

sommaire

édito

L'esprit d'innovation du secteur agro-alimentaire est toujours bouillonnant :

qu'il s'agisse de produire des protéines d'insectes, ou de mettre au point des emballages révolutionnaires, tout le secteur est à pied d'œuvre !

Pour accompagner ces évolutions, ASSISQUAL vous donne les outils de votre développement. Gestion de la qualité et recherche de produits nouveaux nous entraînent toujours plus loin !

Nous étendons nos zones de compétence en Pologne, mais aussi en Suède, Autriche ou Slovénie. Nous franchissons aussi les continents : Etats-Unis, Australie, Thaïlande !

Posez-nous les défis les plus fous : nous tenterons d'y répondre avec le sérieux qui est notre ADN !

Bonne lecture de notre lettre N°35 !

Christian FLAMERY

contact@assisqual.fr
01 60 72 76 54

🔍 **Innovations et nouvelles tendances dans l'agro-alimentaire**

- La fontaine à yaourts de YéO
- Le champagne Krug crée un lien personnalisé avec ses bouteilles sur Twitter
- LSDH : jus de fruits et soja
- La noix de coco devient gourmandise
- Décathlon lance un bidon « double boissons »
- Les M&M's « en boîte » sur le marché français
- Heineken se lance dans les bières artisanales et régionales
- Les nouveautés du salon «Packaging Innovations»

🔍 **Amélioration de la qualité**

- Le logiciel de microbiologie prévisionnelle, Sym'Previus, fait peau neuve
- L'étiquetage de l'origine des viandes ingrédients revient au centre des débats
- Vitagora gagne le Gold Label
- L'Iteipmai recherche des solutions pour des vins sans sulfites
- CFIA 2016 : les emballages de demain ?

🔍 **Alimentation et santé**

- L'Efsa favorable au lait traité par UV
- L'Efsa en faveur d'une introduction d'édulcorant dans les aliments médicaux infantiles
- Ynsect implante sa première raffinerie d'insectes à Dole
- Contact alimentaire : des lacunes dans la réglementation
- Le bio franchit un nouveau cap

🔍 **Agroalimentaire et Société**

- Loi sur l'alimentation bio et locale dans les cantines publiques adoptée

🔍 **Et encore...**

- Arrêté du 9 mai 2006 consolidé relatif aux nutriments pouvant être employés dans la fabrication des compléments alimentaires
- Règlement d'exécution (UE) de la Commission européenne du 8 février 2016 fixant les conditions particulières applicables à l'importation de denrées alimentaires originaires de l'Inde contenant des feuilles de bétel (Piper betle) ou consistant en de telles feuilles, et modifiant le règlement (CE) n° 669/2009.
- Le salon MDD Expo les 30 et 31 mars 2016





Innovations et nouvelles tendances dans l'agro-alimentaire

La fontaine à yaourts de YéO

Pour le Grand Prix de l'Innovation PME d'Intermarché, près de 100 PME ont présenté des « produits innovants » en exclusivité. Le jury a élu dix produits reconnus comme les meilleures innovations, dont la fontaine à yaourt de YéO. La fontaine à yaourt garantit un yaourt frais jusqu'à 7 jours après ouverture.

Cette fontaine à yaourt consiste en un sachet en plastique souple de type Doypack muni d'un robinet. Sa contenance d'1,5 kg équivaut à 8 à 10 yaourts selon le fabricant. Au-delà du contenant, inédit dans ce rayon ultra-frais pour du yaourt, le contenu se veut également qualitatif car il s'agit d'un yaourt à boire additionné de fraises mixées.

YéO, filiale de Sodiaal Union, est spécialisée dans la conception et la production de yaourts et de crème fraîche. Avec un chiffre d'affaires de 65 millions d'euros en 2015 et un effectif de 60 salariés, cette société du Sud-Ouest est devenue un intervenant majeur du marché des yaourts à marques de distributeurs, notamment en bio.

