

QUE NOUS MIJOTE LA TENDANCE FOODTECH ?

Les applications mobiles et autres avancées technologiques permettent à tous les maillons de la chaîne alimentaire, de l'agriculteur au consommateur final en passant par les distributeurs, de casser un mode d'alimentation dépassé. C'est la révolution FoodTech.

LA FOODTECH EN 6 CHIFFRES

Foodtech
.space

3500



nombre de startup de la
foodtech dans le monde.

500%



taux de croissance du
Foodservice à domicile.

9,8
milliards



nombre de bouches à
nourrir d'ici 2050. La Foo-
dtech a de beaux jours
devant elle...

387
millions d'euros



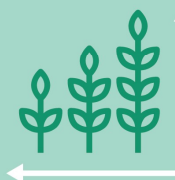
levée de fonds record
effectuée par Foodora.

250
milliards de dollars



le CA de la foodtech dans
le monde en 2022.

5,8%

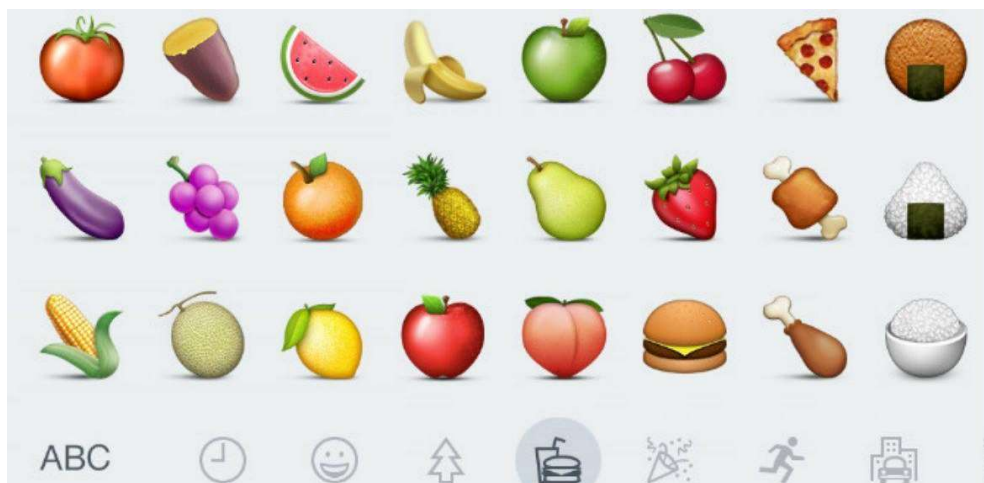


croissance annuelle prévi-
sionnelle de la foodtech
entre 2015 et 2022.

Sources : Digimind, Salon International de l'Alimentation, l'ADN Groupe, Food Is Social, ShakeUp Factory, DigitalFoodLab, Toluna, Food Tech Restauration, Nutrikeo, Nutrition & Santé, Foodtech Space.

LA PREOCCUPATION DES CONSOMMATEURS AUTOUR DE L'ALIMENTAIRE EST MAJEURE

Pour preuve, l'alimentation et les boissons représentent le 3^{ème} type de recherches les plus fréquemment tapées sur Google après le sport et les voyages. **Le Food est devenu un sujet quotidien** pour les consommateurs et 69% des Millennials prennent une photo ou une vidéo de leurs plats avant de manger. Tendance un peu élitiste au départ, le Food Porn se démocratise. Tout le monde a maintenant la possibilité avec son smartphone de photographier son plat chez soi, au restaurant... pour le partager. Les réseaux sociaux sont devenus "la plus grande table du monde". Il existe même un langage Food propre aux réseaux sociaux à travers plus de **88 émojis alimentaires** qui permettent aux internautes d'échanger sur le sujet.



Favourite dishes on instagram in emojis

Number of posts from January 2016 - January 2017

linkfluence

#1



#2



#3



#4



#5



Les 2 principaux emojis tweetés dans cet univers sont les Pizza (382k) et les Gâteaux (341k). En 2017, **Twitter** a compté plus de 22,1 millions de tweets à propos des sujets alimentaires, soit un post toutes les secondes et demi. Parmi les utilisateurs qui tweetent à propos de gastronomie : 62% ont entre 18 et 34 ans et 28% sont des femmes entre 18 et 24 ans.

