

# SIAL Paris 2016

16.-20.10, 2016



**Future Food tutkimus- ja tuotekehitysyksikkö**

**Savonia-ammattikorkeakoulu**

**PL 6, Microkatu 1, 70201 Kuopio**

SIAL Paris 2016

## Kuvaus

Maailman suurimmat elintarvikkeiden innovaatiomessut. 7000 yritystä yli 100 maasta esittelivät tuotteitaan jälleenmyynti- ja ruokapalvelun ammattilaisille. Messuilla oli elintarvikealan tuotteita raaka-aineista valmiisiin tuotteisiin 21 messusektorilla. SIAL tuo julki innovatiivisimmat ruokatuotteet ja trendit maailmalta. SIAL TV ja ruokakonferenssit jakavat tietoa tutkimuksista jälleenmyynnin mahdollisuuksista sekä ruokakiertueen kuluttajatottumuksista. Nämä ja paljon muuta tekevät SIAL-tapahtumasta suosituksen paikan verkostoitumiselle ja uuden tiedon löytämiselle.



## Osallistujat

Tänä vuonna(2016) paikalla oli 7000 näyttelykohdetta 105 maasta, 155 000 vierailijaa 194 maasta, 120 virallista lähetystä, ja 15 palkittua työtä 675 innovaatiosta. Yhteensä esillä olevia tuotteita oli 1757.

## Tapahtumat

- La Cuisine: Kokit ympäri maailmaa innostivat vierailijoiden makuhermoja
- In-Food Centre: Raaka-aineet ja niiden korostuminen
- SIAL TV: Konferenssiohjelma jossa keskusteltiin keskeisimmistä elintarvikealan aiheista. Avaus konferenssilla World Food Day 16. Lokakuuta
- Wine & Food lab: Odottamattomia ruoka & juomayhdistelmiä
- World Tour: 28 maan ruoka- ja jälleenmyyntitrendit
- Inspire Drink: Uutta vuodelta 2016 – Virvoitusjuomat valokeilan alla, uudet inspiraation lähteet
- Look Deeper into Latin America: 9 Amerikan valtion kulttuurilliset ja alueelliset tuotteet – esittely ja maistiaiset



## Merkittäviä kehitysaskelia

SIAL Paris-messujen esiin nousseita teesejä



- 1) Kohdistunut kuluttajakäyttäytyminen
  - Kuluttajat eivät taloudellisten paineiden takia mielellään osta pakkauksia joissa mukana jotakin muuta, vaan pelkän tuotteen. Kulutuksen optimointi, ekologisuus ja taloudelliset hyödyt.
- 2) Laadukkuuden heikkeneminen
  - Ihmisten luottamus ruokatuotteiden laatuun on laskenut. Tämän voidaan käsittää aiheutuvan suurkuluttajien Venäjän ja Kiinan tilanteista, sillä näissä maissa myös luottamus on laskenut tutkimusten mukaan eniten.
- 3) Ruoka- ja ravitsemustietouden lisääntyminen
  - Kuluttajat ovat valveutuneempia ruoan ravitsemuksellisista tekijöistä. Kuluttajat ovat myös alkaneet olla vakuuttuneempia erilaisten ruokien haittavaikutuksista terveydelle
- 4) Luonnonmukaisen ruoan kysyntä on kasvanut
  - Ruoka- ja ravitsemustietouden lisääntyminen voi selittää, miksi luonnollisen tuotannon kysyntä on kasvanut.
- 5) Kestävä kehitys trendinä
  - Kiinnostus kestävään kehitykseen on kasvanut, ja asiakkaat valitsevat mielellään ruokia joissa on käytetty vähemmän pakkausmateriaalia.

## 13 Trendiä (2016)

Perustat



- 1) Nostalgia: Nostalgia on palannut. Positiivisessa mielessä se yhdistää menneen tähän aikaan edistyksellisellä tavalla. Tuttu ja turvallinen menneisyys "vintage" päivitetään nykyaikaan esimerkiksi pakkauksien avulla (yleensä huumorilla), ja jotkut modernit tuotteet käyttävät vanhan käytännön mukaista tuotantotapaa.
- 2) Pienet nautinnot: Nautinto on päätekijä mitä tulee syömiseen, ei väliä missä maailman kolkassa asuu tai miten vanha on. Kuluttajat nykymaailmassa ovat aina valmiita pienille, edullisille ylellisyyksille jotka tekevät elämästä vähän helpompaa. Sen, mikä maistuu hyvälle, on kuitenkin oltava houkuttelevaa. Tämän takia tuottajat ovat alkaneet käyttää enemmän aikaa tuotteiden suunnitteluun.
- 3) Mix & Match: Yhdistelemisen ja muotojen, makujen sekä rakenteen kokoamisen jalo taito. Tämä on uusi tapa luoda yhdistelmäruokaa, joka sopii kuluttajille jotka haluavat hämmästyä ja ilahtua. Se voi olla esimerkiksi kaksi erikoisruokaa jotka luovat rakenteellisen kokonaisuuden. Tai sitten se voi olla tapa rikkoa vanhoja tapoja ja tarjota uusia kokemuksia uusilla raaka-aineilla ja ällistytävillä kokonaisuuksilla.

