

UNE DÉFERLANTE D'INNOVATIONS À L'INTERNATIONAL

Le cabinet XTC décrypte pour Rayon Boissons les tendances observées à travers le monde sur le marché des eaux. Des nouveautés qui s'avèrent toujours plus sophistiquées.

➤ QUÊTE DE FONCTIONNALITÉS

L'offre mondiale de boissons se teinte de naturalité. Et même les eaux. Dans les pays anglo-saxons, les industriels misent avant tout sur des formules aux bienfaits prouvés sur la santé. Le fabricant néo-zélandais Just Water infuse ainsi son eau avec du miel de Manuka, utilisé dans la médecine traditionnelle Maori. De même, The Alkaline Water Company, aux États-Unis, propose une eau au pH alcalin (8,8) après ajout de sel rose d'Himalaya. En Australie, l'industriel Perki Probiotics commercialise une eau contenant des probiotiques encapsulés dans des perles

d'alginate. Objectif: les garder vivants le plus longtemps possible dans l'estomac du consommateur afin de démultiplier l'effet sur le système digestif et immunitaire. Au Royaume-Uni, l'eau minérale naturelle sans sodium Valvis Holdings, au design raffiné, est adaptée au régime sans sel.

➤ PACKAGINGS AUDACIEUX

Pour étonner et rendre ludique cette offre fonctionnelle, l'industriel anglais Heylikewow agrémente sa bouteille d'un bouchon doseur. À l'intérieur de celui-ci: des vitamines B6, C, D et du calcium, à libérer dans l'eau par simple pression. Le

Tchèque Isoline Trade propose, quant à lui, un bouchon contenant trois doses d'un arôme ou d'un jus. Trois designers londoniens ont d'ailleurs poussé la réflexion encore plus loin en imaginant une eau dépourvue de bouteille. Baptisé Ooho!, le concept repose sur l'usage d'une membrane sphérique comestible, composée d'algues brunes et de potassium. Elle est capable de capturer 4 cl d'eau et tient dans la main. Si la commercialisation de cette innovation n'est pas d'actualité, Ooho! s'intéresse déjà de près aux événements comme les marathons.

OOHO!
PROPOSE UNE
MEMBRANE
COMESTIBLE
EN GUISE DE
PACKAGING

➤ LE PLAISIR LÉGER

Un créneau s'est en effet ouvert pour les sportifs à la recherche de boissons plus digestes et moins sucrées que les jus de fruits et autres milk-shakes protéinés. Arla Foods Amba, au Danemark, a bien saisi l'enjeu. L'industriel ajoute à son eau des protéines de lactosérum pour contribuer à maintenir et à augmenter la masse musculaire. Reste que la notion de plaisir est primordiale dans l'univers des boissons. Résultat: l'offre d'eaux aromatisées ou infusées, plus légère que des soft-drinks, explose. Le distributeur anglo-saxon Asda stores lance une eau gazeuse sans sucre ajouté aux arômes d'ananas et de noix de coco. En Suisse, Nestlé Waters avec sa marque Henniez propose une eau contenant 5% de jus de fruits, sans calories. De quoi allier plaisir et santé.

J.BE. AVEC XAVIER PILLOY (XTC) ©DR

QUATRE INITIATIVES ORIGINALES

XTC
world innovation

1

TRIO D'INNOVATIONS

➤ Commercialisé au Royaume-Uni, le produit Hey like wow est une eau gourmande et fonctionnelle. Son bouchon contient des arômes de fruits et des vitamines libérables par simple pression. Cette référence réunit à elle seule les trois tendances mondiales majeures observées.



2

BOUCHON DOSEUR

➤ Isoline Trade, en République Tchèque, propose une eau en format 50 cl surmonté d'un bouchon doseur. Celui-ci compte trois doses individuelles de sirop à la framboise ou à l'orange, permettant de réaliser trois boissons d'un même parfum.



3

SPÉCIAL SPORTIFS

➤ Formula Four Beverages distribue aux États-Unis une eau enrichie en oxygène stabilisée. Cette formule permet une récupération plus rapide après l'effort tout en améliorant l'endurance et la clarté mentale.



4

PLEIN DE VITAMINES

➤ L'eau des volcans d'Auvergne innove au Japon. Volvic y présente, en effet, une eau fonctionnelle. Aromatisée aux agrumes, elle est également enrichie en vitamine B6 et en niacine, toutes deux nécessaires au bon fonctionnement du métabolisme.

