



# Caramel

GROUPE

---



# PREAMBULE

- A quoi et à qui sert un cahier de tendances
- Comment s'approprier un cahier de tendances ?
- Quels outils et méthodes puis-je adopter ?

# A QUOI SERT UN CAHIER DE TENDANCES



## Contexte de la réflexion

Une époque : un monde en pleine mutation / accélération, concurrence accrue, crise sanitaire et nouveaux comportements de consommation

Des problématiques : Quel sera l'offre demain ?



## Enjeux

- Prendre du recul vis-à-vis de notre Société, mais aussi vis-à-vis de la marque
- Identifier les points forts, les opportunités
- Construire ensemble son avenir



## Approche

- Explorations créatives : activités individuelles, travail en sous-groupes, immersion dans le futur  
=> à court terme & à long terme
- Sélection des partis-pris
- Formalisation des résultats collaboratifs et créatifs



## Comment s'approprier un cahier de tendances ?

- Pendant la journée, prenez toutes les notes nécessaires et n'hésitez pas à faire des photos des slides en y ajoutant vos propres commentaires
- Re-visionnez le replay (si captation) qui vous sera mis à disposition autant de fois que nécessaire
- N'hésitez pas à nous poser des questions pendant la journée et même après au besoin
- Partagez-le très rapidement avec vos collaborateurs



# Quels outils et méthodes puis-je adopter ?

- Prévoir ½ ou 1 journée dans les agendas  
Que tout le monde soit disponible (sans appel ni RV)  
Possibilité de le faire à l'extérieur de l'entreprise (ca ouvre les esprits)  
  
Définir le référent qui se chargera de l'animation de cette session  
Définir un groupe d'un 15 personnes maximum  
  
Pré définir en amont des sous-groupes et surtout bien mixer les profils  
(Commerce – RH – Compta – Assistant(e) administratif – etc) ne pas mettre que des profils marketing
- Matériels nécessaires :  
Des post-it de couleurs  
Des boards papiers  
Des magazines (lié à vos univers mais pas que)  
Des feutres

# LES RÈGLES DU JEU DE LA CRÉATIVITÉ

## TRAVAIL D'ÉQUIPE CRÉATIF

- Collaboration et Ecoute
- Responsabilité
- Objectif
- Contraintes de temps
- Confidentialité



# LES RÈGLES DU JEU DE LA CRÉATIVITÉ

## CE QUI TUE LA CRÉATIVITÉ

- Croire que l'on est pas créatif
- Le conformisme
- S'arrêter à la première idée
- Adopter une attitude négative



## CE QUI STIMULE LA CRÉATIVITÉ

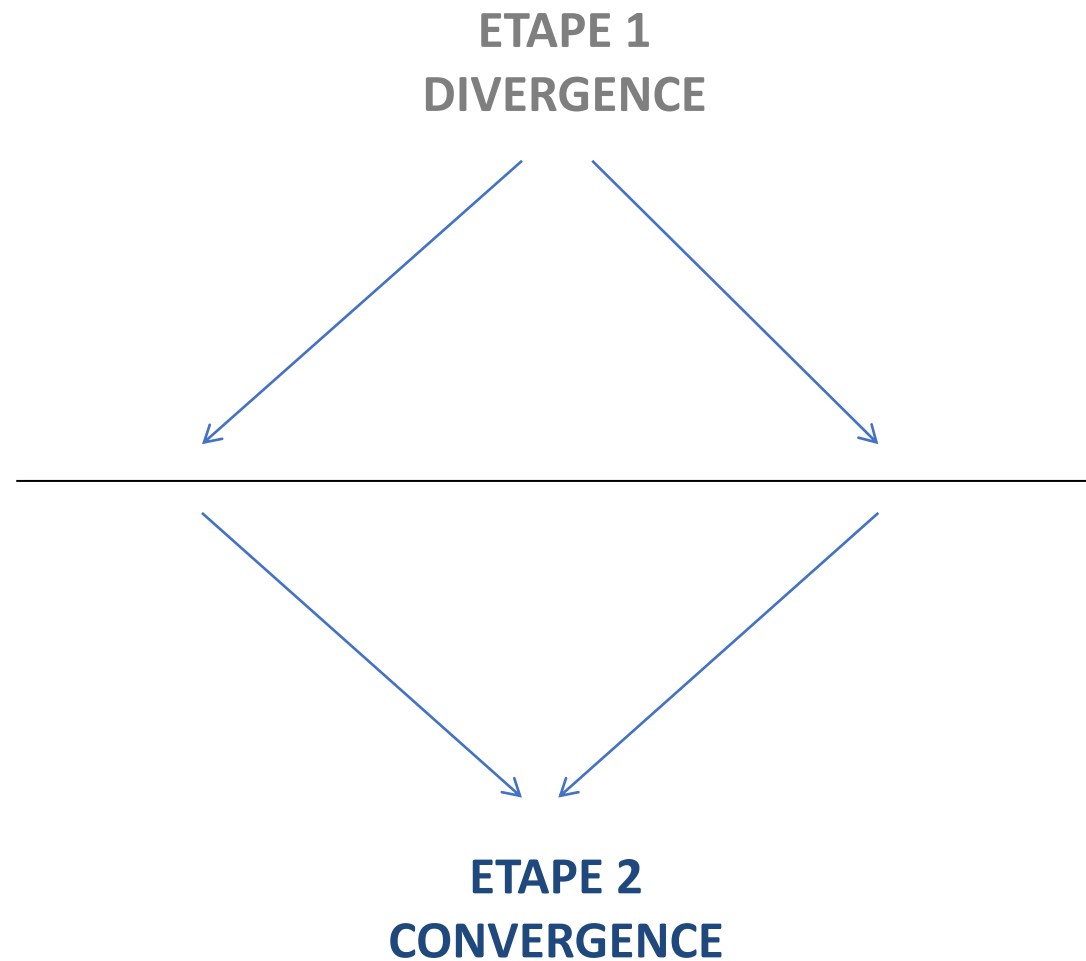
- Prendre du recul
- Rompre les habitudes
- Accepter le changement d'angle de vue
- Utiliser ses intuitions ET son cerveau
- S'ouvrir à son environnement
- Partager pour construire