Le champagne Krug crée un lien personnalisé avec ses bouteilles sur Twitter

La maison de champagne Krug imprime un code à six chiffres sur la contre-étiquette de chacune de ses bouteilles, l'iD. Une fois entré dans l'application Krug d'un smartphone, ce code permet de découvrir l'histoire particulière qui se cache derrière chaque bouteille (son élaboration, sa création, détails sur les années qui la composent, etc.) livrée par Eric Lebel, le chef de cave de la Maison Krug.

L'application permet également au consommateur de noter ses impressions sur chaque champagne dégusté et de les partager avec d'autres amateurs de Krug, de découvrir des accords mets/champagne ou de savoir combien de temps conserver sa bouteille.

« Une étude approfondie des usages de cet iD dans l'univers digital nous a montré que bien souvent, les consommateurs dégustant une bouteille de Krug partagent leur expérience sur les réseaux sociaux, et plus particulièrement sur Twitter », indique la direction marketing de Krug. Cet outil s'inscrit dans la tendance à la personnalisation et à la digitalisation des emballages qui monte en force et prend des formes de plus en plus variées sur le marché.

LSDH : jus de fruits et soja

Depuis janvier, LSDH propose une nouvelle boisson pasteurisée, qui allie lait de soja et jus de fruits. Pour créer Fruits&Soja, la société est partie de deux constats : la gourmandise guide les consommateurs pour leurs achats et les boissons végétales sont en forte progression. Elle a donc eu l'idée de fusionner ces deux tendances en un seul produit à la texture veloutée. Fruits&Soja n'existe pour le moment que sous une seule référence : orange/pêche/abricot.

La société n'a pas eu besoin d'arôme masquant pour ce produit, car le goût des fruits domine, étant en plus forte proportion. Au niveau de la liste d'ingrédients, on retrouve de l'eau, du jus de fruits à base de concentrés 30% (orange : 15%, pêche : 7,5% et abricot : 7,5%), du jus de soja 19,6% (eau, graines de soja 8%), du sucre, de la pectine, des arômes, du bêta-carotène pour la couleur et de l'acide citrique.

« Le taux de protéines de ce nouveau produit est plus faible qu'une boisson au soja. Mais notre objectif est de démocratiser le soja et de recruter de nouveaux consommateurs donc de répondre à des attentes basées sur le goût plus que sur la teneur en protéines », explique Mélanie Potau, chargée de communication chez LSDH.

Fruits&Soja a remporté le grand prix innovation PME Intermarché et n'est donc pour l'instant référencé que dans cette enseigne.



La noix de coco devient gourmandise

Moins médiatisé que le sans gluten, le sans lactose s'implante aussi dans les habitudes alimentaires. Les laits végétaux se développent, ainsi que les « cogurts », des alternatives aux desserts lactés à base de lait de coco. CoYo au Royaume-Uni et The Coconut Collaborative ont fait le pari des yaourts et glaces au lait de coco. Elles communiquent sur le sans lactose, le sans gluten et le sans produit animal, avec un focus sur le développement durable et le côté naturel et végétal du produit.

The Coconut Collaborative lance deux nouveaux desserts axés « gourmandise » : un riz au lait de coco et des petits pots au chocolat.

Les nouveaux produits de la gamme ont misé sur des recettes plus riches. Les deux recettes contiennent de la crème de coco (22-24 % de matières grasses, contre 17-18 % pour le lait de coco), riche en acide laurique. Cet acide gras saturé à chaîne moyenne fait l'objet d'une communication particulière : d'après l'entreprise, ces matières grasses ne sont pas stockées dans le corps mais directement transformées en énergie.

Les « yaourts » et le riz au lait de coco (125 g) sont fabriqués en France par la Laiterie Collet à Renaison (42) et les pots au chocolat (45 g) en Belgique par Eurodesserts. The Coconut Collaborative et Partifizz réfléchissent également à développer la référence « yaourt » nature dans des conditionnements familiaux (350 g) ou pour la restauration (1 ou 5 kg).

The Coconut Collaborative a été créé en 2014 au Royaume-Uni par James Averdieck, fondateur de Gü, et Steve Bessant, expert en nutrition, qui avait lancé une première marque de « yaourts » au lait de coco.