- 4) Tuotenäkökulma: Keskitytään vain ja ainoastaan tuotteeseen, toimijoiden esitellessä sen yksinkertaisuutta. Tämä on vastaus kuluttajille jotka etsivät sitä "parasta" ja "todellista" makua. Se on myös tapa saada aiemmin latteat tuotteet loistamaan tai antaa vahvan makuisen tuotteen loistaa käytetyillä raaka-aineilla.



### Ruoan terveellisyys

- 5) Raakakäsité: On modernia syödä tuotteita joissa käytetään raakoja, luonnollisia raaka-aineita. Raaka tuote tarkoittaa valmistamatonta, makeuttamatonta ja käsittelemätöntä.
- 6) Hyötyä luonnosta: Tärkeää ovat tuotteen energia-pitoisuus ja se miten syöminen edesauttaa immunitteettia sairauksille. Tässä tapauksessa luonnonmukaisuus on avain-sana. Etenkin super foodit, eli marjat, kasvikset ja siemenet ovat suosittuja niiden hyötyjen takia. Kasviproteiinit ovat suosittuja juuri nyt. Kuluttajat suosivat tuotteita, joissa on pakkausmerkinnät "Ilman.."(esim. ilman sokeria tai lisäaineita) koska sen katsotaan tuovan lisäarvoa tuotteelle.
- 7) Alkuperä: Tässä katsotaan tuotteen alkuperää ja sen jalanjälkeä. Tuotteen läheisyys auttaa kannattamaan lähialueen tuottajia. Läheisyys on myös merkki ekologisesta, sillä nykykuluttaja huomioi myös hiilijalanjäljen.



### Kestävä kehitys

- 8) Jätteettömyys: On olemassa ratkaisuja, joiden avulla voidaan edistää jätteettömyyttä, kuten keksimällä käyttöä tai yhdistämällä yleensä heitettyjä tuotteita. (marjamäski). Näiden hyödyntämisestä on tullut uusi markkina-alue.
- 9) Pienemmät pakkaukset: Pakkaamisen kehittäminen ekologisesti niin, ettei siitä ole haittaa luonnolle. Materiaalin vähentäminen ja uudelleen muotoilu.
- 10) Resurssien säilytys ja eläinturvallisuus: Eläinten hyvinvoinnin takaaminen(eritoten keritsemisessä ja teurastuksessa) ja luonnollisten elinkeinojen turvaaminen on noussut tärkeämmäksi aiheeksi kuluttajalle.

## Kytökset maailmalle

- 11) Mistä se tulee: Tuottajat jakavat valmistus- ja kattausvinkkejä niille, jotka ovat kiinnostuneet tuotteiden alkuperästä, tuotantoprosessista ja valmistuksesta. Uusi teknologia myötäilee tätä trendiä (esimerkkinä QR-koodit, mistä alkuperän voi heti tarkistaa).
- 12) Teknologia: Uusi teknologia auttaa tuotannossa ja ruoan personoinnissa. Kuluttajilla on mahdollisuus luoda ja kehittää tuotteita joita he jakavat ja syövät perheensä kanssa.
- 13) Tuotetieto: Nykyisin ruokatuotteissa on koodit, jotka skannaamalla saat tietää kuinka paljon torjunta-aineita, lisäaineita, rasvaa tai ravintoaineita siinä on. Tämä antaa ihmisille paremman käsityksen ruokansa todellisesta taustasta.



## SIAL Paris Kunniainninnat

### Kultainen SIAL-palkinto

Tuote: Steaks et boulettes de légumineuses / Kasvispihvit ja palkokasvipullat  
 Tuotteen kuvaus: Orgaaninen lihankorvike kasviksista ja palkokasveista. Proteiinin lähde. Runsaskuituinen. 100% Kasvisperäinen. Pannulla tai uunissa valmistettava.

Brändi: ICI & LA - LE BOUCHER VERT

Lajitelma: Vihreät linssipiivit, Kikhernepihvit, papupiivit, vihreät linssipallot, kikherne- ja papupallot.

