



L'INSECTE SOUS TOUTES SES FORMES : APPROCHE **MARKETING ET PÉDAGOGIQUE** DE NOUVELLES SOURCES DE PROTÉINES

Insectinov 2 - **Mercredi 11 Novembre 2017**



Contact : Florian Nock florian@jiminis.fr





EN TANT QU'INGRÉDIENT

Origine Range



Ready to cook





EN TANT QUE SOURCE D'ÉNERGIE

Antioxidant

Source of
iron & protein

High fibre



Dairy & gluten
free

Non-GMO



PÉDAGOGIE

- Programme d'intervention auprès des écoles et évènements





PÉDAGOGIE

- **Evolution des questions du public**
- Transparence sur les produits
- Ton général léger et mise en avant de l'insecte afin de « l'alimentariser »
- Rappel de la « mission »



PÉDAGOGIE

- « Apéro JIMINI'S »
- 30 apéritifs à Paris, Bruxelles, Nantes et bientôt Lille! (On vous y attend!)
- Rencontrer notre cœur de cible, partenariat avec les bars et autres start-ups de la « FoodTech » française.





PÉDAGOGIE

Présence sur les réseaux sociaux :



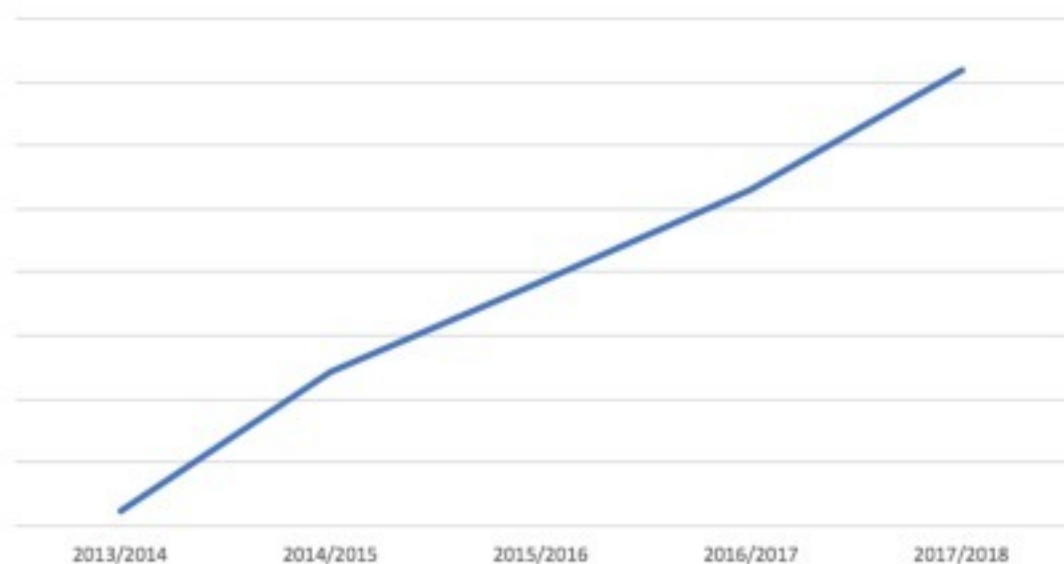


INSECTINOV II – 11 octobre 2017 – Adeliotech / AgroParisTech



RÉSULTATS

Nombre de ventes sur le site internet



croissance moyenne de 50% par an

Présence dans plus de 300 points de vente en France et en Europe

20 collaborateurs (France, UK, NL, BE)

Membre de l'incubateur Nutrition GreenHouse PepsiCo



CONSOMATION GLOBALE D'INSECTES : CONTRAINTES SPATIALES

- Différences culturels lors de l'internationalisation déjà visibles

4 « S » énoncées par Madeleine Ferrières en 2002 pour l'alimentation

- Saveur – Social en France
- Sécurité – Santé dans les pays anglo-saxons



JIMMIS FRANCE

MICROINUTRIS FRANCE



INSECTINOV II – 11 octobre 2017 – Adebitech / AgroParisTech



EVOLUTION DE L'IMAGE DES INSECTES COMESTIBLES

- Utilisation du terme « image » : On se nourrit d'images
- « *Penser les aliments, cela veut dire les ordonner, les trier, les classer, les combiner mentalement selon des catégories culturellement définies.* »
- Claude Fischler – L'omnivore



THE PLANET'S
MOST SUSTAINABLE
SUPER-FOOD



ENTOMOFARMS (CANADA)

EXC (USA)