Chaque mois, le hashtag #food comptabilise plus d'1 milliard d'interactions sur **Facebook** et plus de 250 millions de posts sur **Instagram**. 40% des utilisateurs Facebook visionnent du contenu Food et 38% des utilisateurs Instagram. 31% des utilisateurs affirment cuisiner des plats après les avoir découverts sur Facebook. Les Foodistas qui témoignent d'un intérêt très large pour tout ce qui a trait à l'alimentaire se connectent sur Instagram du matin jusqu'au soir, en moyenne 18 fois par jour et consomment 4 fois plus de contenus sur Instagram qu'un utilisateur moyen. Aujourd'hui, les formats partagés dans l'univers du Food ne concernent pas seulement des images : les vidéos en stopmotion se multiplient.

En ce qui concerne **Youtube**, le Food représente la 5^{ème} catégorie la plus regardée (derrière le gaming et les sujets liés à la beauté). Plusieurs chaînes existent : *FastGoodCuisine* en France propose des vidéos de recettes ou de découvrir des nouveaux ustensiles de cuisine (2,4 millions d'abonnés) ; *Laura in the kitchen* aux US (2.8M d'abonnés) ou encore *Kinoshita Yuka* au Japon (+ de 2.9M d'abonnés). La pratique du Haul (vidéo dans le cadre de laquelle un youtubeur montre, commente et éventuellement essaye ses achats, créée au départ pour le déballage de produits high-tech ou de beauté) s'adapte maintenant aussi à l'univers alimentaire : l'internaute se rend au marché puis se filme au retour en train de déballer ses sacs de courses.

Le manque de temps, le besoin d'accéder à tout, tout de suite, a créé des **consommateurs hyper connectés, pressés, mais soucieux de leur alimentation**. Aujourd'hui les consommateurs veulent **des produits qui respectent à la fois leur santé, la planète et les producteurs**. La FoodTech développe des applications et des plateformes, des objets connectés... pour répondre aux besoins du consommateur de demain.

REPONDRE A UNE REVENDICATION DE NATUREL ET TRANSPARENT

La Foodtech ne consiste pas seulement à la FoodScience, à imaginer et à synthétiser des aliments en laboratoires. Le concept du manger mieux prône le retour aux produits naturels, considérés comme sains. Ainsi tradition et technologie se mêlent. Par exemple, *Green Spot*, start-up néozélandaise, a mis au point une gamme de farines fermentées ayant peu de glucides, matières grasses et sucres, mais riches en protéines et fibres ; *Algama* propose des produits sains à base de microalgues, comme une mayonnaise sans œuf.

Origine naturelle

La **naturalité** répond aux attentes phares des consommateurs. Il n'y a jamais eu autant de produits **sans additif**. En France, cela représente 33% des produits lancés avec une revendication affichée. C'est une tendance de fond et durable que de répondre aux inquiétudes croissantes quant à la profusion de composants ajoutés dans des produits du quotidien. Même chez les plus jeunes générations, la montée du **healthy** cohabite sans complexe avec les burgers les plus riches voire de la junk food. Les marques l'ont bien compris et ont décidé de réintroduire des arômes ou des colorants d'origine naturelle ou de supprimer les œufs de batterie et les ingrédients issus d'OGM de leurs recettes.

À force de vouloir s'assurer de la **qualité des produits**, certains en sont venus à choisir de les **produire eux-mêmes, dans leur cuisine**. C'est la nouvelle tendance aux Etats-Unis, plusieurs start-up se sont lancées sur ce créneau et proposent de faire pousser des petits légumes et des petites herbes chez soi. Des hébergements et restaurants tendances cultivent également leurs propres légumes, même les grands chefs s'y mettent.

Transparence

L'opinion publique est bien plus engagée sur le sujet de l'alimentation qu'il y a quelques années. Face aux différents scandales dans le secteur agroalimentaire (vache folle dans les années 1990, fraude autour de la viande de cheval en 2013, lait contaminé de Lactalis en 2017...) le besoin de naturalité des consommateurs s'accompagne d'un désir de **transparence**. De plus en plus de consommateurs utilisent des applications sur smartphone, comme *Yuka*, pour **scanner les étiquettes** et obtenir la liste des ingrédients ou des informations sur l'origine. Le Vin aussi a son Shazam avec l'application *WineAdvisor*, dont le groupement E.Leclerc a fait l'acquisition en 2018. En réponse, le packaging propose des produits visibles qui donnent envie d'être consommés et présentent les informations nutritionnelles...

