De cette manière, les aliments seront plus riches et plus concentrés en apport nutritifs.

Cependant, ce type d'agriculture suscite des débats scientifiques, éthiques et éco politique. Les débats d'ordre scientifique soulignent les risques sanitaires et environnementaux. Les débats éthiques, quant à eux, questionnent sur la modification du patrimoine génétique d'un organisme vivant. Finalement, les questions éco-politiques se préoccupent du monopole qu'ont les multinationales spécialisées dans les technologies agricoles.

Ce sujet a été abordé lors de l'entrevue avec la spécialiste en nutrition. Selon elle, les OGM sont à éviter. Si l'impact sur la santé est encore ambigu, la quantité nécessaire de pesticide est avec certitude très néfaste pour l'environnement.

12.5 La viande de synthèse

Afin de réduire l'impact environnemental engendré par la production de viande, depuis 2013, le développement de la viande de synthèse permettrait de réduire l'élevage intensif. La viande de synthèse est fabriquée dans des laboratoires à partir de cellules de viandes cultivées dans des cuves d'incubateurs. Le but est de reproduire un bout de

viande avec le même goût, la même odeur et la même texture avec les meilleures propriétés nutritionnelles tout en faisant face aux défis environnementaux.

« On fait un prélèvement sur un muscle bovin. Ensuite on récupère des cellules et on les cultive pour en obtenir des milliards. Après quatre jours, vous allez avoir 600'000 cellules. Pour faire un hamburger, il en faut beaucoup plus, il en faut des milliards. Puis, toutes les cellules musculaires s'agglomèrent pour former un muscle : cela va prendre trois semaines, et le processus entier dure huit semaines. »

(Anon van Essen, technicien chez Mosa Meat, un petit laboratoire qui développe de la viande in vitro à Maastricht, aux Pays-Bas)

En Suisse, des fonds ont été levé, notamment par Merck et Bell, afin de développer cette viande in vitro. Cette viande pourrait regrouper des bénéfices tels que le bien-être des animaux, la préservation de l'environnement et la sécurité alimentaire en offrant une qualité, un goût et un apport nutritionnel identique.

Dans le futur, cette alternative semble être une solution afin de limiter l'élevage industriel intensif. Selon les chiffres de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, plus de 60 milliards d'animaux ont été tués pour leur viande en 2016 (Delacharleray Matthieu, 2018). La viande de synthèse permettrait de réduire ce chiffre, étant donné que les animaux ne sont pas tués. Cependant, cette viande in vitro ne s'imposera pas sur le marché avant plusieurs générations. Pour cause, le prix de la production est très élevé. En effet, le premier burger réalisé à partir de cellules souches de vache coûtait 250'000 euros pour 142 grammes (Delacharleray Matthieu, 2018). De plus, la composition de ces steaks est un assemblage de fibres musculaires, sans vaisseaux sanguins ni nerfs. Sur le long terme, il n'est pas encore possible d'évaluer les inconvénients sur la santé de l'homme et sur l'environnement. D'autre part, il n'est pas encore concevable de produire de la viande in vitro en quantité industrielle. Finalement, la question de l'acceptabilité de manger de la viande artificielle reste dans l'incertitude.

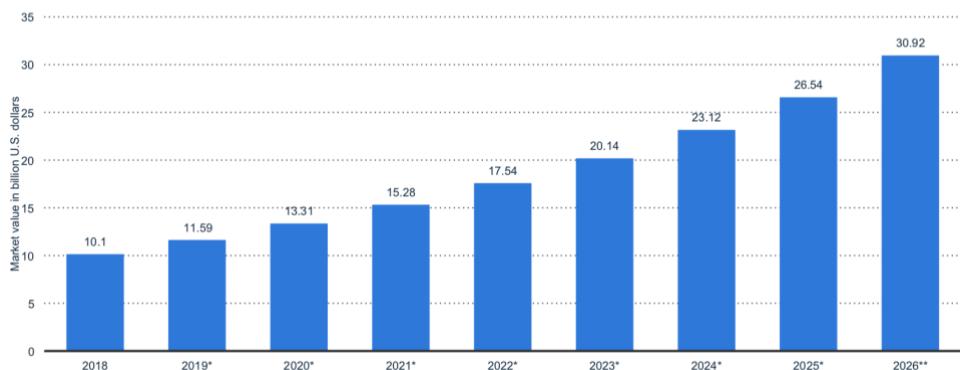
12.6 La viande végétale

Se rapportant à la nouvelle tendance du végétarisme, nous trouvons les viandes végétales. La révolution de cette dernière n'en est qu'à ses débuts avec des chercheurs et des scientifiques qui travaillent pour améliorer continuellement le goût et la texture. Les entreprises de fabrications de viandes végétales sont en pleine expansion. Basé sur la recherche, le développement et l'innovation, certains ingrédients comme le soja, la pomme de terre, le blé, l'orge, le maïs, les lentilles ou les pois chiches remplacent les

protéines animales. Cette production suffirait à remplacer les protéines animales mais la production de tous ces végétaux détruirait également la planète à long terme.

Figure 10 : Valeur marchande prévue de la viande d'origine végétale dans le monde de 2018 à 2026 (en milliards de dollars américains)

Forecasted market value of plant-based meat worldwide from 2018 to 2026 (in billion U.S. dollars)
Global meat substitutes market size 2018-2026



(GlobeNewswire, Statista, 2017)

Le marché des substituts alimentaire à la viande est en pleine expansion. Selon les prévisions, la valeur marchande mondiale prévue de la viande d'origine végétale est en constante augmentation d'ici les prochaines années et devrait doubler d'ici 5 ans. Si cette mesure augmente, c'est indéniablement parce que la demande va augmenter également.

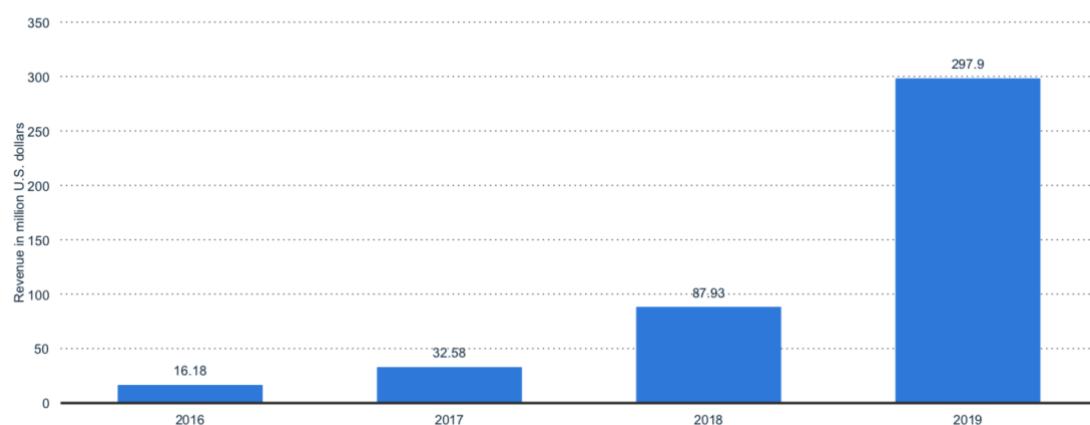
En 2009, Ethan Brown a lancé aux Etats-Unis la Beyond Meat. Ces produits sont des substituts de viande réalisés à partir de plantes. Ces produits végétariens, par le goût, le visuel et la texture, ressemblent en tout point à de la viande animale. Aux Etats-Unis, ce produit séduit également les personnes carnivores qui optent pour la Beyond Meat lorsqu'ils doutent de la viande animale proposée, parce que l'industrie de la viande occasionne de nombreuses suspicions. Dans le commerce, ces substituts à base de protéines de soja, d'isolats de protéines de pois, de levure et d'autres ingrédients donnent l'aspect de poulet ou de bœuf. En 2014, Fast Company désigne Beyond Meat comme étant l'entreprise la plus innovante. En 2019, ce produit est arrivé en Suisse et se vend désormais dans les distributeurs alimentaires.

La cuisine de demain est sans limite pour les scientifiques et ces derniers cherchent à produire de manière artificielle tout ce que nous consommons aujourd'hui. Ce mode de nutrition pourrait fortement être la cuisine de demain, notamment par la gamme qui se développe grâce au potentiel commercial des substituts de viande végétaux, estimé à 10 milliards de dollars au cours des prochaines décennies. Ce chiffre provoque l'intérêt

des investisseurs. En effet, la performance de la bourse de ces entreprises spécialisées ne cesse de grimper. L'action de l'américain Beyond Meat, spécialiste du steak végétal, a augmenté de 600% (Richterich Rachel, 2019). En termes de revenu net, la Beyond Meat a augmenté de près de 200 millions de dollars américains entre l'année 2018 et 2019.

Figure 11 : Revenu net mondial de la Beyond Meat entre 2016 et 2019 (en millions de dollars américains)

Net revenue of Beyond Meat, Inc. worldwide from 2016 to 2019 (in million U.S. dollars)
Global revenue of Beyond Meat, Inc. 2016-2019



(Beyond Meat, Statista, 2019)

12.7 Les insectes

Les insectes font partie des aliments que l'on prédit comme étant la nourriture de demain. Déjà beaucoup consommés en Chine, les insectes permettent de compléter une alimentation quotidienne.

Dans les pays Occidentaux, les insectes ne sont pas considérés comme des aliments. Néanmoins devenus une tendance, certains se questionnent sur la possibilité de devenir une alimentation durable apportant des vertus nutritionnelles et des bienfaits sur le bien-être des hommes.

Pour donner quelques chiffres, il existe plus de 2'000 espèces comestibles. Il s'agit principalement de scarabées, chenilles, abeilles, guêpes, fourmis, grillons, criquets, sauterelles, cigales, cochenilles et punaises. Les deux atouts majeurs de ces insectes sont leur apport énergétique et les ressources inépuisables. En effet, manger des insectes permet de maintenir la biodiversité en réduisant la pollution agricole tout en

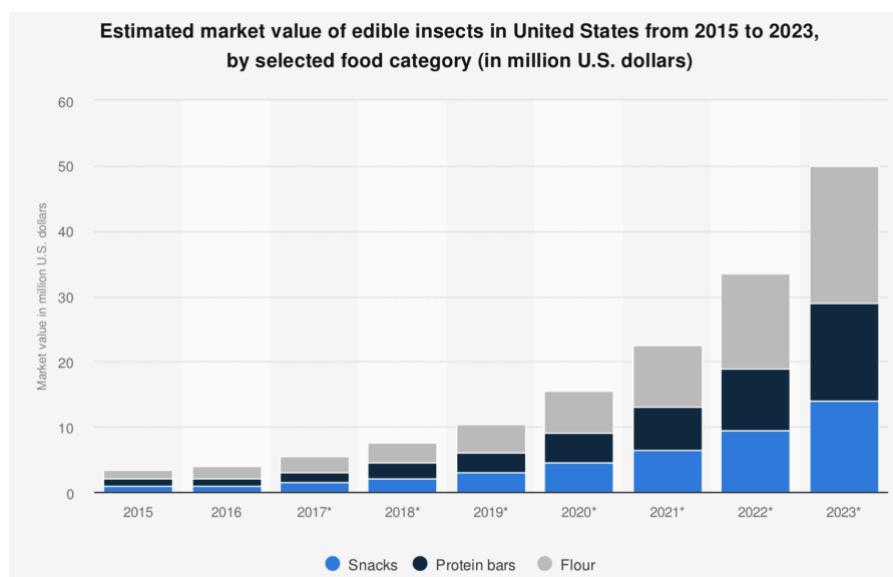
limitant la production de nourriture animale. On considère que la culture d'insectes émet 100 fois moins de gaz à effet de serre que la culture de viande.

La croissance de la demande reste encore incertaine. En effet, plusieurs points sont à considérer. D'un point de vue nutritionnel, si la quantité d'insectes nécessaire pour égaler une pièce de viande étant très grande, le prix pourrait freiner les consommateurs. De plus, d'un point de vue cognitif, les insectes pourraient procurer un dégoût chez l'homme, notamment par le fait de consommer un animal dans sa totalité. Concernant la production, il semble difficile de produire une quantité suffisante d'insectes en Occident. Ces petits animaux se trouvent essentiellement dans les pays où le climat est tempéré, humide voir tropical. Il faudrait ainsi les importer, ce qui semble peu écologique.

D'un point de vue légal, l'autorisation de la production et de la transformation et de la vente d'insectes comme produits alimentaires ne sont pas encore bien définies. En Suisse, trois espèces d'insectes sont autorisées comme denrées alimentaires depuis le 1^{er} mai 2017. Sous certaines conditions, les grillons, les criquets migrateurs et les vers de farine sont vendus entiers, en morceaux ou moulus.

La statistique ci-dessous démontre la valeur marchande estimée des insectes comestibles aux Etats-Unis. La consommation de ces animaux est plus répandue en Amérique qu'en Suisse. Sous forme de produits transformés comme les encas, les bars protéinées ou la farine, la valeur marchande devrait fortement augmenter d'ici 2023.

Figure 12 : Valeur marchande estimée des insectes comestibles aux États-Unis de 2015 à 2023, par catégorie d'aliments



(Global Market Insights, Statista, 2018)

13 L'analyse du macro environnement du marché alimentaire en Suisse

13.1 Analyse PESTEL du marché alimentaire

Afin de comprendre comment les tendances alimentaires évoluent en Suisse, il convient de mettre en exergue les facteurs macro-environnementaux. Ce modèle permet d'identifier l'influence environnementale selon les six catégories suivantes : politiques, économiques, sociologiques, technologiques, écologiques et légales. En déterminant un cadre d'analyse, le PESTEL permet de faire ressortir des prévisions sur les mégatendances et les signaux faibles afin d'anticiper et de construire des scénarios sur l'évolution de l'alimentation.

13.1.1 Les influences politiques

Les influences politiques se penchent sur le rôle des pouvoirs publics ; notamment l'Etat et les acteurs de la société civile. Il convient d'identifier les influences politiques afin de procéder à une analyse du risque politique qui en découle. La Suisse a une situation politique stable et favorise le développement économique. Cette stabilité permet de favoriser le libre-échange, soit les importations et les exportations. Concernant la politique, des organisations très investies en Suisse se mobilisent sur des questions alimentaires. En 2018, une initiative a été votée « pour des denrées alimentaires saines et produites dans des conditions équitables et écologiques ». Rejetée à l'échelle du pays car trop restrictive, la Suisse romande avait cependant majoritairement voté oui. Néanmoins, cette initiative a montré que la population romande se préoccupe de la qualité sociale et écologique de ce qu'elle mange. Des groupes d'organisations politiques sont donc particulièrement présents et peuvent influencer les contraintes alimentaires.

13.1.2 Les influences économiques

L'influence macroéconomique impacte la prospérité des entreprises ; toute entreprise doit donc comprendre comment l'économie peut influencer les marchés. D'un point de vue mondial, la crise sanitaire du Coronavirus a contraint les Suisses à prendre de

nouvelles habitudes alimentaires. Tout d'abord, la population a été contrainte de faire ses courses sur le territoire Suisse. De plus, le ralentissement de l'économie a mis en lumière certaines nouvelles activités, comme cuisiner davantage ou d'aller faire des achats directement à la ferme, chez les producteurs. Selon un article publié dans le Temps le 13 avril 2020, la crise sanitaire aurait remis en valeur l'économie et la production locale. D'un point de vue économique, les habitants suisses ont un pouvoir d'achat trois fois plus élevé que le pouvoir d'achat moyen d'un citoyen Européen, le pays étant classé au deuxième rang européen pour le pouvoir d'achat (Hoffstetter Matthieu, *Bilan*, 2016). De ce fait, les Suisses dépensent plus d'argent pour des produits de meilleures qualités. Conscients que l'alimentation a un impact majeur sur la santé, nombreux sont les consommateurs qui dépensent davantage pour avoir des produits locaux ou bio.

13.1.3 Les influences sociologiques

L'aspect sociologique met en lumière l'offre et la demande sur les marchés mais également la capacité à innover, le pouvoir et l'efficacité des organisations. Plusieurs éléments de l'environnement social peuvent influencer l'offre et la demande. On peut citer la démographie, avec l'augmentation de la population mondiale, la répartition des richesses avec la croissance des richesses en Suisse, la géographie avec la conservation des champs dans le pays et la culture. Les évolutions culturelles deviennent un nouveau défi stratégique pour l'évolution de l'alimentation. En effet, l'aspect éthique, notamment sur la protection de l'environnement et des animaux, guide les tendances. Depuis quelques années, l'importance de l'espèce animal a pris de l'ampleur. En Suisse, de nombreuses ordonnances ont été mises en vigueur visant à la protection animale comme : l'Ordonnance de l'OSAV sur la protection des animaux lors de leur abattage (2010), l'Ordonnance concernant l'abattage d'animaux et le contrôle des viandes (2016) et l'Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires d'origine animale (2016). Outre cela, les générations Y et Z ont modifié leurs habitudes alimentaires, auparavant synonymes de moments de partage. Entre la diminution du temps consacré à se nourrir et les nombreuses restrictions liées aux intolérances, au bien-être, à la protection animale, aux enjeux culturels, aux différences ou aux convictions, l'aspect social des repas a changé.

13.1.4 Les influences technologiques

L'émergence des technologies influence l'environnement macroéconomique. De nombreuses stratégies liées à l'innovation et aux nouvelles technologies permettent notamment l'émergence d'internet et des réseaux sociaux, de l'impression 3D, du génie génétique, de la recherche et développement, etc. Dans une génération très connectée, internet a toute son importance. Les jeunes publient et commentent tout sur les réseaux sociaux. De ce fait, la pornographie alimentaire est un phénomène croissant. Ainsi, l'importance d'une présentation soignée et donnant envie devient primordiale. L'impact technologique permet également d'autres avancées, comme le développement des produits génétiquement modifiées, la création de viandes végétales, la culture d'insectes ou l'impression des aliments en 3D. De plus, la technologie alimentaire permet d'innover dans la recherche et le développement afin d'offrir la meilleure transformation, distribution, conservation, et conditionnement en vue d'une alimentation saine et équilibrée, tout en respectant les valeurs nutritionnelles et la qualité.