## ATTITUDES & QUALITÉ

- La spontanéité
- L'intuition
- La curiosité
- La prise de risques
- La ténacité
- Le partage

# LES RÈGLES DU JEU DE LA CRÉATIVITÉ

Notre méthode de créativité repose sur deux étapes nécessaires et complémentaires



# LES RÈGLES DU JEU DE LA CRÉATIVITÉ

## ETAPE 1 DIVERGENCE

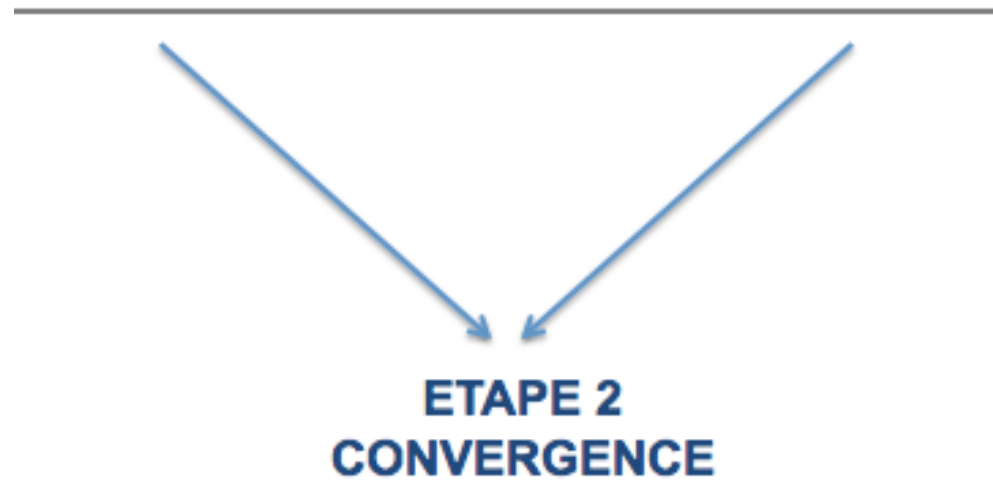


**ÉTAT D'ESPRIT :  
AMUSANT !**

**PAS DE JUGEMENT  
PAS DE CRITIQUE**

- ASSOCIATION D'IDÉES
- DES IDÉES DÉCALÉES
- LE NOMBRE D'IDÉES VS LA VALEUR DES IDÉES

# LES RÈGLES DU JEU DE LA CRÉATIVITÉ



**ÉTAT D'ESPRIT :  
RESPECTUEUX, POSITIF ET CONSTRUCTIF !**

**Consensus mou : idées molles  
Qui ne dit rien consent**

- **BRASSER LES IDÉES**  
ENRICHIR  
CONFRONTER
- **UNIR LES IDÉES**
- **TRIER LES IDÉES**

### CAHIER DE TENDANCES

Prenez le temps nécessaires pour faire cette restitution ou repassez le replay audio

Caramel

## TENDANCES 2024

« Un équilibre entre humain, végétal, animal et minéral se dessine »



INSTITUT  
**SENS**  
JARDIN

## ETAPE 2 – RESTITUTION– 1H

### EXERCICE DU POST IT

Au cours de la présentation des Tendances

Vous devrez annoter sur des post it  
les notions, les mots clés qui vous  
auront interpellés, qui vous paraissent  
importants...





A large, white, stylized outline of the letter 'C' is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom. The top part of the 'C' is inside the dark blue header, while the bottom part is in the white footer area.

Caramel  
GROUPE

The logo for 'agro Mousquetaires' features the word 'agro' in a bold, black, lowercase sans-serif font. To the right of 'agro' is a stylized graphic consisting of a red triangle pointing upwards and to the right, and a green triangle pointing downwards and to the right. Below 'agro' is the word 'Mousquetaires' in a smaller, black, lowercase sans-serif font.

agro  
Mousquetaires




COMPTE-RENDU DU WORKSHOP CRÉATIF  
TENDANCES SOCIOLOGIQUES & ALIMENTAIRES  
MERCREDI 20 OCTOBRE 2021

# Rappel des règles du jeu de la créativité

Travail d'équipe créatif :

- Collaboration et Ecoute
- Responsabilité
- Objectif
- Contraintes de temps
- Confidentialité

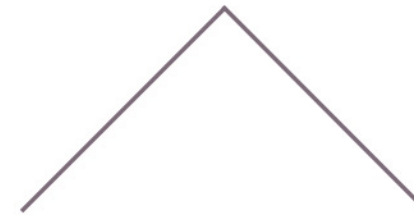


agro Mousquetaires Les règles de créativité Caramel

## Les règles du jeu de la créativité

Étape n°1 :

DIVERGENCE



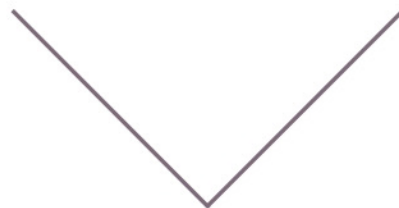
ÉTAT D'ESPRIT : AMUSANT !

- Pas de jugement
- Pas de critique
- Association d'idées
- Des idées décalées
- Le nombre d'idées vs la valeur des idées

## Les règles du jeu de la créativité

Étape n°2 :

CONVERGENCE



ÉTAT D'ESPRIT :  
RESPECTUEUX, POSITIF ET  
CONSTRUCTIF !

Consensus mou : idées molles  
Qui ne dit rien, consent !

- Brasser les idées : enrichir & confronter
- Unir les idées
- Trier les idées

## Déroulé de la journée

### Matinée :

8h45 : Accueil

9h00 - 12h30 :

Présentation des tendances alimentaires  
horizons 2023 par l'agence Caramel

Pendant cette présentation, noter sous forme de  
mots clés, valeurs, notions qui vous paraissent  
importantes pour Agro mousquetaires.