Les **agriculteurs** sont aussi soutenus par la technologie. Un robot développé par l'Université de Sydney peut par exemple les aider à compter les fruits récoltés mais aussi leur permettre de collecter un ensemble de données tel que l'origine du produit, les conditions de transport et les éventuelles transformations qui peuvent alors être connues en un clin d'œil. La start-up *Kakaxi* permet au cultivateur et au consommateur de suivre une fraise de la plantation à la récolte.

Blockchain

Meilleure traçabilité des produits, plus de transparence pour le consommateur, de sécurité et d'efficacité, la **blockchain en alimentaire** présente ces atouts. Après une version pilote aux Etats-Unis pour la traçabilité de la mangue, puis en Chine pour la filière porc, la plateforme *IBM Food Trust* est désormais disponible pour les acteurs de l'agroalimentaire. Grâce à ce réseau cloud collaboratif basé sur la blockchain, les consommateurs peuvent accéder à des informations sur l'origine, le parcours et la qualité des produits, leur traçabilité à chaque étape de la supply chain en cas de rappels, leur composition nutritionnelle, la présence d'allergènes ou de substances pointées du doigt par les autorités de santé.

Carrefour est pionnier sur ce sujet en Europe avec la première application, en mars 2018, de la technologie blockchain au poulet d'Auvergne Filière Qualité Carrefour (FQC).

Jusque là principalement utilisée dans le domaine des cryptomonnaies, cette technologie disruptive pour le secteur alimentaire va, entre autres, permettre de répondre à une demande croissante des consommateurs : celle d'une **communication la plus transparente possible sur ce qui se trouve dans leur assiette**.

FAVORISER LES CHOIX DE CONSOMMATION ETHIQUE

Les consommateurs condamnent de plus en plus les produits qu'ils jugent nutritionnellement, mais aussi écologiquement ou éthiquement incorrects. Ainsi des choix de consommation éthique émergent afin de préserver l'écosystème, palier à l'épuisement des ressources mais aussi afin de d'assurer le niveau de vie des agriculteurs et le bien-être et des animaux.

Antigaspi

Notre société de consommation jette plus que ce qu'elle mange. Afin de participer à **lutter contre le gaspillage alimentaire**, des étudiants en ingénierie alimentaire et design ont imaginé une déclinaison de la tablette de chocolat à base de **#légumesmoches**. Plusieurs **applications et plateformes** se sont développées : l'application *Too Good To Go* permet d'aller chercher les **invendus** de restaurants ou boulangeries contre quelques euros ; *OptiMiam* fait en sorte que les commerçants puissent écouler des marchandises encore consommables et **réduire les excédents périssables** ; à plus grande échelle, *Comerso* agit auprès des supermarchés et grandes surfaces en Europe pour redistribuer les produits aux associations.

Grâce à l'**IoT (Internet of things)** et aux différents capteurs disponibles, on peut facilement gérer l'inventaire de stock du restaurant avec l'intégration des DLC pour les produits frais. Ainsi des alertes sur les produits à consommer apparaissent pour **éviter le gaspillage**. C'est également un bon moyen d'en déduire des volumes périodiques de consommation pour anticiper les approvisionnements futurs.

Le recyclage s'invite aussi en cuisine avec l'utilisation créative des déchets et la pratique du **trashcooking**. La **réduction des déchets** et la **sobriété énergétique** en cuisine devient un véritable modèle dans une démarche de protection de l'environnement. *Ovie*, un tupperware connecté, délivre des informations sur la conservation des aliments pour aider à limiter le gaspillage alimentaire.

Les **emballages** aussi deviennent **intelligents et responsables**. *Tipa* a développé un emballage en biomatériau compostable ; *Bloom Chips* propose un packaging qui se transforme en saladier et *WikiPearls*, des glaces à emballages comestibles. Et pour répondre au défi écologiste, la start-up *Ohoo* a développé des capsules d'eau enveloppées dans une membrane biodégradable, comme alternative aux bouteilles d'eau en plastiques.



