

Attentes des consommateurs en matière d'alimentation et de boissons : tendances 2024

15 février 2024

L'agence de marketing international Mintel a publié, en janvier 2024, ses prévisions des tendances de consommation alimentaire pour l'année à venir, à l'échelle mondiale. Cette étude s'appuie sur des données quantitatives recueillies *via* des enquêtes réalisées auprès de consommateurs par l'agence, mais aussi sur des interviews d'experts. Les auteurs ont retenu trois changements de comportements dont les industriels auront à tenir compte, cette année, dans les innovations et le marketing des produits alimentaires.

La première tendance concerne l'attitude des consommateurs face aux produits très transformés. Selon Mintel, les industriels devraient imaginer des versions moins élaborées de leurs produits, mais aussi faire preuve de pédagogie pour expliquer en quoi les transformations permettent de conserver les qualités des ingrédients d'origine ou d'améliorer celles de l'aliment final. La deuxième tendance consiste en la demande croissante d'une alimentation permettant de garder une bonne santé. La dernière concerne l'introduction de l'intelligence artificielle et de la réalité augmentée dans l'achat alimentaire et la préparation des repas (identification de ingrédients d'une recette, planification personnalisée des repas).

Source : [Mintel](#)