Table des matières

Chapitre 1. Innovation produits

3.1. Les axes d'innovation	23
3.1.1. Innovation sur les procédés de fabrication.....	23
3.1.2. Innovation sur les ingrédients	24
3.1.3. Innovation sur les textures et les formats	25
3.1.4. Innovation sur le packaging.....	26
3.1.5. Innovation marketing et commercialisation.....	27
3.2. Mode de lancement e nouveaux produits	28
3.2.1. Recherche du marché	28
3.2.2. Génération d'idées.....	29
3.2.3. Sélection des idées et concepts les plus prometteurs	29
3.2.4. Développement de prototypes / formules en laboratoire	30
3.2.5. Tests consommateurs.....	30
3.2.6. Validation industrielle via des pilotes.....	31
3.2.7. Finalisation du produit et last call tests	31
3.2.8. Déploiement marketing et commercial	32
3.2.9. Suivi des performances et ajustements	32

Chapitre 3.

Innovation produits

L'innovation dans l'industrie laitière consiste à développer de nouveaux **produits**, de nouveaux **procédés de fabrication**, de nouveaux **emballages** ou de nouvelles **méthodes marketing**. Elle vise à apporter de la valeur ajoutée en termes de praticité, plaisir, bienfaits santé ou naturalité pour répondre aux attentes des consommateurs, aux nouvelles tendances de consommation et aux évolutions du marché.

3.1. Les axes d'innovation

3.1.1. Innovation sur les procédés de fabrication

L'innovation sur les procédés de fabrication consiste à développer de nouvelles technologies et méthodes de production pour améliorer la productivité, la sécurité alimentaire, la traçabilité ou la qualité nutritionnelle et gustative des produits laitiers. Par exemple :

- ◆ **Pasteurisation à haute pression (HPP)** : permet d'améliorer la conservation des produits tout en préservant le goût et les qualités nutritionnelles.
- ◆ **Microfiltration** : technique de séparation membranaire pour éliminer les micro-organismes et standardiser la matière première laitière.
- ◆ **Homogénéisation à haute pression** : réduit la taille des globules gras pour améliorer la texture et la stabilité des produits.
- ◆ **Procédés de concentration par osmose inverse** : réduction de la teneur en eau des laits pour diminuer les coûts de transport.
- ◆ **Ultra Haute Température (UHT)** : traitement thermique à 135-150°C pour assurer une stabilité microbiologique de longue durée.
- ◆ **Automatisation et robotisation** : machines d'emballage automatiques, bras robotisés, contrôle qualité automatisée.
- ◆ **Impression 3D alimentaire** : permet de concevoir des formes originales pour des yaourts et desserts lactés.
- ◆ **Procédés de séchage innovants** : lyophilisation, séchage par atomisation pour des poudres laitières fonctionnelles.
- ◆ **Technologies de nanocapsulation** : libération contrôlée d'ingrédients actifs au sein de la matrice laitière.

3.1.2. Innovation sur les ingrédients

L'innovation en matière d'ingrédients est une tendance croissante dans l'industrie laitière. Les fabricants de produits laitiers cherchent à développer de nouveaux ingrédients qui peuvent améliorer la saveur, la texture, la nutrition ou la durabilité de leurs produits, à savoir :