Locavor

Malgré un consommateur ambigu, qui aime à la fois essayer des produits exotiques et s'approvisionner chez un producteur local, l'achat en **circuit court** s'installe progressivement dans les habitudes, boosté par la multiplication de plateformes facilitant le rapprochement entre producteurs et consommateurs.

En plus d'assurer un nouveau réseau de proximité, ces nouveaux services développent des modèles économiques innovants à l'échelle locale. On observe un véritable décollage des **plateformes e-commerce locales** qui proposent un accès quasiment en temps réel à des aliments frais et locaux : *La ruche qui dit oui* ; *monpotager.com* ; *Farm to Door*, testé pour le moment aux États-Unis par *Amazon* ; *Peligoourmet* ; ...



Alternative aux protéines animales

Le **flexitarisme** est une nouvelle tendance qui consiste à **baissier sa consommation de viande**, accusée de nuire à l'environnement. Des moyens considérables sont mobilisés pour créer des produits alternatifs à base de protéines végétales à fort potentiel nutritif (cocos, pois, céréales, micro-algues...).

En 2 ans, 212 M € ont été investis dans les start-ups travaillant sur les alternatives aux protéines animales traditionnelles aux USA.

L'élevage d'insectes est par exemple envisagé comme une **alternative efficace à l'apport en protéines animales**. La société *Jiminis* s'est par exemple donné pour mission de faire entrer petit à petit les insectes dans notre alimentation. Reste que, sous leurs formes actuelles, même si 32% des Français déclarent manger moins de viande qu'il y a 2 ans, les consommateurs occidentaux ne sont pas encore vraiment prêts à tenter l'expérience. La nouvelle marque française *Kokiriki* se présente comme une nouvelle alternative vegan qui allie plaisir gustatif et équilibre alimentaire, tout en respectant l'environnement et le bien-être animal. Ses produits ressemblent à s'y méprendre à des tranches de jambon, des rillettes, du chorizo... mais sont uniquement fabriqués à base de quinoa, algues et autres protéines et huiles végétales, le tout sans soja ni gluten.



OPTIMISER SON CAPITAL SANTE

Le lien entre alimentation et santé est de plus en plus fort dans l'esprit des consommateurs qui sont de plus attentifs au contenu de leur assiette. Obésité, diabète, maladies cardiovasculaires, allergies, intolérances alimentaires... **89% des Français déclarent choisir leurs produits pour rester en bonne santé.**

Nutrition-santé

La cuisine sous-vide devient tendance car elle permet de préserver la valeur nutritive des aliments qui peuvent être cuits sans graisse de cuisson, à l'eau. Les produits de demain se positionnent **nutrition-santé** : compléments alimentaires naturels (boostés par le segment stress / sommeil / anxiété avec la digestion et les articulations) ; aliments qui prennent soin de notre flore intestinale (yaourts aux kefirs, kombuchas) ; les superchampignons immunostimulants (Shiitaké, Reishi, Maitaké...) utilisés dans la médecine traditionnelle asiatique.

Les eaux végétales (coco, cactus, aloe vera, érable, bouleau ...) connaissent un franc succès grâce à l'aspect naturel et santé du produit. Leurs vertus (purifiantes, détoxifiantes, énergisantes, hydratantes, régénérantes) sont innombrables aux dires des fabricants et des adeptes.

Cette tendance s'applique également aux restaurants qui mettent de plus en plus à l'honneur les aliments healthy, aux hébergeurs qui proposent à leurs clients de se faire livrer des produits frais et prêts à cuisiner, des options de **cuisine santé**...



Santé connectée

Le digital contribue à réconcilier alimentation et santé avec par exemple des **applications dédiées au suivi de régimes**, au suivi **des allergies** et **des intolérances**. Elles vous alertent sur la présence de gluten, d'un niveau de sel trop élevé par rapport à votre régime ou de sucre trop important par rapport à votre diabète.

