



❖ LA RÉSONANCE SOCIALE ❖

Food Influence Watch

Semestre 2
2025

strateg'eat

GECO
FOOD SERVICE



La résonnance sociale c'est quoi?

Parler... se faire entendre... et résonner dans des communautés

Parce qu'ils **dirigent la vie** de nos enfants...

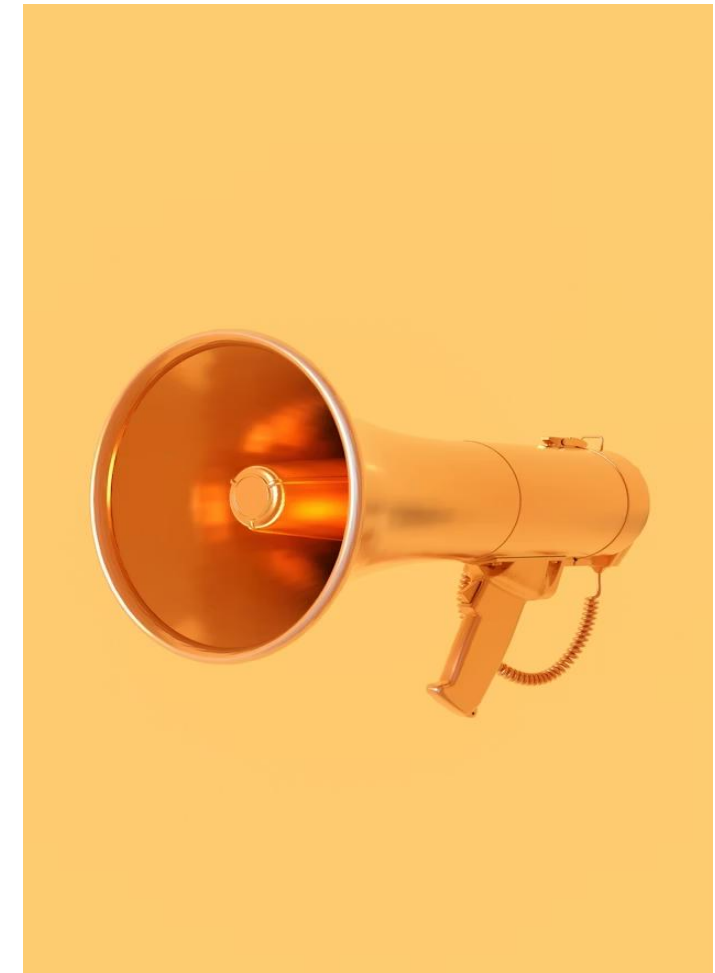
Parce qu'un restaurateur **ne peut plus créer du trafic uniquement** avec une pancarte à l'entrée de son restaurant ...

Parce qu'ils **relient** le restaurateur et le consommateur ...

Parce qu'ils sont au cœur des **tendances et des réalités alimentaires...**

Parce que cela ne va **pas tout de suite s'arrêter...**

Nous avons beaucoup d'enseignements à tirer de la **résonnance de la parole des influenceurs.**



3 étapes dans notre analyse



Identifier les voix qui portent sur les réseaux sociaux, dans la sphère food, sur toutes les régions du monde

Notre focus:
les influenceurs culinaires sur
TikTok



Suivre leurs publications et compiler leurs spécificités selon leur audience et l'engagement

- Type de cuisine
- Format du plat
- Ingrédients
- Ton des publications...



Analyser les tendances mondiales et locales pour détecter les formats gagnants de demain

- Identifier les effets de mode actuels (ingrédients stars, visuels viraux, formats populaires),
- Détecter les tendances émergentes susceptibles d'influencer les pratiques de consommation

A date nous avons fait 2 éditions « test », sur le 1^{er} et le 2nd semestre 2025

Notre Panel sur le S2 2025

29

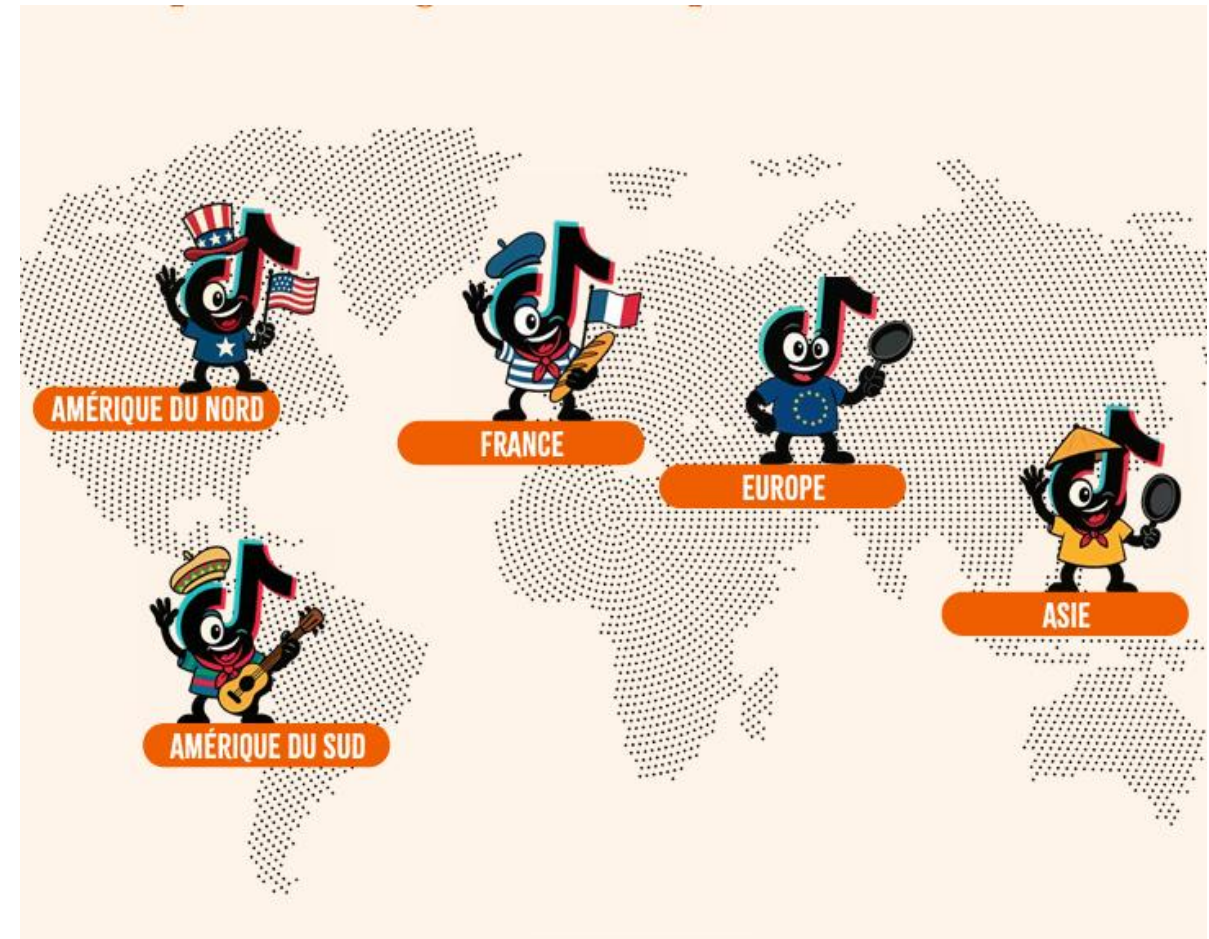
INFLUENCEURS

Répartis sur des points géographiques stratégiques



1 450

RECETTES ANALYSÉES



Le volume de data récolté c'est aussi...