- ◆ **Substituts de produits laitiers** : Les substituts de produits laitiers à base de plantes, tels que le lait d'amande, de soja, d'avoine, de coco, gagnent en popularité en raison de l'augmentation de la demande pour des options végétales. Des entreprises explorent également des alternatives plus novatrices, comme le lait de pois, le lait de chanvre et le lait de noix de cajou.
- ◆ **Ingrédients fonctionnels** : L'ajout d'ingrédients fonctionnels comme les probiotiques, les prébiotiques, les antioxydants, les acides gras oméga-3, les vitamines et les minéraux pour améliorer la valeur nutritionnelle des produits laitiers. L'utilisation d'ingrédients bénéfiques pour la santé, tels que le curcuma, le gingembre et d'autres herbes, pour leurs propriétés anti-inflammatoires.
- ◆ **Réduction du sucre et des additifs** : L'innovation se tourne vers la réduction du sucre ajouté dans les produits laitiers, ainsi que la suppression ou la réduction des additifs artificiels. L'utilisation d'édulcorants naturels et de techniques de fabrication alternatives pour maintenir la saveur tout en réduisant la teneur en sucre.
- ◆ **Produits laitiers fonctionnels** : Le développement de produits laitiers fonctionnels améliorés, tels que les yaourts probiotiques pour la santé digestive, les produits enrichis en calcium pour la santé osseuse, et les yaourts enrichis en protéines pour les consommateurs axés sur le fitness.
- ◆ **Technologies de transformation** : L'exploration de nouvelles technologies de transformation qui préservent la qualité des produits laitiers tout en améliorant leur durée de conservation. L'utilisation de technologies telles que la haute pression, la pasteurisation à froid, et d'autres méthodes innovantes de transformation pour créer des produits laitiers de haute qualité.
- ◆ **Produits adaptés aux besoins alimentaires spécifiques** : Le développement de produits laitiers adaptés aux besoins alimentaires spécifiques, tels que des options sans lactose, sans gluten, ou enrichies en nutriments spécifiques pour répondre aux besoins des consommateurs ayant des préférences alimentaires particulières ou des restrictions.

3.1.3. Innovation sur les textures et les formats

L'innovation dans les textures et les formats des produits laitiers joue un rôle essentiel dans l'expérience gustative et la diversification des options disponibles sur le marché. Ces innovations visent à captiver les consommateurs en leur offrant des expériences sensorielles uniques tout en répondant aux évolutions des préférences et des attentes du marché. Des exemples d'innovations dans ce domaine :

- ◆ **Textures alternatives** : Introduction de textures alternatives dans les yaourts, fromages et autres produits laitiers. Par exemple, des textures plus crémeuses, plus aérées, ou des textures mousseuses peuvent être explorées pour apporter de la variété.
- ◆ **Format de portions individuelles** : Développement de formats de portions individuelles pour améliorer la praticité et la portabilité des produits laitiers. Des portions individuelles peuvent également réduire le gaspillage et répondre aux besoins des consommateurs en déplacement.
- ◆ **Produits gelés novateurs** : Expansion des options de produits laitiers congelés avec des innovations telles que des crèmes glacées aux textures inédites, des barres glacées avec des couches multiples de saveurs et de textures, ou des desserts glacés avec des inclusions surprenantes.
- ◆ **Texturation naturelle** : Utilisation d'ingrédients naturels pour améliorer la texture des produits laitiers, comme l'ajout de morceaux de fruits, de noix, de graines ou de granolas pour une expérience sensorielle plus intéressante.
- ◆ **Produits à manger avec des cuillères comestibles** : Exploration de nouvelles formes de conditionnement, tels que des cuillères comestibles pour accompagner les yaourts ou les desserts, réduisant ainsi les déchets d'emballage.
- ◆ **Yaourts à boire avec des billes de saveur** : Création de yaourts à boire avec des billes de saveur encapsulées qui se libèrent lors de la consommation, offrant une expérience de dégustation interactive et une combinaison de textures.
- ◆ **Produits laitiers à couches multiples** : Développement de produits laitiers avec des couches multiples de saveurs, de textures ou d'ingrédients pour une expérience de dégustation plus complexe et riche.
- ◆ **Focus sur la consistance** : Amélioration de la consistance des produits laitiers, en travaillant sur des textures plus onctueuses, crémeuses ou veloutées pour répondre aux préférences des consommateurs en matière de sensation en bouche.
- ◆ **Inclusions inattendues** : Ajout d'inclusions inattendues dans les produits laitiers, telles que des morceaux de biscuits, de chocolat, de fruits exotiques ou d'autres ingrédients pour apporter une surprise gustative.

3.1.4. Innovation sur le packaging

L'innovation en matière d'emballage des produits laitiers est une autre tendance croissante dans l'industrie laitière. Elle consiste à développer des emballages plus écologiques, ergonomiques ou intelligents pour améliorer la conservation et mettre en valeur le produit.

