

L'alimentation et le digital

SCHMITT Hadrien

07 février 2025

Contents

| | |
|--|----------|
| Introduction | 2 |
| Le numérique au coeur de l'alimentation | 2 |
| Livraison à domicile | 2 |
| Alimentation connectée | 3 |
| Perspectives et enjeux | 3 |
| Conclusion | 3 |
| Bibliographie | 3 |



Figure 1: Illustration de l'alimentation et du digital

Introduction

L'alimentation est un sujet au coeur des questionnements majeurs de notre société. Ce sujet est également de plus en plus lié avec la technologie et la digitalisation de notre environnement. En effet, nous allons voir dans ce rapport le lien entre notre alimentation et le numérique.

Le numérique au coeur de l'alimentation

Livraison à domicile

D'après une étude gouvernemental sur l'alimentation, [1] la digitalisation modifie les comportements des consommateurs dans leur processus d'achat d'aliment. Cette digitalisation débute par la recherche d'informations sur les aliments jusqu'à la consommation des produits. Cette évolution numérique marque un changement dans la façon dont les consommateurs font leurs courses mais également la perception de la nourriture par les ménages.

Les changements des habitudes de consommation de cette digitalisation passe notamment par une nomadisation des consommateurs. En effet, de part les applications développées par les distributeurs, les acheteurs s'informent moins en magasin mais chez eux. On constate donc un temps dédié à l'alimentation réduits. On remarque depuis quelques années un e-commerce en développement qui passe par un achat dématérialisé de ses courses.

L'achat en ligne a fait émerger de nombreux type de e-commerce tel que le click and buy puis le click and collect qui est de plus en plus populaire. D'après une étude mentionnée dans le journal "Les Echos" [2], 33% des français apprécient commander des produits alimentaires sur internet. Le click and collect facilite les courses des consommateurs et leur évite le temps passé dans le magasin. Cette façon de faire les courses diminue également les achats impulsifs en passant devant les rayons. Cependant, un nombre important de consommateurs refuse de commander en ligne. Il existe trois raisons majeurs à cette réticence : 48% des français refuse l'achat en ligne au cause de l'impossibilité de voir le produit à l'achat. La deuxième raison est la découverte des produits. En effet, l'achat en ligne prive les consommateurs de découvrir de nouveaux produits. Enfin, 18% refuse par l'impossibilité de constater les dates de préemption à l'achat.

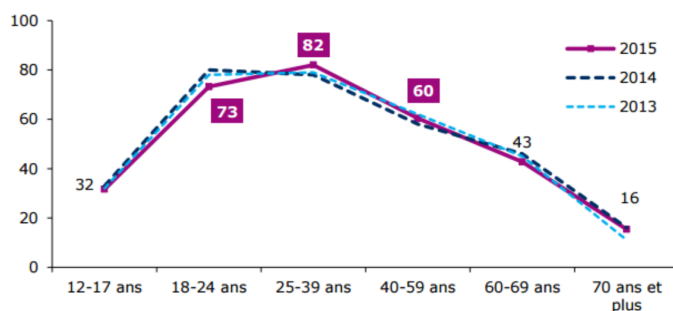


Figure 2: Influence de l'âge sur les achats en ligne

On remarque grâce au graphique ci-dessous que les achats en lignes sont principalement fait par des personnes entre 18 et 50 ans. Cela s'explique très facilement par le fait que les moins de 18 ans ne sont pas toujours autonome sur les achats en ligne et les + de 60 ans par forcément confiant sur l'utilisation des nouvelles technologies.

Ces applications e-commerce sont un avantage considérable et un gain de temps reconnus par leurs utilisateurs. Mise à part les applications pour faciliter ses courses, il existe de nombreuses applications de livraison à domicile. Ces applications participent à une baisse du temps consacrer à l'alimentation et l'augmentation de la mal-nutrition. D'après une étude de l'INRAE [3], 70 à 80% des personnes âgées bénéficiant d'un service de livraison à domicile ne satisfont pas leurs besoins nutritionnels. De plus, entre 40 à 70% des personnes utilisant la livraison de repas préparés ont un apport en énergie et en protéine insuffisant.

Alimentation connectée

Le numérique et la digitalisation de notre alimentation passe également par une meilleure gestion de la consommation. En effet, mise à part un gain de temps grâce à des applications de click and collect ou de livraison à domicile, le numérique peut également permettre une meilleure gestion de la santé ou encore des déchets.

La santé est effectivement un pilier important des normes et réglementations actuelles afin de favoriser une alimentation saine et équilibrée. De nombreux programmes gouvernementaux tel que “manger-bouger” ou encore la taxation sur le sucre des entreprises agroalimentaires valorise cette volonté de gérer la santé des consommateurs. Afin de répondre à cette demande, des applications ont vu le jour tel que **YUKA**, **My Fitness Pal**. Ces applications répertorient tous les produits agroalimentaires et détails leurs caractéristiques nutritionnelles. Une version payante existe afin de scanner le code de son produit et d’obtenir des résultats plus détaillés. Cette invention numérique est particulièrement utilisée par les sportifs soucieux de leurs apports en macro et micro-nutriments. Cependant, ces applications peuvent être utilisées par n’importe qui pour connaître la qualité de son alimentation et trier les produits bons et moins bons pour notre santé.

De plus, tout comme la santé des consommateurs, le gaspillage est un enjeu majeur de notre société. Les gouvernements travaillent sur le sujet en adoptant notamment la loi **AGEC** en 2020 mais les consommateurs aussi souhaitent limiter leur gaspillage. En effet, en 2015, **Too Good To Go** une startup danoise s’est développée afin de proposer au consommateur des produits invendus à un prix réduit. Grâce à cette application, de nombreux produits destinés à la poubelle et donc au gaspillage peuvent être consommés.

Perspectives et enjeux

Conclusion

Bibliographie