1 900

MODES DE CUISSON



14 900

INGRÉDIENTS



80,3 Millions

de LIKES



Le type d'enseignements que l'on peut tirer



INGRÉDIENTS PHARES

Les plus utilisés
Les plus plébiscités par l'audience



TPOLOGIE DE PLATS

Les plus présentés
Les plus plébiscités par l'audience

Prismes
d'analyse

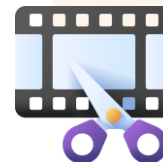
THÉMATIQUE DES RECETTES

Les plus présentées
Les plus plébiscitées par l'audience



FORMAT DE COMMUNICATION

Spécificités sur la forme des vidéos
les plus plébiscitées



Avec pour objectifs...



Détecter les tendances culinaires émergentes qui sont susceptibles d'influencer les pratiques de consommation à court ou moyen terme afin d'inspirer les futures stratégies des marques.

Mieux comprendre les codes, tendances et constructions narratives propres à chaque influenceur culinaire pour identifier les formats qui touchent une audience large, jeune, branchée et prescriptrice.



Les recettes phares

S2 2025



FRANCE



	Ingrédients	Taux de présentation
1	Sel	54%
2	Crème	43%
3	Poivre	43%
4	Œuf	40%
5	Sucre	34%
6	Huile D'olive	34%
7	Beurre	30%
8	Ail	28%
9	Oignon	27%
10	Farine	22%
11	Lait	18%
12	Citron jaune	15%
13	Cheddar	13%
14	Tomate	13%
15	Mozzarella	11%
16	Poulet	11%
17	Pomme de terre	10%
18	Mélange d'épices	10%
19	Miel	9%
20	Huiles (autres)	9%
21	Fromage	8%
22	Thym	8%
23	Parmesan	8%
24	Moutarde	8%
25	Persil	8%
26	Arome Vanille	7%
27	Echalote	7%
28	Cebette	7%
29	Vanille	7%
30	Maïzena	6%

+
31 : Vin
32 : Lardons
33 : Fromage à raclette

Ingrédients stars :

- Les **fromages fondants et coulants** deviennent un levier d'adhésion;
- Les **garnitures aromatiques méditerranéennes** sur-performent en été;
- **La volaille** comme protéine animale principale pour résonner largement.

Les spécificités françaises :

- De la **crème et du beurre** en quantité plutôt que de l'huile;
- Le **100% végétal** est là mais **performe peu**;
- Le tryptique « **charcuterie, vin, fromage** » persiste... même sur Tiktok!
- **On cuisine toujours** : les recettes qui résonnent sont largement élaborées à partir de produits bruts.



**seizemay**
SeizeMay · 2025-12-22

Suivre

Pain Pizza Steak Haché ! 🍕 #recettefacile #recetterapide #painpizza #cuisinefacile #recette

🎵 Married Life (From "Up") - Gina Luciani

✂ CapCut · Des montages en toute simplicité

👍 145.5K

💬 172

📄 62.8K

🔖

🔗

📺

📧

📱

📧

📧

Top Thématiques des Plats



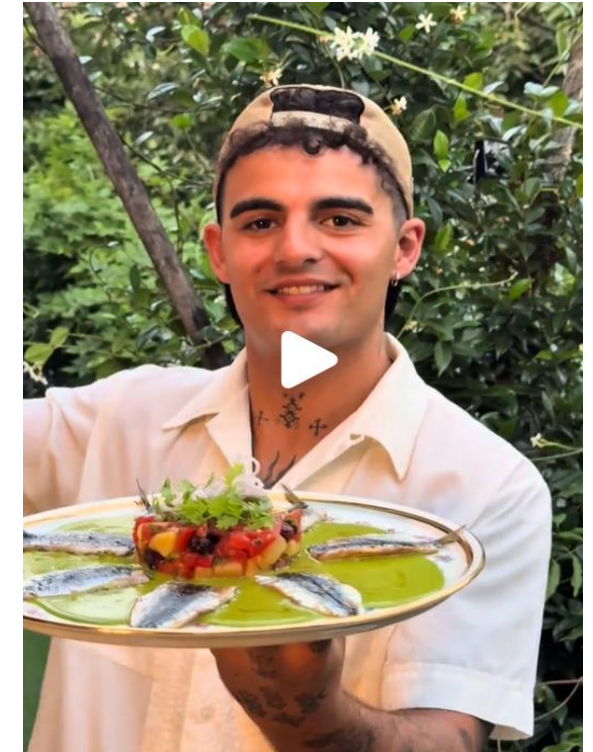
Thématiques plébiscitées :



Les spécificités françaises :

Même si les recettes de « **tradition revisitée à partir de produits bruts** » restent majoritaires, une dichotomie importante se crée avec des **recettes ultra régressives et gourmandes**, qui vont jusqu'à la « junkfood ».

→ La **mise en avant du produit brut** et de l'expertise **cède du terrain** face à la **promesse de satiété** et de **rapidité d'exécution**.



Top Typologie de plats



Typologies plébiscitées :

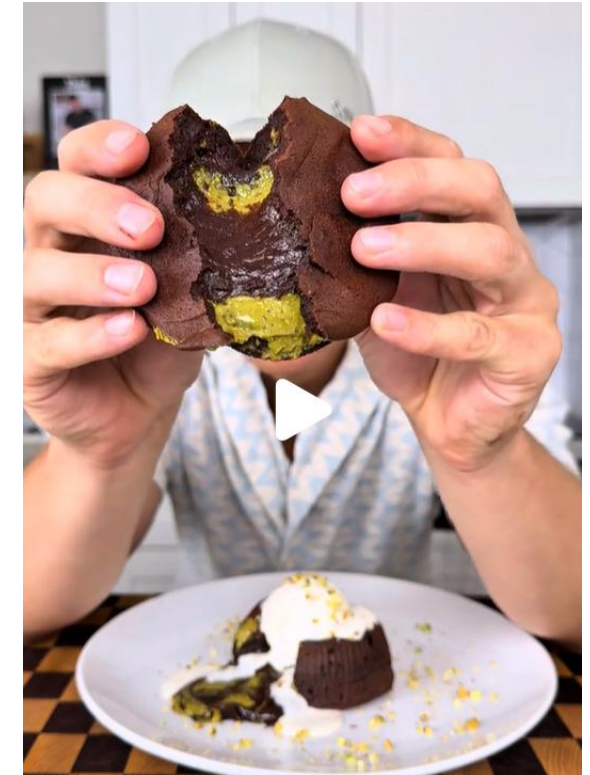


Les spécificités françaises :

Les produits « **street food** » et « **finger food** » ne sont **pas autant plébiscités** que les produits de tradition;

Les **protéines animales** sont toujours plébiscitées.

→ Aux deux extrêmes, **le végétal et la « junkfood » s'immiscent** peu à peu dans les tendances à forte résonance.