13.1.5 Les influences écologiques

Les préoccupations environnementales telles que le recyclage, la pollution et le réchauffement climatique influencent les évolutions alimentaires. Le développement durable, visant à la réduction de l'impact environnemental change les habitudes en termes d'alimentation. En effet, la pression écologique incite à l'alimentation durable. Dans cette perspective, la consommation de viande doit premièrement être réduite car la production animalière est très polluante. De plus, la consommation de produits locaux doit être privilégiée afin de réduire la pollution liée au transport de marchandises. Afin de préconiser le recyclage, les emballages sont de plus en plus proscrits et l'achat en vrac revient au premier plan. D'un point de vue environnemental, l'accroissement de la population et des changements climatiques obligent les humains à réadapter leurs régimes alimentaires.

13.1.6 Les influences légales

Les influences légales incluent des règlementations liées aux textes de droit, aux normes, aux ordonnances, à la fiscalité ainsi qu'aux règles et obligations. En Suisse, plusieurs Lois et Ordonnances visent à protéger le marché alimentaire suisse. La première catégorie est le droit des denrées alimentaires avec par exemple la Loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI) protège la santé du consommateur, veille à la manipulation des denrées alimentaires et met à la disposition des consommateurs les informations nécessaires. On dénombre également de nombreuses ordonnances sur les denrées alimentaires d'origine animale, les denrées alimentaires génétiquement modifiées, sur le plan de contrôle national de la chaîne alimentaire et des objets usuels, sur l'exécution de la législation sur les denrées alimentaires et bien d'autres. La législation vétérinaire protège par exemple les animaux, l'abattage, le contrôle des viandes. Quant à la législation agricole, la Loi fédérale sur l'agriculture et les ordonnances se penchent sur l'agriculture et les produits agricoles. Swissness regroupe deux Lois et une ordonnance sur la protection des indications de provenance. Ces influences légales protègent le consommateur. La Confédération met en vigueur ces textes et effectue des contrôles.

13.2 Tableau de notation des opportunités et menaces

Afin de déterminer les variables pivots, un tableau regroupant les opportunités et les menaces des six grandes catégories d'influences environnementales a été établi. Les principales influences ont été numérotées de 1 à 10 selon une échelle d'évaluation de taux de survenance et de l'impact estimé pour le secteur du marché alimentaire.

Tableau 1 : Tableau de notation des opportunités et menaces

	Opportunités	Taux de survenance	Impact estimé	Menaces	Taux de survenance	Impact estimé
Politique	Situation politique stable en Suisse	8	3	Initiatives des Verts Suisse	7	5
				Le rôle du pouvoir public	5	4
Economique	Pouvoir d'achat des habitants élevé	7	5	Chute du PIB et de la demande suite à la crise sanitaire	1	5
	La crise du Coronavirus pour l'économie locale et agricole	1	7			
Social	Evolutions culturelles en termes d'alimentation	9	8	Changements des habitudes alimentaires de la génération Z	9	8
Technologique	Recherche et développement dans le secteur alimentaire	9	7	Le secteur agricole en péril	6	6
Environnemental	Les préoccupations environnementales	9	7	Le réchauffement climatique et la pollution	9	9
				Augmentation de la population mondiale	9	7
Légal	Droit des denrées alimentaires, législation vétérinaire, législation agricole et Swissness	7	3	La Confédération effectue des contrôles	8	2
				Respect des animaux	8	6

(Mélodie Gallier, 2020)

Il ressort de ce tableau les principales influences qui auront le plus d'impact sur l'environnement futur. La situation politique stable et le pouvoir d'achat élevé des habitants en Suisse sont primordiaux pour permettre l'échange de denrées alimentaires. Les évolutions culturelles en termes d'alimentation et le changement des habitudes alimentaires de la génération Z vont également affecter le marché alimentaire. De plus, tous les facteurs liés à l'environnement vont fortement influencer ce secteur qui est l'une des causes principales de l'évolution de l'alimentation.

En définitive, le macro environnement du marché alimentaire en Suisse est impacté principalement par les facteurs sociaux et environnementaux.

13.3 Les variables pivots

Afin d'apporter une analyse synthétique de la liste de contrôle élaborée grâce au modèle PESTEL et au tableau de notation des opportunités et menaces, il convient d'identifier les variables pivots. Ces variables sont les facteurs susceptibles d'affecter significativement la structure du marché alimentaire.

Les variables :

- La stabilité politique du pays
- La préoccupation de la population à consommer une alimentation durable
- L'augmentation de la population mondiale
- Les évolutions culturelles avec les nouveaux mouvements de pensées
- Les restrictions alimentaires, comme le gluten ou le lactose
- La technologie des impressions 3D, le génie génétique, les productions d'insectes, les viandes végétales, etc.
- La Loi fédérale sur les denrées alimentaires

13.4 Les scénarios

En s'appuyant sur les variables pivots établies, les scénarios proposent sur le long terme des représentations plausibles du macro environnement. L'environnement du marché alimentaire en Suisse est incertain, mais grâce aux diverses analyses étudiées au préalable, quatre scénarios, de directions différentes, ont pu être dégagés.

13.4.1 Pénurie de denrées alimentaires

Selon les statistiques, la population mondiale va continuellement s'accroître. En 2050, la barre des dix milliards d'habitants est annoncée. Dans le futur, il se pourrait que l'on soit confronté à une pénurie de denrées alimentaires. De ce fait, la production animale et agricole ne serait plus suffisante pour nourrir toute la planète. L'homme n'aurait plus le choix de ce qu'il souhaite manger et l'évolution de la Food Tech serait indispensable pour trouver des solutions afin de produire des denrées artificielles.

13.4.2 Nourriture intégralement artificielle

Afin de trouver des solutions innovantes et lucratives, de nombreuses entreprises et start-ups investissent dans la production de nourriture artificielle. La viande de synthèse, la viande végétale, les repas en poudre et les imprimantes 3D sont des inventions permettant de manger uniquement ce dont l'homme produit.

13.4.3 Pensées écologiques adoptées par toute la population

Les courants de pensées écologiques prennent de l'ampleur depuis ces dernières années. Divers secteurs, notamment celui de l'alimentation, poussent les personnes à changer leurs modes alimentaires. Dans cette perspective où toute la population adopterait des pensées écologiques, les habitudes alimentaires se modifieraient considérablement, et la viande animale ne serait plus, ou que très occasionnellement, consommée. De plus, la population mangerait les denrées uniquement produites localement et il n'y aurait plus d'importation. Finalement, les choix alimentaires ne seraient plus influencés par le goût mais pas l'impact environnemental qu'ils engendrent.

13.4.4 La nourriture comme médecine

« Que ta nourriture soit ta seule médecine ». Cette phrase célèbre d'Hippocrate, médecin et philosophe, remonte à des siècles avant Jésus Christ. Aujourd'hui encore, cette phrase fait sens. Manger sainement en écoutant ce dont notre corps à besoin, permet à l'homme de rester en bonne santé. Dans la pensée que la nourriture serait notre médecine, seuls les bons aliments seraient consommés. De cette manière, l'homme adapterait un nouveau comportement alimentaire et il se renseignerait sur les produits avant de les consommer. La demande serait majoritairement constituée de produits sains, bio, locaux, avec des labels et non transformés.

14 L'analyse de l'industrie de la restauration à Genève

14.1 Le modèle des 5(+1) forces de la concurrence du marché de la restauration

Le modèle des 5 forces de la concurrence a été défini par Michaël Porter en 1979. Il sert à évaluer l'attractivité d'une industrie d'un point de vue micro environnemental afin d'établir une stratégie face à la concurrence. Dans cette optique, l'analyse de la notion de concurrence permettra de définir le marché de la restauration à Genève. L'objectif du modèle est d'évaluer cinq types de forces : la menace d'entrants potentiels, la menace des substituts, le pouvoir de négociation des clients, le pouvoir de négociation des fournisseurs et l'intensité de la concurrence. Par la suite, une sixième force, le rôle des pouvoirs publics, a été introduite. Il découle de ce modèle un élargissement de la notion de concurrence afin d'obtenir un avantage concurrentiel.

14.1.1 Le pouvoir de négociation des clients

Les clients sont indispensables pour la survie d'une entreprise. Dans le secteur de la restauration, le pouvoir de négociation est important et l'exigence de la clientèle est élevée. En effet, avec plus de 2'400 cafés-restaurants à Genève (Guinand Leatitia, 2012) la concurrence est présente. Ce canton est d'ailleurs celui de Suisse qui a le plus de cafés-restaurants par nombre d'habitants.

14.1.2 Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Les fournisseurs approvisionnent les établissements notamment en matières premières, en ressources financières ou en main-d'œuvre. Les fournisseurs de matières premières sont nombreux sur le marché, les restaurants peuvent s'approvisionner auprès des producteurs ou auprès de l'industrie agroalimentaire. De ce fait, le pouvoir de négociation est peu élevé, ce qui est à l'avantage des restaurateurs.

14.1.3 La menace d'entrants potentiels

La menace d'entrants potentiels est établie selon le niveau de barrières à l'entrée, soit les facteurs que les entrants potentiels doivent surmonter. Plusieurs barrières à l'entrée sont présentes afin d'ouvrir un établissement. Premièrement, il est indispensable d'avoir un capital de départ suffisant. Outre l'aspect financier, l'autre barrière est l'aspect géographique. En effet, certains quartiers populaires pour la restauration comme les Eaux-Vives, Plainpalais ou Carouge sont très demandés. De ce fait, il faut trouver un local libre. Finalement, la renommée des autres établissements concurrents peut représenter une réelle barrière à l'entrée, surtout si les nouveaux entrants ne sont pas franchisés et qu'ils n'ont encore aucune notoriété.

14.1.4 La menace des substituts

Les substituts sont les produits ou services qui offrent, selon une approche différente, des bénéfices équivalents. Dans le cas de la restauration, de nombreuses alternatives sont présentes sur le marché. Pour manger rapidement à l'heure du déjeuner, il est par exemple possible de se restaurer dans l'un des cinq Food Trucks présents à Genève, les Fast Foods, les boulangeries, et autres établissements de ce genre. Dans les supermarchés, notamment Coop et Migros, des repas à l'emporter sont généralement proposés. De plus, Genève se situe proche de la frontière française, où les prix dans les restaurants sont plus abordables.

14.1.5 Le rôle des pouvoirs publics

Le rôle des pouvoirs publics n'était pas inclus dans le modèle de base réalisé par Michael Porter. Cependant, l'Etat et toutes les autorités de régulation ont le pouvoir d'intervenir. En Suisse, plusieurs étapes sont indispensables pour ouvrir un restaurant ou un commerce alimentaire. Pour commencer, il faut obtenir une autorisation d'exploitation auprès du service de police du commerce et de lutte contre le travail au noir. Par la suite, il faut annoncer légalement son activité au service de la consommation et des affaires vétérinaires. De plus, il faudra mettre en place un système d'autocontrôle afin d'être aux normes lors de l'inspection d'hygiène ou des contrôles de produits. Le rôle des pouvoirs publics est donc d'établir des barrières à l'entrée et de veiller par la suite que la concurrence est loyale, avec des conditions légales de travail, d'hygiène et des produits.

Lorsque l'établissement ne suit pas les conditions imposées par l'Etat, celui-ci peut agir en imposant des sanctions, voir fermer l'établissement dans des cas extrêmes.

14.1.6 L'intensité concurrentielle

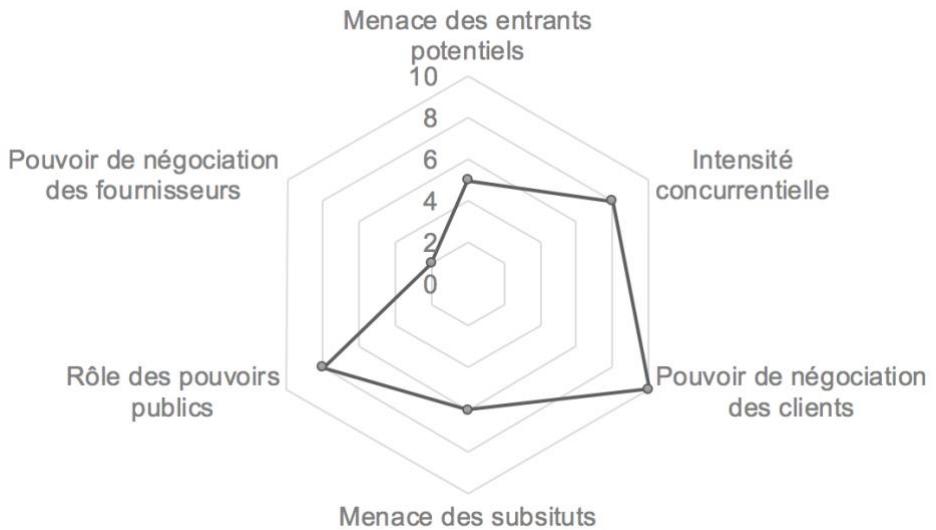
Selon le modèle, la force des différents acteurs tels que les entrants potentiels, les acheteurs, les produits de substitutions, les pouvoirs publics et les fournisseurs, amènent à l'intensité concurrentielle. En établissant la pression des barrières à l'entrée, la menace des substituts, le pouvoir des acheteurs et des fournisseurs et la réglementation, le degré d'intensité concurrentielle peut être défini. Genève étant la deuxième ville de Suisse la plus peuplée, l'activité de restauration y est conséquente. Le nombre élevé de concurrents, la facilité administrative et le nombre élevé de fournisseurs rendent l'intensité concurrentielle très importante à Genève.

De cette manière, il est désormais judicieux d'ouvrir un établissement qui se démarque des autres afin de faire la différence. Actuellement dans une génération où les consommateurs font attention à ce qu'ils consomment, les nouveaux concepts restaurants à Genève séduisent. Le conseil est de faire une carte courte, d'avoir des produits de qualité, un bon personnel, une bonne communication ainsi que d'être original.

14.2 L'hexagone sectoriel de la restauration à Genève

Le modèle des 5 (+1) forces permet de mettre en lumière les forces impliquées dans l'environnement concurrentiel d'un domaine d'activité stratégique. En établissant une hiérarchisation de ces forces, il est possible d'identifier les éléments stratégiques à maîtriser pour obtenir un avantage concurrentiel. A l'aide d'un axe gradué de 1 à 10, l'importance du poids de la force a été représentée.

Tableau 2 : Hexagone sectoriel de la restauration à Genève



(Mélodie Gallier, 2020)

Avec une forte concentration de restaurants à Genève, le pouvoir de négociation des clients est d'une très forte intensité. La menace des substituts a été évaluée à 6, représentant un pouvoir moyen. Des substituts sont présents comme des boulangeries, des Food Trucks, des Fast Foods ou encore les plats préparés dans les grandes surfaces. Ils répondent au même besoin qui est celui de manger, mais l'offre et le service ne sont pas comparables. Le rôle des pouvoirs publics est élevé car ces derniers fournissent les autorisations d'exploiter, établissent les normes d'hygiène et veillent à la concurrence loyale et aux conditions de travail et des produits. Le pouvoir de négociation des fournisseurs est faible car ils sont nombreux sur le marché. Un léger pouvoir est néanmoins présent pour la demande de produits spéciaux. La menace des entrants potentiels a été estimée à 5 car des barrières à l'entrée sont présentes comme l'apport financier et un espace géographique stratégique. Finalement, l'intensité concurrentielle a une intensité forte. En effet, le pouvoir des barrières à l'entrée est moyennement élevé, la menace des substituts est présente et le pouvoir des acheteurs est élevé. Cependant, l'intensité concurrentielle n'est pas à son maximum car le pouvoir de négociation des fournisseurs n'est pas élevé et la réglementation est présente sans être très contraignante.

15 Les nouveaux concepts qui ouvrent à Genève

Les offres végétariennes et saines sont à la mode à Genève. Des nouveaux concepts ont récemment ouverts pour répondre à la nouvelle tendance alimentaire. Quelle est l'offre de ces nouveaux établissements ? Comment se démarquent-ils ? Qu'apportent-ils de nouveau ? Une enquête sur plusieurs endroits a été menée pour analyser quelle est l'aspiration du moment en matière de nutrition à Genève.

15.1 Alive

Situé dans le quartier des Eaux-Vives, *Alive* est un concept qui a ouvert ses portes en 2017. Cet endroit a tout misé sur le bien-être et la santé. *Alive* propose des plats végan, des cours de cuisine, du personal training, des cours de yoga et des massages. De plus, l'endroit vend divers produits bio, végan, fait-maison, des superfoods et des accessoires pour le sport. L'établissement propose une nourriture végan basé sur des produits frais, locaux, bio, de saison et sans gluten. La cuisine est également agrémentée de superfoods ou d'aliments complémentaires permettant de retrouver une vitalité et de privilégier la cuisine saine. Le menu, avec possibilité de prendre à l'emporter, offre une large gamme de plats. Par exemple, *Alive* propose des tartines à l'avocat, du pudding, des burgers végétaux, des bols divers, des cheesecakes, des tartes, des brownies, des jus de fruits et de légumes pressés et des boissons à base de laits végétaux.

15.2 Granola

Granola, un café qui séduit à Genève, possède deux enseignes dans la ville : la première ouverte aux Eaux-Vives en 2017 et la deuxième, lancée deux ans plus tard, dans le quartier des Bains à Plainpalais. Ce concept propose des produits qui sont de saison, locaux, bio, qui respectent l'environnement et originaires de cultures éthiques. Ce nouveau concept à la mode n'est pas végétarien mais propose une cuisine saine et équilibrée. L'établissement propose une carte avec des tartines à l'avocats, des super bowls garnis par exemple avec du quinoa, du thon, du saumon, des avocats, etc. et des soupes. On trouve également des desserts, certains sont végan, d'autres sans gluten ou lactose. Pour le week-end, il y a le brunch où l'on trouve des pancakes, des bols avec des lentilles, des œufs, et d'autres plats. *Granola* est aussi un endroit pour simplement boire un verre. La carte est donc riche en boissons avec divers jus frais pressés, smoothies, des boissons lactées avec du lait végétal ou non et des thés.

15.3 Green Gorilla

Green Gorilla est un concept possédant trois établissements à Genève et un à Lausanne. A Genève, les enseignes se situent aux Eaux-Vives, chez Globus au 4ème étage et à Bel-Air. Conçu par un jeune entrepreneur local d'origine suédoise, le concept est né en 2017. Ce dernier a entre autres lancé une start-up en 2015 « The Goodlife Coffee & Co », une société de torréfaction. De cette manière, les cafés proposés dans l'établissement sont fournis localement par la société Goodlife basée à Lausanne. Chez *Green Gorilla*, la tendance est au manger bon, sain, dans une ambiance chaleureuse, tendance et décontractée. La décoration axée sur la verdure amène un côté détente et nature. L'établissement propose des salades, des poké bowls à composer soi-même, des tartines à l'avocat, du granola maison, des soupes, des jus frais pressés à froid et des smoothies ; le tout préparé avec des super aliments. Les bols et les tartines d'avocat sont réalisés à la minute alors que le reste se trouve en self-service dans un frigo. Un bol est proposé en formule végétarienne et les boissons lactées peuvent être sans lactose ou à base de laits végétaux. L'établissement est essentiellement connu pour ses jus et smoothies bien-être, possédant chacun des effets bénéfiques sur l'organisme.