Le domaine de la **santé connectée** est en pleine expansion et les **services de conseil nutritionnel intelligents** se développent : Wecook propose des programmes et accompagnement nutritionnels ; l'application Foodvisor compte les calories dans votre assiette ; plus fort, l'application Snap-it calcule les calories de vos plats grâce à une simple photo ; plus coach personnel, l'appli Kwalito vérifie la composition des produits alimentaires pour trouver ceux qui vous correspondent et vous aider à manger sainement...

Dans le domaine du génome, la nouvelle science des **nutrigenomics**, permet de prédire quels aliments sont bénéfiques ou néfastes pour vous... Après demain, ce seront des solutions capables d'analyser l'impact de notre alimentation sur notre bien-être en temps réel, pour mieux nous conseiller voire nous permettre de fabriquer nos propres cures alimentaires à domicile.

Serious games, packaging interactif, coaches virtuels... la FoodTech élargit aussi le champ des possibles en matière d'**éducation alimentaire** du grand public. Par exemple, IKEA a imaginé un miroir interactif qui enseigne aux enfants comment la nourriture est utilisée par le corps humain. KOAM est un **ChatBot** 100 % dédié à l'éducation alimentaire ; le **robot Medi'Pep** délivre des conseils hydratation aux seniors.

PERSONNALISER ET ENRICHIR L'EXPERIENCE

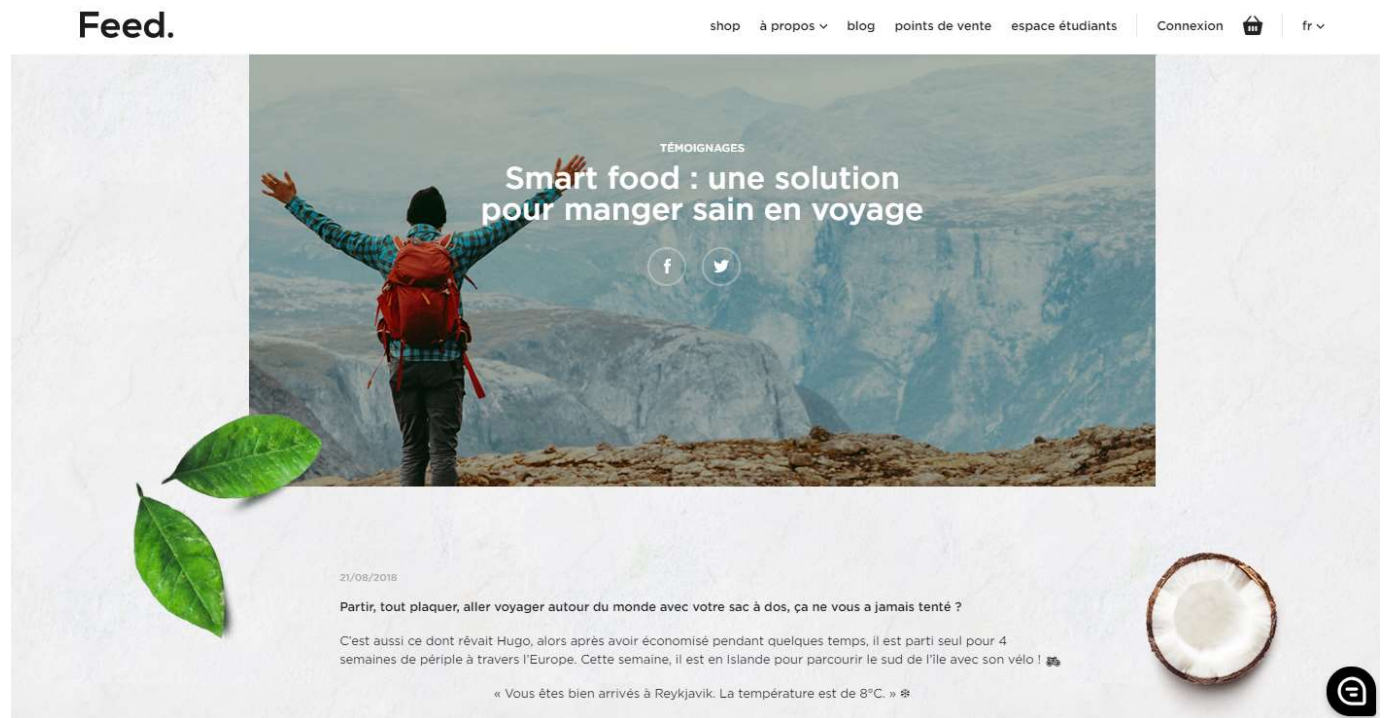
Mieux manger, c'est aussi adapter ses habitudes alimentaires à sa propre morphologie et à son mode de vie.

