

[What's Insight ?] Episode #26 Le champignon : cet ingrédient hybride aux multiples bénéfiques

Hello à tous ! Il y a des chances que vous soyez en pause-café, en voiture ou à la maison, vous avez peut-être dix petites minutes devant vous. Ça tombe bien, c'est juste le temps qu'il nous faut pour parler d'une tendance. C'est la nouvelle pastille « What's Insight ? » du podcast Vibration by Dynvibe.

[Pierre] : Salut Mialy ! Je suis très content d'être avec toi aujourd'hui parce qu'on va parler d'un sujet qui a piqué ma curiosité. Ce sont les champignons et c'est vrai que dernièrement chez Dynvibe, c'est un sujet qu'on voit pas mal revenir dans nos études. Notamment dans tout ce qui est la nourriture ou même dans les ingrédients de produits de beauté. Mais du coup, ces champignons dont tout le monde parle, c'est quoi au juste ? Est-ce que tu peux nous en dire un peu plus ?

[Mialy] : Je suis super content d'être là avec toi aujourd'hui pour parler des champignons. Alors les champignons c'est quoi ? Déjà il faut savoir que ce n'est pas un végétal, en fait. C'est même un royaume à part entière. Selon la science, on voit même qu'ils sont plus proches de nous qu'ils le sont des plantes.

Champignons c'est un terme qu'on utilise un peu comme ça, mais en réalité, ce n'est pas le terme propre, on dit plutôt « fungus ». Le « fungus » c'est l'ensemble, le champignon c'est juste l'organe reproductif que tu veux avoir dans les champs, dans ton assiette. Mais la réalité c'est que le fungus, l'entièreté, c'est surtout un réseau de racines que tu vas retrouver généralement sous terre.

[Pierre] : D'accord, mais du coup, qu'est-ce qui provoque un tel engouement pour ces champignons ?

[Mialy] : Alors, si on regarde déjà historiquement, il y a une énorme utilisation médicale des champignons. Tu sais la pénicilline c'est dérivé des champignons. On a aussi en ce moment de plus en plus de recherches scientifiques qui sont portées sur les champignons psychédéliques pour une utilisation de ces substances pour des bienfaits pour les troubles mentaux, notamment la dépression, l'addiction etc...

[Pierre] : D'accord, donc c'est pas mal utilisé dans le domaine de la santé, mais est-ce qu'il y a d'autres domaines où on les utilise aussi ?

[Mialy] : Bien sûr. Alors déjà, parlons d'inspiration. Si je te dis champignons, tu vas probablement penser aux années 70. Billie Eilish et Nike ont récemment collaboré pour sortir une nouvelle paire de chaussures, un remake d'Air Force One cette fois-ci avec une « couleur mushroom » comme ils l'appellent. Puis il y a aussi Sandra Burton, la directrice créative de la marque Alexander McQueen, qui a récemment sorti une collection inspirée des champignons.

Là c'est la fashion, mais si tu regardes chez les consommateurs, beaucoup de choses se passent. Il y a d'énormes communautés de mycophile, « myco » ça ramène au mycète qui est la racine du champignon. Ce sont des gens qui sont super fan des champignons. Tu vas avoir des groupes avec des centaines de milliers de membres sur Facebook, sur Reddit, etc. Ils vont montrer des photos de leur récolte et des champignons qu'ils sont en train de cultiver. Chez eux, ils vont montrer des recettes de cuisine parce qu'il ne faut pas oublier qu'il y en a qui ne se mangent. Pas tous, mais ils peuvent être très bons.

[Pierre] : Mais du coup, qu'est-ce que les consommateurs recherchent exactement dans ces champignons ? Pourquoi tu penses qu'il y a un tel intérêt pour ces derniers ?

[Mialy] : Il y a le côté naturel, évidemment, qui ressort beaucoup avec les champignons. Mais en fait, quand on regarde les champignons, il y a toute une histoire d'utilisation de l'immunité. Alors déjà si tu vas sur Tik Tok, il y a le hashtag « médical mushroom », qui a 3,5M de vues. On retrouve dessus des champignons qui ont déjà été utilisés dans la médecine traditionnelle, comme la médecine traditionnelle chinoise. Ils en ont fait très bien usage et on essaie d'apprendre de tout ça.