15.4 Ou Bien Encore !

Dans la rue des bains, le café *Ou Bien Encore !* a été inauguré en 2015. Ce concept propose de la restauration, une épicerie fine, une galerie et des évènements organisés. Pour être dans la tendance du moment, cet établissement propose une cuisine de qualité et saine. Les produits sont locaux, bio et de saison. La plupart des plats sont végétariens ou végan et la majorité sont sans lactose ni gluten. *Ou Bien Encore !* a comme philosophie de respecter la planète. Les produits sont également proposés à l'emporter. Le menu est varié et propose notamment des salades, des sandwichs, des tartes, du taboulé, des wraps, des burgers et des tartines à l'avocat. Concernant les douceurs sucrées, on peut trouver des cheesecakes, des cookies, des fondants et des tartelettes. L'offre de boissons est également diversifiée avec des jus frais, des bières, du kombucha et des vins. *Ou Bien Encore !* se veut être un espace proposant « une cuisine pour rendre les gens heureux », tel que le dit son slogan écrit sur la carte.

15.5 Takinoa

Takinoa, également situé dans le quartier des Eaux-Vives, est un nouveau concept qui a ouvert en 2016. Le terme « *taki* », signifie la rapidité et la vitesse alors que « *noa* » désigne la négation. De ce fait, l'idée du fondateur de ce concept est de prendre du temps pour manger, et donc de prendre du temps pour soi. Née en 2011, cette entreprise suisse dénombre plusieurs établissements dans le pays, notamment à Lausanne, Nyon, Gland, Berne et Neuchâtel. L'enseigne proposant des produits 100% suisse, avec une alimentation équilibrée, bio, saine, et privilégiant les produits locaux de saison, serait le précurseur de cette nouvelle offre. L'établissement est self-service et propose tout au long de la journée des mets prêts à consommer. Le défi de *Takinoa* est de « faire de l'alimentation un pilier de notre santé et de notre bien-être ». Afin de satisfaire au mieux la clientèle, la carte est partagée en mets 70% végétariens, 60% sans gluten, 50% sans lactose et 20% végan. *Takinoa* propose des jus frais pressés, des soupes, des wraps, des salades, des bocaux gourmets et des desserts. Certaines enseignes sont un peu différentes et sont sous forme de cafétéria. De cette manière, ce concept, imaginé par le fondateur après des années d'observations, répond à l'évolution des habitudes alimentaires comme le fait d'avoir peu de temps à midi et d'être contraint de manger hors de chez soi. Chez *Takinoa*, tout est déjà prêt, donc il est possible de prendre le temps de manger lors de sa pause déjeuner, en se régala nt avec un plat équilibré et sain.

15.6 Entretiens avec deux employées

Afin t'établir un diagnostic stratégique et de réaliser une matrice SWOT de ces nouveaux concepts à Genève, je suis allée à leurs rencontres. J'ai eu l'occasion de rencontrer une employée de chez *Ou Bien Encore !* et une autre de chez *Granola*. Ces entretiens m'ont permis de mettre en lumière les points les plus importants afin de comprendre l'environnement dans lequel prospérait ces concepts et de quelles manières ils pouvaient évoluer.

15.6.1 Serveuse chez *Ou Bien Encore !*

La propriétaire de cet établissement est une artiste. Très créative, elle a souhaité faire de ce de café un concept à son image. Pour cette raison, outre la restauration, *Ou Bien*

Encore ! organise des vernissages et des évènements. Végane convaincue, elle a souhaité mettre en avant ses convictions et sa façon de vivre afin de faire de son établissement un lieu qui lui correspondait entièrement.

La carte propose uniquement des plats végétaux. La seule offre de base animale est la possibilité de rajouter des œufs. Pour des questions éthiques, le lait de vache a récemment été supprimé de la carte. Le lait végétal ne pose pas de problème pour les clients. Les desserts sont essentiellement sans gluten car beaucoup de gens deviennent intolérants.

D'un point de vue interne à l'entreprise, les forces sont l'esprit d'équipe, la qualité des produits et la détermination à prouver qu'une cuisine végane peut également être gourmande, bonne et variée. Quant aux faiblesses, la difficulté est de ne pas s'éparpiller lorsque l'on présente un « concept ».

D'un point de vue externe à l'entreprise, les opportunités sont en faveur de la tendance des plats sains et végétaux qui prend de plus en plus d'ampleur. L'établissement a récemment ouvert un laboratoire de cuisine sur la rue d'en face afin de proposer davantage de plats. La principale menace est la concurrence, notamment celle des cafés et des cafés véganes.

Concernant la clientèle, elle est assez variée. Plutôt jeune, il y a de nombreux habitués qui viennent boire un café ou des gens de bureaux qui viennent manger à midi.

Pour se démarquer, les valeurs sur la qualité, la santé et promouvoir la protection de l'environnement sont leurs principaux atouts. Bio et soigneusement choisis, les produits de bonnes qualités ont un prix. Saine, équilibrée et goûteuse, la carte propose des « assiettes santés ».

Ou Bien Encore ! est l'un des seuls concepts café ouvert le soir. Avec une offre de produits légers et sains, la carte du soir et la carte des vins ne rapportent pas un grand chiffre d'affaire. Récemment ouvert le soir, il commence à y avoir un peu de monde, notamment pour les afterworks. La carte du soir propose surtout des tapas et deux plats.

Concernant l'avenir de l'alimentation, l'employée pense que l'alimentation végétale va décoller notamment grâce à la prise de conscience planétaire sur l'environnement et les animaux. Le mythe que le végan n'est pas bon et se résume à de la salade est en train de se perdre, notamment grâce à ce genre de concept. Manger de la viande pour avoir des forces et être en bonne santé n'est plus indispensable et les nouvelles générations naissent avec ces nouvelles pensées.

15.6.2 Responsable chez Granola

La patronne de *Granola* voyage beaucoup. En Australie, ils ont beaucoup d'avance sur l'écologie et la Healthy Food. Là-bas, il y a beaucoup de concepts de ce genre : un coffee shop à l'américaine avec que des bonnes choses, des bons nutriments et favoriser les matières premières. Elle a souhaité recréer un concept similaire à Genève car il n'y en avait pas encore.

L'établissement propose des poké bowls, un plat hawaïen sain et complet. Concernant les desserts, beaucoup de personnes sont devenues véganes, intolérantes ou allergiques au gluten et sensibles au lactose. De cette manière, ce lieu souhaite proposer une offre variée pour ces personnes. La clientèle visée sont ceux qui souhaitent manger sainement et qui font du sport.

D'un point de vue interne à l'entreprise, les forces sont la cohésion d'équipe, le choix des produits locaux, l'écoute des clients et l'attitude écologique adoptée. Quant aux faiblesses, la superficie de l'établissement prive la diversification de l'offre.

D'un point de vue externe, les opportunités sont la notoriété grâce au fait que cet établissement se démarque en étant l'un des premiers à proposer des poké bowls sur Genève. Aujourd'hui avec trois enseignes, *Granola* a su fidéliser sa clientèle très variée. Comme l'Europe a beaucoup de retard sur ces concepts, les voyages de la patronne permettent de gagner de l'avance sur les concurrents. Parmi eux, il y a surtout les cafés et les autres concepts qui mettent en avant les poké bowls ou la Healthy Food. Cependant, *Granola* a l'avantage d'être très bon autant dans le café que dans la nourriture. La plus grande menace serait l'ouverture d'un nouveau concept beaucoup plus avant-gardiste.

Comme la plupart de ces concepts, *Granola* n'est pas ouvert le soir et ferme à 16h30. L'idée étant de privilégier le petit déjeuner, le déjeuner et le goûter car le concept est avant tout un café.

Concernant l'avenir de la restauration, il faudrait selon l'employée, arrêter d'importer les fruits et les légumes en privilégiant les produits locaux et de saison. Les concepts comme *Granola* devrait également être repensés. Il y a une incohérence entre vouloir offrir une cuisine saine tout en protégeant l'environnement et proposer des produits tendances qui polluent énormément, notamment l'avocat et le lait d'amande.

16 Les ressources et compétences

16.1 Matrice SWOT des nouveaux concepts à Genève

La matrice SWOT est un outil de stratégie d'entreprise qui résume les points essentiels de l'analyse de l'environnement et de la capacité stratégique d'une organisation. La méthode est répartie en deux diagnostics. Le premier est l'environnement externe avec les opportunités et les menaces. Le second est l'analyse interne avec les forces et les faiblesses. Le SWOT a l'avantage de déterminer si les ressources des forces et des faiblesses de l'organisation sont assez compétentes pour faire face aux évolutions de l'environnement en donnant une vision globale de la situation actuelle d'une entreprise. Pour cette analyse, nous avons choisi de regrouper les cinq nouveaux concepts pour établir la matrice. En effet, nous avons pu voir dans la présentation de ces derniers qu'ils sont très similaires et que l'offre est semblable.

Figure 13 : SWOT des nouveaux concepts à Genève

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">Présence sur les réseaux sociaux- Présentation visuelle- Vente à l'emporter- Emplacement des locaux- Qualité des produits- Convient aux intolérances et restrictions alimentaires- La cohésion et l'esprit d'équipe- L'écoute des clients	<ul style="list-style-type: none">- Manque de notoriété- Nouveau sur le marché- Prix élevé- Plats peu copieux- Incompréhension avec leurs valeurs- Horaires- Peu de tables extérieures- Se disperser en tant que concept- Superficie de l'établissement
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">- Philosophie de respect de l'environnement- Proposer un concept différent- Cible la clientèle qui a des restrictions alimentaires- Haute demande pour des produits bio, locaux et de saisons- Tendance de la Healthy Food- Tendance du Food Porn sur les réseaux- Concepts à la mode à l'étranger	<ul style="list-style-type: none">- Réglementation plus stricte- Marché de la restauration saturé- Augmentation de la concurrence- Fin de l'effet de mode- Avis sur les réseaux- Un nouveau concept avant-gardiste

(Mélodie Gallier, 2020)

16.1.1 Les forces

D'un point de vue interne à l'entreprise, les forces représentent les ressources et les compétences qui offrent un avantage concurrentiel. Dans le cas de ces nouveaux concepts, ils séduisent la clientèle car ils possèdent de nombreuses forces.

Premièrement, ces concepts se démarquent avec la cohésion d'équipe et la bonne entente avec les employés. Cette ambiance chaleureuse se remarque selon la responsable de chez *Granola* et attire la clientèle.

Afin d'être en coalition avec la technologie, ces établissements sont tous présents sur les réseaux sociaux. Instagram est une application proposant un service de partage de photos qui compte plus d'un milliard d'utilisateurs. Ces concepts ont une moyenne de 440 publications et de 7'1300 abonnés. Par ce biais, ils peuvent promouvoir leurs nouvelles recettes et les clients peuvent partager sur leurs réseaux ce qu'ils ont mangé. De plus, les réseaux sont une très bonne publicité pour se faire connaître, sans être coûteuse. Ce cette manière, la présentation visuelle des plats est primordiale afin de donner envie aux gens de les photographier. C'est une réelle force pour ces concepts qui mettent en avant une présentation très raffinée. Dans une génération connectée et qui travaille beaucoup, ces concepts proposent tous des ventes à l'emporter, ce qui est un point non négligeable pour augmenter les ventes du déjeuner.

Ils sont également situés à des emplacements stratégiques, au centre-ville de Genève et dans des quartiers vivants tels que les Eaux-Vives ou Plainpalais.

Ce qui fait sans doute leur plus grande force est le choix et la qualité des produits qui est mis en avant. Afin de proposer une cuisine d'excellence, il convient de bien choisir les matières premières, notamment en privilégiant le bio et le local.

De plus, les plats proposés se différencient des autres établissements alimentaires. En effet, ces nouveaux concepts proposent une carte qui convient dans la globalité aux intolérances, comme le gluten et le lactose, mais également aux restrictions alimentaires, comme le végétarisme ou le végétalisme. Comme discuté lors des entrevues, ces personnes ayant adopté un nouveau régime alimentaire trouvent que l'offre dans les restaurants est généralement pauvre. Avec ces concepts, ils peuvent désormais manger ce qu'ils ont envie, sans prendre par défaut le seul plat de la carte qui répond à leur régime alimentaire. De surcroît, en proposant des produits de qualité bio, locaux et de saison, ces repas séduisent tous ceux qui souhaitent manger un plat sain et équilibré, sans pour autant avoir de restrictions.

16.1.2 Les faiblesses

Ces facteurs internes sont négatifs à l'entreprise et peuvent se révéler néfastes pour l'organisation lorsqu'il est question d'affronter la concurrence. Ces points peuvent donc être améliorés.

Décrit comme étant des concepts, une employée de l'un deux a souligné qu'il est parfois nécessaire de se recentrer. En plus de la restauration, certains proposent des ateliers de cuisine, une épicerie, une galerie d'art ou des cours de yoga. Il faut de temps en temps se recentrer afin de ne pas trop se disperser.

Parmi ces faiblesses, nous avons pu remarquer que tous ces concepts sont relativement récents, avec une ouverture après 2015. De cette manière, ces derniers étant nouveaux sur le marché, ils possèdent encore un manque de notoriété et pas tous sont connus.

Nous avons également pu remarquer que les prix sont relativement cher. Comme il a été relevé dans l'entrevue avec la jeune étudiante végane, ces nouveaux concepts jouent sur cette tendance. En plus d'être coûteuses, les assiettes sont à contrario peu copieuses, un fait qui est souligné dans beaucoup de commentaires sur internet. Ainsi, le rapport qualité-prix laisse à désirer. Cependant, une employée d'un des concepts à préciser que les clients en ont pour leur argent, même s'ils n'en ont pas conscience. En effet, les produits de qualité coûtent cher.

Dans la perpective de mettre en lumière les faiblesses des plats, une incompréhension avec leurs missions et valeurs ressort. Ces concepts mettent en avant une cuisine locale, bio et de saison. De cette manière, comment expliquer que tous ont le fameux best-seller « toast à l'avocat » sur leurs cartes ? Originaire du Mexique, ce fruit présent sur toutes les cartes décrédibilise leurs valeurs de promouvoir des plats authentiques et locaux.

Concernant la logistique, nous pouvons mettre en avant que ces concepts (excepté *Ou bien Encore !*) ne sont pas ouverts pour le service du soir. Ainsi, leur chiffre d'affaires de la journée se joue sur le petit déjeuner, le déjeuner et les cafés.

Finalement, aucun d'entre eux ne possède une vraie terrasse, seules quelques tables sont posées au bord du trottoir. Ces concepts sont à l'origine des cafés et possèdent des superficies restreintes, ce qui limite la diversification de leurs offres.

16.1.3 Les opportunités

Il convient d'identifier les points sur lesquels l'environnement de l'entreprise peut être confronté à un potentiel à développer.

La première opportunité permettant à ces concepts de se mettre en avant est le fait qu'ils ont une philosophie en accord avec les problématiques actuelles. Nous sommes dans une génération où le problème environnemental est très présent : la croissance de la population, la pollution ou encore le réchauffement climatique. Ces concepts ont pour philosophie de respecter l'environnement en proposant une carte avec peu, voire pas de viande, avec des produits locaux, de saison et bio. La demande de ces produits est par ailleurs en hausse. De cette manière, ils se mettent en avant avec un concept différent et une cuisine saine et équilibrée ciblant une clientèle sujettes aux restrictions alimentaires. Comme discuté avec la nutritionniste rencontrée, nous sommes dans une génération de plus en plus individualisée, avec des régimes spéciaux par soucis de santé, par plaisir ou par mode. Ces concepts ont l'opportunité d'accroître leur clientèle grâce à la hausse des régimes alimentaires particuliers, des nouveaux enjeux culturels et des convictions.

Finalement, deux nouvelles tendances permettent de développer un fort potentiel. La première est la tendance à la Healthy Food, alimentation saine en anglais. Ce mouvement apparu d'abord aux Etats-Unis puis en Europe dans les années 2000, prône avant tout un bon équilibre alimentaire. La tendance de fond de la Healthy Food peut être rattachée à de nombreux régimes alimentaires comme le végétarisme, véganisme, végétalisme, flexitarisme, Slow-Food, crudivorisme ou locavorisme. Le comportement alimentaire de cette tendance au sens large est axé sur la consommation locale de produits frais, sur la variation de l'alimentation à l'aide d'ingrédients détoxifiants et des super-aliments, et sur la consommation écoresponsable. De cette manière, ces concepts respectent ces axes afin de viser toutes les personnes qui veulent manger sainement ou qui ont une offre pour les personnes ayant des régimes alimentaires plus strictes. La deuxième tendance qui offre une opportunité à ces concepts est le Food Porn. Ce phénomène d'expression visuelle de la nourriture a trouvé sa place auprès d'une communauté hyper connectée. Les consommateurs publient ce qu'ils consomment ce qui augmente leur clientèle sur les réseaux. En juillet 2020, 80'435'425 publications sur Instagram contenaient l'hashtag « healthyfood ». Avec une belle présentation visuelle et en surfant sur la tendance de l'alimentation saine et équilibrée, ces concepts ont une réelle opportunité grâce aux réseaux.

Dans les grandes villes internationales, ce genre de concepts qui propose des boissons ainsi que des repas sains et équilibrés sont très implantés dans les grandes villes, comme rapporté dans les entrevues. Dans cette perspective, l'avenir de ces concepts à Genève est une réelle opportunité sur le long terme.

16.1.4 Les menaces

D'un point de vue environnemental, certains changements actuels ou futurs peuvent impacter négativement les activités de l'entreprise. Plusieurs menaces sont à mettre en lumière afin d'être attentif à ce qui pourraient nuire à l'entreprise.

Premièrement, la Confédération met en place des lois et normes sur les établissements alimentaires et les mesures d'hygiène. Il faut être vigilant car ces dernières peuvent changer et devenir plus strictes, notamment avec l'émergence des initiatives des Verts, parti écologiste suisse.