Nutrition ciblée

Les produits de demain se positionnent pour répondre à des régimes et **besoins** de plus en plus **individualisés** : jus de cornichon pour les grands sportifs ; *Feed*, repas complet et healthy dans une seule bouteille à boire, adapté aux personnes actives et nomades ...

La **nutrition sportive** propose une nouvelle façon d'aborder la gestion du poids et le bien-être tout en permettant de parler de nutrition-santé, tout en conservant une image accessible, un ton positif, moderne, dynamique... tandis que la nutrition active s'adresse aux consommateurs qui mènent une vie à 100 à l'heure. L'application *LifeSum*, utilisée par 25 millions de consommateurs, propose une **expérience ultra-personnalisée**, afin de suivre le régime de son choix : calcul de calories, informations nutritionnelles et suivi avancé des activités.

La FoodTech permet d'apporter plus de **personnalisation** aux **repas** concoctés à domicile et permet d'imaginer des **solutions nutritionnelles ultra-personnalisées** : menus, recettes, liste de courses, recommandations nutritionnelles, repas tout faits, compléments alimentaires, cure de vitamine personnalisée... Avec le boum de la **livraison** de repas, l'**alimentation sur mesure** est désormais une réalité. Il devient possible de composer et d'adapter l'offre en fonction des goûts, des besoins comme des contraintes (voire intolérances) de chacun.



Feed.

shop à propos ▾ blog points de vente espace étudiants Connexion  fr ▾

TÉMOIGNAGES

Smart food : une solution pour manger sain en voyage

21/08/2018

Partir, tout plaquer, aller voyager autour du monde avec votre sac à dos, ça ne vous a jamais tenté ?

C'est aussi ce dont rêvait Hugo, alors après avoir économisé pendant quelques temps, il est parti seul pour 4 semaines de périple à travers l'Europe. Cette semaine, il est en Islande pour parcourir le sud de l'île avec son vélo ! 🚲

« Vous êtes bien arrivés à Reykjavik. La température est de 8°C. » ❄️



Interprétation

Désormais, il n'existe quasiment plus de sites web dédiés à la cuisine où l'internaute ne puisse pas apporter sa **touche personnelle** en modifiant et améliorant les recettes. On ne suit plus une recette comme auparavant, à l'instar d'un cours à l'école. L'intolérant au gluten va modifier la recette pour son profil, le fan de menthe va l'adapter pour satisfaire ses goûts...

Pinterest (100 millions de boards Food et près de 1,7 milliard de recettes) propose un bouton classique qui permet de "liker" les publications, mais aussi un bouton "J'ai testé" qui permet de poster sa photo avec **son interprétation** de la recette, cela donne ainsi une 2ème vie au contenu. [Marmiton.org](#) propose également une fonctionnalité similaire, permettant à chaque internaute d'ajouter "son grain de sel". Ces pratiques enrichissent constamment l'expérience de l'internaute. Côté **partage d'expérience**, on peut également mentionner l'application [YouMiam](#), qui permet de partager des playlists de recettes : la communauté peut s'y abonner, tester les plats et les modifier éventuellement.

Les applications mobiles de recettes comme [Yummly](#) ou [Tastemade](#) forment des communautés d'entraide pour réussir son plat, cuisiner des légumes perdus, retrouver d'anciennes recettes, des spécialités régionales...

Sciences cognitives

L'**intelligence artificielle** est au cœur du projet de la FoodTech et s'associe aux sciences cognitives pour enrichir les données et améliorer la chaîne de valeur de l'alimentaire. En Belgique, la société [FoodPairing](#) **prédit** l'intérêt de mélanger telles ou telles saveurs pour créer des recettes créatives et inédites.