- ◆ **Emballages durables** : Utilisation de matériaux d'emballage durables tels que le carton recyclable, le plastique biodégradable ou compostable pour réduire l'impact environnemental des emballages.
- ◆ **Emballages réutilisables** : Adoption de concepts d'emballages réutilisables, où les consommateurs peuvent rapporter et recharger leurs contenants pour réduire les déchets d'emballage à usage unique.
- ◆ **Design éco-responsable** : Intégration de designs éco-responsables et esthétiques pour attirer les consommateurs soucieux de l'environnement. Cela peut inclure des emballages avec des motifs naturels, des couleurs apaisantes et des messages mettant en avant la durabilité.
- ◆ **Emballages anti-gaspillage** : Développement d'emballages conçus pour prolonger la durée de conservation des produits laitiers, réduisant ainsi le gaspillage alimentaire.
- ◆ **Emballages innovants pour la conservation** : Utilisation de technologies d'emballage innovantes, telles que des emballages sous vide, des atmosphères modifiées, des revêtements antibactériens ou des emballages absorbant l'humidité pour maintenir la fraîcheur des produits plus longtemps.
- ◆ **Emballages intelligents** : Intégration de technologies intelligentes, comme des étiquettes intelligentes avec des capteurs pour surveiller la fraîcheur du produit et informer le consommateur de sa qualité.
- ◆ **Formats de portions individuelles** : Développement de formats d'emballage individuels pour répondre aux besoins des consommateurs en déplacement, tout en réduisant le gaspillage et en facilitant la portionnage.
- ◆ **Réduction de la taille de l'emballage** : Réduction de la taille de l'emballage pour minimiser l'empreinte carbone liée au transport et réduire les déchets.
- ◆ **Emballages interactifs** : Intégration d'éléments interactifs sur les emballages, tels que des codes QR pour accéder à des informations supplémentaires, des recettes ou des jeux interactifs.
- ◆ **Emballages pour la traçabilité** : Utilisation de technologies de traçabilité sur les emballages pour permettre aux consommateurs de suivre l'origine des produits, garantissant ainsi la transparence et la qualité.
- ◆ **Personnalisation de l'emballage** : Personnalisation de l'emballage en fonction des préférences individuelles des consommateurs, que ce soit en termes de saveurs, d'informations nutritionnelles ou d'esthétique.

3.1.5. Innovation marketing et commercialisation

L'industrie des produits laitiers innove continuellement dans ses stratégies de marketing et de commercialisation pour attirer l'attention des consommateurs et répondre à leurs besoins changeants. Ces innovations en marketing et commercialisation visent à maintenir la pertinence des produits laitiers sur le marché, en répondant aux attentes des consommateurs en matière de santé, de durabilité, et d'expérience globale, à savoir :

- ◆ **Mise en avant des bienfaits pour la santé** : Communication transparente sur les avantages pour la santé des produits laitiers, mettant en avant des éléments tels que la teneur en calcium, en protéines, en probiotiques et d'autres nutriments essentiels.
- ◆ **Produits axés sur le bien-être** : Commercialisation des produits laitiers en mettant l'accent sur le bien-être mental, physique et émotionnel, associant les produits à un mode de vie sain et équilibré.
- ◆ **Personnalisation des produits** : Offre de produits laitiers personnalisables pour répondre aux préférences individuelles des consommateurs, que ce soit en termes de saveurs, de formats, ou d'options sans allergènes.
- ◆ **Marketing numérique et médias sociaux** : Utilisation intensive des plateformes de médias sociaux pour engager les consommateurs, partager des recettes, des témoignages, et créer des campagnes virales. Les influenceurs peuvent également jouer un rôle important dans la promotion des produits laitiers.
- ◆ **Transparence et traçabilité** : Mise en avant de la transparence dans la chaîne d'approvisionnement, mettant en lumière l'origine des ingrédients, les pratiques durables et les méthodes de production respectueuses de l'environnement.
- ◆ **Campagnes de marketing expérientiel** : Organisation d'événements et d'activations de marque offrant des expériences immersives aux consommateurs, tels que des dégustations, des ateliers de cuisine, ou des partenariats avec des chefs renommés.
- ◆ **Emballage attractif** : Création d'emballages attractifs avec des designs esthétiques et des éléments visuels mettant en avant les caractéristiques uniques des produits.
- ◆ **Communication sur la durabilité** : Intégration de messages sur la durabilité dans les campagnes de marketing, mettant en avant les initiatives écologiques de l'entreprise, les emballages durables, et les pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