Valmistaja: ICI & LA - LE BOUCHER VERT

Alkuperämaa: Ranska

Julkaisupäivä: 11/2015

Valintaperuste: Valittu terveellisuuden sekä nautinnollisuuden takia.



### Hopeinen SIAL-palkinto

Tuote: Les moulins à champignons / Sienimylly

Tuotteen kuvaus: Sekoitus kuivattuja sieniä myllyssä. Sienet valikoidaan käsin.

Brändi: SABAROT

Lajitelma: Tatit, korvasienet, ja sekalaiset metsäsienet.

Valmistaja: SABAROT

Alkuperämaa: Ranska

Julkaisupäivä: 03/2016

Valintaperuste: Käytännöllisyys.

### Pronssinen SIAL-palkinto ( 2 voittajaa jaetulla sijalla)

Tuote: The Meat Cellar / Lihakellari

Tuotteen kuvaus: Lihatuotteet, vähintään 21 päivän kypsytyksellä kylmäkellarissa vanhojen tapojen mukaisesti. Tuotteet valitaan yhteistyössä kasvattajien kanssa perinteisiin kasvatustekniikoihin tukeutuen. Esillä puisessa laatikossa jossa mukana valmistusohje. Laadullinen, tyhjiö-pakattu tuote.

Brändi: PUIGRENIER

Lajitelma: Charolais – Valikoima laadullisia naudanlihapihvejä.

Valmistaja: PUIGRENIER

Alkuperämaa: Ranska

Julkaisupäivä: 01/2016

Valintaperuste: Korkea laatu, alkuperä ja maku.

Toinen tuote seuraavalla sivulla.

Tuote: Quinoa with fruit / Kvinoa hedelmillä

Tuotteen kuvaus: Jälkiruokana kvinoa, hedelmien ja lusikan kanssa. Yksittäiset annokset, lusikka kannessa.

Brändi: VIRU

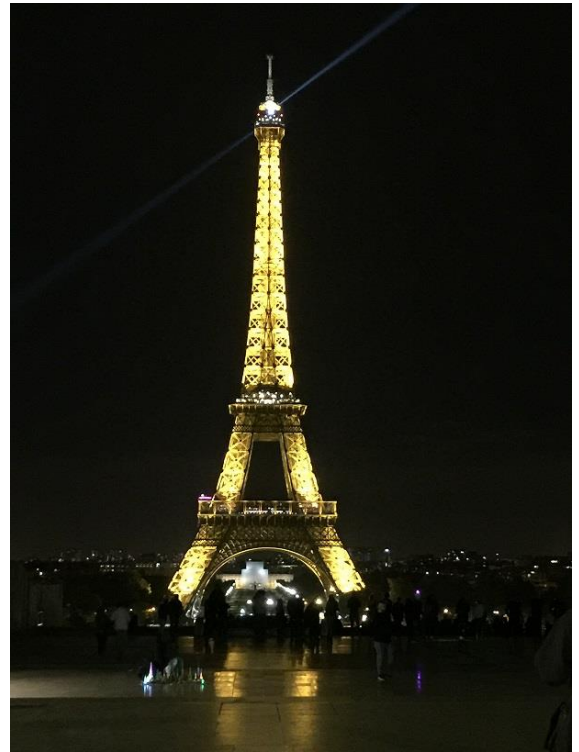
Lajitelma: Mango, mustikka, passionhedelmä, kookos, papaija, ananas.

Valmistaja: SOCIEDAD AGRICOLA VIRU



Alkuperämaa: Peru  
Julkaisupäivä: 03/2016  
Valintaperuste: Valittiin omaperäisyyden ja kvinoa-pohjaisen reseptin takia.

Kuvamateriaalit	Kuvat © Johanna Kantala
Liite	Lähteet
Jakelu	Luettelo tahoista tai henkilöistä, joille asiakirja toimitetaan. Esim. Toimistosihteerit
Tiedoksi	Luettelo tahoista tai henkilöistä, joille asiakirja saatetaan tiedoksi. Esim. Myyntipäällikkö



**Vielä ehdit osallistua seuraaviin SIAL-tapahtumiin:  
SIAL Canada, 2-4. Toukokuuta 2017 &  
SIAL China, 17.-19. Toukokuuta 2017!**

## Lähteet

SIAL Paris: International food exhibition. (2016). [SIAL Paris 2016 viralliset nettisivut]

Linkki: <https://www.sialparis.com/>

SIAL Innovation: Global Food Trends & Innovations Book / Répertoire des Tendances Alimentaires Mondiales. (2016). [virallinen messukirja tuotteista ja trendeistä]

SIAL PARIS 2016: Official Catalogue / Catalogue official. (2016). [Virallinen SIAL PARIS yrityskatalogi]

Kuvat: Johanna Kantala (2016.)