À la fin de la présentation de chaque thématique,  
mise en commun des notions qui vous ont  
interpellées, sous forme de nuages de valeurs

### Après-midi :

13h30-14h30 :

Croiser les nuages de valeurs qui vont  
faire naître de nouveaux concepts produits.  
Pour cet exercice : ne rien s'interdire !  
ouvrir son esprit et laisser libre cours à son  
imagination

14h30-15h45 :

Préciser ces croisements de valeurs en définissant  
le produit : à qui il s'adresse, ses saveurs, les  
nouvelles gestuelles qu'il peut créer, et pour finir  
son storytelling

15h50-16h30 :

Restitution des pistes de chaque groupe

# ÉTAPE N°1 : Présentation des tendances sociologiques & alimentaires

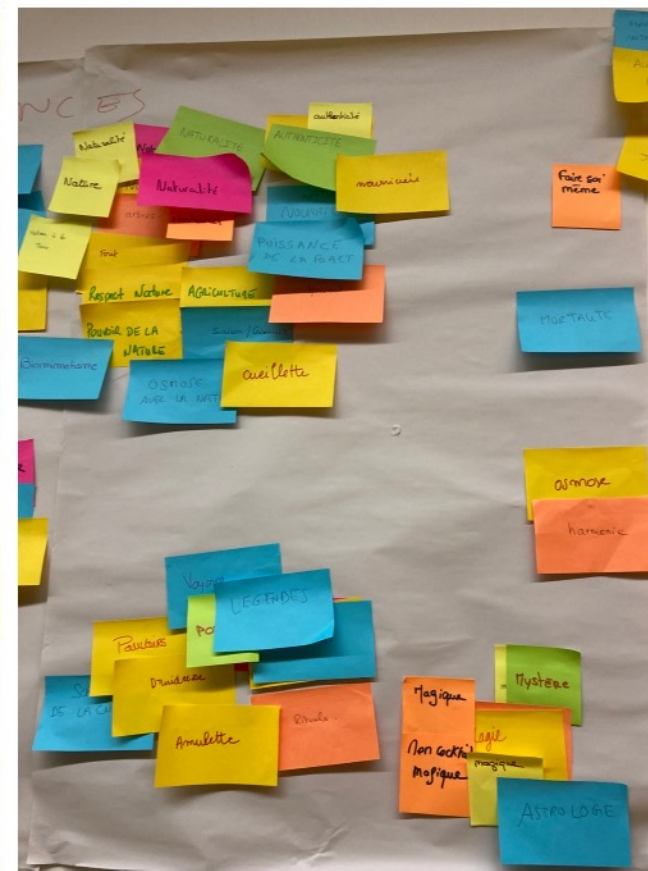
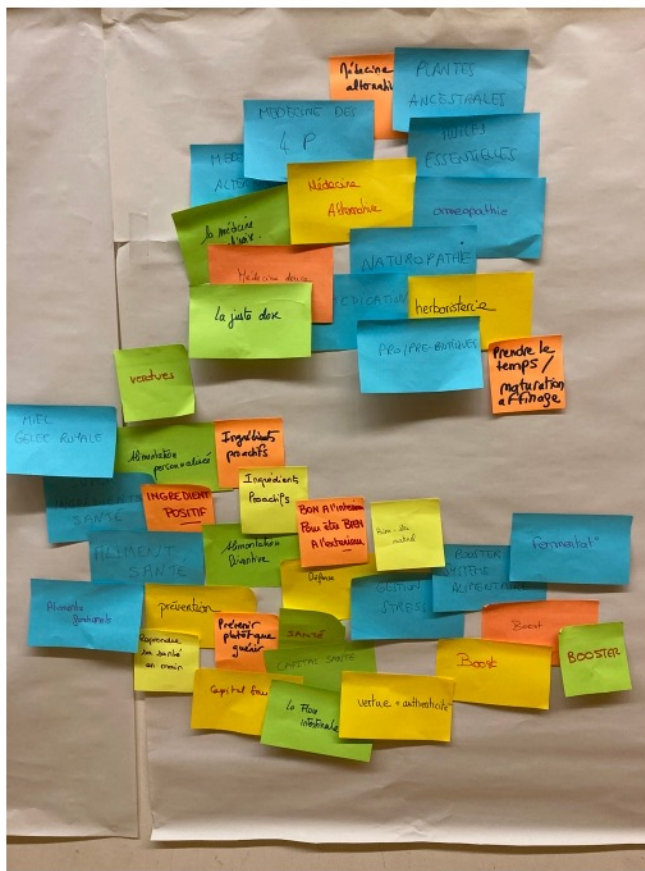


Pendant cette présentation, chaque participant note sur des post-it les mots clés qui les interpellent.

À la fin de la présentation de chacune des tendances, chacun positionne ses mots sur le mur et des regroupements de valeurs se créent.



# CROYANCES



Valeurs ressorties par les équipes :

**PLANTES VERTUEUSES** : plantes ancestrales, huiles essentielles, homéopathie, médecine alternative, la juste dose, médecine des 4P, vertues, herboristerie, ingrédients pro actifs, pro/pré biotiques...

**BOOSTER** : gestion stress, vertu+authenticité, capital santé, ingrédients positifs, aliments fonctionnels, reprendre sa santé en main, défense...

**NATURE ORIGINELLE** : naturalité, authenticité nourricière, puissance de la forêt, cueillette, origine, primitif, brut, non transformé, osmose avec la nature...

**SAVEURS FORTES** : fumé, cuisson charbon, racines, boisé, fougères, insectes+racines, les sources comestibles, sève de pin, miel, alcool+herbes

**MAGIE** : mystère, astrologie, mon cocktail magique



## LA CLÉ DES SONGES



Valeurs ressorties par les équipes :

**MÉTAVERSES (vie virtuelle & vie réelle)** : 3D, digitalisation, manger & boire en virtuel, manger avec lunettes 3D, vision du futur, réel/virtuel, propre évasion, monde secondaire, avatar, sortir des codes, réalité virtuelle, vivre par procuration...

**BIEN-ÊTRE** : connection, se recentrer sur soi, retour aux sources, écoute de soi, flux connectés au réel, reconnection des émotions, sens de la vie, réconfort, satisfaction personnelle...

**NOUVEAU VOYAGE** : évasion, voyage des sens, exotisme, besoin d'ailleurs, propre évasion, weekend, évahpatoire, besoin de changement, japon, zen,

**SENSORIALITÉ** : stimulation des sens, wahou!!, paradis artificiel, multi textures, brillant, surprendre, émerveillement, colorer nos basiques, délicatesse, nouvelles expériences sensorielles, mélanges improbables, parfums pour aliments, bonbon santé, dose...