INSECTINOV II – 11 octobre 2017 – Adebitech / AgroParisTech





CONSOMATION GLOBALE D'INSECTES : CONTRAINTES TEMPORELLES

Se concentrer sur la différence

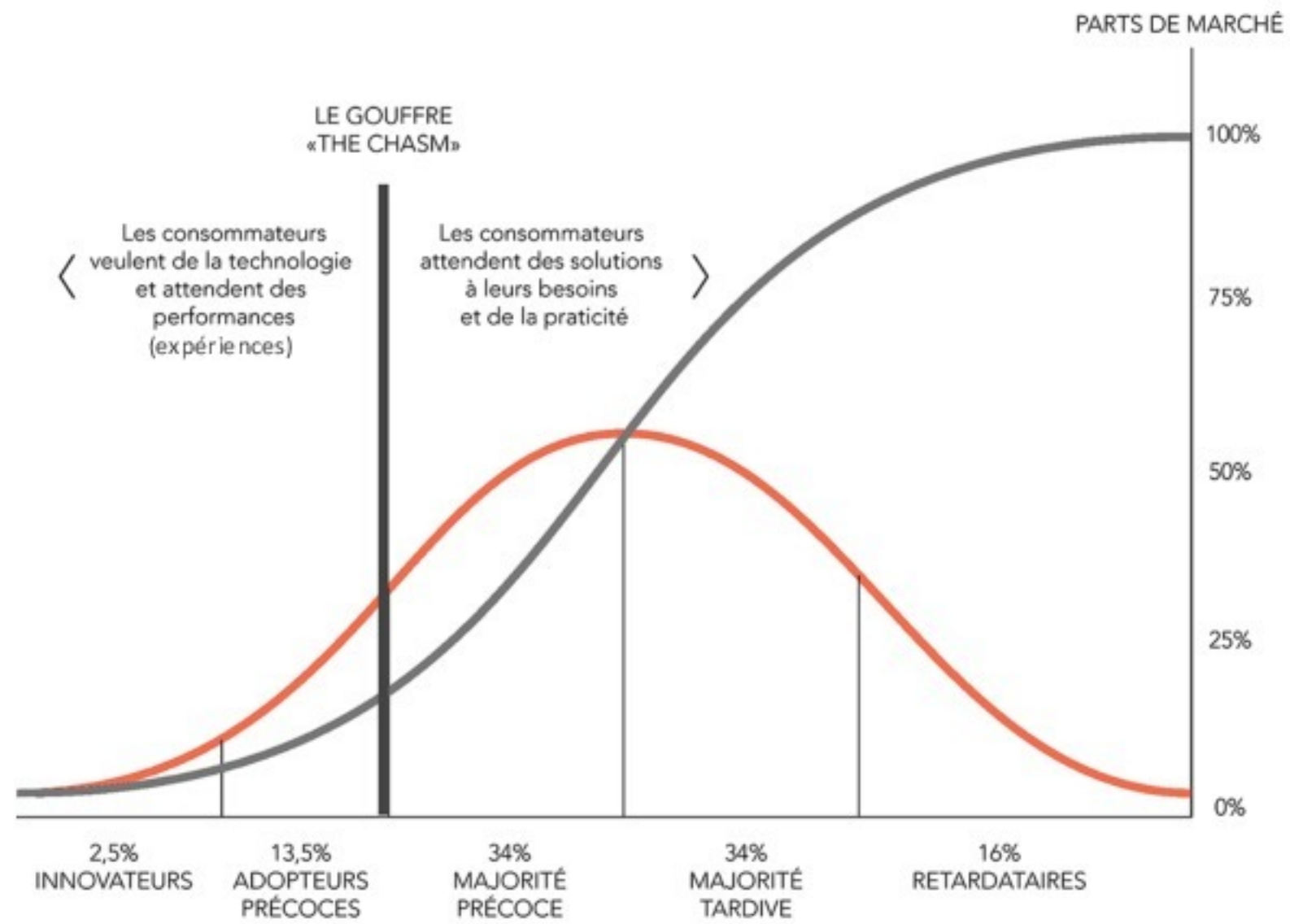




CONSOMATION GLOBALE D'INSECTES : CONTRAINTES TEMPORELLES

Passer de l'achat découverte à l'adoption

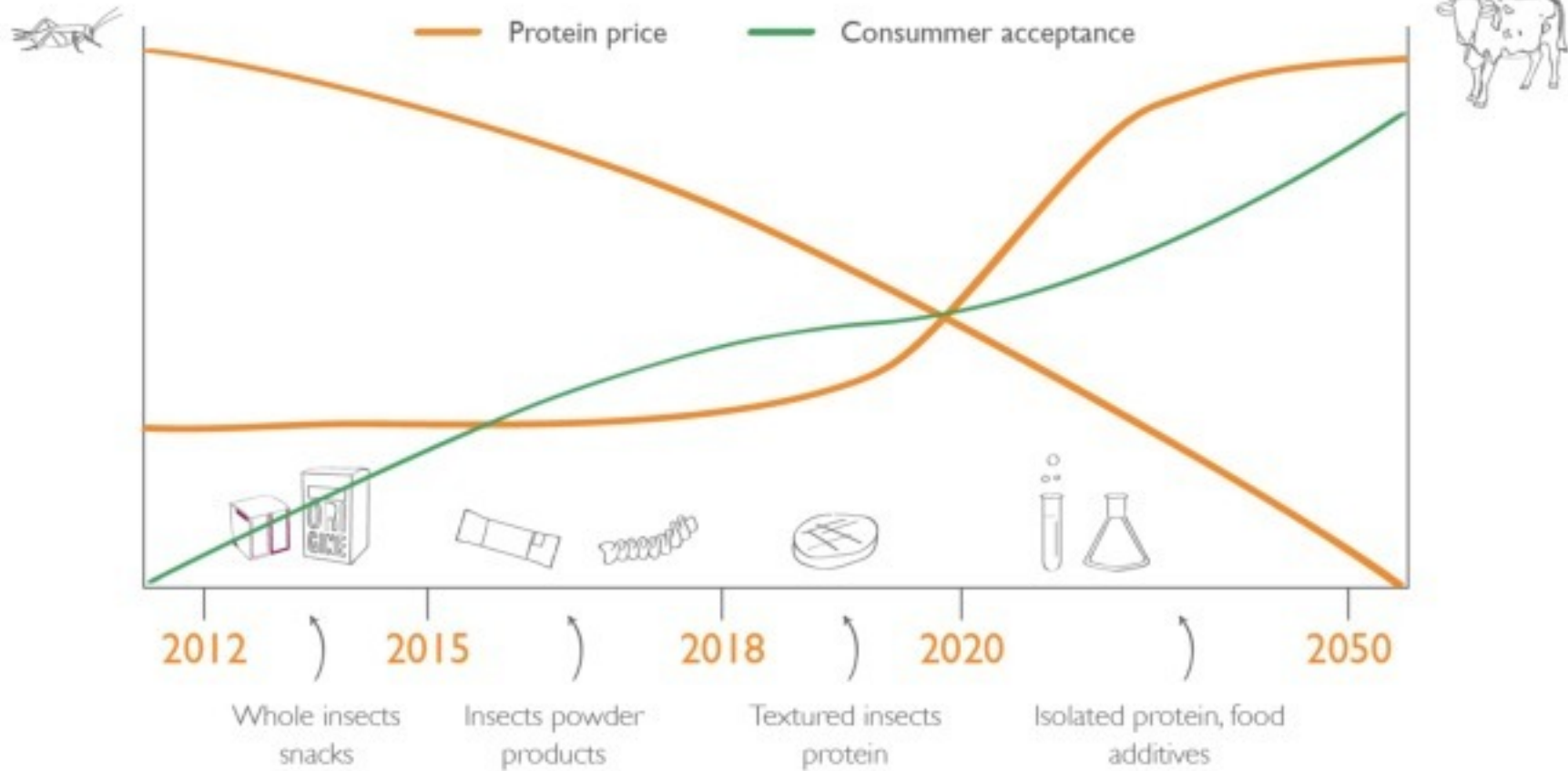




Courbe d'innovation de Rogers



LE MARCHÉ DEMAIN





CONCLUSION

RÉPONDRE AUX
ATTENTES ET ENJEUX
INDIVIDUELS DES
CONSOMMATEURS
D'AUJOURD'HUI

RÉPONDRE AUX
ATTENTES ET ENJEUX
GLOBAUX DE DEMAIN

merci

de votre attention

(PSSST ! VENEZ TESTER NOS PRODUITS!)



EVOLUTION DE L'IMAGE DES INSECTES COMESTIBLES

Les insectes, la nourriture du futur?

Écrit par Louise Michel D. | publié le 14/05/2013 à 10h13

Select Language | Commenter | Facebook | Twitter | Google+ | RSS

L'organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a lancé lundi 13 mai un programme pour inciter à l'élevage et à la consommation d'insectes, très nutritifs, écologiques et délicieusement bons - paraît-il. En France, Romain Pessard à l'origine de la première boutique en ligne d'insectes, nous en dit plus sur l'élevage de ces petites bêtes.