Formats de vidéo



Les piliers des vidéos qui résonnent :



COURT
< 1'30"



TECHNIQUE PROFESSIONNELLE



RYTHMÉ

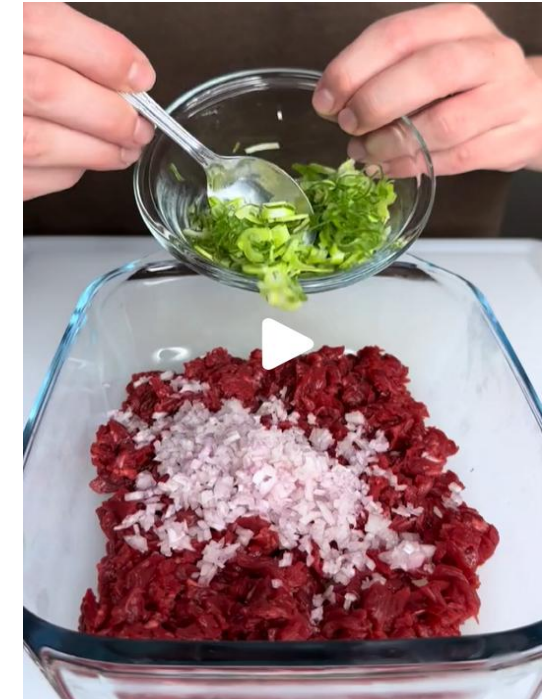


INCARNÉ

Les spécificités françaises :

Les influenceurs **se mettent en scène** et oscillent entre **cuisiniers et acteurs**.
L'intérêt se concentre aux extrêmes : **le « type nexdoor »** ou **« la star de la télé »** ;
Le **« pas à pas » culinaire** reste important. La recette doit être commentée.

→ Jouer un **personnage sans en forcer les traits** pour exister sur les réseaux en France.





EN SYNTHÈSE

QU'EST CE QUI CRÉE DE L'ENGAGEMENT ?

La France est toujours **attachée à la tradition et aux produits bruts.**

Cela implique **d'avantage d'étapes de préparation dans les recettes que dans les autres zones géographiques.**

→ Le français reste **cuisinier.**

Toutefois, l'on voit apparaître une **dichotomie importante entre la tradition et le street-food qui semblent résonner de manière équivalente.**



EUROPE

Top Ingrédients



	Ingrédient	Taux de présentation
1	Sel	58%
2	Ail	38%
3	Œuf	35%
4	Huile D'olive	35%
5	Huiles (autres)	33%
6	Sucre	32%
7	Citron jaune	29%
8	Tomate	27%
9	Oignon	25%
10	Farine	21%
11	Poivre	18%
12	Beurre	18%
13	Fromage	16%
14	Lait	16%
15	Crème	11%
16	Vanille	11%
17	Poivron	11%
18	Paprika	10%
19	Cannelle	9%
20	Persil	9%
21	Sauce soja	8%
22	Ciboulette	8%
23	Coriandre	8%
24	Pomme de terre	8%
25	Chocolat	7%
26	Gingembre	7%
27	Miel	7%
28	Parmesan	7%
29	Poulet	7%
30	Yaourt	7%

Ingrédients stars :

- Les **ingrédients traditionnels** des zones géographiques d'origine de l'influenceur sont plébiscités (ex: produits méditerranéens);
- La **pomme de terre** est devant les pâtes;
- Les **saveurs asiatiques** sont en forte poussée.

Les spécificités européennes :

- Les **huiles** comme matière grasse principale;
- Le **100% végétal** est essentiellement plébiscité dans les recettes ethniques ;
- Paradoxalement, les recettes mettant en scène de **belles pièces de bœuf** grillées sont très virales;
- **Le sucré**, moins travaillé et moins viral que dans d'autres zones.



Top Thématiques des Plats



Thématiques plébiscitées :

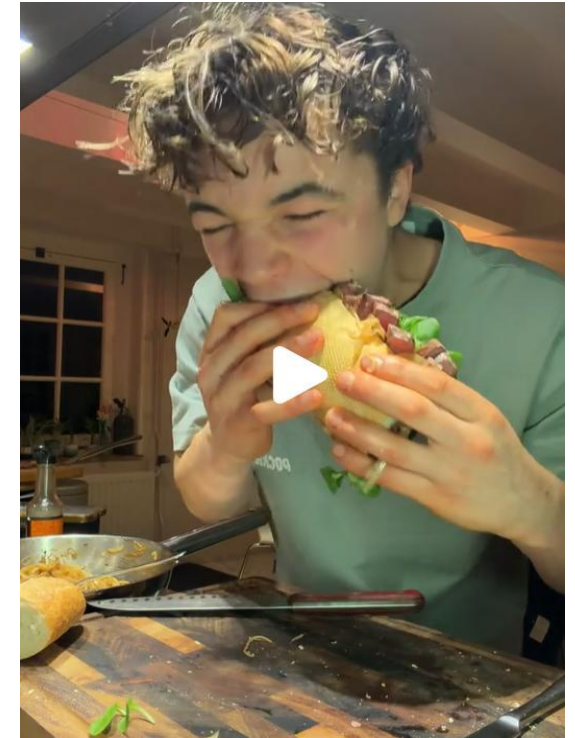


Les spécificités européennes :

Les recettes **faciles et rapides**, plutôt **d'inspiration street- food**, sont les plus plébiscitées.

L'ethnique, en particulier **l'asiatique et le levantin**, déclenche de l'engagement.

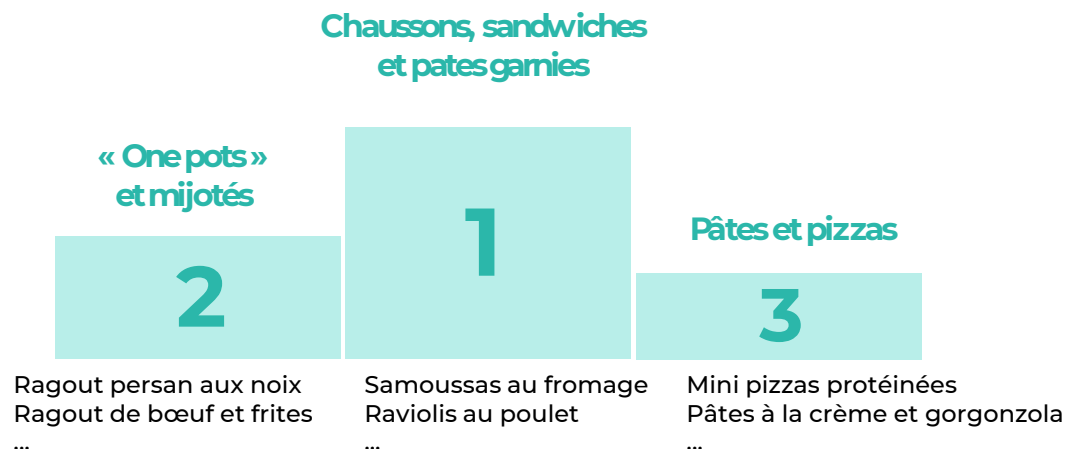
→ Les spécificités territoriales s'effacent, au profit d'une **cuisine multiculturelle**. Le dénominateur commun devient la **simplicité d'exécution**.



