

POUR LA SIXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE, LES AMANDES S'IMPOSENT COMME LE FRUIT À COQUE LE PLUS UTILISÉ DANS LES LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS

Les amandes continuent de stimuler l'innovation en Europe puisqu'elles ont l'avantage de pouvoir être utilisées dans de nombreuses catégories de produits

Selon les dernières données du *Global New Product Introductions Report* d'Innova Market Insights, les amandes ont conservé leur place de leader en tant que fruit à coque le plus fréquemment utilisé dans les nouveaux produits lancés en Europe en 2020 puisqu'elles figurent dans près de 6 000 lancements, soit une augmentation de 7,5 % par rapport à 2019. L'Europe est également en tête à l'échelle mondiale puisqu'elle détient 47,8 % de la part de marché des lancements de nouveaux produits à base d'amandes dans le monde.

Les résultats de l'étude démontrent que la polyvalence des amandes a joué un rôle déterminant dans leur popularité en Europe, les consommateurs étant à la recherche d'aliments sains et nutritifs qui correspondent à leur mode de vie. Elles sont en effet numéro un dans de nombreuses catégories de produits comme celle des en-cas, des barres, des céréales et des produits laitiers.

Pour la première fois, les produits laitiers figurent parmi les cinq plus importantes catégories dans lesquelles le nombre de produits à base d'amandes a été lancé. Les lancements de produits à base d'amandes dans cette catégorie ont en effet connu une croissance de 7 % par rapport à l'année précédente. Et cela ne concerne pas uniquement l'Europe puisque le rapport révèle que les amandes sont le fruit à coque le plus fréquemment utilisé dans les produits laitiers à l'échelle mondiale.

Le rapport indique également que l'Europe est la région du monde détenant le plus grand nombre de lancements de produits à base d'amandes dans la catégorie des confiseries, des en-cas, de la pâtisserie -boulangerie, des barres, des produits laitiers et des céréales. Parmi les dix principaux pays, six sont en Europe dont l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni.

« Nous avons traversé une année sans précédent en 2020 à cause des perturbations qu'a connues le secteur agroalimentaire en raison du Covid-19. Néanmoins, les développeurs de produits alimentaires doivent être encouragés par la polyvalence des amandes qui permettent de répondre aux attentes croissantes des clients en termes d'alimentation et permet de satisfaire leurs besoins en matière de santé et de mode de vie. Les amandes peuvent être formulées de différentes façons : farine d'amandes ou beurre d'amandes notamment. Elles peuvent ainsi être utilisées dans différentes catégories de produits, ce qui contribue à leur importante utilisation en Europe, région qui représente près de 50 % des lancements de produits à base d'amandes dans le monde », témoigne Lu Ann Williams, Directrice de l'innovation chez Innova Market Insights.

Leurs bienfaits pour la santé sont également un autre argument pour stimuler le lancement de nouveaux produits à base d'amandes, notamment en France. Les principales allégations utilisées pour les produits à base d'amandes sont « Biologique » (37,9 %), suivie des mentions « Sans conservateurs ni additifs » (18,1 %) et « Sans gluten » (18 %), toutes deux à la deuxième place, suivies de « (Importante) source de fibres » à la troisième place (17,9 %).

Ce qui démontre la volonté des fabricants de continuer à répondre à la demande croissante de transparence des consommateurs, ainsi que d'aliments sains.

La popularité croissante des produits végétaux se reflète également dans les données du rapport, puisque l'aspect végétan est également mis en avant dans 15,7% des nouveaux produits à base d'amandes qui sont lancés.

« Nous sommes ravis de constater que les amandes demeurent un ingrédient populaire grâce à leur polyvalence et à leur apport nutritionnel, même en cette période inédite », déclare Dariela Roffe-Rackind, Directrice, Relations publiques Europe et Monde de la Collective des amandes de Californie. « Les consommateurs continuent de prioriser leur santé et sont toujours plus exigeants vis-à-vis de ce qu'ils mangent. Les fabricants utilisent les amandes de façon de plus en plus innovante pour répondre à cette demande et nous avons hâte de découvrir comment les amandes peuvent aider les développeurs de produits à trouver de nouvelles opportunités d'innovation ».

Références :

Innova Market Insights, Global New Product Introductions Report, 2020. Mai 2021

À propos de la Collective des amandes de Californie

Les amandes de Californie sont des amandes entières, naturelles et de qualité. La Collective des amandes de Californie assure la promotion des amandes en adoptant une approche fondée sur la recherche de tous les aspects du marketing, de l'agriculture et de la production au nom des plus de 7 600 producteurs et transformateurs d'amandes de Californie, dont la plupart sont des exploitations familiales multigénérationnelles. Créée en 1950 et basée à Modesto, en Californie, la Collective des amandes de Californie est un organisme non lucratif qui gère l'Office Fédéral des Producteurs d'Amandes (Federal Marketing Order), sous la supervision du Ministère de l'Agriculture des États-Unis. Pour plus d'informations sur la Collective des amandes de Californie ou les amandes, rendez-vous sur Almonds.com ou retrouvez les amandes de Californie sur [Facebook](#), [Twitter](#), [Pinterest](#), [Instagram](#) et le [blog des amandes de Californie](#).