- ◆ **Innovation dans les canaux de distribution** : Exploration de nouveaux canaux de distribution, tels que la vente en ligne, les abonnements, les services de livraison, pour répondre aux changements dans les habitudes d'achat des consommateurs.
- ◆ **Collaborations et partenariats** : Collaboration avec d'autres marques, chefs, influenceurs ou organisations pour créer des produits spéciaux, des recettes exclusives, ou des éditions limitées, afin de stimuler l'intérêt et la demande.
- ◆ **Histoires de marque convaincantes** : Narration d'histoires de marque authentiques, mettant en avant les valeurs de l'entreprise, son héritage, et son engagement envers la qualité pour établir une connexion émotionnelle avec les consommateurs.

3.2. Mode de lancement de nouveaux produits

Le lancement d'un nouveau produit est une étape cruciale qui nécessite une planification stratégique et une exécution efficace. Un guide général pour le mode de lancement d'un nouveau produit est présenté ci-dessous :

3.2.1. Recherche du marché

Effectuer une analyse approfondie du marché pour comprendre les besoins des consommateurs, les tendances du secteur, la concurrence, et les opportunités. Identifier le public cible et évaluer la demande potentielle pour le produit. Pour identifier les besoins et attentes des consommateurs en amont du développement de produits laitiers innovants les méthodes ci-dessous sont à suivre :

- ◆ Études quantitatives (sondages, questionnaires en ligne) pour quantifier les tendances de consommation.
- ◆ Études qualitatives (entretiens individuels, focus groups) pour comprendre en profondeur les motivations.
- ◆ Analyse des données du service consommateurs pour identifier les réclamations et suggestions.
- ◆ Veille active sur les réseaux sociaux et forums pour capter les opinions spontanées des consommateurs.
- ◆ Observation en magasins pour voir les comportements d'achat et de consommation.
- ◆ Tests consommateurs de concepts pour mesurer l'appétence pour de nouvelles idées.
- ◆ Consultation d'experts (nutritionnistes, sociologues) pour anticiper les évolutions sociétales
- ◆ Analyse des innovations produits des concurrents.
- ◆ Étude des brevets déposés pour détecter les futures tendances.
- ◆ Participation à des salons professionnels pour s'imprégner des nouvelles tendances.

3.2.2. Génération d'idées

Au sein des équipes recherche et développement et marketing, mais aussi en externe auprès de fournisseurs ou de start-ups. Voici quelques techniques pour générer des idées d'innovations pour des produits laitiers :

- ◆ Brainstorming en équipe pluridisciplinaire (R&D, marketing, commercial ...).
- ◆ Design thinking : identité de profils types de consommateurs pour trouver des concepts adaptés.
- ◆ Mind mapping pour faire émerger de nouveaux concepts en partant d'une problématique centrale.
- ◆ Recherche d'insights consommateurs pour trouver des angles d'innovation inexplorés.
- ◆ Analyse des innovations produits d'autres secteurs alimentaires.
- ◆ Veille sur les nouveaux ingrédients et procédés pouvant être applicables.
- ◆ Concours d'idées interne pour mobiliser tous les collaborateurs.
- ◆ Co-création avec des partenaires externes (fournisseurs, universités, startups).
- ◆ Organisation de hackathons où des équipes diverses imaginent des concepts sur 1-2 jours.
- ◆ Voyages d'étude dans des salons, laboratoires ou chez les concurrents pour s'inspirer des tendances.
- ◆ Collaborations ponctuelles avec des designers ou des chefs pour apporter de la créativité.