Quand les ingrédients contiennent les mêmes molécules aromatiques, ils peuvent s'associer. Le site [Appetit](#) a vu le jour en 2016 et fournit des recommandations de combinaison d'ingrédients : c'est à dire combiner deux ingrédients par des ingrédients nouveaux et surprenants (technologie appelée **FoodBridging**). Des substituts d'ingrédients sont également proposés. L'ergonomie du site est ludique et facile. Elle s'adresse aux chefs et également au grand public.



SIMPLIFIER ET GAGNER DU TEMPS

Les nouvelles générations cuisinent un peu moins mais cela ne veut pas dire qu'elles n'apprécient pas être derrière les fourneaux ou manger sain. On a simplement moins le **temps** aujourd'hui et on a moins appris à cuisiner, donc on a davantage **besoin d'aide** en cuisine et la FoodTech vient à la rescousse.

Cuisine connectée et intelligente

D'après une enquête récente de Toluna, 8 Français sur 10 se disent intéressés par les fonctionnalités proposées par la **cuisine connectée**. Parmi eux, 42% sont attirés par la consultation des recettes en fonction des produits disponibles et 30% par la surveillance de leur alimentation.

La cuisine devient plus simple et plus intelligente. Les frigos proposent de plus en plus de **fonctionnalités** : reconnaissance vocale, compatibilité avec les autres appareils de la cuisine grâce à un système d'intelligence artificielle, proposition de recettes en fonction des dates de péremption des aliments du frigo, des préférences alimentaires ou de régimes spécifiques... La cuisine se veut définitivement de plus en plus smart pour **aider les consommateurs**. C'est fait pour faire gagner du temps et cela permet en plus d'être plus précis. Entre les applications et les fours, grills et autres autocuiseurs connectés, cela devient **difficile de rater son repas**. Aujourd'hui les cuisines se remplissent d'appareils de cuisine connectés et demain, après-demain, d'**imprimantes alimentaires** et de **robots chefs** (*IBM Chef Watson*, *Foodini*, *Foodpairing*).

Grâce à la **smart kitchen**, on peut imaginer qu'une chaîne de restaurants puisse surveiller à distance ses fours et autres appareils de cuisson pour optimiser l'efficacité de cuisson et que la qualité du produit soit constante. Une analyse des données envoyées sur le cloud peut être effectuée, des alertes peuvent être programmées avec des recommandations d'utilisation. C'est également un excellent moyen de contrôler les consommations d'énergie de type électricité.

Robots et automatisation

Les machines remplacent de plus en plus les tâches de l'homme et la **restauration** s'y met également. Aux Etats-Unis, une chaîne de café, entièrement **robotisée**, s'est développée. Les consommateurs peuvent, à partir d'une tablette choisir leur café, leur type de grains et d'intensité. Pour les plus pressés, il est également possible de commander à distance et de venir retirer son café. Toujours aux Etats-Unis, la chaîne alimentaire *Caliburger* a embauché son premier robot, capable de

retourner 300 burgers à l'heure. A Boston, la brigade du *Spysce* se compose de robots qui assemblent des bols aux ingrédients divers pour un prix très attractif. L'humain est toujours présent dans ce restaurant mais il se concentre sur le service et l'écoute des clients. Ainsi la commande est prise via des pads, les bols sont fabriqués sous les yeux des clients avec une cuisine ouverte par les robots Spysce. Une fois le bol prêt, un serveur propose des toppings additionnels et va servir le client. La mise en place en cuisine est très souvent la succession de nombreuses tâches répétitives. Ces tâches peuvent entrer dans une démarche d'**automatisation** à l'aide d'un robot commis. Le chef peut alors donner libre cours à sa créativité, son imagination. Les robots ne se limitent pas à la préparation mais aussi à la cuisson des ingrédients et à la touche finale. Ils touchent principalement la cible de la restauration rapide : du robot marmite au robot pizzaiolo. La startup britannique *Moley Robotics* a inventé un **robot chef** 100% automatisé nommé Moley. Il peut apprendre des recettes et des techniques de cuisine tout en nettoyant son plan de travail ensuite grâce à deux bras mécanisés Moley retranscrit les gestes de la recette et son déroulé qu'il aura au préalable enregistré grâce au visionnage d'un vrai chef en action.