Top Typologie de plats



Typologies plébiscitées :



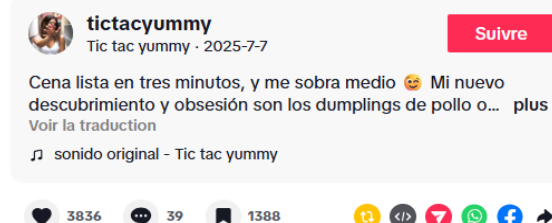
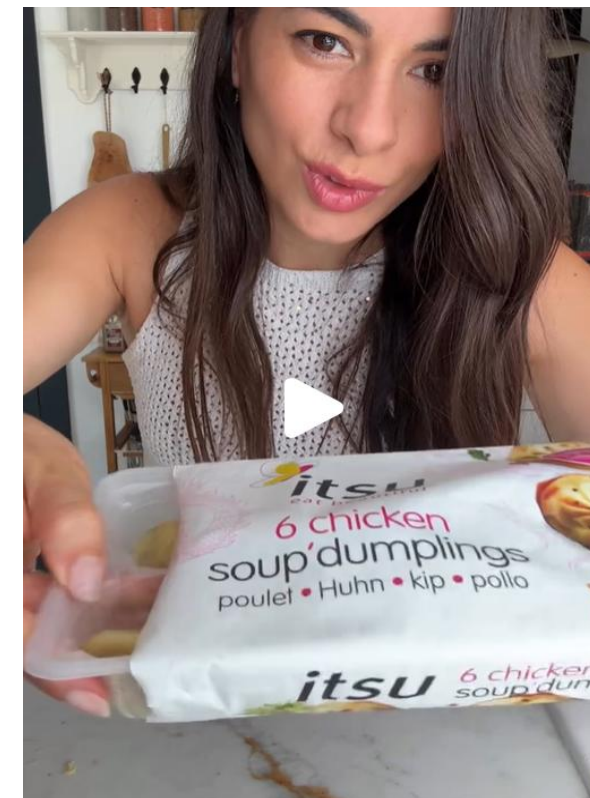
Les spécificités européennes :

Les options « **dans du pain** » ou de la pâte sont plébiscitées;

Les **mono-modes de cuisson**, avec peu d'étapes de préparation sont également source d'engagement;

Les **pâtes et pizzas** sont dans les tops trends de manière très régulière.

→ Dans un souci de rapidité, **le produit brut s'efface petit à petit** au profit **d'aides culinaires** et de préparations semi-finies.



Formats de vidéo



Les piliers des vidéos qui résonnent :



ULTRA COURT

< 1'



TECHNIQUE PROFESSIONNELLE



RYTHMÉ



THÉÂTRALISÉ

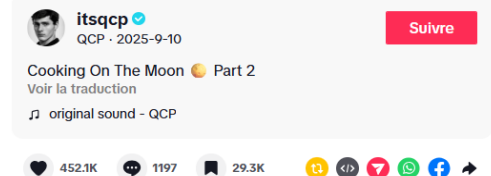
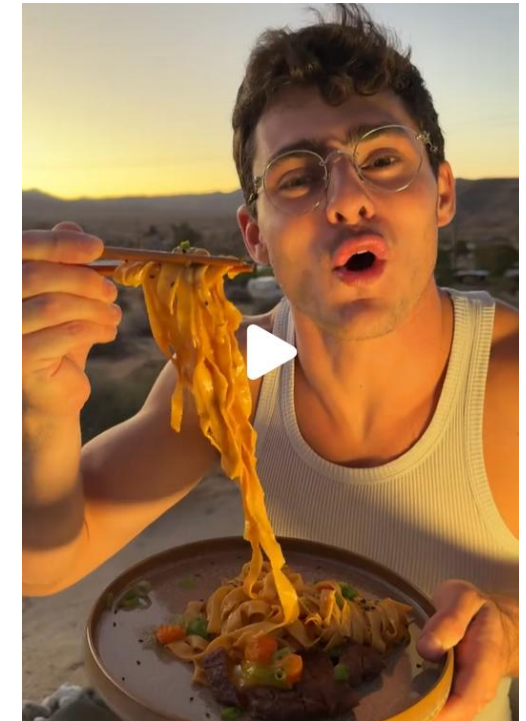
Les spécificités européennes :

Les influenceurs se **mettent en scène** et deviennent des **acteurs / personnages** à part entière.

La recette fait partie **d'une histoire**, elle intègre la mise en scène d'une **narration plus large**.

Le « **pas à pas** » **disparaît** petit à petit.

→ Jouer un **personnage et en forcer les traits** pour exister sur les réseaux en Europe.





QU'EST CE QUI CRÉE DE L'ENGAGEMENT ?

Plus qu'ailleurs, les belles pièces de viande de bœuf sont fortement plébiscitées,

Le végétal est très présent, mais au travers de recettes ethniques.

Les modes de cuissons sont davantage mis en avant qu'ailleurs dans le monde.

→ L'européen est pluriel dans sa cuisine: il est fortement attaché à ses origines culturelles mais largement ouvert aux cuisines du monde.



AMERIQUE DU SUD

Top Ingrédients



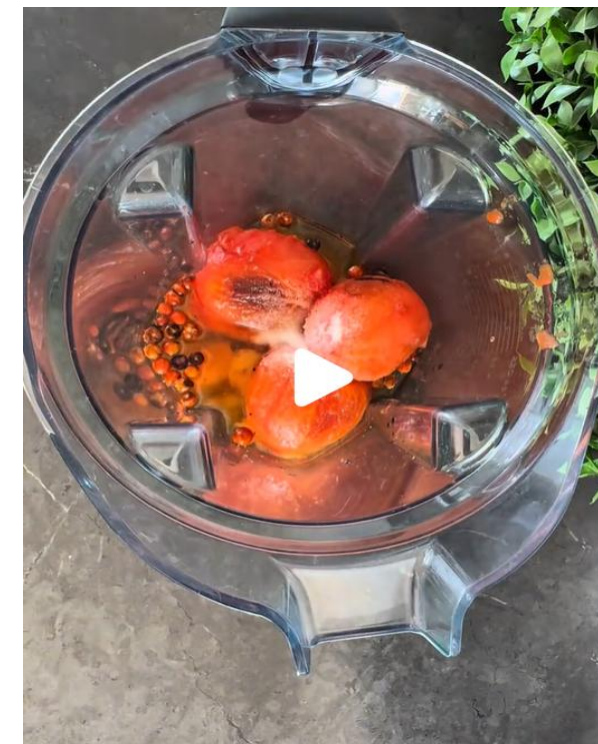
	Ingrédient	Taux de présentation
1	Sel	73%
2	Oignon	48%
3	Ail	46%
4	Poivre	46%
5	Graines (chia, sésame etc.)	44%
6	Citron jaune	35%
7	Sucre	35%
8	Huile D'olive	29%
9	Fromage	29%
10	Huiles (autres)	27%
11	Œuf	25%
12	Tomate	25%
13	Farine	24%
14	Piment	23%
15	Poivron	23%
16	Lait	22%
17	Vanille	20%
18	Crème	20%
19	Cannelle	19%
20	Coriandre	17%
21	Cumin	15%
22	Beurre	14%
23	Carotte	14%
24	Curcuma	13%
25	Avocat	12%
26	Origan	12%
27	Mais	11%
28	Mélange d'épices	10%
29	Levure Chimique	10%
30	Eau	8%

Ingrédients stars :

- Le **maïs / farine de maïs** sont des marqueurs géographiques forts et populaires;
- Le **piment et mélanges d'épices**, quasi omniprésents dans les recettes salées populaires;
- Les **fruits** sont très présents dans les recettes.