De plus, ces concepts doivent utiliser leurs forces afin de se démarquer car le marché de la restauration à Genève est saturé. Il faut aussi noter une augmentation croissante de la concurrence, avec l'apparition de beaucoup de nouveaux concepts à Genève. Afin de se différencier, ces derniers doivent mettre en avant leurs particularités. La crainte de la responsable de chez Granola serait l'ouverture à Genève d'un concept qui se démarque en étant plus avant-gardiste que tous les autres présents actuellement sur le marché.

L'une des grandes menaces serait également que l'effet de mode prenne fin. En effet, la tendance est actuellement à consommer des boissons originales, notamment des jus, smoothies, ou cafés à l'américaine et de manger des plats sains, équilibrés et bien présentés.

Il faut également être prudent à ne pas trop restreindre le menu en proposant uniquement des produits à base de lait végétal ou sans gluten.

Finalement, il est nécessaire de souligner les avis des internautes. Nombreux sont les sites Web qui comportent des avis et des notations comme LaFourchette, Tripadvisor ou Google Maps. Ce monde virtuel peut difficilement être contrôlé par les restaurateurs et peut avoir un impact très néfaste pour l'établissement. C'est par ailleurs avec des commentaires de consommateurs que certaines faiblesses ont pu être dégagées. Il faut donc rester vigilant en offrant la meilleure expérience client afin de garder une bonne image sur les réseaux.

16.2 Facteurs clés de succès

Les facteurs clés de succès sont les éléments stratégiques qu'une organisation se doit de maîtriser afin de surpasser la concurrence. Grâce à la matrice SWOT, la compréhension des menaces et opportunités existant sur le marché de ce type de restauration permet d'identifier les facteurs clés de succès. De cette manière, ces derniers apportent une conclusion sur toute l'analyse de l'environnement.

16.2.1 Responsable face à l'environnement

Ces nouveaux concepts mettent en avant des produits bio, locaux et de saison avec des recettes composées pour la plupart de légumineuses accompagnées des fruits et légumes. Dans une perspective où l'alimentation se veut durable afin de réduire l'impact environnemental causé par les denrées alimentaires, les plats proposés par ces concepts maintiennent la durabilité de l'écosystème.

16.2.2 Compréhension des attentes des nouvelles tendances

La tendance de l'alimentation saine est en pleine expansion. Des nouveaux régimes alimentaires sont de plus en plus adoptés par la population afin de promouvoir la santé et l'environnement. Ces concepts répondent à la demande. Leur vraie force est que ces établissements séduisent même les personnes qui n'ont pas de restrictions alimentaires. Par exemple, le message de *Granola* est le suivant : « Chez Granola, nous proposons une approche de l'alimentation saine qui se transforme également en un design cosy et des espaces conviviaux. C'est copieux et délicieux - presque comme de la nourriture végétarienne pour les non-végétariens. » (*Site granola-geneva.com*)

16.2.3 Concept assumé

Dans un style moderne et épuré, ces concepts transmettent par tous les moyens une image saine et respectueuse de l'environnement. La décoration sur place, les plats équilibrés sur les réseaux et les emballages recyclés pour les ventes à l'emporter en sont la preuve. Sur chaque site, les produits bio, locaux, authentiques, de saison et faits maison sont mis en avant.

Le Temps a publié en 2016 un article sur le succès grandissant des restaurants à concept. Le blog *Guérilla Gourmande* est consacré à la découverte de la nourriture en Suisse romande. Selon l'auteur, Lukas Menal, le phénomène des restaurants à concept est arrivé en Suisse il y a cinq ou six ans. Il déclare « qu'il serait désormais impossible de lancer un nouveau restaurant sans un concept fort. Pour tenir sur le long terme, il faut soit une cuisine gastronomique, soit des prix très bas. Et ceux qui sont au milieu doivent se spécialiser pour résister à la grande concurrence. » (Menal Lukas, 2016)

De cette manière, ces restaurants à concept sont un réel facteur à succès pour l'avenir de la restauration genevoise.

16.2.4 Ciblé pour les jeunes

L'alimentation saine est très demandée par les Milléniaux. Cette génération des 25-34 ans et la suivante, née après 1997, vivent dans cette période où le réchauffement climatique, la pollution et la croissance de la population sont au cœur des préoccupations. Ces jeunes repensent leur manière de manger afin de réduire leur impact environnemental. Ces concepts qui offrent une cuisine à base végétale avec des produits locaux répondent ainsi à leurs besoins. Etre présent sur les réseaux et mettre un point d'honneur à la présentation afin que les produits soient « instragramables » permet une émergence du succès.

16.3 Recommandations

16.3.1 Promouvoir le rapport qualité-prix

Comme discuté lors de l'entrevue avec Audrey, qui suit un régime végan, ces nouveaux concepts utilisent la tendance pour fixer des prix élevés. Il est donc indispensable de promouvoir un bon rapport qualité-prix afin de garder la clientèle. Si le prix est justifiable selon l'employée de chez *Ou Bien Encore*, il serait judicieux de le préciser afin que les clients aient conscience que le prix est en adéquation avec la qualité des produits.

16.3.2 Étendre les horaires d'ouverture

La majorité des concepts ne sont pas ouverts pour le service du soir. *Granola* est celui qui ferme le plus tôt, à 16h30. De ce fait, ces établissements sont considérés comme des lieux de restauration rapide pour le déjeuner plutôt que comme de véritables restaurants. Les personnes intolérantes ou souhaitant manger sainement aimeraient sans aucun doute pouvoir trouver des établissements ouverts le soir.

16.3.3 Veiller à ne pas restreindre l'offre

Afin de surfer sur la tendance du végétarisme et du véganisme, les établissements proposent une cuisine végétale. De plus, pour répondre aux besoins des clients intolérants, les produits sont proposés sans gluten, sans lactose, végétariens ou végans. Cependant, nous avons pu constater que la clientèle ne se limite pas uniquement aux personnes soumises à des régimes spéciaux ; mais plutôt à celles souhaitant se rendre dans des nouveaux concepts, jeunes, dynamiques et sains. De cette manière, il convient de ne pas trop resserrer l'offre, qui pourrait lasser la clientèle uniquement désireuse d'une alimentation saine.

16.3.4 Segmenter le marché

Pour qu'un concept restaurant puisse fonctionner, il convient de segmenter le marché en définissant au préalable la clientèle que l'on souhaite cibler. Des points déterminants comme l'ambiance, le choix du service et des fournisseurs, le périmètre géographique et le positionnement sur les prix déterminera la cible. Finalement, une stratégie de focalisation limite la concurrence en proposant une offre différenciée. De cette manière, segmenter le marché selon les tendances alimentaires comme le flexitarisme, le végétarisme ou le véganisme permet d'obtenir un avantage concurrentiel. Dans un article du Temps publié en 2016, Gilles Meystre, président de Gastro Vaud, déclare que « la tendance à la segmentation du marché et à des formes plus typées de restaurants va perdurer. On ne peut pas plaire à tout le monde avec une carte généraliste et longue comme le bras. » (Meystre Gilles, 2016)

16.4 Les limites de l'analyse

L'analyse a permis d'établir un diagnostic stratégique quant aux concepts qui ouvrent sur Genève. Il en ressort que ces derniers sont très actuels avec la tendance de consommation de notre temps. De toute évidence, ces concepts ont du potentiel.

Cependant, il convient de mettre en lumière les limites de l'analyse. Relativement récents, l'avenir de ces concepts à Genève ne sont que des suppositions. Néanmoins, l'accroissement de l'offre et de la demande dans les autres pays semble prodiguer un avenir prospère pour les établissements implantés dans le canton.

De plus, lors des entrevues, l'unique menace citée était la concurrence. De cette manière, proposer des objectifs concrets pour se diversifier ou se repositionner afin de mieux faire face aux variables externes ont été limités.

Finalement, afin de mener à bien ce diagnostic stratégique le plus complet possible, l'analyse de plusieurs concepts a été réunie. Cependant, si l'idée de base et l'offre sont plus ou moins identiques, chaque restaurant à son concept avec des ambiances très différentes. Lors des entrevues, les forces et les menaces citées ont été relativement similaires. Néanmoins, les faiblesses de certains sont les opportunités des autres.

17 Les nouvelles tendances et l'impact sur la restauration

A travers ce travail, nous avons pu mettre en lumière les tendances alimentaires de demain et les scénarios plausibles pour l'environnement et le marché alimentaire. A présent, il convient de mettre en lien les nouvelles tendances alimentaires avec leurs impacts sur le secteur de la restauration.

Dans une génération où le digital a toute son importance, les restaurateurs se doivent de développer des services de livraisons et de s'assurer de la qualité de leurs produits afin d'avoir une bonne réputation sur le Web. Ils doivent également être attentifs à la qualité de leur présentation pour que les clients partagent leurs plats avec les internautes. De plus, le digital peut également être une bonne opportunité pour les restaurateurs et pour les particuliers afin de développer des relations avec les producteurs locaux.

La tendance est également au fait-maison. De cette manière, les restaurateurs ont dû modifier leur offre en proposant par exemple des ateliers de cuisine comme chez Alive ou avoir une épicerie afin de faire des bénéfices sans que le client ne mange dans l'établissement. Cette tendance a un avantage : le client appréciera les marques de qualité dans les restaurants. Toutefois, de manière générale le fait-maison impacte négativement la restauration car la demande diminue et les nouveaux appareils comme les robots culinaires permettent aux personnes de cuisiner davantage.

Avec les transformations de modes de vie, les intolérances alimentaires ou les convictions, chacun suit des modes alimentaires différents. Les nouveaux régimes alimentaires ont donc conduit à l'individualisation des repas. La restauration doit s'adapter et personnaliser l'offre ou le fait-sur-mesure (par exemple en rajoutant un œuf comme chez *Ou Bien Encore !*). Cela crée une relation de proximité avec la clientèle, offre une flexibilité quant aux produits proposés et assure un service personnalisé. Comme souligné par la responsable de chez *Granola*, leur force réside dans la relation avec les clients et dans l'envie de s'améliorer en permanence.

Les nouvelles tendances tendent également vers le changement comportemental. Les personnes se soucient davantage de l'origine, de la composition, de l'apport nutritionnel et des conditions de production des produits. Les comportements ont changé dans la mesure où de nombreuses personnes sont attentives aux étiquettes. Dans la restauration, il devient primordial de noter l'origine des produits sur la carte. Cependant, en privilégiant une meilleure qualité, les coûts peuvent augmenter.

Dans une société moderne où les gens ont moins de temps à accorder à l'achat et à la préparation des repas, le prêt-à-manger est en pleine expansion. L'augmentation des plats à l'emporter conduit les restaurateurs à proposer des plats de ce type.

L'une des grandes tendances est à la consommation de produits de proximité. Les restaurateurs doivent renforcer le partenariat avec la production locale et offrir une cuisine faite à base de produits locaux.

Les gens recherchent des produits naturels, sans produits chimiques, sans conservateurs, sans additifs, sans colorants artificiels, sans OGM ni pesticides, les gens sont en recherche de naturalité. Les restaurateurs doivent donc proposer une nouvelle gamme de produits issus de l'agriculture biologique avec une utilisation croissante d'ingrédients non synthétisés.

L'alimentation durable est au cœur des préoccupations. Dans le secteur de la restauration, les produits locaux, issus d'une agriculture respectueuse de l'environnement, les emballages réutilisables, biodégradables ou recyclés ainsi que la participation au tri des déchets sont importants pour les nouveaux consommateurs soucieux de l'environnement.

La tendance est également à une alimentation santé et bien-être. Pour réduire les maladies, améliorer ses performances, être en bonne santé, ou être en meilleure forme la demande pour une alimentation saine est en pleine croissance. Les restaurants doivent proposer des nouveaux produits et de nouvelles recettes saines, réduire la taille des portions, choisir des produits de qualité, ajouter des super aliments, ou autres afin de séduire la nouvelle clientèle.

Avec une baisse croissante de la consommation de protéines animales, les restaurateurs proposent une offre davantage axée sur des sources de protéines alternatives. Selon la professeure de la HEdS, la demande de viande sera toujours présente mais en moins grande quantité, et donc en meilleure qualité. Par conséquent, les restaurateurs devront proposer des produits d'origine animale de bonne qualité.

18 Comment se positionner à l'avenir ?

Ce travail avait pour objectif de définir les phénomènes de mode et les nouvelles tendances de consommation afin de déterminer les impacts qui en découlent pour la restauration à Genève. Le but est d'avoir une vision future des nouvelles tendances, car ce sont ces nouveaux modes alimentaires qui vont perdurer dans le temps et qui seront profitable pour le secteur de la restauration. Le réchauffement climatique et l'accroissement de la population ont guidé des nouveaux comportements liés à l'environnement. Il convient de faire attention à l'impact environnemental que nécessite la production alimentaire. L'alimentation durable est un concept émergeant préservant l'environnement et qui applique le principe de subsidiarité, en privilégiant les produits locaux et durables. Sur le plan cantonal, Genève a fixé des objectifs afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre. Pour y parvenir, il est nécessaire de favoriser les produits ayant un circuit court. De plus, la consommation de viande doit être réduite, car la production impacte davantage l'environnement.

Pour parvenir à réduire la consommation de viande, les tendances comme le flexitarisme, le végétarisme, le végétalisme et le véganisme sont des tendances de fond. En réduisant la consommation de viande au profit de substituts, l'impact écologique est réduit. Souligné par la nutritionniste, le simple fait de réduire la consommation animale est un grand pas pour l'environnement. De plus, privilégier le circuit court réduit les transports, la pollution et favorise la production locale. Ainsi, la tendance du locavorisme et du mouvement Slow Food permettent de favoriser une consommation responsable. Concernant les tendances, nous avons également pu constater que la demande pour les produits de qualité est en constante augmentation. Ainsi, les consommateurs privilégient les produits bio.

Les modes sont caractérisées par la suppression de gammes de produits sur des critères non fondés comme le fait de supprimer tous les produits laitiers, les produits contenant du gluten, les produits issus de l'industrie agroalimentaire, les produits riches en glucides et les produits riches en matières grasses. A noter que ces régimes suivis pour des raisons de santé n'entrent pas en compte. En effet, la nutritionniste nous a spécifié qu'une alimentation équilibrée est indispensable et que ni les produits laitiers, ni le gluten, ni les glucides ou les lipides ne sont néfastes pour la santé. Tout est question d'équilibre.

De cette manière, les prévisions d'une alimentation du futur semblent s'axer sur une alimentation durable. De cette manière, le développement de la viande végétale risque

de s'épandre. Que ce soit pour la réduction de gaz à effet de serre ou pour nourrir toute la population qui est en train de s'accroître, ce substitut pourra faire partie intégrante de l'alimentation du futur. Selon la nutritionniste, l'approfondissement de la production des insectes a tout son sens dans la mesure où ces derniers représentent un bon apport énergétique. L'évolution de l'alimentation se profile dans une perspective où la consommation de viande sera réduite et que les substituts se développeront.

Pour le secteur de la restauration, les nouveaux établissements doivent répondre à la demande et suivre la nouvelle tendance alimentaire. Dans la restauration Genevoise, les nouveaux concepts restaurants avec une cuisine basée sur des produits végétaux, locaux et de saison sont en pleine expansion. L'avenir de la restauration dans le canton se profile aux nouveaux établissements qui ont une philosophie de proposer une cuisine respectant l'environnement, les convictions et les intolérances. Avec une hausse de la demande des produits bio, locaux et une tendance pour la Healthy Food, ces nouveaux concepts répondent à la demande d'aujourd'hui et de demain.

19 Conclusion

Depuis quelques années, le comportement alimentaire est en train de changer considérablement. La prise de conscience de la santé et de l'environnement a contraint l'homme à repenser la façon de se nourrir. Le nouveau système alimentaire moderne est basé sur la valorisation des productions locales, biologiques, de saison et sur le respect de l'environnement. Dans cette perpective, les tendances actuelles privilégient le locavorisme, le bio et une alimentation végétale.

De plus, l'homme a pris de nouvelles habitudes alimentaires. Avec les nouvelles tendances, l'individualisation des choix en termes d'alimentation s'accentue. Avec un rythme de vie très actif, le temps consacré à se nourrir a diminué. La demande pour les livraisons de plats à domicile, les Food Truck ou les plats à l'emporter a augmenté.

Dans une génération très connectée, la digitalisation dans l'alimentation a pris de l'ampleur. De la tendance du *Food Porn*, l'importance des avis publiés sur internet, l'émergence de la e-nutrition ou le développement des services de livraisons via des plateformes, la digitalisation est au cœur de l'alimentation.

Dans une perspective future, des prévisions d'une alimentation ont été présentées. Également grâce à la technologie, la Food Tech améliore la production alimentaire. L'imprimante 3D, les compléments alimentaires et protéinés, les repas en poudre, les viandes de synthèse et végétales ainsi que les insectes ont été discutés. Il en ressort que les prévisions les plus envisageables sont les substituts à la viande animale, dont la réduction de consommation est indispensable pour l'environnement.

Plusieurs possibilités ont été établies afin de permettre au monde de continuer à subvenir à ses besoins alimentaires durant les prochaines années. La première possibilité serait de laisser agir les puissantes multinationales ayant les moyens techniques et scientifiques pour permettre une organisation de production rationalisée et mondialisée. Ce modèle basé sur l'agroindustriel serait une solution pour subvenir aux besoins mondiaux à des prix relativement bas. La deuxième possibilité s'oppose à la première. En effet, il s'agirait d'une alimentation de proximité ou la production localisée et artisanale serait en vigueur. Finalement, la troisième et dernière possibilité serait un mélange de ces deux modèles.

La partie d'analyse a permis de mettre en lumière le macro environnement du marché alimentaire en Suisse et de l'industrie de la restauration à Genève. Ce secteur est

également en train d'évoluer dû aux impacts des nouvelles tendances alimentaires. Nous avons pu analyser cette évolution avec la présentation des concepts restaurants qui ont récemment ouverts à Genève. Après les avoir présentés, une matrice SWOT a pu être réalisée. Grâce au diagnostic stratégique, aux entrevues avec une nutritionniste, une végétarienne, une végétalienne et deux employées dans la restauration, les facteurs clés de succès et les recommandations ont pu être dégagés. Cette partie du travail est profitable pour comprendre comment la restauration est impactée par les nouvelles tendances alimentaires, et par conséquent dans quelle perspective le secteur est en train d'évoluer et quelles sont les stratégies de positionnement.

Ce travail m'a permis de comprendre l'évolution de l'alimentation entre les phénomènes de mode et les nouvelles tendances de consommation. Entre l'analyse théorique et celle réalisée sur le terrain avec les entrevues, j'ai pris prendre conscience de l'importance du changement alimentaire. Avec l'évolution démographique et le réchauffement climatique, l'alimentation durable est inévitable. De plus, l'alimentation est aujourd'hui fortement combinée avec le digital.