Décathlon lance un bidon « double boissons »

Le Double Use System de Décathlon consiste à intégrer une poche de boisson isotonique à l'intérieur d'une gourde. Le sportif, en tournant le bouchon et en tirant dessus, peut choisir de ne boire que de l'eau ou bien un mélange d'eau et de boisson isotonique.

Epoca Products a développé une poche souple qui s'intègre dans le système de bidon à double usage breveté par Décathlon qui sortira sur le marché au printemps 2016. Le concept de cette gourde Aptonia, munie du Double Use System, a gagné l'Innovation Awards de l'enseigne spécialisée en 2015.

Son principe : lorsque le bouchon est en position haute, il libère le contenu du Doypack (à savoir la solution isotonique) mélangé à de l'eau (trois dosages sont possibles en tournant la molette à la base du bouchon). En position basse, le bouchon ne libère que de l'eau..

Les M&M's « en boîte » sur le marché français

Le groupe Mars a choisi la France pour lancer, en avril, des M&M's conditionnés en boîte ronde en plastique. Ce sera une des principales innovations du rayon chocolat-confiserie en ce début d'année 2016. « La France sera le quatrième pays au monde et le premier en Europe à commercialiser ce nouveau conditionnement, après le Canada, la Chine et les Etats-Unis », a détaillé Tom Leemans, PDG de Mars Chocolat France.

Avec cette innovation et un plan d'investissements médias massif, le groupe entend doper le rayon du chocolat en grandes surfaces, qui pèse 3,1 milliards d'euros selon Nielsen.

« Notre ambition est de porter la croissance en valeur du marché à 3 % en moyenne chaque année, contre 1,5 % sur les cinq dernières années », a affirmé le PDG. Car le marché français du chocolat semble avoir encore un large potentiel de développement. « Avec 4,4 kg de chocolat consommé par an, les Français sont encore loin derrière leurs voisins européens », a souligné Tom Leemans.

En Europe, la consommation moyenne se situe à 4,7 kg par habitant, avec des pointes à 5,4 kg pour la Belgique et 8,3 kg pour l'Allemagne. Mais le champion toute catégorie reste la Suisse avec 9,3 kg consommé par habitant et par an. La fabrication de cette « box » pour le marché français devrait s'effectuer en deux étapes : les M&M's seront fabriqués sur le site français d'Haguenau (Alsace), le plus grand site européen du groupe pour les M&M's, tandis que le conditionnement s'effectuera dans l'usine de Veghel (Pays-Bas).



Heineken se lance dans les bières artisanales et régionales

Au vu du succès des bières de spécialités et des blondes, brunes et rousses vendues individuellement dans les caves à bière des supermarchés, Heineken, premier fabricant de bières en France en volumes revoit sa gamme. Le groupe s'appuie, pour cela, sur son ancrage dans le Nord (à Mons-en-Barœul), en Alsace à Schiltigheim et dans le Sud à Marseille pour relancer des marques à l'identité régionale : « Pélican » (emblème de la marque Pelforth très populaire dans le Nord), « Ancre » et « la Phénicienne ».

En Alsace, la marque Fischer va une nouvelle fois être relookée et déclinée : en plus de « Tradition », « Dorelei » et « le brassin de Noël Männele », la marque signe la « Fischer La Belle Mira » à base de mirabelles (pour conquérir la Lorraine).

Heineken lance aussi en France deux bières de dégustation belges tirées du portefeuille d'Alken-Maes (filiale du géant vert) : la « Judas » et la « Ciney ». Egalement venue de Belgique, la Mort Subite d'Alken-Maes (un temps distribuée par IBB en France) revient dans le portefeuille d'Heineken. Deux références vont être poussées commercialement dans les cafés-hôtels-restaurants : la « Kriek lambic » à la cerise et la blanche « Witte Lambic ».

Ces lancements font écho à une statistique publiée récemment par Heineken selon laquelle 61 % des Français estiment que la bière est « tendance ». « Gagner sur le marché de la bière, c'est innover avec succès », commente Pascal Sabrié, président d'Heineken France.