Les spécificités sud américaines :

- Les **marqueurs sud-américains** conservent un large engouement (avocat, graines, fruits, maïs...);
- Le **100% végétal performe...** autant que les **recettes ultra-carnées**;
- Les recettes qui contiennent du **sucre**, qu'elles soient des desserts ou non, sont davantage likées.



saltycocina

Salty Cocina · 2025-7-18

Suivre

Salsa prepared using roasted chiltepin, onion, garlic, and tomatoes. [#salsa](#) [#chiltepin](#) [#recipes](#)

Voir la traduction

♪ Latin-style guitar that feels melancholy, rush, run(1396879) - SUNNY...

Top Thématiques des Plats



Thématiques plébiscitées :



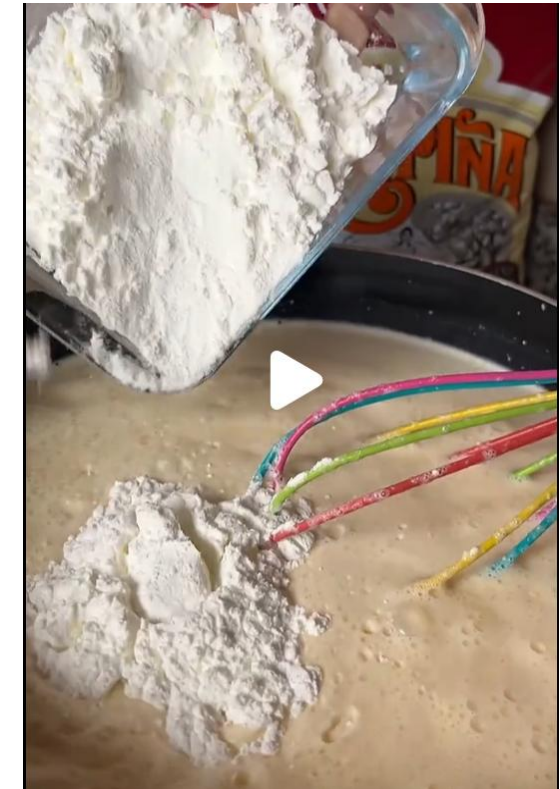
Les spécificités sud-américaines :

Les recettes « **souvenirs d'enfance** » sont les plus plébiscitées.

Peu de junkfood et de fromage dégoulinant. La **tradition** reste le pilier central.

La **rapidité et la facilité d'exécution** est toutefois un critère transversal, impératif quel que soit la thématique de la recette.

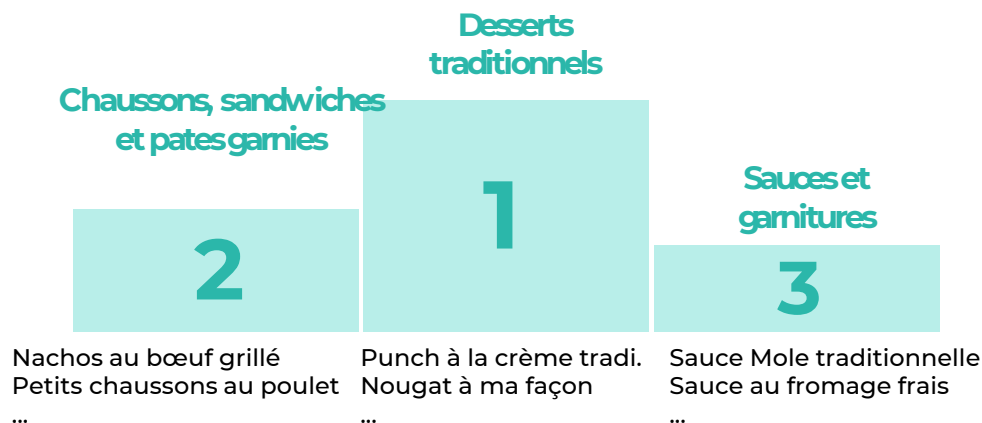
→ Les **aides culinaires et produits semi-finis** intègrent la majorité des recettes populaires qui ravivent le souvenir nostalgique de la transformation des modes de consommation des années 90.



Top Typologie de plats



Typologies plébiscitées :



Les spécificités sud-américaines :

Les **desserts** sont ultra-plébiscités. Pour autant, il ne s'agit jamais de pâtisseries, mais plutôt de desserts simples, traditionnels;

Les **chaussons et tacos** sont largement plébiscités;

Les **sauces d'accompagnement** sont ultra populaires, ce qui est spécifique à la région.

→ **La tradition reste le moteur principal**, l'ethnisation des recettes ne semble pas être un levier de popularité.



Formats de vidéo



Les piliers des vidéos qui résonnent :



ULTRA COURT

< 1'



TECHNIQUE PROFESSIONNELLE



RYTHMÉ



PROXIMITÉ

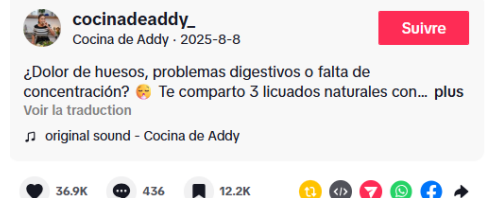
Les spécificités sud-américaines :

Les influenceurs **vous font entrer dans leur cuisine** de monsieur ou madame « tout le monde »;

L'histoire et la nostalgie se mêlent à la recette;

Le « **pas à pas** » est quasi inexistant.

→ **Proximité et humanité** pour résonner en Amérique du Sud.





EN SYNTHÈSE

QU'EST CE QUI CRÉE DE L'ENGAGEMENT ?

Plus qu'ailleurs, les plats sont **épicés**.

Les **produits frais et bruts** partagent l'espace avec les **aides culinaires**.

Les **recettes « de mon enfance »** sont largement plébiscitées et le **storytelling** autour de cette nostalgie est important.

Les **saucés** occupent une place importante dans les tendances food.

→ Les **sud américains** sont **attachés à leurs traditions** qu'ils modernisent peu à peu mais restent **hermétiques** aux tendances ethniques.



AMERIQUE DU NORD

Top Ingrédients



	Ingrédient	Taux de présentation
1	Ail	63%
2	Sel	51%
3	Œuf	50%
4	Oignon	50%
5	Poivre	40%
6	Beurre	35%
7	Crème	33%
8	Tomate	31%
9	Fromage	29%
10	Huile D'olive	29%
11	Parmesan	25%
12	Piment	24%
13	Sucre	23%
14	Huile	22%
15	Farine	22%
16	Poulet	20%
17	Citron jaune	19%
18	Persil	17%
19	Bouillon	14%
20	Pain	13%
21	Lait	12%
22	Pates	12%
23	Poivron	11%
24	Mélange d'épices	11%
25	Paprika	10%
26	Pomme de terre	9%
27	Basilic	9%
28	Cheddar	9%
29	Mozzarella	7%
30	Vin	7%

Ingrédients stars :

- **Le fromage** est partout...
- Les **pâtes et ingrédients méditerranéens** sur-performent ;
- **La volaille** comme protéine animale principale pour résonner largement.

Les spécificités nord-américaines :

- De la **crème et du beurre** en quantité plutôt que de l'huile;
- Le **100% végétal** est très marginal ;
- Omniprésence des **aides culinaires** (bouillons ou mélanges d'épices à minima), **produits semi-finis quasi omniprésents**.