Nous sommes dans une période où l'évolution de l'alimentation conduit à de nouvelles tendances de consommation : l'expansion du bio, la diminution des plats transformés, l'importance de la santé et de l'environnement, les intolérances et allergies ou l'augmentation des produits régionaux et locaux.

Pour conclure, les statistiques et la nouvelle offre dans le secteur de la restauration démontrent que les produits naturels, sains, et respectueux de l'environnement correspondent à la nouvelle demande des consommateurs. Nous sommes en plein changement, et le secteur de la restauration se doit d'évoluer avec les nouvelles préoccupations.

20 Bibliographie

20.1 Sources

20.1.1 Sites internet

ALIMENTATION & ENVIRONNEMENT. La consommation de viande.pdf. [en ligne]. [Consulté le 25 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : https://document.environnement.brussels/opac_css/elecfile/IF%20Part%20Alimentation%2005%20FR.

ASSOCIATION DE PROFESSIONNELS DE SANTÉ POUR UNE ALIMENTATION RESPONSABLE. Alimentation et santé publique : un constat inquiétant. [en ligne]. [Consulté le 12 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.alimentation-responsable.com/un-constat-inquietant>.

BERSET, Jacques, 2020. Les interdits alimentaires existaient dès avant les grandes religions. [en ligne]. Le 12 mars 2020. [Consulté le 07 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.cath.ch/newsf/les-interdits-alimentaires-existaient-des-avant-les-grandes-religions/>.

BILAN, 2020. Migros résiste en 2019 dans un environnement difficile. [en ligne]. Le 17 janvier 2020. [Consulté le 18 avril 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bilan.ch/entreprises/migros-resiste-en-2019-dans-un-environnement-difficile>.

Céline, 2019. Etre flexitarien : Zoom sur un nouveau phénomène. *Crudivorisme.com*. [en ligne]. Le 22 février 2019. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.crudivorisme.com/etre-flexitarien-zoom-sur-un-nouveau-phenomene/>.

COOP, 2019. Coop poursuit sa croissance. [en ligne]. Le 19 février 2019. [Consulté le 18 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.coop.ch/fr/entreprise/medias/communiques-de-presse/2019/coop-poursuit-sa-croissance.html>.

DAGORN, Gary, 2018. Pourquoi la viande est-elle si nocive pour la planète ? *Le Monde*. [en ligne]. Le 11 décembre 2018. [Consulté le 14 avril 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/12/11/pourquoi-la-viande-est-elle-si-nocive-pour-la-planete_5395914_4355770.html.

DELACHARLERY, Matthieu, 2018. De la vraie viande, sans tuer d'animaux : êtes-vous prêts à passer au steak artificiel ? LCI INNO. [en ligne]. 20 novembre 2018. [Consulté le 04 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.lci.fr/sciences/de-la-vraie-viande->

[sans-tuer-d-animaux-etes-vous-prets-a-passier-au-steak-artificiel-etats-unis-2062877.html](http://www.sans-tuer-d-animaux-etes-vous-prets-a-passier-au-steak-artificiel-etats-unis-2062877.html)

DIETETIQUE. Religion et alimentation [en ligne]. [Consulté le 04 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : http://www.dietetique.wikibis.com/religion_et_alimentation.php.

EUSTACHE, Isabelle, 2008. Régime végétarien : quels sont les risques ? *E-santé.be*. [en ligne]. Le 04 novembre 2018. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.e-sante.be/regime-vegetarien-quels-sont-risques/actualite/393>

FESTRAËTS, Marion, 2002. Interdits alimentaires. *L'Express*. [en ligne]. 28 mars 2002. [Consulté le 05 août 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.lexpress.fr/actualite/societe/interdits-alimentaires_492244.html

FOUQUET, Claude, 2018. En 2050, plus de deux tiers de l'humanité vivra en ville. *Les Echos*. [en ligne]. Le 19 mai 2018. [Consulté le 25 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos.fr/2018/05/en-2050-plus-de-deux-tiers-de-lhumanite-vivra-en-ville-990758>.

FOURNISSEUR-ENERGIE. Alimentation du futur : on mangera quoi demain ? [en ligne]. Le 4 septembre 2019. Mis à jour le 11 mai 2020. [Consulté 12 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.fournisseur-energie.com/actualites/alimentation-du-futur/>.

GAMBERINI, Giulietta, 2020. La FoodTech européenne croît, grâce à une nouvelle génération de startups. *La Tribune*. [en ligne]. Le 30 avril 2020. [Consulté le 20 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/agroalimentaire-biens-de-consommation-luxe/la-foodtech-europeenne-croit-grace-a-une-nouvelle-generation-de-startups-846598.html>

GERARD, Mathilde, 2019. Toute la chaîne alimentaire mondiale pèse pour un tiers des émissions de CO2. *Le Monde*. [en ligne]. Le 01 mars 2019. [Consulté le 22 avril 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/03/01/l-alimentation-mondiale-responsable-d-un-tiers-des-emissions-de-gaz-a-effet-de-serre_5429989_3244.html.

GIANORA, Delphine, 2019. Le développement de la viande de synthèse, un défi d'avenir ? RTS.CH. [en ligne]. 14 janvier 2019. [Consulté le 4 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/monde/10132821-le-developpement-de-la-viande-de-synthese-un-defi-davenir.html>

GOMAERE, Géraldine, 2017. Qui sont les profils des générations X, Y et Z ? [en ligne]. Le 10 mai 2017. [Consulté le 12 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.journalducm.com/generations-x-y-z/>.

GUINAND, Laetitia, 2012. A Genève, les restaurants naissent et meurent. *Bilan*. [en ligne]. Le 14 octobre 2012. [Consulté le 23 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.bilan.ch/entreprises/a_geneve_les_restaurants_naissent_et_meurent-1.

GRANOLA GENEVA. Granola Geneva - Café, Juicery, Healthy Eatery à Genève. [en ligne]. [Consulté le 12 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.granola-geneva.com/>.

GREEN GORILLA. Green Gorilla. [en ligne]. [Consulté le 13 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.greengorillacafe.com>.

HABERFELD, Ingrid, 2020. Pourquoi manger sans gluten. *Santémagazine.fr*. [en ligne]. Le 06 juillet 2020. [Consulté le 07 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.santemagazine.fr/alimentation/regime-alimentaire/regime-sans-gluten/pourquoi-manger-sans-gluten-176420>.

HOFFSTETTER, Mathieu, 2016. Les Suisses au 2e rang en Europe pour le pouvoir d'achat. *Bilan Magazine* [en ligne]. Le 21 novembre 2016. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.bilan.ch/economie/les_suisses_au_2e_rang_en_europe_pour_le_pouvoir_d_achat

HUSSAIN, Mouna, 2018. La concurrence autour des produits bio s'intensifie entre Coop et Migros. *RTS.CH* [en ligne]. Le 15 février 2018. [Consulté 25 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/economie/9338523-la-concurrence-autour-des-produits-bio-sintensifie-entre-coop-et-migros.html>.

JÄRMANN, Rafael, 2017. Pourquoi l'alimentation crue ? *Swissveg*. [en ligne]. Le 21 janvier 2017. [Consulté le 25 avril 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.swissveg.ch/crudivore?language=fr>

LANUTRITION.FR. Protéines : 5 aliments végétaux pour se passer de viande. [en ligne]. Le 18 janvier 2017. Le 16 janvier 2020. [Consulté le 29 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.lanutrition.fr/bien-dans-son-assiette/les-regimes-sante/le-regime-vegetarien/proteines-5-aliments-vegetaux-pour-se-passer-de-viande>.

LE PETIT CHOU, 2016. TAKINOA pour manger équilibré tous les midis ! [en ligne]. Le 28 janvier 2016. [Consulté le 14 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://le-petitchou.com/takinoa/>.

LE TEMPS, 2019. En 2018, les Suisses ont dépensé plus de 3 milliards pour le bio. *Le Temps*. [en ligne]. Le 03 avril 2019. [Consulté le 20 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/economie/2018-suisses-ont-depense-plus-3-milliards-bio>.

MAILLARD, Christelle, 2016. En Suisse romande, le succès grandissant des restaurants à concept. *Le Temps*. [en ligne]. Le 28 octobre 2016. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/economie/suisse-romande-succes-grandissant-restaurants-concept>

MAJCHER, Nathalie, 2013. Soylent : le liquide qui vous fera oublier vos repas. *Docteur Bonne Bouffe*. [en ligne]. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://docteurbonnebouffe.com/soylent-alimentation-nourriture-futur/>

MAURISSE, Marie, 2020. Bientôt 10 milliards d'humains. *Le Temps*. [en ligne]. Le 09 mars 2020. [Consulté le 21 avril 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/sciences/bientot-10-milliards-dhumains>.

MONPAYS Nouhad, 2019. Granola rue des bains à Genève. *Gaultmillau*. [en ligne]. Le 09 janvier 2019 [Consulté le 12 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.gaultmillau.ch/fr/romandie-gourmande/granola-deuxieme-acte>.

MONPAYS Nouhad, 2019. Green Gorilla 2.0. *Gaultmillau*. [en ligne]. Le 21 février 2019 [Consulté le 13 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.gaultmillau.ch/fr/romandie-gourmande/green-gorilla-20>.

NEMBRINI, Aurore, 2018. Les impacts environnementaux de l'alimentation. [en ligne]. Le 05 novembre 2018. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://act4change.epfl.ch/fr/blog/2018-11-05/les-impacts-environnementaux-de-lalimentation-environmental-impacts-food-0>.

NUTRIWEB, 2019. Qu'est-ce que c'est la whey protéine ? *Optigura.fr* [en ligne]. [Consulté le 05 juin 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.optigura.fr/blog/qu-est-ce-que-la-whey-proteine>.

OFFICE FEDERAL DE LA SECURITE ALIMENTAIRE ET DES AFFAIRES VETERINAIRES, 2018. Stratégie suisse de nutrition. [en ligne]. Le 04 décembre 2018. [Consulté le 05 juin 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.blv.admin.ch/blv/fr/home/das-blv/strategien/schweizerernaehrungsstrategie.html>.

OMS. Faits marquants sur le vieillissement. [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <http://www.who.int/ageing/about/facts/fr/>.

PLANETE SANTE, 2019. L'allergie au gluten reste souvent silencieuse. [en ligne]. Le 28 novembre 2019. [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.planetesante.ch/Magazine/Alimentation-et-nutrition/Gluten/L-allergie-au-gluten-reste-souvent-silencieuse>

RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE. Alimentation durable à Genève. [en ligne]. [Consulté le 12 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.ge.ch/dossier/alimentation-durable-geneve>.

RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE, 2017. Plan climat cantonal. [en ligne]. Le 20 décembre 2017. [Consulté le 11 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.ge.ch/document/6222/telecharger>.

ROGER, Simon, 2019. Six enquêtes sur l'alimentation de demain. *Le Monde*. [en ligne]. Le 31 août 2019. Le 06 septembre 2019. [Consulté le 1er août 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/planete/article/2019/08/31/six-enquetes-sur-l-alimentation-de-demain_5504905_3244.html

RTS.CH, 2018. La concurrence autour des produits bio s'intensifie entre Coop et Migros. *RTS INFO*. [en ligne]. Le 16 février 2018. [Consulté le 12 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/economie/9338523-la-concurrence-autour-des-produits-bio-sintensifie-entre-coop-et-migros.html>.

RTS.CH, 2017. Qu'est-ce qu'un OGM ? [en ligne]. 11 novembre 2017. [Consulté le 03 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/decouverte/sciences-et-environnement/environnement/les-ogm/8934611-questce-quun-ogm.html>

RUCHTERICH, Rachel, 2019. Les faux steaks alimentent l'euphorie végane. *Le Temps*. [en ligne]. Le 18 juin 2019. [Consulté le 12 avril 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/economie/faux-steaks-alimentent-leuphorie-vegane>.

SLOW FOOD. Slow Food Suisse. [en ligne]. [Consulté le 09 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.slowfood.ch/fr/slow-food>.

SWISSVEG, 2020. Sondage à propos des végétariens et des véganes de Suisse. Swissveg. [en ligne]. Le 1er juillet 2020. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : https://www.swissveg.ch/sondage_veg?language=fr

TAKINOA. Takinoa - Food for Joy. [en ligne]. [Consulté le 14 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://takinoa.com/>.

THORENS GOUMAZ, Adèle, 2020. Crise sanitaire et alimentation : quel sera l'impact du coronavirus sur la politique agricole ?. [en ligne]. Le 13 avril 2020. [Consulté le 24 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://blogs.letemps.ch/adele-thorens/2020/04/13/crise-sanitaire-et-alimentation-quel-sera-limpact-du-coronavirus-sur-la-politique-agricole/>.

TRIBUNE DE GENEVE, 2017. Suisse – Les Food trucks ne font pas que des heureux. *Tribune de Genève* [en ligne]. Le 16 juin 2017. [Consulté le 11 mai 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.tdg.ch/suisse/food-trucks-heureux/story/15586799>.

VILLE DE GENEVE, 2020. Food trucks en ville de Genève. [en ligne]. Le 20 juillet 2020 [Consulté le 21 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.geneve.ch/fr/faire-geneve/food-trucks-ville-geneve>.

WITTENBERG, Susann, 2011. Les régimes Low Fat et Low Carb. *Swissmilk* [en ligne]. Juillet 2011 [Consulté le 22 juin 2020]. Disponible à l'adresse : <https://api.swissmilk.ch/wp-content/uploads/2019/05/newslater-2-11-on-en-parle-les-regimes-low-fat-et-low-carb-ce-qu-il-faut-savoir-sur-les-regimes-low-fat-nutrition-fr.pdf>.

YURKINA, Olga, 2019. Doit-on bannir le lait ? *Le Temps*. [en ligne]. Le 12 juillet 2019. [Consulté le 14 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/sciences/doiton-bannir-lait>

20.1.2 Graphiques

CONWAY, Jan, 2020. Americans interested in alternative diets, by generation 2018. *Statista*. [en ligne]. Le 03 avril 2020. [Consulté le 22 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/875526/share-alternative-diet-us-generation/>.

CONWAY, Jan, 2020. Top Reasons Consumers Ate Less Meat U.S. 2020. *Statista*. [en ligne]. Le 19 février 2020. [Consulté le 08 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/1098429/top-reasons-for-eating-less-meat-us/>.

Office Fédéral de la Statistique, 2019. Consommation de produits bio. [en ligne]. Le 02 mai 2019. [Consulté le 20 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/espace-environnement/indicateurs-environnement/tous-les-indicateurs/reactions-de-la-societe/consommation-produits-bio.assetdetail.8206522.html>

SHAHBANDEH, M, 2019. Estimated market value of edible insects in United States from 2015 to 2023, by selected food category. *Statista*. [en ligne]. 06 septembre 2019. [Consulté le 03 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/883474/edible-insects-market-value-by-category/>

SHAHBANDEH, M, 2019. Global Gluten-Free Food Market Size 2019-2025. *Statista*. [en ligne]. Le 20 novembre 2019. [Consulté le 07 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/248467/global-gluten-free-food-market-size/>.

SHAHBANDEH, M, 2019. Gluten-Free Food Market CAGR Worldwide by Product Category 2018-2022. *Statista*. [en ligne]. Le 20 novembre 2019. [Consulté le 07 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/452142/cagr-global-gluten-free-food-market-product-category/>.

SHAHBANDEH, M, 2019. Dairy Alternatives: Market Value Worldwide by Type 2019. *Statista*. [en ligne]. Le 23 octobre 2019. [Consulté le 19 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/693015/dairy-alternatives-global-sales-value-by-category/>.

STATISTA. Meat Trends in Europe. *Statista*. [en ligne]. Février 2020. [Consulté le 08 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/study/70192/meat-trends-in-europe/>.

STATISTA, 2019. Protein Market. *Statista*. [en ligne]. 2019. [Consulté le 22 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/study/47734/protein-market/>.

STATISTA, 2020. « Vegan Food Market ». *Statista*. [en ligne]. [Consulté le 17 mars 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/study/41316/vegan-market-statista-dossier/>.

WUNSCH, Nils-Gerrit, 2019. Western Europe: Retail Sales Value of Soy Meat Substitutes 2015-2022. *Statista*. [en ligne]. Le 27 novembre 2019. [Consulté le 02 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/1076223/retail-sales-value-of-soy-meat-substitutes-in-western-europe/>.

WUNSCH, Nils-Gerrit, 2020. Europe: Retail Sales of Organic Products by Country 2018. *Statista*. [en ligne]. Le 12 mai 2020. [Consulté le 17 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/632751/retail-sales-of-organic-products-europe/>.

20.1.3 Livres

FEILLET, Pierre, 2014. Quel futur pour notre alimentation ? [en ligne]. S.l. : s.n. ISBN 978-2-7592-2155-4. Disponible à l'adresse : <http://www.cairn.info/quel-futur-pour-notre-alimentation--9782759221530.htm>

STENGEL, Kilien et SAINT POL, Thibaut de (éd.), 2017. Les enjeux sociaux des cuisines du futur et alimentations de demain. Paris : L'Harmattan. Questions alimentaires et gastronomiques. ISBN 978-2-343-13465-9. GT2855. E65 2017

JOHNSON, G., WHITTINGTON, R., SCHOLES, K., ANGWIN, D., REGNER, P. & FRERY, F., 2017. Stratégique, 11ème édition. Éd. Pearson Education France. ISBN 2326001559

KUMMER, Corby. Les Plaisirs du slow food : Tradition du goût, goût de la tradition. Éditions du Seuil, 2002. ISBN 081183-814-5.

20.1.4 Vidéos

BOUTBOUL, Bernard, 2020. Le Flexitarisme, nouveau comportement alimentaire. *Youtube*. [en ligne]. Le 13 janvier 2020. [Consulté le 12 juillet 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=yK9UYqT89Xo>

RTS.CH, 2019. A bon entendeur - Allemagne : le régime Paléo cartonne / Suisse : comment protéger les abeilles sauvages. [en ligne]. Le 20 août 2019. [Consulté le 29 juin 2020]. Disponible à l'adresse : <http://pages.rts.ch/emissions/abe/10560886-allemagne-le-regime-paleo-cartonne-suisse-comment-proteger-les-abeilles-sauvages.html>.