C'est grâce à ça que les champignons jouissent d'une super réputation, comme un super complément alimentaire qui est génial pour la santé. De quels champignons on parle ? Il y a le chaga, reishi qu'on appelle aussi le champignon de l'immortalité. On a la crinière de lion, très beau nom ! Également le cordyceps, celui-là c'est un champignon assez fascinant que je t'invite à regarder. Et il y a beaucoup de propriétés qu'on va associer à ces champignons-là.

La première qui ressort le plus, c'est booster le système immunitaire. Si tu regardes sur Google Trends « champignon » ou quelque chose comme ça, tu verras que, au moment où il y avait le COVID il y avait eu un pic de recherche par rapport aux champignons, parce qu'ils sont censés booster le système immunitaire. Puis il y a, au-delà de tout ça, des mentions anti-cancer, anti-stress, anti-inflammation anti-âge, il y a aussi boost d'énergie. C'est censé aider pour la concentration et encore beaucoup d'autres. Alors ça, c'est ce que les consommateurs disent, mais même d'un point de vue scientifique, c'est encore partagé je vais dire, mais on a quand même de bonnes pistes pour justifier tout ça.

[Pierre] : Je me pose la question du côté des marques, est ce qu'on a beaucoup de marques qui en utilisent, qui prennent le parti de les mettre en avant dans leur produit ? Qu'en est-il de ce côté-là ?

[Mialy] : Évidemment, les marques ont bien remarqué qu'il y avait comme un certain engouement vers les champignons. Je vais commencer avec la marque « drink renude ». Ce qui est surtout intéressant avec cette marque c'est qu'elle a été promue par Kourtney Kardashian. Alors promu, c'est peut-être un terme très fort, mais en fait il y a une trend que tu vas voir en ce moment sur Tik Tok, Twitter, Instagram qui s'appelle le « Chagaccino ». Comme le champignon « Chaga » et « Chino » comme cappuccino. Pourquoi ? Parce que Kourtney Kardashian a dit qu'elle en buvait, elle a partagé sa recette (poudre de chaga, quelques cuillères de cacao en poudre un peu de cannelle, de la stévia ou du fruit de moine pour sucrer). On a également le lait végétal aussi.

Pour toujours garder ça plutôt végétal, plutôt végan, ça peut être de la noix de macadamia. Et quand elle utilise cette marque « drink renude » elle dit en tout cas qu'elle attend des bénéfices santé et gestion de stress qui, comme je l'avais dit tout à l'heure, sont mis en avant par les consommateurs.

Mais il y a aussi des avantages que ce breuvage présente vis à vis du café notamment. Il ne va pas avoir les effets secondaires du café, il ne va pas déranger l'estomac comme certaines personnes peuvent le subir et il y aura aussi des bénéfices beauté. Comme avoir une plus belle peau ou de plus beaux cheveux.

Pourquoi cela remplace le café, parce qu'ils s'attendent à ce que ça les aide à mieux se concentrer. Je peux te parler aujourd'hui d'Origines qui est une marque de skincare/beauté. Ils ont une gamme « méga mushroom » avec dans les ingrédients, entre autres, les champignons « hachis chaga » qui, selon ce qu'ils disent en tout cas sur leurs claims, ont une propriété calmante et anti-irritation. Pour ça, ces champignons effectivement ont une assez bonne réputation.

Puis, on voit aussi qu'il y a un autre champignon qui est en train d'émerger en skin care. On a le champignon neige où « snow mushroom », qui commence à apparaître aux US et ça on l'a appris notamment avec notre étude syndiquée Next Star ingrédients. Donc je t'invite à la regarder si tu veux en savoir plus. Mais, ce qui est super intéressant, c'est que quand les gens en parlent, il y a beaucoup d'enthousiasme pour le champignon. Il n'y a pas beaucoup de conversations, mais le peu qui en parle marque un signal émergent fort. Ils en parlent avec beaucoup d'enthousiasme et pourquoi ? Parce qu'ils vont associer des propriétés hydratantes et ils vont même dire que c'est supérieur à celle de l'acide hyaluronique, qui est pourtant quand même un classique pour l'hydratation.

[Pierre] : C'est super intéressant comme sujet et du coup je lirai cette étude dont tu m'as parlé. Et je me demandais, est-ce que tu as d'autres exemples de marques qui utilisent ces champignons ?