Top Thématiques des Plats



Thématiques plébiscitées :



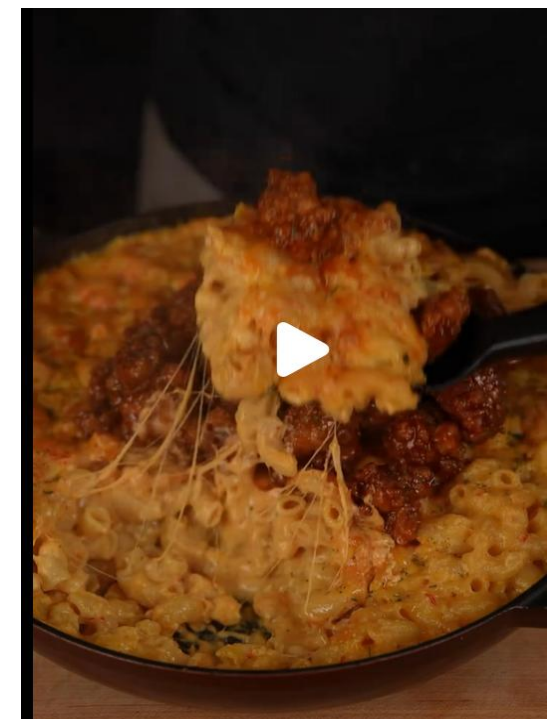
Les spécificités nord-américaines :

L'**ultra-régressif** et gourmand reste leader dans les top trends;

La **street-food**, de tradition américaine ou ethnique et un levier d'adhésion;

La **tradition, sous le volet ethnique**, est en croissance importante.

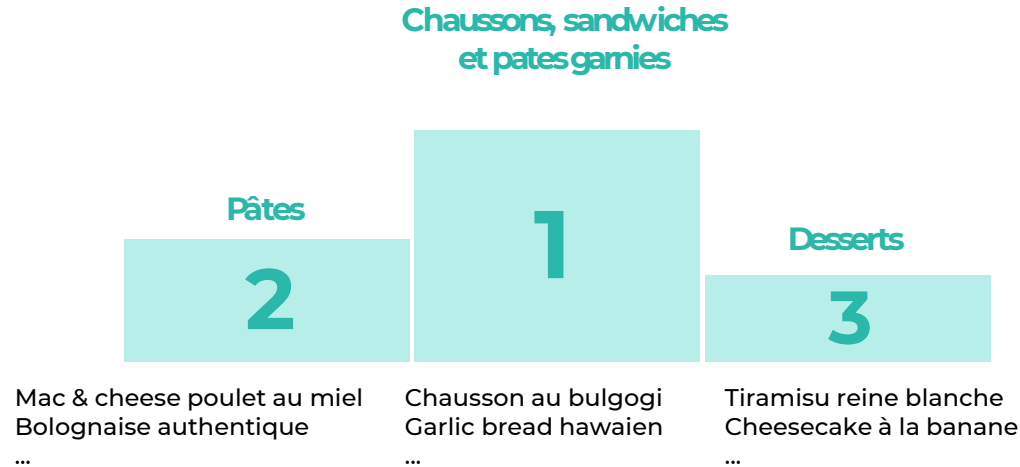
→ La **fusion culturelle** reste le carburant de la food nord-américaine.
Les **recettes traditionnelles ethniques** font rêver ...



Top Typologie de plats



Typologies plébiscitées :



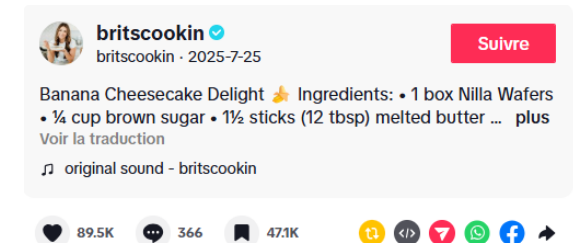
Les spécificités nord-américaines :

Peu de variété de typologies de plats.

Les produites « **finger food** » restent hyper-plébiscitées.

Côté desserts, seuls **les dessert traditionnels américains** performent.

→ Les Américains du nord restent **attachés à leurs classiques** et hybrident peu même si l'on perçoit une **percée de l'ethnique**.



Formats de vidéo



Les piliers des vidéos qui résonnent :



COURT
< 1'30"



TECHNIQUE PROFESSIONNELLE



RYTHMÉ



THÉÂTRALISÉ

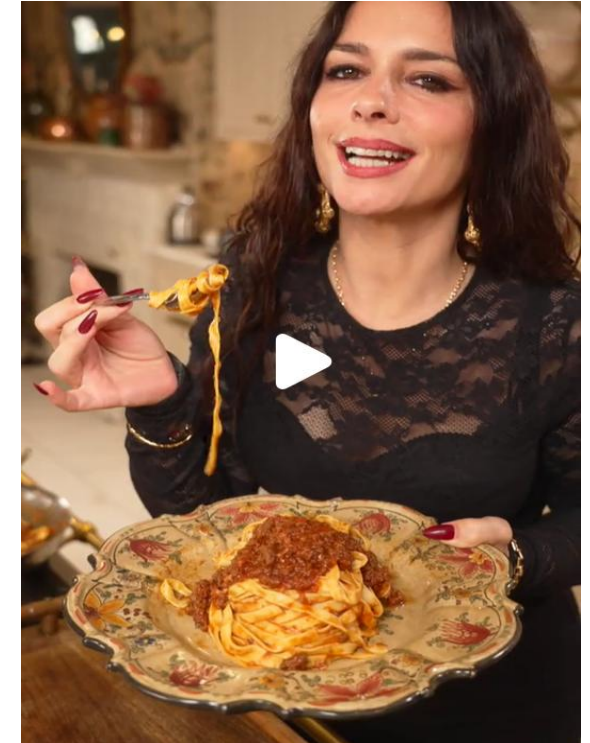
Les spécificités nord-américaines :

Les influenceurs se **mettent en scène** et deviennent des **acteurs / personnages** à part entière.

L'influenceur américain commente beaucoup et **se mue en influenceur lifestyle** en diversifiant ses contenus.

Le « **pas à pas** » **reste important**.

→ L'influenceur nord-américain se doit de proposer **un style** et quelque chose qui va **au-delà de la recette**.





EN SYNTHÈSE

QU'EST CE QUI CRÉE DE L'ENGAGEMENT ?

Utilisation très prononcée de produits-semi finis et aides culinaires. Les produits bruts sont peu utilisés dans les recettes à fort engagement.

Montée de l'ethnique, en particulier l'asie et le sud-américain.

Persistance de la pornfood avec fromage, sauces et sucre très présents.

→ Les nord américains plébiscitent toujours les recettes hyper caloriques bien qu'une forme de « tradition » au travers d'autres cultures, semble parvenir à percer.