21 Annexes

21.1 Interview avec Sophie Bucher Della Torre, professeure HEdS

Dans le cadre de mon travail, j'ai eu l'opportunité de poser des questions à une professionnelle. Rencontre avec Sophie Bucher Della Torre, professeure HES assistante à la Haute Ecole de Santé à Genève, lors d'une entrevue via TEAMS le 4 juin 2020.

Quel est votre parcours professionnel ?

Diplômée en 2002, j'ai commencé à travailler à Lausanne pour l'espace prévention à Lausanne et label fourchette verte. Par la suite, j'ai travaillé au HUG en médecine communautaire. Je suis ensuite partie 18 mois aux Etats-Unis pour faire une formation en santé des adolescents. En revenant en Suisse j'ai travaillé au HUG ; d'une part sur la recherche de terrain et d'autre part dans le développement de thérapie de groupe pour les enfants qui souffrent d'obésité. Actuellement, je fais de la recherche et de l'enseignement à la HES-SO dans la filière nutrition et diététique.

Selon mes recherches, les changements alimentaires ont évolué au fil des années. Quelles en sont la ou les raisons pour vous ?

Je pense que c'est un mélange à la fois historique d'accès aux aliments qui s'est énormément ouvert. Je citerais également la révolution industrielle qui a également changé l'accès aux aliments plus préparés. Selon moi, l'accès est assez clé. Les supermarchés d'il y a 50 ans sont très différents par rapport des supermarchés actuels. Avec les tendances alimentaires, on parle également de la facilité de voyage et de la mixité des populations qui donnent accès à des cuisines différentes. Les modes de vie ont aussi changé, notamment le mode de vie dans le travail. Le phénomène sociologiquement est aussi présent avec une individualisation des pratiques alimentaires, chacun devient un peu intolérant à divers produits en évitant par exemple le gluten, la viande, les OGM, les produits laitiers, etc. alors qu'avant on partageait plus les repas. Le côté social est toujours là mais un peu plus différemment.

J'étudie les pratiques alimentaires actuelles. Quel est votre avis sur la santé de l'homme ? Sont-elles un effet de mode qui s'estompera à moyen terme selon vous ?

Flexitarisme :

J'ai l'impression que c'est un mouvement relativement de fond dans les habitudes alimentaires qui s'inscrit à la fois dans l'idée de santé et surtout de développement durable. Dans les recommandations alimentaires, la quantité de viande peut être assez stricte selon les pays. Je ne sais pas si vous avez vu les dernières statistiques publiées sur le site menu.ch mais les suisses mangent encore trop de viande ; on est encore loin d'une population Flexitarisme. Pour juger si les Suisses mangent trop de viande, on peut se référer aux recommandations de la société suisse de nutrition, basée sur la santé essentiellement, mais en intégrant de plus en plus l'environnement est intégré. L'idée étant qu'il est difficile d'être en bonne santé sur une planète qui n'est pas en bonne santé.

Végétarisme :

Dans une perspective où les œufs et produits laitiers sont encore consommés, on arrive très bien à manger tout ce dont on a besoin sans carences. Certaines études qui montrent que les végétariens sont souvent en meilleure santé que ceux qui mangent de la viande. Néanmoins, il faut être prudent parce que ces études sont réalisées avec des personnes qui cuisinent des lentilles, des céréales complètes et qui mangent d'une manière générale très sainement et qui ont un mode de vie sain en faisant du sport et ne fument pas. Il est donc difficile de conclure que leur bonne santé est dûe au fait qu'ils sont végétariens, ils ont peut-être simplement un mode de vie sain. On a aussi de plus en plus de personnes qui souhaitent devenir végétariennes mais qui ne connaissent pas très bien les règles alimentaires ou les compensations et l'équilibre alimentaire végétarien. Ceux qui suppriment simplement la viande pour la remplacer par des produits comme des tranches panées végétariennes achetées au supermarché, ces produits sont des produits transformés souvent pas de très bonne qualité nutritionnelle. En effet, même si ces produits sont végétariens ils sont souvent riches en graisse. Sur ces gens-là, on ne sait pas trop l'effet à long terme car l'équilibre alimentaire n'est pas idéal. La question n'est donc pas tellement d'être végétarien ou pas mais plus comment on l'est et qu'est-ce que l'on mange et si l'on suit les recommandations. Il faut donc surtout connaître les aliments. A la base, il y a un problème de méconnaissance et certains suppriment simplement la viande sans la remplacer par les apports nutritionnels de la viande, tels que les protéines, fer, vitamine B12, etc.

Végétalisme :

Le végétalisme comporte plus de risque que le végétarisme. Pour les adultes qui connaissent très bien la nutrition c'est possible d'équilibrer les apports. Par contre chez les enfants, adolescents et femmes enceintes il peut y avoir de vrais risques de carences, il faut donc être très prudent. Il est nécessaire de consommer de la vitamine B12 ; il faut donc la consommer en supplément car elle n'est pas présente dans les aliments de type végétal. Il peut donc y avoir de vrais risques pour la santé, mais c'est possible de rester en mode santé si on a un vrai équilibre alimentaire. C'est important de se faire suivre pour éviter les développements de carences surtout sur le long terme, quand le corps a épuisé les réserves.

Crudivorisme :

Je n'ai pas de chiffres par apport au crudivorisme mais cette pratique n'est pas récente ; elle a été testée dans les années 80, mais elle est plutôt marginale comme pratique alimentaire.

Pour conclure, le végétarisme n'est pas nouveau contrairement au végétalisme qui est plus nouveau. Le végétarisme est plus une tendance de longue durée. Pour le végétalisme c'est plus dur à dire. Je pense que ça va s'inscrire dans la durée mais que ça va rester très marginal. On en parle beaucoup mais peu de gens suivent ce régime, environ 1% de la population en Suisse.

Existe-t-il d'autres pratiques alimentaires en Suisse ?

Cela dépend ce que l'on entend par pratique alimentaire mais y a toujours des régimes à la mode, les food fads comme le disent les américains. Il y a le régime paléo que je vois comme une mode. Ce dernier consiste à manger comme les hommes paléolithiques c'est-à-dire riche en viande et peu de céréales cultivées. Ce régime est très gras, il a été popularisé par certains sportifs. Il y a un côté rassasiant, certains ont perdu du poids mais je ne suis pas convaincue par l'effet de régime sur la santé notamment d'un point de vue nutritionnel sur la santé. De plus, il y a des aberrations d'un point de vue écologique avec la consommation excessive de viande, d'avocats et d'huile de coco qui viennent de l'autre bout du monde. Certaines personnes croient beaucoup en ce régime.

D'autre part, il y a également toute la peur autour du gluten et le low carb et tout ce qui est hydrate de carbone (pas de sucre, fruits, pain, pâtes, etc.). Je vois plus ceux qui suppriment le gluten ou les produits laitiers comme des modes actuelles. Concernant le

gluten, il y a ceux qui ont une réelle maladie face à cette protéine, ceux qui sont sensibles et il y a beaucoup de gens qui suppriment juste comme ça. Je ne sais pas dans quelle mesure c'est un effet placebo de consommer des aliments sans gluten, cela favorise surtout un business car ces produits sont plus chers. Cependant, certains produits contiennent une quantité excessive de gluten, ces derniers sont à éviter, surtout pour ceux qui sont intolérants bien que le taux soit peu élevé.

Certains produits comme le lait végétal et les compléments alimentaires sont très à la mode. Que pensez-vous de leurs apports nutritifs ?

Concernant les recommandations, il est préférable de consommer chaque jour des produits laitiers en quantité raisonnable (2 à 3 portions). Le lait de vache permet d'apporter des protéines de bonne qualité, surtout si on mange moins de viande, également du calcium. Concernant les laits végétaux, il faut savoir que ce n'est pas du lait du tout et qu'il y a une énorme différence d'un point de vue nutritionnel, l'apport en protéine et en calcium sont notamment beaucoup plus faibles. De plus, certains laits végétaux contiennent beaucoup de sucre pour cacher le goût pas forcément très bon. Il y a un effet de halo santé : le produit semble très sain mais je ne suis pas sûre qu'il le soit vraiment. Cependant, si on est végétalien ces laits sont une bonne alternative au lait de vache. Pour une personne qui mange de manière équilibrée il n'y a aucun problème à consommer une petite quantité de produit laitier. Sans besoin physiologique, il n'est pas conseillé de supprimer une gamme entière de produits notamment des risques de carences en calcium. Le lait d'amande est pas mal décrié notamment par le fait qu'il vienne surtout des Etats-Unis donc d'un point de vue écologique je ne suis pas sûre que ça fasse beaucoup de sens.

Les compléments alimentaires c'est surtout beaucoup de business. Contrairement aux médicaments, il n'y a pas besoin de prouver son efficacité pour mettre sur le marché un complément alimentaire. C'est pour cette raison que beaucoup de produits sont vendus et nous n'avons aucune idée de ce qu'il y a dedans. En Suisse, on en parle pas beaucoup mais aux Etats-Unis on parle des risques liés aux contaminations et leurs compositions. Peut-être est-ce mieux contrôlé chez nous ? D'une manière générale, ce qui est recommandé actuellement c'est de consommer un complément alimentaire si l'on a une carence ciblée mais pas le faire d'office pendant toute l'année. Par exemple prendre des oméga 3 si l'on consomme peu de poissons, mais pas besoin d'en prendre tous les jours. Les compléments alimentaires peuvent aider dans l'alimentation des sportifs, femmes enceintes, végétariens, végétaliens et selon leurs façons de manger.

Le réflexe devrait être de consommer les nutriments par les aliments. Dans certains cas, des études ont montré que les compléments alimentaires peuvent même être néfaste, par exemple le bêtacarotène (protecteur cardiovasculaire) qui favorise le cancer du poumon chez les fumeurs. Mon avis est que pour certaines personnes, les compléments alimentaires peuvent être utiles mais dans la plupart des cas ces derniers représentent surtout un business.

En Suisse, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à manger bio et local. Est-il possible de consommer uniquement des produits de ce type en Suisse tout en ayant une alimentation variée, équilibrée et qui répond à tous les besoins nutritifs nécessaires à l'homme ?

Je pense que l'offre s'est beaucoup élargie donc oui j'imagine que c'est possible. Après, certains produits bio ne viennent pas de Suisse donc d'un point de vue écologique et éthique je ne sais pas si ça fait sens.

La consommation de produit bio en Suisse est en constante évolution. Selon vous, qu'est-ce qui motive les consommateurs ? L'image d'une vie plus saine avec des produits bio est-elle fondée ?

Je ne suis spécialiste dans les produits bio. Ce que je retiens c'est que ce n'est pas si évident que ça que le bio ait des apports nutritifs supérieurs, j'ai d'ailleurs vu une étude qui montrait que ce n'était pas forcément le cas. Par contre, la charge en pesticides est clairement moindre, on ne sait pas encore aujourd'hui comment ces résidus mélangés peuvent impacter la santé de l'homme. Par précaution, il y a du sens à ne pas manger trop de pesticides. Je conseille de manger beaucoup de fruits et légumes, et si d'un point de vue budget on n'arrive pas acheter du bio, il serait au moins préférable de prendre des produits Suisse. Notre pays a une agriculture dite « intégrée » qui utilise une quantité raisonnable de pesticides.

L'homme prend de plus en plus le contrôle de l'alimentation. Que pensez-vous de ces nouvelles pratiques ?

Reproduire les qualités esthétiques et chimique de la viande en viande végétale :
Je dirais que cela dépend beaucoup de leurs compositions. D'une manière générale on

fait la différence entre les produits très transformés qui ne sont pas idéal d'un point de vue nutritionnel (riche en graisse) et les aliments comme le tofu qui est très intéressant. Les aliments Cornatur peuvent être très bons mais tout ce qui est pané n'est pas idéal.

Les aliments génétiquement modifiés : C'est une question compliquée, pour le moment les études ont montré qu'il n'y avait pas forcément d'impact direct sur la santé directement, mais c'est plus une question de choix d'agriculture et d'environnement, certaine culture d'OGM demande une quantité importante de pesticides. La question environnementale voire éthique se pose plus dans le cas des OGM que d'un point de vue de la santé.

J'étudie également les scénarios d'une alimentation du futur. Pensez-vous qu'ils peuvent être dangereux pour la santé ?

Aliments en impression 3D :

Je ne connais pas très bien, j'ai vu très peu de choses écrites là-dessus. A priori, ma réponse serait de dire que ça dépend ce que l'on utilise comme matière première. Je ne comprends pas très bien l'intérêt sauf dans un cas très spécifique comme pour les personnes âgées ou pour celles qui ne peuvent plus déglutir. Pour ces gens, qui n'en peuvent plus de tout manger en purée, l'idée qu'ils puissent manger des aliments qui ont un aspect autre pourraient être intéressante. Pour moi c'est plus artistique que nutritionnel.

Viande et poisson de synthèse :

Pour commencer, ce qui serait déjà bien c'est que les gens mangent moins de viande parce qu'on n'a pas besoin d'en manger autant que ce que l'on mange. Après, si on arrive à avoir de la viande de synthèse et que le bilan carbone, y compris toute l'énergie grise qui est derrière, est vraiment meilleur que d'élever une vache pourquoi pas mais je demande à voir. Je pense que l'on n'y est pas encore très franchement. Je pense qu'il serait préférable de manger moins de viande, de meilleure qualité, d'avoir des vraies vaches heureuses dans les champs plutôt que de chercher de la fausse viande qui a un goût que l'on ne sait pas trop.

Les insectes :

Les insectes ont plus d'intérêt, ça pourrait être une source de protéines vraiment intéressante d'un point de vue qualité. Par contre, on a encore des questions relatives à

l'élevage, notamment les antibiotiques et autres donc c'est un vrai problème. Après je pense que c'est compliqué de faire manger aux gens des insectes, la question de l'acceptabilité n'est encore pas là mais on pourrait mettre des poudres pour enrichir certains produits végétaux. Mais en Suisse on ne manque pas de protéines, au contraire on en mange largement trop.

Concernant la restauration, les lieux végétariens et accès au take away sont très à la mode. Dans quelle perspective pouvons-nous imaginer le monde de la restauration à long terme ?

Je suis d'accord avec vous, l'offre végétarienne et végétalienne avec des produits locaux est très à la mode, mais l'offre va rester très variée car les gens apprécieront d'aller au restaurant manger un bon morceau de viande. Je pense aussi que ça va parfois un peu dans tous les sens et de manière contradictoire aussi. Les choses à l'emporter vont être favorisées à l'avenir car les gens n'ont pas forcément le temps surtout à midi mais en même temps on est de plus en plus sensibles aux déchets donc il va falloir trouver des alternatives avec les emballages. Il faut être attentif, peut-être faire des récipients consignés, courant en Suisse alémanique.

Je pense clairement que le côté sain va se développer sans pour autant que le reste se ferme complètement.

Pour vous, quelle est l'alimentation de demain ? Sera-t-elle soutenable, équitable, saine, etc.

J'espère mais je vois qu'avec cette pandémie, j'ai un peu l'impression que l'on se dirige vers une alimentation à deux vitesses. Il y aura les gens qui auront les moyens de manger local, bio, de faire leur cuisine, d'acheter leurs légumes et surtout le temps de bien cuisiner et l'autre tranche de la population qui sera épuisée par le travail, peut-être deux jobs, qui sera moyennement bien payée et qui ira dans des supermarchés acheter des produits moins cher et de moins bonne qualité. Il ne faudrait pas avoir deux extrêmes : ceux qui mangent de mieux en mieux, de meilleure qualité et qui font les choses eux-mêmes et les autres qui ont moins de moyens, moins de temps et d'énergie.

En tant que nutritionniste, quels conseils donneriez-vous pour avoir une bonne alimentation ?

De réduire la consommation de viande car la portion normale est de 100 à 120gr par portion et ce, deux à trois fois par semaine. Personnellement, je recommande beaucoup les légumineuses, les pois chiches, qui sont des sources végétales très bonnes pour la santé. Je pense que l'avenir c'est de favoriser les aliments de sources végétales, les lentilles locales par exemple. Cette alimentation a plus de sens.

21.2 Interview avec Nadège Delépine, végétarienne

Afin de comprendre les convictions et les raisons personnelles des changements alimentaires de la population, je suis allée à la rencontre d'une jeune adulte devenue végétarienne depuis quelques années. Rencontre avec Nadège Delépine, interviewée le 7 juillet 2020.

Présentez-vous en quelques lignes.

Je m'appelle Nadège Delépine, j'ai 24 ans et j'habite à Chêne-Bourg. J'ai fait un Bachelor de sociologie à l'université de Genève et je vais commencer un Master en journalisme à Paris. Je suis fille unique et j'habite seule avec ma mère depuis que j'ai 4 ans. J'ai beaucoup voyagé et j'ai vécu plusieurs fois seule ; notamment lorsque je suis partie une année en Irlande du Nord et lors d'un Erasmus d'un semestre à Los Angeles où je cuisinais mes propres repas.

Quel régime alimentaire suivez-vous et depuis combien de temps ?

Je suis végétarienne depuis 3 ans et demi. Lorsque j'étais bébé, jusqu'à mes 4 ans, mes parents ne me préparaient que des petits pots sans viande. Ensuite, j'ai commencé l'école donc mon alimentation a changé et j'ai mangé de la viande blanche jusqu'à mes 21 ans. Cependant, je n'ai jamais mangé beaucoup de viande, environ 2 fois par semaine.

Pour quels motifs avez-vous décidé de changer de mode alimentaire ?

Juste après les fêtes de fin d'année, à Noël, j'ai ressenti un dégoût pour la viande. Dans ma famille en France c'est très traditionnel de manger beaucoup de viande durant cette période. Ainsi, pendant 2 semaines nous mangeons principalement du saumon, du foie gras, de la dinde, du poulet, etc. J'ai eu une prise de conscience à ce moment-là même si à l'université nous abordions déjà le sujet de la consommation de viande qui pouvait être néfaste pour l'homme et l'environnement avec une idée politique derrière. Surtout le foie gras, dont les conditions de production sont horribles. Quand je n'étais pas encore végétarienne, c'était ce que j'aimais le plus même si je savais que ce n'était pas du tout

éthique. Chaque année, je faisais une paix avec ma conscience et j'en consommais. Mais cette année-là, je me suis rendue compte que ce n'était plus possible. Pendant les fêtes, j'ai donc mangé très peu de viande. Ensuite, deux semaines plus tard, je suis allée « Chez ma cousine », le restaurant spécialisé dans le poulet à Genève. Au milieu du repas, face à mon poulet, j'étais dégoutée et je me suis dit que je ne voulais plus en manger. Depuis ce jour, je suis végétarienne. J'ai eu un réel dégoût du jour au lendemain. J'ai essayé de me forcer à en remanger par la suite mais j'étais de plus en plus dégoutée. Le dégoût et le côté éthique/politique sont les principales raisons de mon changement de mode alimentaire.