MARCQ-EN-BARCEUL

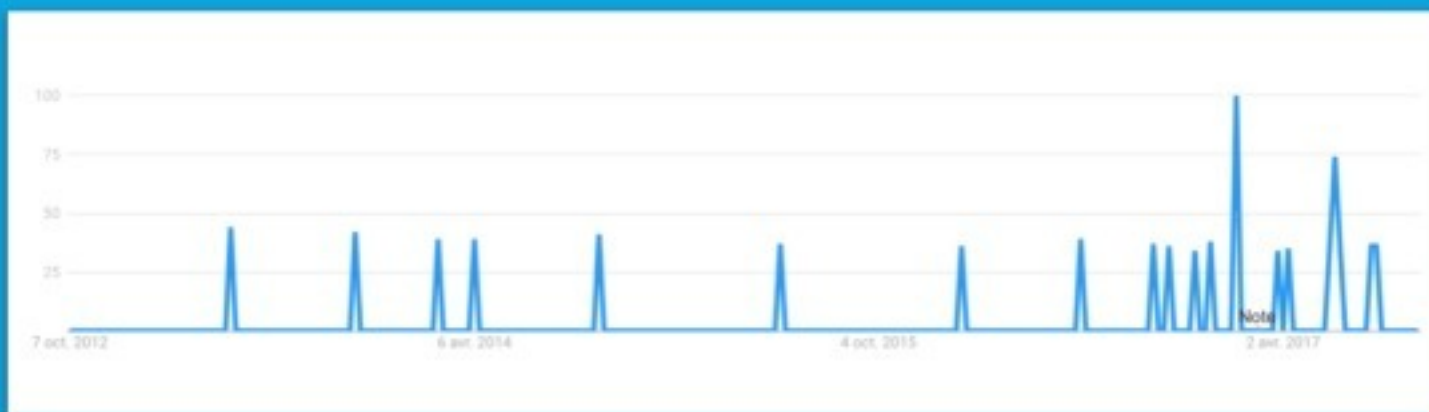
Pourquoi nous allons tous devenir des mangeurs d'insectes

Virginie Mixe, Marcquoise, vient de lancer Minus Farm. Micro-d'insectes comestibles. Des vers et des grillons. Des criquets de la soupe... L'entomophagie* est une nouvelle façon de se devenir notre quotidien. On vous dit pourquoi.



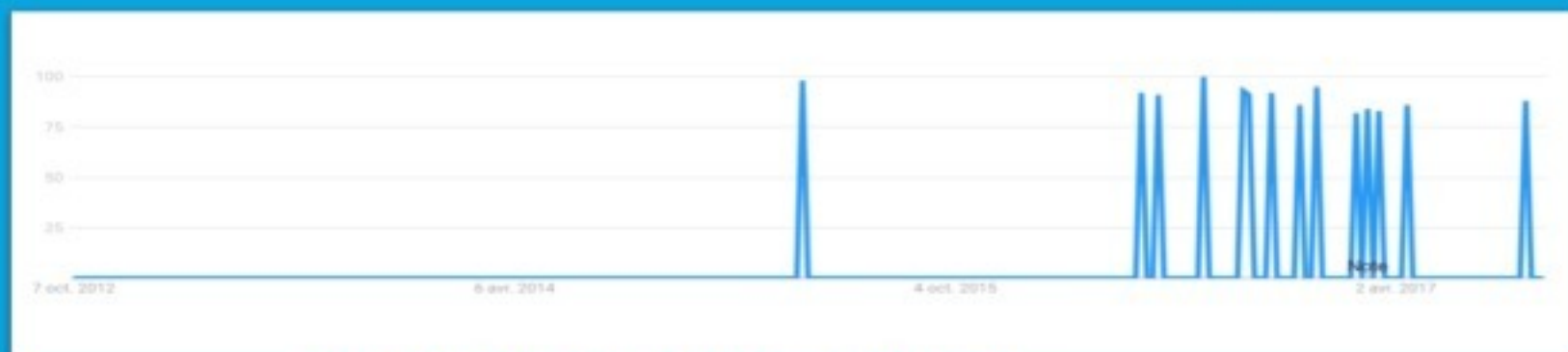


EVOLUTION DE L'IMAGE DES INSECTES COMESTIBLES



INSECTES COMESTIBLES
DANS LES ACTUALITÉS
- GOOGLE TRENDS -

INTENTION D'ACHAT
COMESTIBLES
- GOOGLE TRENDS -





COMMENT FAIRE MANGER DES INSECTES AUX EUROPEENS





JIMINI'S

- Création en 2012 par Bastien Rabastens et Clément Scellier
- But : Démocratiser la consommation d'insectes et les intégrer petit à petit dans le régime alimentaire des Français et des Européens





MARKETING

- Le produit : L'insecte pour l'apéritif
- Création d'une nouvelle catégorie de produit
- Moment de consommation adapté
- Ouvert à la discussion et nouvelles découvertes, challenges entre amis





MARKETING

« LE FAIT EST QUE VOUS NE POUVEZ PAS BRISER TOUTES
LES NORMES SIMULTANÉMENT » - *RYAN HOLIDAY* -

- Insectes entiers
- Une fois la barrière franchie :

 Saveur et texture connues





MARKETING

- Effort important sur le packaging :

-  Originalité
-  Valoriser l'insecte
-  Donner les informations nécessaires





AUJOURD'HUI



← Apéro

Gamme "Origine"



→ Pâtes



Granola →



→ Barres