## VILL(E)AGE



Valeurs ressorties par les équipes :

**NOUVELLE RURALITÉ** : l'atelier du village, produit de mon village, terroir, ruralité, vivre en autarcie, jardin partagé, rapprochement ,urbain agricole, désurbanisé, proximité, local, tradition...

**CONVIVALITÉ** : positivité, simplicité, messages positifs, impact positif, tribu, communauté, collectif, micro quartier, entraide, équilibre, bien-être physique...

**0 DÉCHET** : emballage 0 déchet, compostable, ré-utilistaion, sans ajout d'eau, bilan carbone, économie régénérative, circulaire, cycle de vie, vrac, anti gaspillages, biotechnologie...

**TERROIR FUN** : funk food, salade de fleurs, bucolique, floral, savon aliment, pâte à tartiner de légumes, les pains colorés...



# FIN DE L'ÉTAPE 1: LE MUR DE VALEURS





# ÉTAPE N°2 : Croisements de valeurs

## Le travail d'équipe commence !

Les équipes vont sélectionner les «nuages» de valeurs, issus des tendances alimentaires qui les interpellent et associer deux valeurs pour déclencher des idées : mots, saveurs, textures, produits imaginaires...

Il est conseillé de croiser des valeurs qui ne viennent pas du même thème pour ouvrir l'imagination et que pour les idées soient le plus larges possibles, nous sommes dans la phase de divergence..

Les groupes :

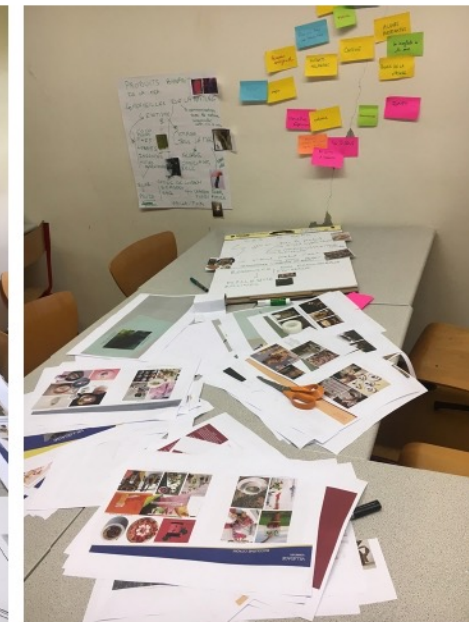
Groupe n°1 : HUBERT, AURELIE M, BEATRICE, AURELIE G

Groupe n°2 : SYLVIE B, JULIE, ANNA, FRANÇOIS

Groupe n°3 : MATHILDE, SYLVIE C, NATHALIE, ERWAN

Groupe n°4 : JOSEPHINE, YANN, OPHÉLIE, LAURENCE

Groupe n°5 : KARINE, KITTY, ROZENN, ANNE-LAURE



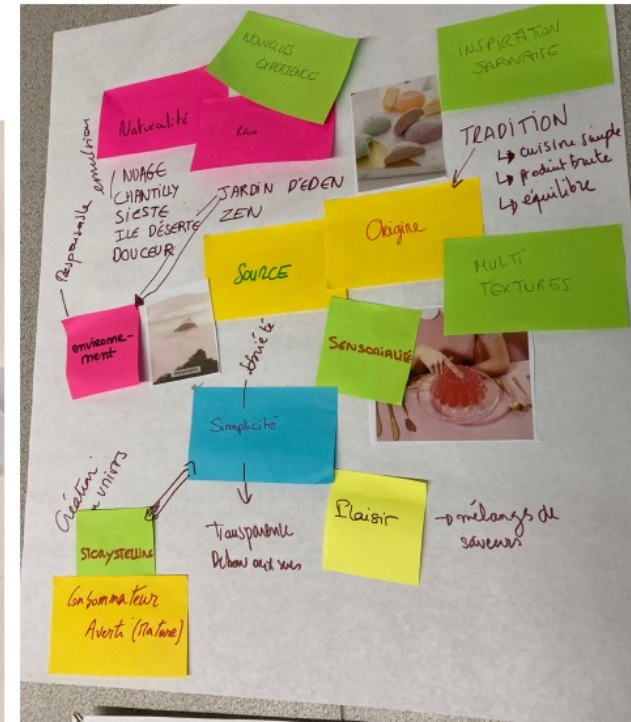


# ÉTAPE N°2 : Croisements de valeurs

*Étape 2 : Croisements de valeurs*

→ Travaux avec des ingrédients, sachet qui se dissout dans l'eau  
 → Bûches de lait fait on *coproduits* les chairs d'origine nature  
 → bits d'ornement à planter  
 → bits d'ornement, de jus de légumes de fruits, d'épices  
 pour faire des boissons, des des pains *spéciaux*  
 des bûches d'origines  
 des emballages de saison  
 → des emballages en forme d'algues de roche  
 → des emballages qui changeur de couleur en fonction de ...  
 → de l'eau en poudre, de jus de fruit en poudre, des cocktails en poudre  
 des aliments déshydratés avec le juste assaisonnement  
 → des plats en poudre pour être réhydratés (eau ou alcool)  
 → des lentilles qui laissent le cerveau *etc* qd on mange  
 → le pot de fleur qui grandit ou est modulable en fonction de la taille de la plante

*Mélanges improbables*



Bouchées sucré/sali ⇒ textures

↳ Petite dose de plaisir / jour

↳ Goût découverte / jour

↳ Déclinatoire selon les moments de la journée

↳ selon l'humeur

- Saucisson aux pignons de pins

↳ Emballés dans des Feuilles de chêne

- Chips avec pelures de légumes

- Krachs de légumes / de la mer / terre

↳ faits avec pelures / légumes de saison

- Créer ses emballages à base de fibres vég.