ASIE



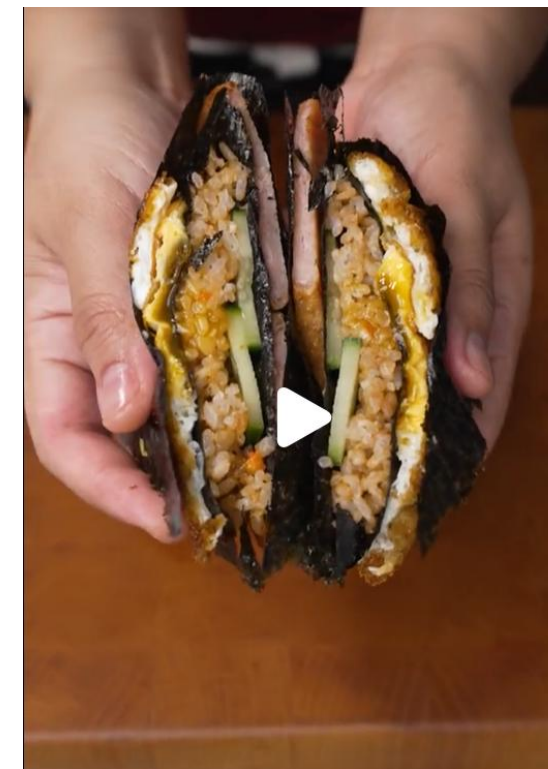
	Ingrédient	Taux de présentation
1	Oignon	51%
2	Ail	45%
3	Sel	34%
4	Sucre	33%
5	Œuf	31%
6	Sauce soja	25%
7	Piment	24%
8	Farine	24%
9	Huile	24%
10	Poivre	23%
11	Beurre	22%
12	Riz	20%
13	Crème	18%
14	Poulet	18%
15	Tomate	15%
16	Citron jaune	13%
17	Lait	12%
18	Graine Sesame	12%
19	Concombre	11%
20	Pomme de terre	11%
21	Poivron	11%
22	Poivre Noir	11%
23	Fromage	11%
24	Ciboulette	10%
25	Carotte	10%
26	Mayonnaise	9%
27	Bouillon	9%
28	Chocolat	8%
29	Persil	8%
30	Huile Sesame	7%

Ingrédients stars :

- Le sucre est partout;
- Le piment est également un dénominateur commun aux recettes populaires;
- La volaille comme protéine animale principale pour résonner largement.

Les spécificités asiatiques :

- Les sauces remplacent les produits laitiers comme vecteur de goût;
- Les éléments du triptyque Sauce soja / Riz / Nouilles composent la majorité des recettes;
- Le fromage très peu présent.



Top Thématiques des Plats



Thématiques plébiscitées:

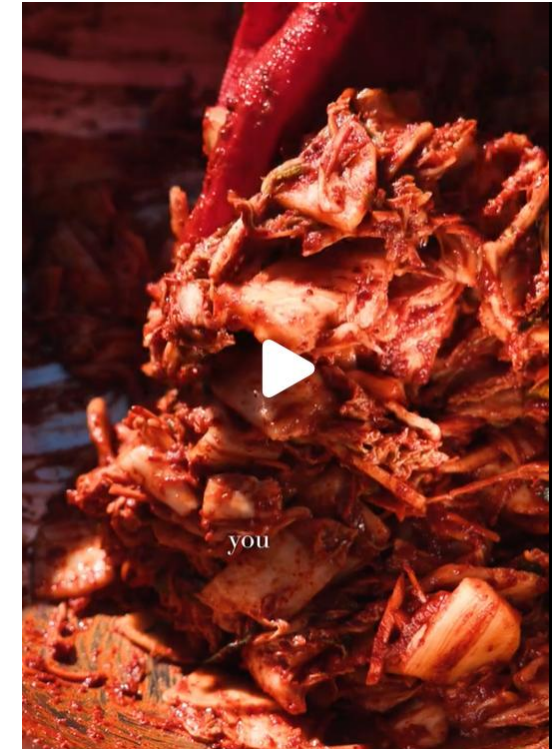


Les spécificités asiatiques:

La **quasi-absence de « junk-food »** est spécifique à l'Asie. Bien que **l'utilisation du sucre soit importante**, **l'absence de fromage** contraste avec les autres régions du monde.

Les **recettes de tradition** (bowls chauds base riz ou nouilles ou kimchi) sont toujours les plus plébiscitées avec une **persistance de la street-food** ... traditionnelle également!

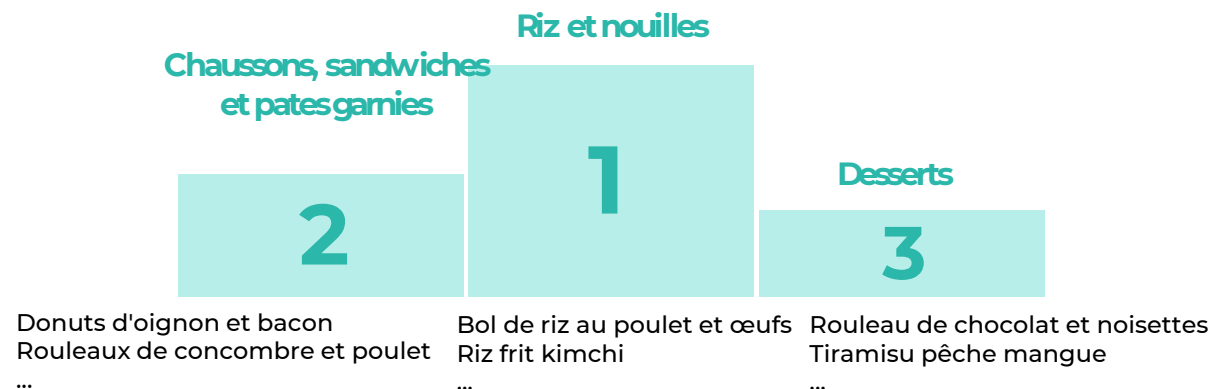
→ La **rapidité d'exécution gagne du terrain** bien qu'elle soit un critère moins important qu'ailleurs dans le monde.



Top Typologie de plats



Typologies plébiscitées :



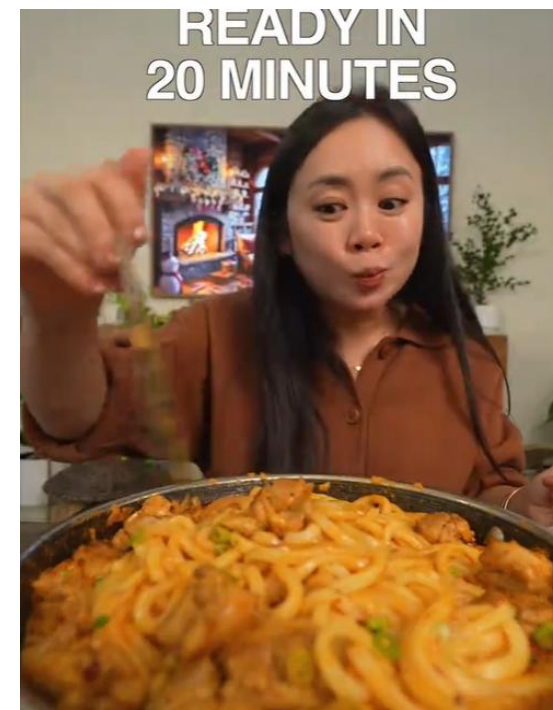
Les spécificités asiatiques :

Les produits « **street food** » et « finger food » sont autant plébiscités que les **plats de tradition**;

Peu de végétarien;

Les **plats fusion** (pizza, burger...) sont **rare**s et essentiellement américanisés.

→ **Peu d'adhésion** pour la cuisine **fusion** et une **grande popularité des plats traditionnels** chauds. La **friture** comme marqueur géographique fort.