Les nouveautés du salon « Packaging Innovations »

Le salon « Packaging Innovations » a eu lieu les 24 et 25 février 2016 à Birmingham. Des fabricants internationaux ont présenté les dernières tendances et innovations en matière d'impression, d'emballages durables, de matériaux, de design, de machines, d'équipements, etc.

Voici les produits les plus remarquables :

● Une étiquette Coca-Cola en forme de nœud-cadeau

Ce système d'étiquette laminée métallisée permet de réaliser un nœud-cadeau en tirant sur une languette révélée lorsque le consommateur ou le distributeur enlève une partie de l'étiquette d'origine. Ceci a été inventé par Pulse Flexible Packaging en partenariat avec Eshuis pour certaines opérations de perforation.

● Un zip aux sensations sonores et tactiles

Lancé au dernier trimestre 2015 par le distributeur de films Plasfilms, le Senzo Zip est une fermeture à glissière refermable qui fournit à la fois le son et la sensation tactile lors de la fermeture. Ce produit est issu de la gamme Sanzip du japonais C.I. Kasei (CIK). Fabriqué en PEBD (Polyéthylène basse densité), ce zip existe en deux ou trois rails et dispose d'une forte résistance à l'ouverture en interne mais d'une facilité d'ouverture depuis l'extérieur.

● Un plateau de catering aérien haut de gamme

Qualvis a présenté un plateau destiné au catering aérien conçu pour donner une impression de cadeau à ses utilisateurs. Il est entièrement recyclable et imprimé avec des encres à faible migration pour assurer la compatibilité alimentaire. Les compagnies aériennes ont la possibilité de le personnaliser à leur marque et de disposer de finitions haut de gamme.

● Un carton anti-graisse apte au contact alimentaire

Castle-Colour a présenté le Panna-Pack, un carton barrière aux graisses qui prévient la décoloration et la saturation du papier par les matières grasses. Celui-ci est apte au contact alimentaire avec, par exemple, des produits de boulangerie. Il est disponible en deux versions : «rustique» et «glacé».



● Un bouchon qui évite la fraude et les erreurs de manipulation

Le bouchon Aperture Irremovable Cap apporte une solution bon marché de contrôle des flacons distributeurs de liquides ou produits pâteux. Par sa nature inamovible, il empêche une utilisation abusive de produit, le vol, la contamination, le gaspillage et la mauvaise manipulation des liquides. Habituellement, ces distributeurs disposent, en effet, d'un bouchon amovible qui donne accès directement au produit. Ici, le bouchon est fixe. Seule la tige sur laquelle est fixé le bouton poussoir du distributeur est amovible et se coulisse dans l'ouverture du bouchon. Applications possibles : boissons, fûts, sirops, etc.

● Des boîtes en poudre de roche

Le « film de pierre » de Seufert est fabriqué à 100 % à partir de déchets et de matières recyclables. Il contient jusqu'à 60 - 80% de poudre de roche (carbonate de calcium). Les 20 à 40 % restants sont issus de polyéthylène recyclé. Seufert fabrique des boîtes pliantes à partir de ce film de pierre.

Ce matériau blanc, aussi stable que le film de PET utilisé habituellement, peut être décoré en impression offset et en sérigraphie. Il peut être découpé, collé et soudé.

● Des sacs qui se transforment en chiffon

Les sacs à provisions Ragbags de Metropak sont réutilisables et spécialement conçus pour remplir le rôle de chiffons en seconde vie. Ils sont fabriqués à partir de tissu à base de bio-cellulose / coton non-tissé. Ces matériaux sont à la fois super-absorbants et certifiés compostables. Le coton est recyclé à partir de T-shirts. Un Ragbag peut absorber 8,4 fois plus de liquide qu'une serviette en papier standard. Metropak a passé plus de trois ans à développer ces sacs selon un procédé qu'il a breveté.