3.2.3. Sélection des idées et concepts les plus prometteurs

Pour sélectionner les idées et concepts les plus prometteurs parmi toutes les pistes d'innovation générées. Une grille multicritère avec notation peut aider à lister objectivement les idées, les concepts les mieux notés sont retenus pour être développés. Il faut généralement prendre en compte plusieurs critères :

- ◆ L'attractivité pour le consommateur : évaluation du potentiel plaisir et des bénéfices consommateurs.
- ◆ La faisabilité technologique : capacité à produire industriellement le concept et maîtrise des ingrédients.
- ◆ L'avantage concurrentiel : degré de différenciation face aux produits existants.
- ◆ La cohérence avec la stratégie de l'entreprise : adéquation avec le positionnement et les marchés visés.
- ◆ Le potentiel business : estimation du marché potentiel et de la rentabilité prévisionnelle.
- ◆ La complexité réglementaire : identification des contraintes légales et normatives.
- ◆ Les ressources disponibles en interne : adéquation avec les compétences et moyens de l'entreprise.
- ◆ Le potentiel de protection intellectuelle : possibilité de protéger l'innovation par un brevet.
- ◆ Le degré d'acceptation en interne : adhésion des équipes qui porteront le projet.

3.2.4. Développement de prototypes / formules en laboratoire

Formulation de recettes avec les ingrédients clés / Premières fabrications en petite quantité. Les principales étapes pour développer des prototypes et formules en laboratoire lors d'un projet d'innovation produit laitier sont les suivants :

- ◆ Définition précise du cahier des charges : ingrédients, textures, procédé, contraintes technico-économiques.
- ◆ Recherche et sélection des fournisseurs d'ingrédients innovants.
- ◆ Réalisation de pré-formulations et de plans de mélange théoriques.
- ◆ Préparation des différents ingrédients et composants.
- ◆ Réalisation de formules prototypes à l'échelle du laboratoire (de l'ordre du kg).
- ◆ Tests préliminaires simples (acidité, texture, goût) pour ajuster les formules.
- ◆ Caractérisations approfondies en analyses physico-chimiques et microbiologiques.
- ◆ Validation sensorielle en interne avec un panel de dégustateurs.
- ◆ Conservation accélérée pour vérifier la stabilité du produit dans le temps.
- ◆ Finalisation de la formule après itérations et obtention de prototypes optimisés.
- ◆ Rédaction du process de fabrication et réalisation de la fiche technique du produit.

3.2.5. Tests consommateurs

Pour évaluer l'appréciation gustative et l'intention d'achat sur la cible visée. Les principales étapes pour réaliser des tests consommateurs lors du développement de produits laitiers innovants sont :

- ◆ Définir précisément les objectifs du test (goût, texture, intention d'achat, adéquation au positionnement ...).
- ◆ Concevoir un questionnaire pour évaluer les critères souhaités sur des échelles de notation.
- ◆ Recruter un panel de consommateurs représentatif de la cible visée, en nombre suffisant (50 à 100 personnes).
- ◆ Préparer les échantillons du produit à tester ainsi que les produits références de la marque ou des concurrents.
- ◆ Réaliser les dégustations dans un lieu adapté (hall test, centre d'essais ...).
- ◆ Présenter les échantillons de manière neutre et équilibrée aux consommateurs.
- ◆ Faire remplir le questionnaire à chaque consommateur après la dégustation.
- ◆ Collecter et analyser statistiquement les résultats pour dégager des tendances.
- ◆ Identifier les axes d'amélioration du concept (goût, texture, emballage ...).
- ◆ Intégrer les ajustements dans l'itération suivante du développement produit.

3.2.6. Validation industrielle via des pilotes

Pour tester la fabrication à plus grande échelle et détecter d'éventuels soucis, les principales étapes de la validation industrielle d'un nouveau produit laitier via des fabrications pilotes sont :

- ◆ Réaliser une étude de faisabilité industrielle : capacités des équipements, planning de production ...
- ◆ Produire des lots tests à l'échelle pilote (quelques centaines de kg) sur les lignes industrielles.
- ◆ Evaluer le comportement du produit en fabrication : pompabilité, filtration, temps de coagulation ...
- ◆ Mesurer les rendements matières et le temps de fabrication sur les équipements utilisés.
- ◆ Vérifier la conformité des caractéristiques physico-chimiques et microbiologiques.
- ◆ Tester la tenue du conditionnement primaire et secondaire sur les lignes d'emballage.
- ◆ Valider la durée de vie du produit via des tests de vieillissement accéléré.
- ◆ Réaliser des simulations de la chaîne logistique : transport, stockage, distribution ...
- ◆ Effectuer des analyses économiques pour confirmer la rentabilité industrielle.
- ◆ Identifier d'éventuels points critiques et recalage des paramètres procédés.
- ◆ Figurer le process de fabrication et les instructions opératoires.