Formats de vidéo



Les piliers des vidéos qui résonnent :



PAS NÉCESSAIREMENT
COURT

Jusqu'à 3min



TECHNIQUE PROFESSIONNELLE



CHACUN SON
RYTHME



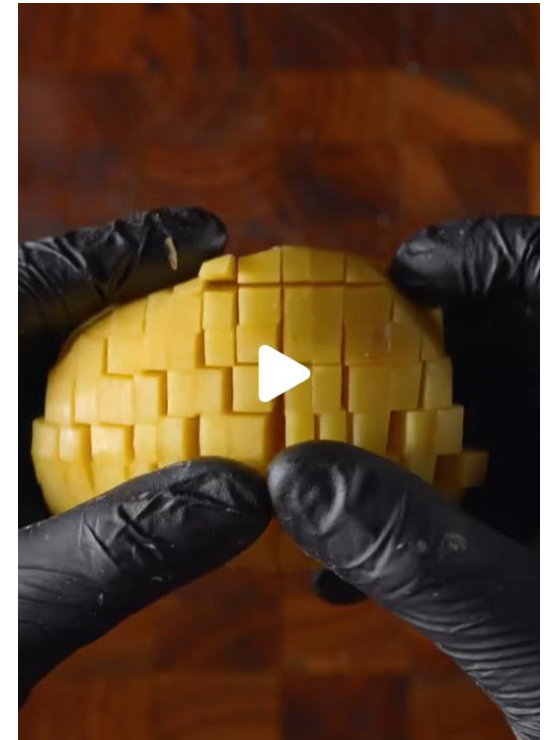
PLURIEL

Les spécificités asiatiques

Peu de mise en scène de l'influenceur lui-même. Vidéos sobres qui vont jusqu'à la désincarnation totale du protagoniste.

Deux formats s'opposent: le **storytelling important** autour de la **tradition**, versus la **déshumanisation des recettes « modernes »**. Les deux avec une grande popularité.

→ **Tradition qui a besoin d'incarnation** et **modernité avec disparition du facteur humain** en Asie...



thezachchoi

Zach Choi · 2025-8-3

Suivre

#tiktokfood #asmr

♪ original sound - Zach Choi

1.3M

1477

100.2K





EN SYNTHÈSE

QU'EST CE QUI CRÉE DE L'ENGAGEMENT ?

Utilisation de **produits bruts + aides culinaires** : le besoin de cuisiner est toujours présent malgré un besoin de rapidité d'exécution.

Le riz et les nouilles **restent la base principale des recettes**. La friture est omniprésente. Peu de fusions culturelles **dans les tops trends**. Seuls les **desserts traditionnels US** sont largement plébiscités.

→ L'Asie devient un **moteur d'innovation produit**, particulièrement pour les **snacks frits**, la **street-food modernisée**, les **formats faciles à reproduire industriellement**



Synthèse des insights

S2 2025

Les ingrédients et recettes à pousser

#1



- Préparations et aides culinaires : marinades, sauces, mélange d'épices.
- Kimchi & sauces asiatiques à tester dans des snacks / fusion occidentaux
- Bowls protéinés à base de légumes ou féculent + protéine.
- Les variétés de fromage fondant.
- Les snacks / finger food chauds.
- Les desserts gourmands mais d'assemblage comme le tiramisu (par opposition à la pâtisserie)

La combinaison fromage + croustillant + snack chaud
est le principal top trend en France, Europe et Amérique du Nord.

Recommandations

opérationnelles (différences Vs S1)

#2



- **L'Amérique du Nord domine** encore plus (2,3 millions de like au cumul) partagé avec l'Asie avec la recette la plus likée. L'Europe et la France joue un rôle créatif et culturel avec les recettes traditionnelles, mais moins moteurs.
- Le Healthy laisse encore plus sa place au lâcher prise : moins dans la règle de priorité actuelle et moins bien récompensé par les réseaux sociaux.
- Encore plus de produits chauds et « friture compatible » et moins d'utilisation de l'air fryer qu'au premier semestre.
- Au premier semestre, on identifie bien l'accent sur praticité, rapidité, équilibre plaisir/santé alors qu'au second semestre, il s'agit plus de texture visible, d'excès assumé, de gratification immédiate avec une praticité toujours en top trend.
- Quasi-disparition des recettes levantines.

La viralité mondiale reste gouvernée par le plaisir immédiat et moins par la nutrition mais n'empêche pas de rester sensible à la transparence.

Les formats à adapter

et les opportunités de viralité

#3

- Fusion Tex-Mex / Asia / Sud-Amérique à expérimenter sur toutes zones .
- Utilisation de préparations pour accélérer la recette.
- La tradition revisitée et le storytelling autour de la recette. Le ton peut être humoristique, nostalgique, expert...
- Challenges vidéo (cheese pull, ultra crispy, épices ultra fortes) .
- Incarnation d'un personnage primordial. Format court, ultra-rythmé et visuel.

Les formats ultra garnis, la perception de satiété et la promesse de lâcher prise **sont gage de viralité sur tous les continents.**





- Partir à la découverte de lieux de restauration qui mettent en avant ces ingrédients, en particulier sur les tendances ethniques.
- Proposer des aides culinaires et produits semi-finis qui permettent de produire une cuisine d'assemblage gourmande et « sexy ».
- Proposer une ou plusieurs options ultra gourmandes et régressives qui sont un fort levier de communication.
- Choisir son camp et pousser le curseur à fond :
 - « Tradition » vs « Healthy » vs « Pornfoön »
 - « Facile à faire à la maison » vs « Vend du rêve »

Le plaisir visuel immédiat et la promesse de récompense d'un snack chaud réconfortant est la clé sur les réseaux.

Recommandations

opérationnelles : projections possibles

#5

- Le niveau de « regressivité » à probablement atteint son pic : « Honey BBQ Mac N Cheese »;
- L'Asie et l'hybridation culturelle (mélange de recettes de plusieurs cultures) devrait continuer de se développer (avec le Kimchi et les sauces en base : « Hot dog roulé aux spaghettis dans un tacos »;
- Cette hybridation va remplacer la simple fusion avec des recettes plus lisibles et compatibles en retail ou en restauration : taco sandwich, bowl snackés, crevettes panées au Lay's...
- La revalorisation des classiques se conforte en opposition à la mondialisation des snacks, même s'ils sont parfois formatés pour le snacking : « Le flan vanille revisité ».

À l'échelle mondiale, l'alimentation sociale entre dans une phase de maturité où la viralité ne repose plus sur la nouveauté pure mais sur la combinaison de ces potentielles évolutions.





Perspectives de l'outil

S1 2026

Proposer un outil fiable et puissant de pilotage stratégique et d'aide à la décision

Pour la prochaine édition :

enrichir pour élargir la vision



Zones géographiques

France
Europe
Amérique du Sud
Amérique du Nord
Asie
+
Afrique
Océanie
Moyen Orient



Panel

Aujourd'hui :
29 influenceurs

Demain :
170 influenceurs



Recettes

Aujourd'hui:
Lecture de l'exhaustivité
des recettes de nos 29
influenceurs + focus sur
leurs 5 plus gros succès
sur la période

Demain:
Lecture des **top 100**
recettes par zone
géographique + focus sur
le **top 20 régional** sur la
période



Et toujours...

Veille mondiale actualisée
en continu
Sélection experte et
synthèse claire
Détection anticipée des
ingrédients et recettes à
succès
Inspiration visuelle et
opérationnelle
Gain de temps et
industrialisation de la
veille



Nicolas NOUCHI : 06.98.90.42.01

www.strategieat.fr

[Rejoignez notre blog & inscrivez vous !](#)