↳ Couler ses sacs / sachets Réutilisable

↳ Mettre ses bûches carbon

- Sauces de légumes pour mise en valeur de mélange de légumes pour accompagner autre viande ou viande

↳ Sauce colorée / salée

↳ Pot verre / Etiquette papier ou bouchon transparent

- Gamme de produit qui indiquerait l'impact sur = idée de points individuels (balance de l'air / crudit)

- Biscuits à base de fleur / écorce NOTA / Composé plaisir de goût / santé

- Biscuits fumés / Lardons de légumes

- Biscuits - texture moelleuse / spongieux

- Racines comestibles = farine

- Duo jambon cochon / jambon végétal / Duo poisson végétal

- Ingrédients de pain = pains fermés ou vendus tels quels

- Substitut poisson végétal

- Kit de préparation = quide lorraine / tranche calée avec farine de pain / racis



# ÉTAPE N°3 : Imaginer les produits de demain

La phase de convergence commence !

Après avoir posé des idées suite aux croisements de valeurs, les groupes vont devoir commencer à sélectionner une ou deux idées pour les creuser. Pour cela, nous rassemblons les groupes par deux, ils se présenteront mutuellement leurs pistes de l'étape 1 et se mettront d'accord sur la sélection de deux idées.

À partir de maintenant, l'objectif est de «concrétiser» l'idée du concept produit, sans vouloir arriver sur un produit fini. Ces produits doivent faire écho à un mode de vie présenté dans les tendances alimentaires, à quel besoin ils répondent, cible conso, comment ils se consomment...

Les groupes de l'étape n°2 :

Groupe : AURELIE M, BEATRICE, AURELIE G, JULIE, ANNA, FRANÇOIS

Groupe : MATHILDE, SYLVIE C, ERWAN, JOSEPHINE, YANN, LAURENCE

Groupe : KARINE, KITTY, ROZENN, ANNE-LAURE, HUBERT, SYLVIE B, NATHALIE, OPHELIE

# ÉTAPE N°3 : Les outils pour imaginer les nouveaux produits

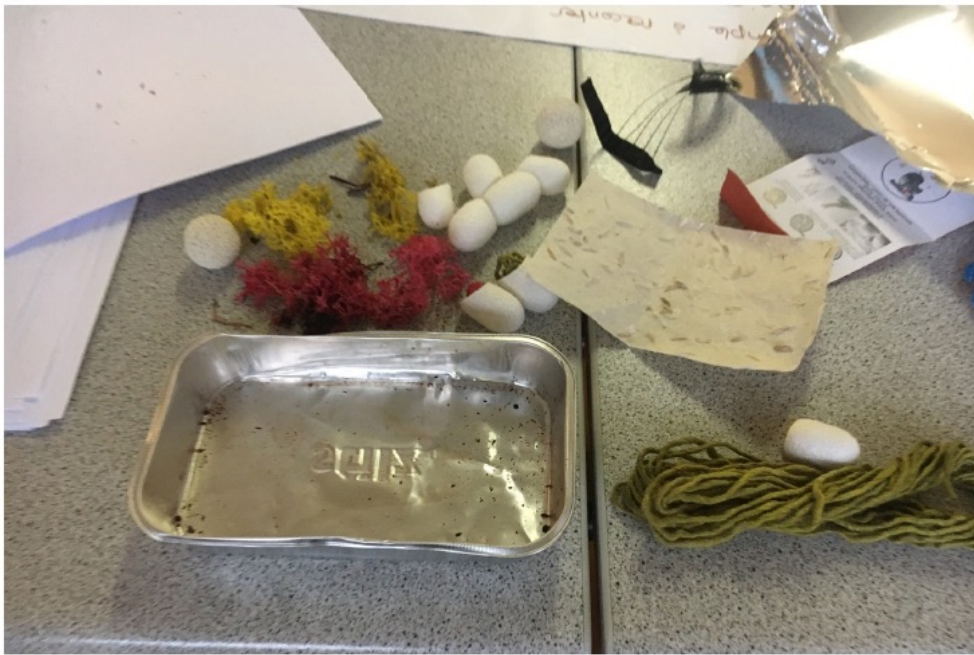
À disposition des équipes :

- des matières qui peuvent exprimer une texture, une surface,
- des objets issus de l'univers de la beauté, du parfum, de l'alimentaire
- des magazines, pour illustrer, photos d'ambiance
- le cahier de tendances alimentaires imprimé