[Mialy] : Alors j'ai un exemple que j'aime beaucoup personnellement, c'est la marque « Four Sigmatic ». C'est une marque qui va vendre des cafés solubles avec des extraits de champignon dedans. Mais, ce qu'ils vont surtout mettre en avant, ce sont les champignons qu'ils vont utiliser comme des compléments alimentaires. Et ce qui est super surprenant avec cette marque, c'est qu'ils ont lancé il y a quelques temps un produit hybride beauté et food. C'est assez anecdotique en fait, c'est un masque qui peut à la fois s'appliquer sur le visage comme un masque normal, mais aussi qui peut être mélangé avec un liquide chaud pour être bu. Et, évidemment, les champignons font parties des ingrédients clés, entre autres, avec d'autres adaptogènes.

[Pierre] : Je vois. Je n'aurais jamais pensé qu'on pouvait avoir un produit comme ça, un peu hybride, c'est pas mal du tout. Est-ce que tu penses que cette tendance autour des champignons va s'amplifier par la suite ? Continuer à grandir ?

[Mialy] : Je pense que, d'un point de vue consommateur, il y a tous les feux verts pour dire que ça va continuer à grandir. Et même d'un point de vue scientifique, on a des enthousiastes, on a une communauté scientifique qui veut continuer à investir dans la recherche autour de ces champignons, que ce soit dans le médical ou dans la santé mentale ou même peut être au-delà. On sait aujourd'hui comme je te l'avais dit que c'est un royaume à part et on a encore énormément à apprendre.

En sachant quand même que par exemple la pénicilline, c'est quelque chose qui a vraiment révolutionné la médecine, il y a vraiment intérêt à regarder tout ça, à continuer. C'est un aliment assez fascinant, que ce soit par exemple pour la cuisine. Il y a des champignons qui sont très surprenants en termes de goût. Par exemple, un champignon qui est très utilisé en Corée, je pense que c'est la crinière de lion, qui est censé avoir le goût de crevette quand on le cuit. Donc c'est quand même assez particulier.

[Pierre] : Et j'avais une dernière question, de ton point de vue d'expert Dynvibe, qu'est-ce que toi tu conseillerais du coup aujourd'hui aux marques qui n'utilisent pas du tout les champignons ou qui ne les mettent pas spécialement en avant ? Puisque tu as cité pas mal d'exemples de marques justement qui prenaient le parti d'en parler, de les utiliser. Du coup toi, tu conseillerais quoi aux marques qui ne le font pas encore aujourd'hui ou qui sont un peu frileuse à l'idée de se lancer ?

[Mialy] : Il faut déjà commencer par savoir de quelle industrie on parle. Si on parle par exemple de l'industrie de l'alimentation, du food, des boissons, on voit que les champignons comme super compléments alimentaires, ça marche très bien. Les gens sont super intéressés. C'est un ingrédient qui peut être intégré aux recettes pour ajouter un bénéfice santé ou autre.

Puis si on regarde l'industrie de la beauté, pareil, il y a beaucoup de bénéfices qui sont associés à la beauté. Là, on voit déjà quelques champignons qui ressortent donc faut pas hésiter à commencer à creuser avec ces champignons. Il ne faut pas aussi hésiter à regarder un peu plus loin pour voir ce qui peut être fait avec d'autres champignons. Il y a tellement d'autres champignons qui sont également super intéressants.

Et pour les gens qui sont un peu plus innovateurs, il y a aussi le pas entre les deux, entre l'industrie de l'alimentation et de la beauté comme « Four Sigmatic » a pu le faire, où on peut créer un produit qui est hybride. Qui est à la fois un produit qui peut être consommé ou qui peut être appliqué sur la peau et qui va offrir des bénéfices sur ces deux points.

[Pierre] : Merci Mialy pour toutes ces explications, c'était super intéressant. Je suis sûr qu'aujourd'hui tout le monde en a appris un peu plus sur ces fameux champignons. Ça m'a fait très plaisir de pouvoir discuter de ce sujet avec toi. Merci beaucoup pour toutes tes connaissances, c'était très instructif.

Chez Dynvibe, nous n'avons pas de boule de cristal, mais nous avons développé une plateforme basée sur l'IA, Dynvibe DETECT, qui identifie et évalue les signaux qui façonneront le marché de demain.

Pour en savoir plus sur Dynvibe, retrouvez-nous sur www.dynvibe.com ou sur notre page LinkedIn.

Et si vous avez aimé cet épisode, partagez-le avec vos amis et votre réseau !

Vous pouvez aussi soutenir ce podcast en vous abonnant sur la plateforme de votre choix et en laissant un commentaire et des étoiles sur Apple Podcasts.

Cet épisode a été produit par le studio Encore Encore, réalisé par Chloé Wibaux et Capucine Lebot.