Par quels substituts remplacez-vous la viande ?

Alors pour commencer le tofu, c'est ce que je mange le plus et qui remplace mes 2-3 portions de viande par semaine. Je suis bien connectée avec mon corps alors pendant certaines périodes je ne ressens pas le besoin de manger de la viande. Quand je ressens le besoin de manger des protéines, je mange des œufs le matin et du tofu le soir. Je complète également avec des produits laitiers. J'essaye également de manger une fois par semaine des lentilles et du quinoa mais c'est occasionnel car je n'aime pas trop ça. La seule protéine animale que je mange est le saumon en tranche, cru ou fumé. Je ne mange pas de saumon cuit car j'ai l'impression de manger un animal, je sens le goût de la viande même si ça doit être psychologique.

Est-ce que vous vous êtes renseignée afin d'avoir les apports énergétiques suffisants ?

Ma maman fait très attention à l'alimentation donc elle a beaucoup de livres sur la cuisine végétarienne. De plus, elle a acquis beaucoup de connaissances étant comme c'était mon régime initial. Elle est également devenue végétarienne. Nous vivons ensemble, alors elle a également arrêté de consommer aussi de la viande. Elle en mange juste occasionnellement au restaurant, mais c'est rare.

Je suis également anémique, donc il fallait que je me teste régulièrement tester mon taux de fer et je prenais des compléments alimentaires. Pour éviter les carences, en devenant végétarienne, je me suis renseignée. Etonnamment, depuis que je ne mange plus de viande je ne manque plus de fer. En effet, je fais plus attention et je suis plus rigoureuse à ne pas manquer de fer. Je fais quand même une prise de sang tous les 3 mois pour être sûre d'en avoir suffisamment.

Ce régime est-il plus onéreux ?

Non ! Surtout en Suisse car la viande coûte très cher. Cependant, comme nous mangeons moins de viande et que donc nous économisons, nous pouvons manger des fruits et des légumes de bonnes qualités, en privilégiant le bio et le local. Nous nous retrouvons au niveau des prix. Par contre le restaurant coûte cher pour les végétariens, pas tellement en Suisse mais surtout en France. L'offre végétarienne est essentiellement proposée dans les restaurants de « bobo » branchés qui sont souvent assez chers.

Selon vous, ce nouveau régime est-il pour vous une nouvelle conviction de vie ou un effet de mode ? Avez-vous été influencée à adopter cette tendance alimentaire ?

Je n'ai pas du tout été influencée, j'ai eu un blocage avec la viande, une sorte de répulsion physique. Par la suite, je me suis posée des questions pour connaître le pourquoi du comment de ce dégoût soudain. En même temps, je faisais déjà un peu trop la paix avec ma conscience quand je mangeais du foie gras. Avec les études universitaires, nous sommes également sensibilisés à tout ce qui touche à l'écologie, aux comportements alimentaires, etc. Je pense donc que ça me travaillait. Au moment où je suis devenue végétarienne, c'était d'abord un idéal politique pour devenir une réelle conviction de vie. Aujourd'hui, avec le recul, je trouve vraiment bizarre de manger des animaux et surtout de me dire que j'ai pu en manger. Mon nouveau régime alimentaire est donc pour moi une réelle conviction de vie.

Avez-vous vécu un conflit d'intérêt avec quelqu'un de votre entourage face à votre changement alimentaire ?

A l'époque, j'en parlais beaucoup avec mon ancien petit ami. Il était très carnivore alors que je devenais végétarienne, des conflits sont apparus. Il ne voulait plus venir chez moi car je ne cuisinais plus de viande et il ne comprenait pas pourquoi je ne faisais pas d'effort pour lui. De mon côté, je ne voulais plus toucher de la viande, je ne voulais pas en cuisiner, ni même mettre dans mon panier de la viande morte emballée sous plastique.

Quelle est votre pensée actuelle face à la situation de l'évolution de votre alimentation ?

J'ai une théorie sociologique qui me rattache beaucoup à ma conviction. L'argument politique pour manger de la viande se caractérise par cette idée : « la viande on en mange depuis la nuit des temps, c'est naturel pour l'homme d'en chasser et d'en manger donc on doit continuer à le faire ». Sauf que depuis la préhistoire l'homme a évolué. Avec le processus d'évolution, certaines pratiques anciennes ne se font plus aujourd'hui. Les civilisations suivantes ont instauré beaucoup de nouvelles manières, comme manger à table avec des couverts. Pour moi, nous nous éloignons de l'homme qui était très proche de l'animal, et plus nous allons devenir civilisé et moins nous allons manger des animaux. Sur le long terme, je pense qu'il serait possible que tout le monde arrête de manger de la viande car les gens vont finir par se rendre compte que « c'est animal de manger de la viande, c'est répugnant et nous sommes au-delà de ça ».

Sentez-vous un réel changement sur votre santé depuis que vous êtes devenue végétarienne ?

Oui. Je me sens moins lourde après les repas, surtout lorsque je ne mange que des légumes le soir. Mais je n'ai jamais mangé beaucoup de viande donc la différence n'est pas énorme. Et puisque je me sens moins lourde, j'ai plus d'énergie. Depuis que je suis devenue végétarienne, il m'est arrivé de manger de la viande quelques fois parce que je me sentais obligée. Dans cette situation, j'étais malade le lendemain avec de fortes nausées. Je pense être devenue réellement intolérante à la viande.

Ce nouveau régime est-il contraignant dans votre quotidien ?

Je n'y pense même pas sauf quand je suis dans ma famille en France. Là-bas, ils n'ont pas la culture de ne pas manger de viande donc je me contente de manger les accompagnements. La contrainte est donc surtout sociale. Je me sens gênée et j'ai la sensation de ne pas honorer la personne qui a cuisiné.

Trouvez-vous que l'offre dans les supermarchés et dans les restaurants est suffisante en Suisse ?

En ayant vécue 4 mois à Los Angeles, je dirais bien évidemment qu'il n'y a pas assez d'offres en Suisse. En effet, cette ville est l'épicentre du végétarisme et de la « Healthy

Food ». Il y a beaucoup de super aliments et des burgers végétariens dans tous les lieux. Ce qui manque surtout en Suisse c'est pour moi la « Beyond Meat ». J'en mangeais beaucoup aux USA, c'est des steaks de fausse viande semblables à la viande animale. C'est très similaire, l'aspect est identique, il y a même le sanglant de la viande. A Genève, le seul endroit où j'ai vu de la « Beyond Meat » c'est dans le Fast Food « The Hamburger Fondation ». Aux USA, on la retrouve partout, même dans les supermarchés. En Suisse, il n'y a pas trop d'offres semblables à la viande animale.

Dans les restaurants en Suisse, il y a toujours un plat végétarien. Après je dirais quand même qu'ils pourraient diversifier l'offre en y mettant un substitut à la viande et pas seulement des féculents avec des légumes.

L'enjeu pour moi serait de pouvoir manger la même chose que les carnivores en étant végétarienne. En élargissant la gamme végétarienne, j'espère trouver des substituts pour tout. Après, je dois quand même dire que l'offre dans les supermarchés s'est élargie depuis que je suis devenue végétarienne il y a 3 ans.

Avez-vous beaucoup de personnes végétariennes dans votre entourage ?

Dans ma famille il n'y a pas du tout de végétarien et très peu parmi mes amis. Avec des groupes d'amis, je pouvais remarquer aux barbecues que certaines personnes ne mangeaient pas de viande car il y avait toujours un côté pour les végétariens.

Etes-vous satisfaite d'avoir suivi cette nouvelle tendance ?

Oui. Je suis en accord avec moi-même et je me sens mieux. Cependant, je ne recommanderais pas ce régime car chaque personne doit être en accord avec ce dont elle a besoin dans son corps mais je conseille aux gens de manger moins de viande, ne serait-ce que pour la planète.

21.3 Interview avec Audrey Girard, végane

Les nouvelles tendances alimentaires peuvent aller au-delà de ce que l'on mange. Rencontre avec Audrey Girard, qui a fait de sa nouvelle alimentation un réel mode de vie. L'interview s'est déroulé le 10 juillet, dans un lieu qui lui est cher, sur un ponton paisible au bord du lac Léman.

Présentez-vous en quelques lignes.

Je m'appelle Audrey Girard, j'ai 24 ans et j'habite à Vésenaz. J'étudie actuellement à Lausanne, en psychologie et science du sport. Je suis en deuxième année de Bachelor et depuis le début de mes études je vis en colocation. Je suis passionnée par la plongée et le yoga. Je suis d'ailleurs professeure de yoga dans un studio à Lausanne. Quant à la plongée, c'est un loisir que je partage avec mes parents, mon frère qui a 27 ans et ma sœur, âgée de 26 ans.

Quel régime alimentaire suivez-vous et depuis combien de temps ?

Je suis un régime végan. C'est venu graduellement vers l'âge de 19 ans. A cette période, j'avais débuté mes études à l'Ecole Hôtelière de Lausanne et j'ai effectué un stage de 6 mois à Berlin et un autre de 6 mois à Montréal. En vivant seule, je suis devenue flexitarienne et j'ai commencé à me renseigner sur le tofu et à manger plus de légumes. Dans ma famille, on mangeait beaucoup de viande. Ensuite, quand je suis partie à Montréal, j'ai trouvé beaucoup de concepts végétariens et une alimentation très variée en rapport avec ce régime. Mon changement pour le régime végan est apparu il y a un an.

Pour quels motifs avez-vous décidé de changer de mode alimentaire ?

Mon premier motif qui a été à l'origine de mon changement alimentaire est l'environnement. C'est une question de connaissance et de savoir. Dans mon entourage, j'avais des amies végétariennes mais avec mes parents ont mangeaient beaucoup de viande donc je ne m'intéressais pas à découvrir un autre modèle alimentaire. Ce n'est donc pas la souffrance des animaux qui m'a sensibilisé au début mais réellement la destruction de l'environnement dû à la production animalière, notamment le bœuf qui

nécessite des litres d'eau et des quantités énormes de nourriture en plus de la pollution en méthane. Ma sœur, très sensibilisée, m'a fait voir des vidéos et des films. Une fois sensibilisée, je me suis penchée sur le sujet et je me suis renseignée sur la traite des animaux. Aujourd'hui, en plus de la planète, je ne peux plus manger de la viande pour protéger les animaux. Si je suis passée au stade de végane, c'est parce que j'ai réalisé que les animaux souffrent énormément même si on ne les mange pas. Parfois, je mange des œufs mais seulement si je vais les chercher dans une ferme. Dans les élevages, on ne sait pas ce qui se passe. Dans des reportages, on se rend compte que les animaux sont enlevés à leurs mères à la naissance. Ils sont tous malades, entassés les uns sur les autres et maltraités. En plus de ça, après avoir utilisé les bêtes pour leurs laits on les utilisent pour la viande. Ils sont littéralement nés pour ne pas vivre. De plus, j'ai des problèmes d'estomac, je ne digère pas les produits laitiers, c'est donc essentiellement pour ce motif que je suis devenue végane.

Par quels substituts remplacez-vous tous les aliments issus de l'animal ?

Quand on est végan, il est indispensable de prendre des compléments alimentaires de vitamine B12 car cette dernière est uniquement présente dans la viande. Ensuite, il faut faire attention au fer, au zinc, à la vitamine D et B6 ; que l'on trouve généralement dans l'alimentation. Il est recommandé de faire des prises de sang, bien que dans mes cours de nutrition j'ai appris qu'il est préférable d'aller voir une nutritionniste ; plus révélateur sur les éventuelles carences. Concernant les protéines on peut en trouver partout, comme dans le quinoa ou le brocoli. Cependant, pour avoir le même apport en protéines que dans un morceau de viande, il faut manger une quantité beaucoup plus importante de nourriture végane. Il est possible de se supplémenter avec des hydrolats. Grâce à la nouvelle tendance, il y a divers substituts comme le tofu, des steaks végans, le seitan (pas recommandé pour les intolérants au gluten car c'est du pur gluten), du pois chiche, les lentilles, du fromage végétal et fruits oléagineux.

Ce régime est-il plus onéreux ?

La viande coûte très cher, certains étudiants sont d'ailleurs flexitariens uniquement pour cette raison. Donc non, ce régime coûte moins cher, le tofu par exemple est plus économique que la viande. Les légumes coûtent cher et on en mange plus du coup ; surtout que dans ma famille ont les achètent bio. Par contre, aux restaurants, certains établissements exagèrent sur cette tendance et les prix sont trop cher.

Selon vous, ce nouveau régime est-il pour vous une nouvelle conviction de vie ou un effet de mode ? Avez-vous été influencée à adopter cette tendance alimentaire ?

Pour moi, c'est réellement mon style de vie. C'est de la nourriture certes mais c'est également un style de vie, d'harmonie et de respect que j'ai envie d'avoir pour l'environnement, pour les animaux et pour être en accord avec mes valeurs. J'ai été clairement influencée positivement par ma sœur, je pense qu'il faut une influence pour avoir envie d'aller chercher et de se renseigner. Ma sœur est flexitarienne mais elle a eu très tôt cette curiosité d'aller chercher des informations sur ce sujet. Pour moi, si on est dans une famille qui ne s'intéresse pas du tout alors on suit juste et on ne va pas chercher plus loin. Je pense aussi que dans le milieu des végan tout le monde s'influence positivement, par exemple je suis beaucoup de personnes sur les réseaux sociaux ayant ce régime alimentaire. Pour moi, c'est un cercle vertueux où on apprend à découvrir ensemble ce milieu et se donner des idées, conseils, etc.

Sentez-vous un réel changement sur votre santé depuis que vous êtes devenue végétalienne ?

Oui clairement ! Je suis beaucoup plus légère. Après je ne sais pas si je suis un bon exemple car j'ai des problèmes de ventre donc c'est un peu différent. Cependant, même au-delà de ça, je me sens mieux ; notamment parce que je sais que ce que je mets dans mon corps est sain. Après, il faut faire attention et ne pas associer le régime végan avec le sain. Par exemple, les frites sont véganes mais ce n'est pas sain. Il y a beaucoup de produits transformés. Il faut donc être prudent et regarder les ingrédients car un produit qui a le label végan ne veut pas forcément dire que c'est sain.

Ce nouveau régime est-il contraignant dans votre quotidien ?

Quand je vis seule, pas du tout. Dans ma famille j'ai eu l'impression de faire mon « coming out » quand j'ai annoncé que je voulais devenir végane. Ce régime est peu connu et il peut effrayer certaines personnes. Les idées reçues donnent l'impression que l'on ne peut plus rien manger. Avec ma famille, il a fallu que l'on s'organise et avoir une certaine compréhension de leur part. Avec mes amis, tout le monde est maintenant au courant. J'ai de plus en plus de proches qui cuisinent pour que je puisse manger mais si ce n'est pas le cas j'amène mon plat pour être sûr de pouvoir manger. Dans certains restaurants, je dois me contenter de manger de la salade verte. Maintenant, ce régime

est devenu une réelle tendance donc beaucoup d'entre eux proposent un plat que je peux manger. Parfois, j'appelle les restaurants à l'avance pour savoir s'ils peuvent me faire un plat différent, il faut donc un peu d'organisation. Je lâche prise donc même si ce n'est pas aussi facile, c'est faisable.

Trouvez-vous que l'offre dans les supermarchés et dans les restaurants est suffisante en Suisse ?

Je dirais que non pour les restaurants. Si ce n'est pas un établissement spécialisé, l'offre est souvent très banale et je mange généralement une salade. Du coup, à part pour le côté social je ne suis pas une adepte des restaurants. Par exemple, pour la nourriture, j'adore aller à *Ou bien encore !*. Après sinon pour le cadre, j'aime bien aller au Yacht Club mais je sais que je ne vais manger que des légumes. Il y a ceux qui se réjouissent d'aller au restaurant et qui se disent qu'ils ne vont pas trop manger à midi pour avoir de l'appétit le soir ; moi c'est l'inverse, je vais manger beaucoup à midi parce que le soir je vais au restaurant. Dans les supermarchés, je dirais que ça dépend lesquels mais l'offre augmente progressivement. Les magasins Coop sont géniaux, Migros et Manor ne sont pas encore très diversifiés. Sans la Coop, ça serait un peu plus difficile.

Etes-vous satisfaite d'avoir suivi cette nouvelle tendance ?

Pour moi le véganisme est avant tout une prise de conscience qui peut mener à une tendance ; ou le contraire, la tendance peut mener à la prise de conscience. En tout cas, oui je suis très satisfaite car ce régime m'a permis d'ouvrir ma curiosité sur ce qui se passe dans le monde et il m'a amené à me demander ce qui se passe dans son assiette afin d'être maître de ce que je veux mettre dans mon corps.

21.4 Interview avec une employée de chez Ou Bien Encore !

Mon travail de Bachelor m'a donné l'occasion d'approcher de plus près des personnes qui travaillent au sein de nouveaux concepts à Genève. Le 29 juillet 2020, je suis partie à la rencontre de Rachel, une jeune serveuse dynamique et souriante de chez *Ou Bien Encore* !.

Présentez-vous en quelques lignes.

Pour commencer, je m'appelle Rachel. J'ai terminé mon Bachelor il y a deux ans en relation internationale à l'université de Genève. J'ai ensuite travaillé pendant 3 mois au théâtre de l'orangerie avant d'être engagée depuis octobre 2019 en tant que serveuse chez *Ou Bien Encore*. Je suis actuellement en service et en cuisine. Le manager va bientôt partir donc je vais par la suite reprendre ses tâches, notamment de s'occuper des fournisseurs, des commandes, du lien entre la cuisine et le service, etc. Mon rêve est d'ouvrir un jour mon propre concept donc travailler ici est pour moi une réelle opportunité afin d'acquérir de l'expérience dans ce domaine et de me former. En parallèle, je suis une formation en ligne de nutrition. Je suis végane et j'étais déjà une habituée des lieux avant d'y travailler et j'affectionne particulièrement cet endroit. Cependant, hormis la patronne et moi, aucun des autres employés ne suit ce régime alimentaire.

Savez-vous d'où vient l'idée de ce concept ?