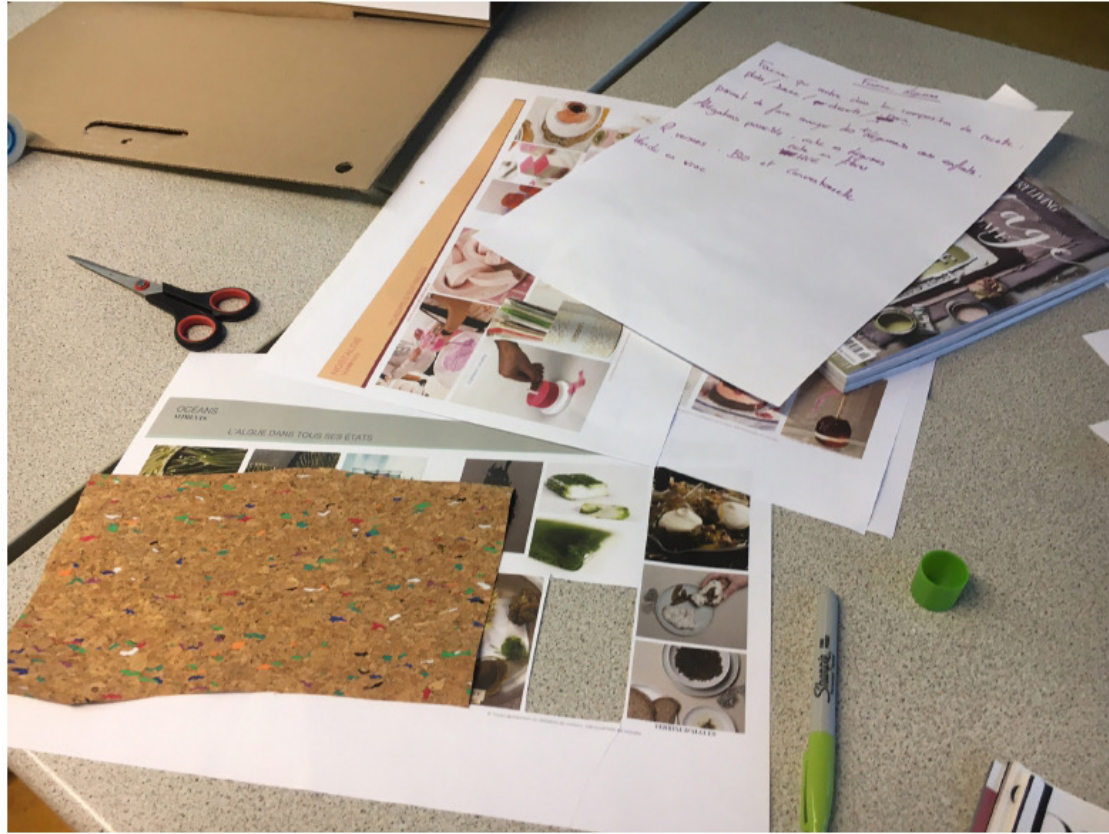


# ÉTAPE N°3 : Imaginer les produits de demain





# ÉTAPE N°3 : Imaginer les produits de demain



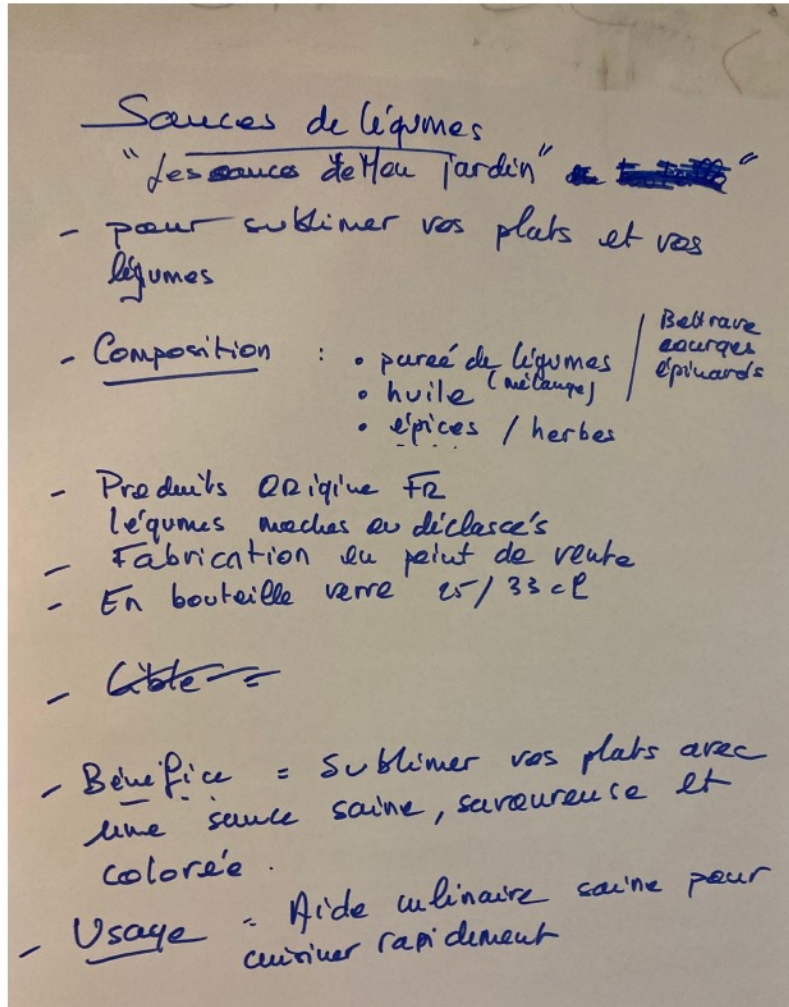


# ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe





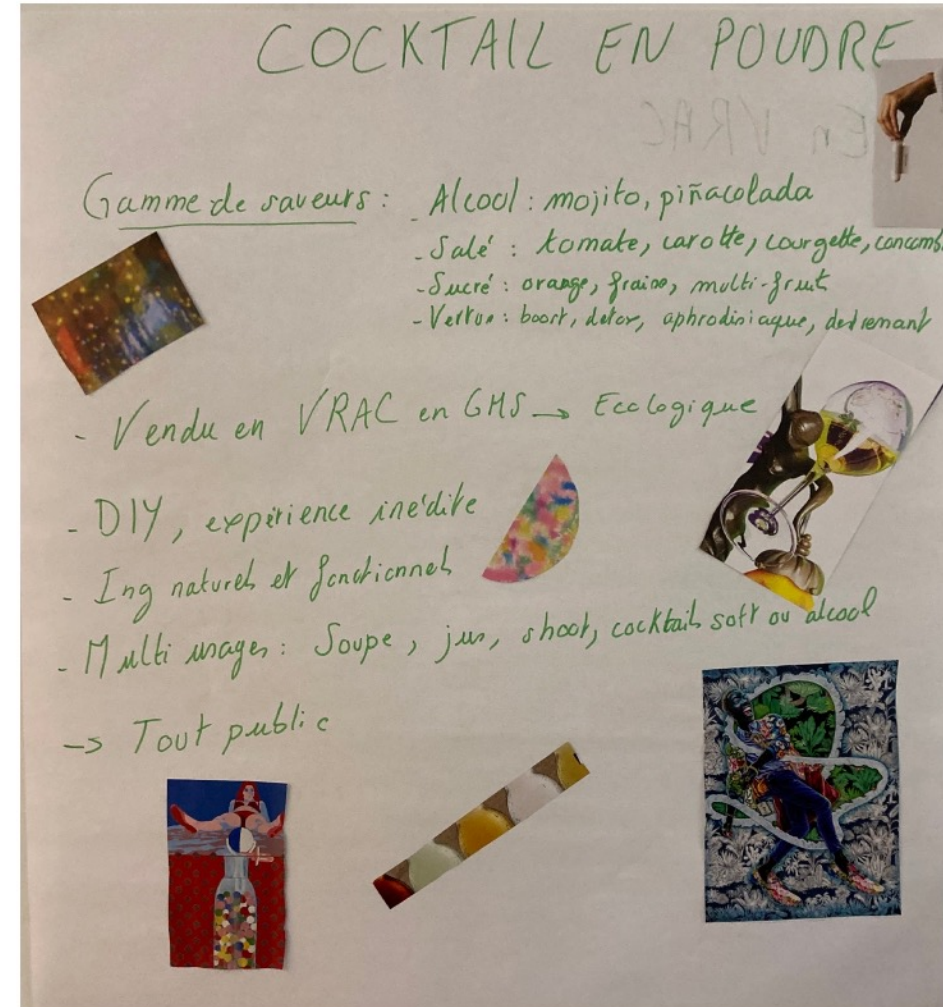
# ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe



