

# Alcimed

Communiqué de presse

## Les innovations sur le segment des boissons non alcoolisées

*ALCIMED, société de conseil en innovation et développement de nouveaux marchés, se penche sur le regain d'innovation dans le secteur des boissons non alcoolisées.*

Paris, le 20 juin 2018 – Porté par de grandes marques et des start-ups, le segment des boissons non alcoolisées connaît une forte dynamique, au travers d'innovations bio, santé, et de connectivité.

***La tendance bio se développe aujourd'hui sur le segment des boissons pour faire écho à la recherche de naturalité du consommateur.***

A l'instar d'autres secteurs, la tendance bio se concrétise aujourd'hui sur le secteur des boissons. Le label bio permet de répondre aux besoins des consommateurs en quête de naturalité et de *clean label* de leurs produits.

Si les jus de fruits bio se retrouvent sur les étals des supermarchés depuis quelques années, les marques élargissent aujourd'hui leur offre en boissons bio sur d'autres segments. On peut notamment remarquer l'arrivée de Coca-Cola au travers de la gamme Honest Tea (des boissons infusées aux fruits), ainsi que le développement d'une offre de thés « organic », issus de l'agriculture biologique. De même, Danone s'engage dans cette voie en annonçant, début 2018, un plan massif sur le bio sur ses marques emblématiques dans le domaine des eaux, en visant d'en faire un pilier de sa croissance.

***De nouvelles offres de boissons fonctionnelles répondent aux évolutions des comportements alimentaires, ou ciblent des bénéfices santé.***

Les boissons fonctionnelles sont un segment en développement, qui vise à répondre aux enjeux des nouveaux comportements alimentaires.

Par exemple, les boissons nutritionnelles « substituts de repas » se modernisent. Si elles proposent de couvrir tous les besoins nutritionnels du consommateur à l'échelle d'un repas (à l'image de Slim Fast lancé dans les années 80), les nouvelles offres de Feed et So Shape innovent en proposant des formats nomades adaptés au rythme de vie des actifs urbains, et mettent en avant des arguments d'absence d'OGMs, de gluten, de conservateurs... voire optent pour un positionnement vegan.

Dans cette lignée, on peut également observer de nouvelles offres « all-in-one » dans le segment petit-déjeuner, avec des boissons visant à fournir toutes les vitamines et fibres nécessaires. Par exemple, la start-up Soylent propose un petit déjeuner et café complet tenant dans une simple bouteille.

D'autres initiatives, souvent lancées par des start-ups, adoptent un positionnement santé marqué, par un enrichissement en « superfruits », vitamines, minéraux, électrolytes... Grâce à l'intégration de ces « super-ingrédients », les marques mettent en avant un ensemble de bénéfices, tels des effets détox, énergie, immunité...

Les eaux non aromatisées évoluent également vers un positionnement santé, en proposant une eau non seulement de qualité car débarrassée de tout contaminant par des procédés de filtration élaborés, mais également *marketée* comme contribuant de façon positive au bon fonctionnement métabolique, via l'alcalinisation ou encore l'ozonation.

# Alcimed

*L'eau se redynamise également grâce aux systèmes connectés.*

Comme de nombreux secteurs industriels, les nouvelles offres autour de l'eau intègrent elles-aussi des systèmes connectés. La miniaturisation permet aujourd'hui d'intégrer un ensemble de capteurs tant sur les systèmes à domicile (robinets, fontaines à eau...) mais également sur les gourdes et autres systèmes portables. Dès lors, des services d'hydratation performante et personnalisée peuvent se développer et ouvrent de nouvelles perspectives dans les relations entre industriels de l'eau et consommateurs.

**A propos d'Alcimed** - [www.alcimed.com](http://www.alcimed.com)

Créée en 1993, ALCIMED est une société de conseil en innovation et développement de nouveaux marchés, spécialisée dans les sciences de la vie (santé, biotech, agroalimentaire), la chimie, les matériaux et l'énergie ainsi que dans l'aéronautique, le spatial, la défense et les Politiques Publiques. Elle intervient auprès des grands groupes industriels, d'ETI et de PME, de fonds d'investissement et d'acteurs institutionnels. Grâce à ses 200 collaborateurs de haut niveau, ALCIMED accompagne ses clients dans l'exploration et le développement de leurs terres inconnues : nouvelles technologies, nouvelles offres, nouvelles géographies, futurs possibles, nouvelles manières d'innover. La société dont le siège est à Paris, est présente à Lyon et à Toulouse, ainsi qu'en Allemagne, en Belgique, en Suisse, aux Etats-Unis et à Singapour.

Alcimed est membre de CroissancePlus et de l'ACI (Association des Conseils en Innovation).

**Contacts presse : Agence ComCorp**

Marie-Caroline Saro | [mcsaro@comcorp.fr](mailto:mcsaro@comcorp.fr) | +33 1 58 18 32 58 | +33 6 88 84 81 74

Muriel Martin | [mmartin@comcorp.fr](mailto:mmartin@comcorp.fr) | +33 1 58 18 32 54 | +33 6 70 45 66 46