Avant d'ouvrir cet établissement en 2015, la patronne avait un ancien café sur Genève qui s'appelait « *Ou Bien* ». Elle a fait des études de psychologie et elle s'est reconvertie par la suite dans la restauration. Elle a travaillé avec des spécialistes dans le domaine, comme avec le chef de Yotam Ottolenghi. Définie comme une artiste, elle est très créative, autant dans la peinture que dans la cuisine. Je ne sais pas exactement pourquoi *Ou Bien* ne marchait pas trop. Par la suite, elle s'est associée avec Claude, qui tenait le bar de l'Alhambra depuis 15 ans à Genève. Au début, le concept « *Ou Bien Encore* » n'était pas végan mais au fil du temps, la patronne l'a rendu totalement végétal. Végane convaincue, elle a souhaité mettre en avant ses convictions et sa façon de vivre afin de faire de son établissement un lieu qui lui correspondait entièrement. Elle a été

très malade et elle s'est soignée par l'alimentation. Elle est convaincue depuis très longtemps des bienfaits du régime végétal sur la santé.

Le concept exact, soit « A voir Ou Bien avoir encore à manger », n'est pas seulement d'en faire un café. C'est également une galerie où des œuvres d'art à vendre sont exposées à l'intérieur, des produits présentés sous forme d'épicerie, des évènements sont organisés, etc.

Pourquoi choisir une cuisine entièrement végétale ? Et la majorité des desserts sans gluten/vegan ?

Tous nos plats sont de base végan mais nous proposons l'option de pouvoir rajouter des œufs en supplément si les clients le souhaitent. Avant, nous proposions aussi du lait de vache, mais la patronne a décidé d'arrêter pour des questions éthiques (animales et environnementales) afin d'être en accord avec ses valeurs et ses convictions. A l'origine, elle le faisait surtout pour attirer la clientèle. Par la suite, elle craignait d'arrêter et de perdre ses clients qui venaient boire un cappuccino au lait de vache par exemple. Elle a réalisé ensuite que les gens venaient aussi pour l'endroit, parce que c'est joli et agréable. Finalement, les clients ont très bien accepté le changement et le lait végétal ne pose pas de problème. Concernant le sans gluten, c'est surtout parce que beaucoup de gens deviennent intolérants et parce que c'est très compliqué pour eux de manger dans des restaurants. Cependant, toutes nos pâtisseries ne sont pas sans gluten, nous avons fait l'impasse sur celles qui étaient moins bonnes si l'on n'en mettait pas. On propose aussi deux pains : un sans gluten et un avec gluten.

D'un point de vue interne, quelles sont vos forces et faiblesses ?

Concernant la force, je dirais l'esprit d'équipe grâce à la patronne. C'est un peu comme une entreprise familiale sans hiérarchie. Il y a une cohésion de groupe très importante. L'aspect qualité des produits est aussi une force indéniable de ce concept. Une autre force serait que l'on arrive à prouver qu'une cuisine végane peut également être gourmande, bonne et variée.

Notre faiblesse serait que l'on s'éparpille par moment. En tant qu'artiste, la patronne dit oui à pleins de choses : on fait du service évènementiel, des vernissages, on participe à Antigel, etc. On se dit que parfois on devrait se recentrer sur « Ou Bien Encore ». Ça

peut également être une force, mais quand on a trop d'évènements en vue c'est un peu compliqué.

D'un point de vue externe, quelles sont vos opportunités et menaces ?

La tendance des plats sains et végétaux prend de plus en plus d'ampleur donc nous répondons à la demande des clients. C'est une vraie opportunité pour nous de nous développer encore plus et pourquoi pas ouvrir une autre arcade. Pour le moment, il est important de rester focalisé sur le développement de cet établissement. La patronne aimerait aussi travailler avec des cliniques. Comme la cuisine est un peu petite ici, nous avons récemment ouvert un laboratoire de cuisine sur la rue d'en face. Le concept prend donc de l'ampleur et c'est une belle opportunité pour nous dans la mesure où on pourrait proposer plus de plats, faire plus d'évènementiels, etc.

Notre principale menace est la concurrence. Ouvert parmi les premiers, nous avons la chance d'être bien implanté mais c'est vrai que beaucoup de cafés végans commencent à ouvrir sur Genève.

Quelle est votre principale concurrence ?

Je dirais surtout les cafés, par exemple Birdie qui est juste en face et qui propose aussi des brunchs. Après nous avons aussi une belle terrasse et un bon emplacement qui attirent du monde. Les cafés végans nous font également de la concurrence, comme le Café Mutin, Be Kind ou Envie. Cependant, ils sont moins conceptuels, proposent une carte très courte et ne sont pas ouverts le soir.

Quelle est votre type de clientèle ?

Notre clientèle est assez variée. De manière générale, notre clientèle est plutôt jeune. Nous avons des habitués qui viennent boire un café tous les jours et des gens de bureaux qui viennent manger à midi et qui sont séduits par la cuisine saine que l'on propose.

Comment faites-vous pour vous démarquer ?

On se démarque par la qualité de nos produits. Tout est bio et soigneusement choisi, même dans le détail, comme le sel. Les gens en ont pour leur argent car ils ont la qualité et la quantité. Nous avons cependant eu certains commentaires comme quoi les portions n'étaient pas assez généreuses. Nous avons réduit les quantités car nous voulons éviter le gaspillage mais nous resservons les clients avec plaisir. Notre carte est saine et équilibrée, nous nous démarquons avec des « assiettes santés » : c'est beau, c'est sain, c'est goûteux. Le mot d'ordre de la patronne est réellement d'offrir aux clients la meilleure qualité possible ; elle préconise même d'utiliser l'eau froide pour éviter le calcaire. Nous voulons que les gens mangent bien et qu'ils se sentent bien. De cette manière, nos valeurs sur la qualité, la santé et la protection de l'environnement font que l'on se démarque.

Comment justifiez-vous les commentaires sur le fait que les concepts surfent sur la tendance et fixent des prix élevés ?

Les gens ne se rendent pas forcément compte, mais les produits de bonnes qualités coûtent très cher. Moi-même végane, je réalise que les produits sains ont un coût. La qualité irréprochable de nos aliments justifie amplement nos prix.

J'ai pu voir que vous étiez l'un des seuls nouveaux concepts à être ouvert jusqu'à 22h. Avez-vous beaucoup de clients qui viennent manger le soir ?

Notre ouverture le soir est très récente, seulement depuis le mois de septembre. Il a été compliqué d'obtenir des autorisations. Au début, ça marchait moyennement pour être honnête. Ces concepts donnent une image de café, pour boire, bruncher ou manger un encas, mais pas pour se restaurer le soir. C'est vrai que ces concepts vegans sont rarement ouverts le soir, même à l'étranger. Je pense que les repas vegans sont associés à une alimentation légère et équilibrée suffisante pour le déjeuner mais pas pour le souper. Même notre carte d'alcools avec des vins, bières, cocktails et cidres ne marche pas tellement. Je pense que c'est aussi l'idée que les gens viennent ici pour prendre des produits sains, et privilégié donc les jus frais. Mais notre idée ce n'est pas simplement ça. Nous ne vendons que de l'alcool local et nous souhaitons aussi être un lieu pour les afterworks, nous avons une carte du soir qui propose essentiellement des tapas. Pour ceux qui veulent un vrai repas, nous proposons deux plats également

présents sur notre carte du midi : un taboulé de quinoa et un wrap. C'est depuis le retour du confinement que l'on commence à avoir du monde le soir et que ça marche vraiment bien.

Comment voyez-vous l'avenir de l'alimentation ?

Je pense que l'alimentation végétale va décoller. Je pense que les gens vont se rendre compte que l'on a plus le choix. Le mythe que le vegan n'est pas bon et se résume à de la salade est en train de se perdre, notamment grâce à ce genre de concept. Il y a une réelle prise de conscience planétaire sur l'environnement et les animaux ; même l'ONU recommande de manger moins de viande. Des articles dénoncent que la production végétale détruit aussi la planète. Cependant, ce dont on ne se rend pas compte c'est que par exemple 80 à 90% de la production de soja est utilisée pour nourrir les animaux. Ainsi, produire pour nourrir et élever les animaux a un impact environnemental colossal.

Les anciennes générations avaient la conviction qu'il était indispensable de manger de la viande pour avoir des forces et être en bonne santé. Aujourd'hui, les pensées changent et les nouvelles générations naissent avec. Je pense donc qu'il sera plus facile et plus naturel pour eux d'adopter ces habitudes. Il y a encore quelques années, ces nouveaux régimes étaient plutôt considérés comme des modes. L'idée de manger sans gluten, sans lactose ou sans viande étaient moins calorique et plus sain. Cette pensée se perd et c'est l'éthique et l'environnement qui deviennent les raisons principales de ce changement. Le côté sain est certes présent, mais il n'est plus la cause première.

Aujourd'hui, c'est vraiment une réelle tendance et je suis convaincue du plus profond de mon cœur qu'elle va s'accentuer davantage. Nous sommes confrontés à un réel danger de cause environnemental, il n'y a d'ailleurs pas que l'alimentation qui change, les questions éthiques et environnementales bousculent aussi la mode, les cosmétiques, etc.

21.5 Interview avec la responsable de chez Granola

Afin de comprendre le succès grandissant de ces nouveaux concepts, j'ai eu l'opportunité de m'entretenir le 29 juillet 2020 avec la responsable de chez Granola aux Eaux-Vives. Implanté depuis quelques années sur Genève et déjà trois enseignes ouvertes, ce lieu est devenu une référence pour les Genevois désireux de manger un plat beau et sain, dans une ambiance qui surfe sur l'ambiance pacifique.

Présentez-vous en quelques lignes

Je travaille chez Granola depuis plus de 2 ans et je suis la responsable de l'enseigne aux Eaux-Vives.

Savez-vous d'où vient l'idée de ce concept ?

Ma patronne voyage beaucoup et elle est tombée amoureuse de l'Australie. Là-bas, il y a beaucoup de concepts de ce genre. Contrairement à l'Europe, ils ont au moins 10 ans d'avance sur nous, notamment sur l'écologie et la Healthy Food. Le concept c'est de recréer un coffee shop à l'américaine avec que des bonnes choses, des bons nutriments et de favoriser les matières premières comme l'avoine ou le chia. C'est l'association entre les tendances américaines et australiennes qui ont donné naissance à ce type de concept, déjà bien implanté dans les grandes villes comme Paris ou Londres.

Pourquoi avez-vous choisi de mettre en avant les « bowls » ? Et la majorité des desserts sans gluten/lactose/ vegan ?

Nous proposons des poké bowls car c'est un plat sain et complet. Ce plat hawaïen a toujours existé mais il a été popularisé il y a quelques années dans la mesure où ce bol est composé de tous les apports nutritifs nécessaires pour un repas équilibré.

Concernant les desserts, il faut savoir que de plus en plus de personnes sont devenues véganes, intolérantes ou allergiques au gluten et sensibles au lactose. Pour eux, c'est vraiment compliqué de se nourrir. Même les grandes surfaces s'adaptent à ces nouveaux régimes alimentaires. Nous souhaitons avoir une offre variée pour ces personnes. Nous utilisons de la farine sans gluten et des recettes sans sucre raffiné afin

de proposer des produits faits maison et de bonne qualité. On attire la clientèle que l'on vise, ceux qui souhaitent manger sainement et qui font du sport. On réapprend aux gens ce qui est bon pour la santé et ce qu'il faut manger.

D'un point de vue interne, quelles sont vos forces et faiblesses ?

Notre principale force c'est la cohésion d'équipe. Nous sommes très « friendly » où tout le monde est sur le même pied d'égalité et nous sommes tous multitâches. Nous avons la même attitude avec tout le monde, il n'y a pas vraiment de hiérarchie. Même les clients reviennent pour ça, ils voient qu'on s'amuse, que nous sommes toujours de bonne humeur et que nous avons la forme. Nos produits sont également notre force. Notre patronne fait très attention aux produits qu'elle choisit. Certes économiquement parlant intéressant mais elle recherche aussi la qualité. Tous nos produits ne sont pas bio, on priviliege le local. Pour nous, avoir un produit bio qui vient de l'autre côté de la planète n'a pas de sens pour l'environnement. Nous avons aussi la force d'écouter nos clients et nous évoluons avec leurs retours. Ils le ressentent et c'est toujours très apprécié. Nous parlons beaucoup avec eux, on est même un peu les psychologues des habitués. Nous essayons aussi d'adopter une attitude écologique, nous n'utilisons plus de plastique, nos verres et nos cartons sont recyclés. Nous réduisons au quotidien notre empreinte écologique mais il faut avouer que c'est très contraignant.

Pour les faiblesses, je dirais que nous n'arrivons pas à nous diversifier comme on le voudrait. Nous avons un petit établissement, une petite cuisine et une petite équipe. Nous aimerais faire pleins de choses, nous avons d'ailleurs pleins d'idées, mais c'est compliqué car nous n'avons pas assez de place.

D'un point de vue externe, quelles sont vos opportunités et menaces ?

Granola marche vraiment bien. L'enseigne aux Eaux-Vives a été la première à ouvrir. Par la suite, un autre café a ouvert à la rue des Bains. En janvier 2020, un troisième Granola a ouvert à la gare Cornavin. Notre bonne réputation et la forte demande nous donnent l'opportunité de nous développer. Après le Covid-19, nous avons été énormément soutenu par nos clients. Le plus dur est de fidéliser la clientèle, mais grâce à nos forces nous y arrivons très bien. Nous avons une très bonne qualité de café, nous nous adaptons à la demande de nos clients pour leur faire plaisir. Nos clients nous font évoluer, mais il est difficile de faire plaisir à tout le monde, certain aimeraient que l'on varie

un peu la carte mais il faudrait remplacer des plats que d'autres adorent. Comme en Europe nous avons beaucoup de retard sur ces concepts, les voyages de notre patronne nous permettent de gagner de l'avance sur nos concurrents. Nous avons l'avantage d'être très bons autant dans le café que dans la nourriture.

La menace que l'on pourrait avoir serait l'ouverture d'un nouveau concept beaucoup plus avant-gardiste.

Quelle est votre principale concurrence ?

Plusieurs établissements qui nous font de la concurrence : Boréal pour le café, Oh Martine ! pour leurs tartines, Green Gorilla pour leurs bowls, Elua pour les pokés bowls, Ou Bien Encore et Alive pour la tendance Healthy et puis Avo Break vient d'ouvrir depuis une semaine dans la même rue, avec de supers recettes à base d'avocat.

Quel est votre avis sur tous ces nouveaux concepts ?

Ces concepts sont très cool mais il y a beaucoup de choses à revoir. Nous utilisons des produits tendance qui polluent énormément, notamment le best-seller « tartine à l'avocat » qui devrait selon moi être banni de la carte. L'avocat c'est une énorme mode mais écologiquement parlant c'est une catastrophe. Il y a aussi la mode du lait d'amande, qui nécessite des litres et des litres d'eau pour une poignée d'amandes. Certains produits Healthy et tendances sont très hypocrites et cachent un réel massacre pour l'écologie. La clientèle adepte de ces concepts est composée souvent des gens qui veulent manger sainement et protéger l'environnement. Cependant, se proclamer écologiste et consommer des avocats n'a aucun sens. Parfois, nous nous devons d'être égoïste dans la restauration avec une offre qui répond à la demande. Certains produits proposés sont un réel effet de mode. Nous sommes dans un monde de propagande, où les gens se contentent de manger ce qu'on leur dit de manger. Cependant, ils ne se renseignent même pas de savoir si c'est vraiment sain, si c'est bon pour la santé, d'où ça vient, comment ça pousse, si c'est de saison, etc.

Quelle est votre type de clientèle ?

Nous avons vraiment de tout. Nous visons surtout les gens qui font du sport, les filles adeptes du yoga, les gens qui ont des intolérances. Nous ne sommes pas spécialisés

dans le végan mais cette tendance prend de l'ampleur et nous nous adaptons pour arranger les plats afin de satisfaire les gens. Nous avons des gens de tout âge, des jeunes de 15 ans, des parents avec leurs enfants et même des personnes âgées curieuses de connaître de nouveaux endroits avec une autre alimentation. Notre clientèle est très fidèle et la plupart reviennent.

Comment faites-vous pour vous démarquer ?

Nous sommes l'un des premiers établissements à proposer des poké bowls sur Genève. C'est resté dans la tête des gens et nous sommes devenus un élément de comparaison pour les autres. Après, chaque restaurant a son concept avec des ambiances très différentes. Chez nous, nos pokés sont préparés à l'avance tous les matins et nous ne proposons pas un concept où chacun fait son poké. Les clients ne font rien, nous nous contentons de déstresser les gens qui sont stressés.

Pour quelle raison n'êtes-vous pas ouvert soir ?

A l'ouverture, seulement deux personnes travaillaient donc ce n'était pas possible de faire des journées entières. Ensuite, notre concept n'est pas de faire le dîner. En Australie, aucun concept similaire à Granola n'est ouvert après 16h. Nous privilégions le petit déjeuner, le déjeuner et le goûter. Nous ne voyons pas l'intérêt d'être ouvert le soir. Nous avons essayé sur une période de fermer à 19h mais ce n'est pas le concept finalement, nous sommes un café pas un restaurant. Il nous faudrait aussi plus de personnel, nous sommes seulement deux ou trois employés par enseigne. Nous avons toujours du monde pendant la journée, ça marche très bien comme ça !

Comment voyez-vous l'avenir de l'alimentation ?

D'un point de vue écologique de la chose, il faudrait commencer par arrêter d'importer les fruits et les légumes. Je suis française donc je suis plus renseignée sur ce qui se passe de l'autre côté de la frontière. En Suisse, nous utilisons toutes les ressources de nos terres et nous exportons ce dont nous n'avons pas besoin. En France, nous exportons tout ce que nous avons et nous importons tout autant.

C'est tout bête, mais pour moi l'avenir de l'alimentation c'est de manger des aliments locaux et de saison. En Suisse, nous avons assez de terre et de producteurs pour cela.

Pour le reste, on peut mettre des serres pour éviter d'importer. J'ai l'impression que nous allons retourner en arrière. Nous avons l'impression d'évoluer mais en réalité nous sommes dans un cycle. On va revenir à nos sources et à ce que nous avons à disposition. Rien que d'utiliser ce que nous produisons dans notre propre pays réduirait drastiquement le CO2, le carbone, etc. Avec toutes les informations dont nous disposons et les conséquences du Covid-19, nous allons prendre conscience des choses et les gens vont être de plus en plus nombreux à vouloir changer. Je trouve que nous vivons dans une société où l'on essaye d'améliorer notre façon de penser, notre façon de manger ou de faire du sport et c'est une nouvelle ère. Tout change, l'alimentation certes mais également la façon de vivre.