Amélioration de la qualité

Le logiciel de microbiologie prévisionnelle, Sym'Previus, fait peau neuve

Depuis une quinzaine d'années, le logiciel en ligne Sym'Previus, issu d'un projet de recherche mené en France entre 1999 et 2003, est devenu un outil de référence dans le domaine de la microbiologie prévisionnelle, notamment pour tout ce qui relève de la formulation et de la détermination de la durée de vie des produits alimentaires. La cellule opérationnelle d'Adria Développement, qui héberge le logiciel depuis 2005, procède depuis deux ans à des ajustements pour moderniser l'outil.

En termes de contenu scientifique, l'évaluation des risques réalisée dans le cadre de la démarche HACCP, se fait à présent de manière quantitative, et non plus de façon plus qualitative. Un nouveau module qui prend en compte les variabilités telles que la température et le pH a également été ajouté.

Vingt-trois espèces microbiennes, soit plus de trente souches, ont également été intégrées au logiciel.

« On retrouve notamment de nouveaux germes d'altération liés au milieu des conserves, suite aux travaux du CTCPA », précise Noémie Desriac. Parmi les autres changements, les valeurs biologiques des pathogènes sont désormais accessibles. « Cela permet aux industriels de modifier ces valeurs en fonction des valeurs références spécifiques à leur production ».

L'étiquetage de l'origine des viandes ingrédients revient au centre des débats

L'UFC Que Choisir a passé au crible les étiquetages de 245 aliments transformés à base de viande (marques nationales et distributeurs) : moins d'un produit sur deux porte la mention du pays d'origine.

Le gouvernement français a donc décidé de redonner de l'élan au projet d'étiqueter la viande utilisée en tant



qu'ingrédient dans les plats transformés. Un projet de décret a été présenté aux représentants de la filière agroalimentaire (éleveurs, industriels et distributeurs).

La France avait introduit dans la loi de mars 2014 relative à la consommation, un article rendant obligatoire l'indication du pays d'origine pour tous les produits transformés à base de viande sous réserve que cette disposition soit déclarée compatible avec le droit européen par la Commission européenne. Difficile de présager du sort de cette nouvelle tentative, mais il y a une forte probabilité qu'elle se heurte à nouveau à l'opposition de la Commission européenne. Celle-ci fonde ses réticences sur un rapport de 2013 qui pointait la complexité et le coût d'application de la mesure.

La France a de son côté les eurodéputés, qui ont adopté en février 2015 une résolution demandant à la Commission d'imposer cette mesure. Une nouvelle résolution du Parlement européen réitérant la demande est en cours d'élaboration.

D'après les résultats, c'est sur les produits de bœuf (plats préparés frais, plats surgelés, boîtes de conserve, plats à conservation ambiante, sauces bolognaises) que l'on trouve le plus d'information avec 70 % des produits étiquetés. Le score tombe à 43 % pour les produits de porc (jambons, rillettes, plats préparés, saucisses de Strasbourg, sandwich au jambon) et à moins de 25 % sur les produits à base de poulet (plats tout préparés, panés et nuggets, sandwiches, blancs de poulet, saucisses de poulet, découpes de poulet cuit). « *Des résultats particulièrement décevants* », juge l'association.

Des marques comme Charal, Le Gaulois, Marie, Zapetti ou Findus étiquettent l'origine sur 100 % de leurs produits examinés. En revanche, l'étiquetage de l'origine est absent des produits Daunat, Sodebo et Père Dodu. Des résultats intermédiaires sont observés pour Bordeaux Chesnel (67%), Herta (50%), Panzani (50%), Fleury Michon (33%) et William Saurin (14%). Quand aux MDD, les résultats sont aussi très contrastés : Intermarché (84%), Carrefour (57%), Système U (48%), Leclerc (33%), Auchan (32%), Casino (24%) et Leader Price (23%).

Ce qui fait dire à l'association que « plus d'un produit sur deux comporte une information lacunaire, empêchant les consommateurs d'avoir une vision claire et complète de l'origine des viandes ».

Vitagora gagne le Gold Label

Vitagora, pôle de compétitivité agroalimentaire de Bourgogne-Franche-Comté et d'Île-de-France, vient d'obtenir le Gold Label. Ce label est décerné par l'European Cluster Excellence Initiative (ECEI). Il n'est détenu aujourd'hui que par 14 des 71 pôles de compétitivité en France et par un total de 50 clusters européens. Il a été mis en place par l'ECEI dans le but de mesurer et d'afficher l'excellence des clusters.