## «LES SAUCES DE MON JARDIN»

à base de légumes, huiles, épices, herbes pour sublimer plats & légumes  
- produits locaux, fabriqué sur point de vente avec les invendus

sains savoureux & coloré



## «COCKTAIL EN POUUDRE»

issu des valeurs « clé des songes » : expérience sensorielle &

gustative

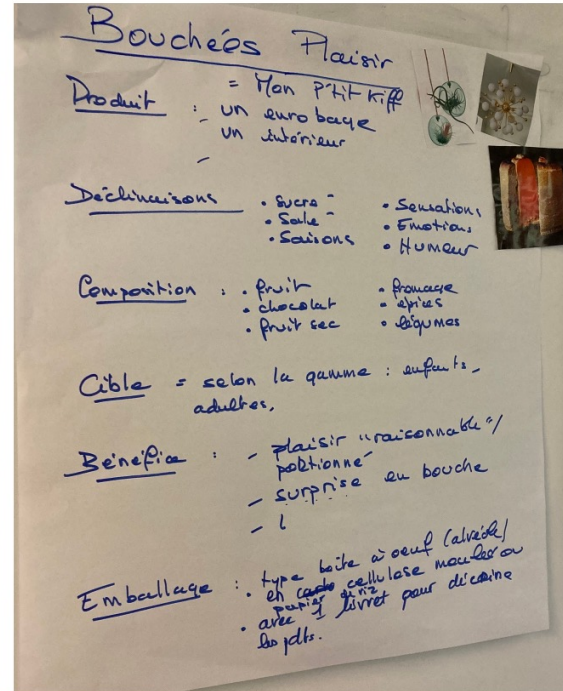
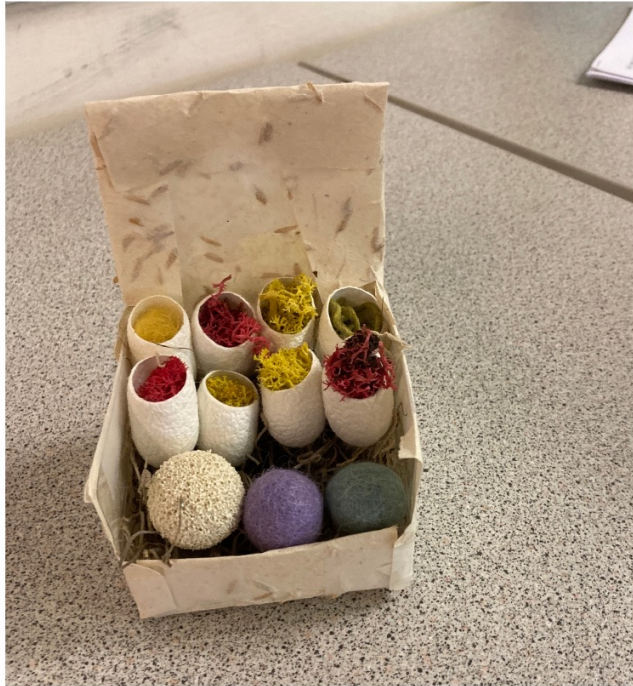
saveurs variées. Pour aromatiser les alcools, ou pour produits salés ou sucrés. à incorporer dans une soupe par exemple cocktail vendu en vrac

l'idée : vivre une expérience inédite à différents moment de la

journée



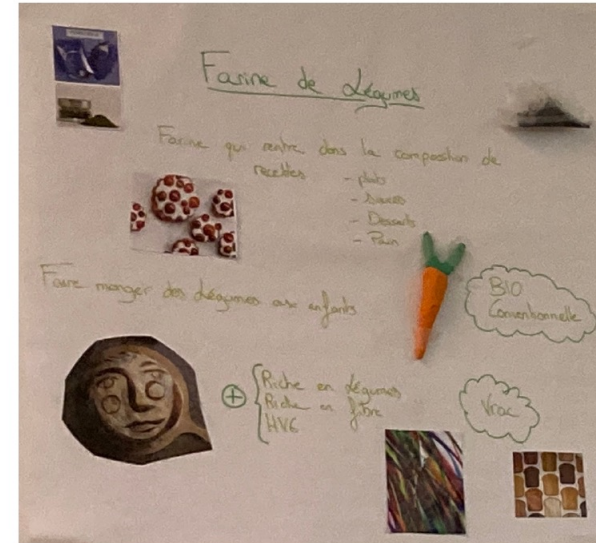
## ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe



### «MON P'TIT KIFF»

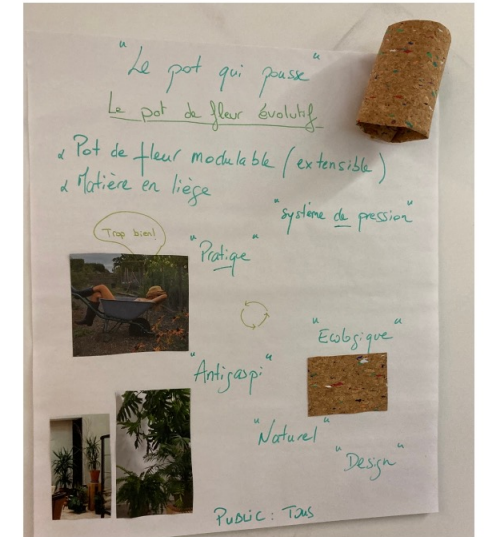
jouer avec les sensations, les émotions, plaisirs raisonnables, usages régressifs,  
 cibles : enfants et adultes  
 jeux de texture, contenants gaufrettes, coque farine de châtaigne, fruits et légumes.  
 emballage en carton recyclé  
 mise en avant des valeurs nutritionnelles

## ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe



### «FARINES DE LÉGUMES»

valeurs issues de «vill(e)age»  
 pour plat salé, dessert. Aromatiser  
 le but : inciter les enfants à manger plus de légumes  
 vendu en conventionnel et en bio  
 riche en fibre  
 vendu sous forme de vrac

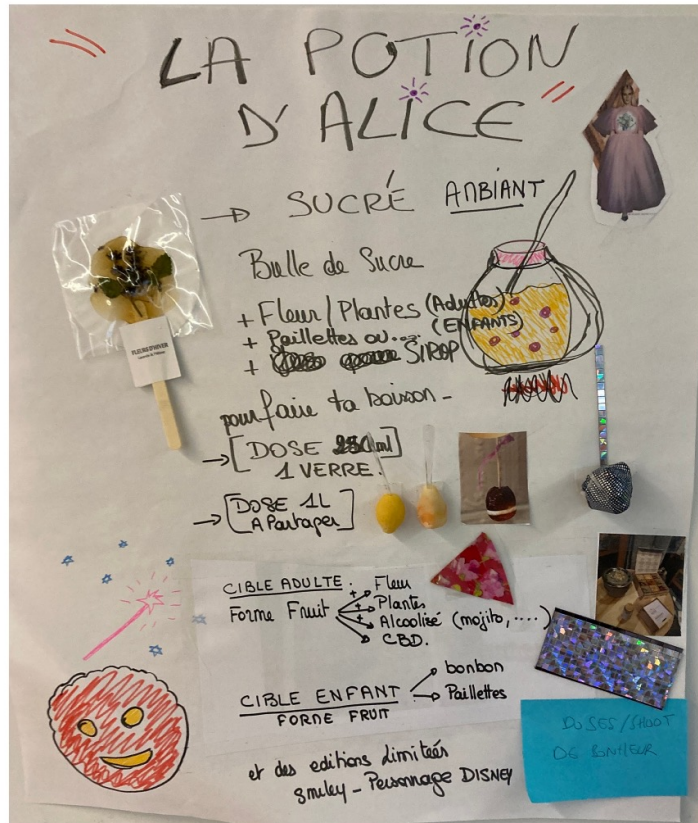


### «LE POT QUI POUSSE»

valeurs issues de «vill(e)age»  
 comme un potager d'intérieur pour faire pousser ses herbes aromatiques  
 le principe : le pot est extensible, plus la plante pousse, plus le pot s'agrandit  
 composé d'une matière compostable



## ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe



### «LA POTION D'ALICE»

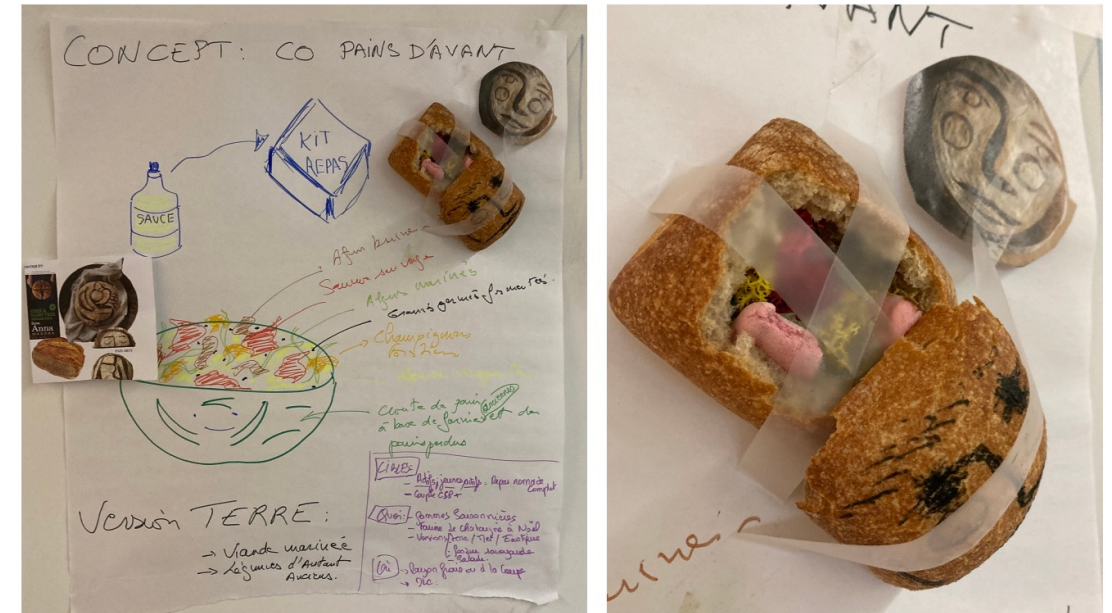
d'après valeur «mystère» «naturalité» «régressif»

- Sucette composée de sirop en forme de fruit, à touiller dans un verre, se dilue.

- cible : enfants et adulte  
pour les adultes : sucette à imaginer à base d'alcool ou de CBD.

- peut parfumer les yaourts
- accompagnée d'une paille comestible
- vendu en ambient : combinaison coffret
- peut s'imaginer en version boule à facette pour Noël

## ÉTAPE N°4 : Restitutions des pistes de chaque groupe



### «CO-PAINS D'AVANT»

d'après valeur «mystère» «naturalité» «régressif»

- pain avec farine ancienne : le pain devient contenant (le contenant se mange donc), on recycle la mie pour faire du pain perdu
- composition à l'intérieur : poisson, algue, légumes marinés, graines. existe en version Terre et mer et version veggie
- cibles : jeunes actifs : repas nomades. volonté de varier les farines, peut être développé également pour Halloween



## ETAPE 5 – RESTITUTION – 40MIN

CONCLUSION

TOUR DE TABLE

FEED BACK & RESSENTIS

PROCHAINES ETAPES

ETRE DISPONIBLE  
BIEN CONSTITUER SES EQUIPES  
AVOIR UN BON ETAT D'ESPRIT  
OUVRIR SES IDEES ET LES PARTAGER

Merci ...

Caramel  
GROUPE

48 bd des Pas Enchantés  
44230 Saint-Sébastien-sur-Loire

81 rue Réaumur  
75002 Paris

TÉL : +33 (0)2 40 69 70 71  
FAX : +33 (0)2 40 69 85 07  
contact@groupecaramel.com  
www.groupecaramel.com