3.2.7. Finalisation du produit et last call tests

Ultimes ajustements avant le lancement effectif. Les principales étapes de finalisation d'un produit laitier innovant avant son lancement sont les suivantes :

- ◆ Réaliser des derniers ajustements sur la formule si nécessaire suite aux pilotes industriels.
- ◆ Finaliser le packaging primaire et secondaire en fonction des résultats des tests industriels.
- ◆ Fixer définitivement le nom commercial et les éléments de la brand identity (logo, charte graphique ...).
- ◆ Rédiger le brief marketing pour le lancement : positionnement, cible, axe de communication ...
- ◆ Confirmer la durée de vie réelle et les modalités de conservation du produit.
- ◆ Vérifier la conformité réglementaire finale via une revue documentaire.
- ◆ Réaliser des tests consommateurs de validation finale pour s'assurer que le produit correspond bien aux attentes.
- ◆ Effectuer une analyse sensorielle comparative entre le produit finalisé et les produits concurrents.
- ◆ Confirmer la disponibilité des matières premières pour les approvisionnements de lancement.
- ◆ Fixer le prix de vente en fonction des coûts de production et de l'analyse concurrentielle.
- ◆ Préparer les dossiers techniques pour la certification et l'agrément des sites de production.

3.2.8. Déploiement marketing et commercial

Plans marketing, trade marketing, logistique, communication. Les principales actions à mener pour réussir le déploiement marketing et commercial du lancement d'un nouveau produit laitier sont :

- ◆ Élaborer un plan marketing détaillé : ciblage consommateurs, positioning, mix marketing.
- ◆ Concevoir une stratégie de communication : annonce du lancement, publicités, réseaux sociaux, relations presse.
- ◆ Réaliser les supports de vente : argumentaire, fiches produits ...
- ◆ Former les équipes commerciales et la force de vente pour qu'elles s'approprient le nouveau produit.
- ◆ Préparer les conditions commerciales : prix, remises, conditions de paiement.
- ◆ Référencer le produit en grande distribution et dans les réseaux de distribution ciblés.
- ◆ Mettre en place des opérations de promotion au moment du lancement : offres spéciales, dégustations en magasins ...
- ◆ Assurer la mise en rayon et la visibilité en linéaires grâce à des actions de merchandising.
- ◆ Piloter la montée en puissance des volumes de production et gérer la courbe d'apprentissage.
- ◆ Suivre les indicateurs clés : distribution, ventes, satisfaction client.
- ◆ Optimiser le référencement sur les moteurs de recherche et sites d'avis consommateurs.

3.2.9. Suivi des performances et ajustements

Pour pérenniser le succès ou rectifier le tir en cas de besoin. Pour assurer le succès dans la durée d'un produit laitier innovant, il est essentiel de mettre en place un suivi rigoureux des performances après le lancement et d'apporter les ajustements nécessaires. Les principales actions à mener sont :

- ◆ Suivre régulièrement les ventes et la distribution du produit par rapport aux objectifs.
- ◆ Analyser les taux de retour et les causes de non-qualité éventuelles.
- ◆ Réaliser des panels consommateurs réguliers pour suivre la perception du produit.
- ◆ Être à l'écoute des remontées des forces commerciales et des distributeurs.
- ◆ Optimiser en continu le référencement et la visibilité en linéaires.
- ◆ Ajuster si nécessaire le positionnement et le mix marketing.
- ◆ Apporter des évolutions au produit en fonction des retours consommateurs.
- ◆ Maintenir un plan d'innovation pour ne pas se faire dépasser par la concurrence.
- ◆ Répercuter les gains de productivité pour rester compétitif en prix.
- ◆ Capitaliser sur les succès par des extensions de gamme cohérentes.