Vitagora a été évalué sur 31 indicateurs portant sur le management interne, l'activité, l'animation de son écosystème, et ses résultats.

Les experts-auditeurs ont souligné notamment l'efficacité du travail accompli en 10 ans par l'équipe du pôle, pour être aujourd'hui un cluster à dimension internationale dont le réseau s'étend de l'Asie à l'Amérique du Nord.

Le Gold label de Vitagora sera valable jusqu'au 31 décembre 2017.

L'iteipmai recherche des solutions pour des vins sans sulfites

Sulfites et anhydride sulfureux (E 220- 228) sont couramment utilisés dans les vins. Ils évitent l'oxydation et la contamination microbiologique, ce qui permet de mieux conserver l'arôme et la couleur des produits. Ils empêchent également la croissance de levures non désirées lors de la deuxième fermentation, en bouteille. Cependant, ces additifs ont une image négative auprès des consommateurs et la tendance actuelle tend à les réduire. De plus, la réglementation impose la mention « contient des sulfites » à partir d'une teneur en SO₂ total supérieure à 10 mg/L.

Dans ce contexte, un segment du vin sans sulfite émerge, à l'instar du vin Naturae de Gérard Bertrand, qui vient d'ailleurs de passer au bio. Beaucoup de travaux de recherches sont également menés pour trouver des alternatives.



L'iteipmai, Institut techniques des plantes aromatiques, médicinales et à parfum, étudie une nouvelle piste : les extraits végétaux.

« *Nous cherchons à substituer tout ou une partie des sulfites dans les vins grâce à des mélanges d'extraits qui sont déjà sur le marché, mais pour d'autres applications. Le but est de sélectionner des groupes de substances aux propriétés antioxydantes, inodores et incolores, qui soient solubles dans l'alcool et dont le coût est compatible avec les exigences industrielles* », explique Denis Bellenot, phytochimiste à l'iteipmai.

Parmi les substances passées à la loupe, les extraits de romarin, riches en acide rosmarinique, pourraient avoir un intérêt. Cette piste n'en est qu'à ses prémices. Dans son réseau, l'Institut a déjà des fabricants d'extraits, il cherche désormais des industriels pour valoriser les recherches. Restera ensuite le cheminement réglementaire afin de faire autoriser les solutions trouvées en tant qu'additifs.

En début d'année, un nouveau concept pour réduire les sulfites a aussi vu le jour en région Pays de la Loire. Il s'agit du kit LB Natural, comprenant trois leviers : une solution de bio-protection à base de levures vivantes à brumiser sur les raisins au moment de la récolte mécanique, un matériel de pulvérisation et un accompagnement technique et œnologique. Le résultat est le fruit du projet « Vers des vins sans sulfite » labellisé par le pôle de compétitivité Végépolys.

CFIA 2016 : les emballages de demain ?

L'édition 2016 du CFIA a mis emballages et conditionnement à l'honneur avec les tendances suivantes :

● allègement des emballages

Beaucoup de fournisseurs sur le salon affichaient des démarches d'allègement à la source ou d'amélioration de la recyclabilité en allant vers des mono-matériaux disposant déjà de filières de tri comme le PET, le PE ou le PP. Le pot SuperLight de RPC Superfos, par exemple, se distingue par sa légèreté. Südpack, de son côté, exposait des films fins pour operculage de 25 microns d'épaisseur seulement. Mondi propose un concept développé il y a deux ans et qui arrive maintenant sur le marché : le PerfoamPack.

Nominé aux Trophées de l'Innovation du CFIA 2016, ce film alvéolaire en polyéthylène (PE) comprend une couche intermédiaire microcellulaire expansée qui permet de réduire de 30 % la matière utilisée.

● meilleure recyclabilité/monomatériaux

La tendance au mono-matériau est encouragée par Eco-Emballages qui travaille déjà avec de nombreux industriels sur la possibilité de passer certaines barquettes multi-couches sur du mono APET ou bien encore pour faciliter le tri des barquettes colorées.