L'idée de la startup *Ekim* est de pouvoir vendre des pizzas **7j/7 et 24H/24** grâce à son robot pizzaiolo nommé Pazzi. Un point de restauration complètement automatisé de la prise de commande, à la fabrication jusqu'au paiement. Le robot fabrique sous les yeux du client la pizza en 30 secondes. L'objectif de cette startup est de se développer sous la forme de franchise et de lancer son 1er restaurant en 2019 en France.

En Chine, plusieurs restaurants ont fait l'expérimentation du **robot serveur** sans grande réussite. Les robots se sont avérés très maladroits et inefficaces. Les robots sont incapables d'anticiper le comportement d'un consommateur avec les commentaires, les suggestions ou les interrogations. La difficulté est d'interagir avec les clients pour le robot. Le contact humain serait-il irremplaçable ? De nouvelles alternatives plus abouties apparaissent, elles s'orientent vers la robotisation de la prise de commande.



PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES DE RESTAURATION

Le **restaurant** s'adapte aux nouveaux comportements des consommateurs. La France arrive en tête du classement sur la part de réservation de **dernière minute** et avec la hausse de l'usage du mobile la tendance montante est la consommation "on-the-go". En France, plus de 60% des réservations en ligne de restaurants ont été faites via ce biais. L'avenir est à la **commande vocale**. Il est désormais possible de réserver un restaurant [LaFourchette](#), en posant directement la question à Alexa, l'assistant vocal d'Amazon.

Livraison à domicile

Depuis la fin de l'année 2015, la **livraison de repas** à domicile a explosé en France et totalise 40% des achats de nourriture. La mode est aujourd'hui de se faire un **resto chez soi** et les plus concernés sont les 18-24 ans qui représentent 55% des commandes.

Les services de Food Delivery tels que [Deliveroo](#), [Uber Eats](#), [Allo Resto](#), bouleversent la manière de consommer et voient leurs offres grandir de manière exponentielle. Des **restaurants 100% virtuels** voient aussi le jour et livrent des plats faits maison au bureau ou à la maison : [Frichti](#), [Pop Chef](#), [Food Cheri](#), [Nestor](#)...

Pour accompagner les consommateurs aux fourneaux les plateformes permettent non seulement de réaliser des recettes mais aussi de **faciliter tout le processus d'organisation des repas**. Par exemple, l'appli [JOW](#) permet à l'utilisateur de sélectionner les recettes de son choix puis l'app se charge de commander automatiquement les ingrédients nécessaires chez Monoprix qui vous les livre ensuite. [Amazon](#), [Instacart](#), [MonPotager](#), [RevolutionFoods](#), [LaBelleVie](#)...vous **livrent** vos courses à domicile. [Blue Apron](#), [Handpick](#), [QuiToque](#), [LaThéBox](#), [La pièce du Boucher](#), [FoodetteVinify](#), [KitchenTrotter](#), [LePetitBallon](#), [La boîte du Fromager](#)...vous livrent vos repas ou ingrédients en format **abonnement**.



Collaboratif

Des **plateformes collaboratives** se développent également. Par exemple, [Mon Voisin Cuisine](#) est une offre en ligne de **restauration livrée entre particuliers**, un AirBnB de la Cuisine ou un AlloResto entre particuliers. Des cuisiniers amateurs proposent leurs services sur le site et des clients à proximité peuvent passer commande et se faire livrer à leur domicile. Sur le même principe, [Kelplat](#) ou [Comuneat](#) permettent de se faire livrer ou de prendre à emporter des plats/menus préparés par des particuliers de son quartier.

De nouvelles formules de restauration permettent de réserver et partager un **repas chez l'habitant** : [Viz Eat](#), [VoulezVousDiner](#)...

Restaurant à la maison

Dans un autre registre, [Labelleassiette](#) propose un service de **chef à domicile**. Les chefs viennent chez vous et s'occupent de tout. Le client choisit une proposition de menu et le chef se charge des courses, de la confection du repas dans la cuisine du client, du service et de la vaisselle. Vous n'avez qu'à mettre les pieds sous la table et profiter de vos convives, sans contrainte. Avec [Mycuistot](#) ou [CityChef](#), il est aussi possible de bénéficier d'une formule courses / repas préparé par un chef.