Sur le salon, les exemples se multipliaient : Klöckner Pentaplast (KP) avec son nouveau film PET améliorant les performances des opercules scellables sur APET. Linpac élargit sa gamme d'emballages rigides en PET avec des barquettes qui contiennent jusqu'à 100 % de matière recyclée. Silver Plastics présentait airPET Touch, un nouveau matériau expansé très résistant qui résiste au froid, à la chaleur et ne brûle pas les doigts à la sortie du four.

● personnalisation

L'emballage de demain sera aussi de plus en plus personnalisé. Cette tendance s'affirmait sur le salon à travers l'impression numérique sur films ou sur carton comme Cartonéo, par exemple, qui complète son parc-machines actuel (offset et grands formats) de solutions d'impression digitale.

● nouveaux usages

Sur le marché des produits frais, par exemple, la barquette skin monte en puissance. La plupart des fabricants de machines d'operculage et de thermoformage ont profité du salon pour mettre cette application en avant.



Pour répondre à la demande croissante de solutions de salades avec dessert, le spécialiste des emballages thermoformés Plastobreiz a lancé le concept Visibility, tandis que la société anglaise Rap développe en France sa coque en carton pour les sandwiches triangles placés sous atmosphère protectrice.

SNT-thermoformage a créé une nouvelle barquette traiteur dont l'objectif est de faciliter la vie du consommateur en hors-foyer grâce à une forme plus ergonomique.

CGL Pack présentait un nouveau concept de shaker thermoformé qui permet de diffuser la sauce sans se salir les doigts.

Parmi les autres usages à la mode : la cuisson au four directement dans l'emballage, avec des packagings en papier/carton comme Sipaldis ou des sacs et/ou films de cuisson en plastique chez Sealed Air et DAT-Schaub, par exemple.

Pour le snacking, Europlastiques cache deux spatules dans un couvercle sans augmenter la quantité de plastique mise en œuvre.

Alimentation et santé

L'Efsa favorable au lait traité par UV

Les produits de boulangerie sans gluten sont souvent considérés comme mauvais en termes de goût et de texture, Arla Foods Ingredients se lance dans la course et veut casser cette image avec Nutrilac. Les protéines de lait Nutrilac offrent une solution naturelle qui garantit des produits finis avec une excellente structure sans transiger sur la qualité sensorielle.

100% exempt de gluten, ce produit simule la structure de la protéine et la fonctionnalité du gluten de blé, ce qui donne des pains et des gâteaux, qui ont la mie molle et élastique que les consommateurs recherchent.

Les protéines de lait Nutrilac pour les produits sans gluten sont faciles à utiliser dans des recettes de boulangerie et ne nécessitent pas de nouvelles machines ou changement dans les procédures de fabrication standard. Ceci le rend plus facile d'accès pour les entreprises s'appêtant à entrer sur le marché sans gluten.

Les ventes de produits sans gluten ont augmenté de 20% au cours de 2014, pour atteindre une valeur de 1,5 milliard d'euros en Europe et 20 milliards de dollars en Amérique.

L'Efsa en faveur d'une introduction d'édulcorant dans les aliments médicaux infantiles

Le 19 janvier, l'Efsa a délivré une opinion positive pour une extension d'usage du sucralose (E955) dans les aliments à fins médicales spéciales pour les enfants de 1 à 3 ans (présentant des allergies au lait de vache par exemple).

Jusque là, l'additif était autorisé à l'exception des produits pour jeunes enfants (comme tous les autres édulcorants), avec une dose maximale de 15 mg par kilogramme de poids corporel par jour.

L'objectif est de rendre les aliments médicalisés plus appétents aux jeunes enfants, tant que la limite précédente de 15mg n'est pas dépassée.

Ynsect implante sa première raffinerie d'insectes à Dole

Ynsect produit des poudres de protéines et des huiles à partir d'insectes, destinées à la nutrition animale.

La société de biotechnologie Ynsect installe sa première unité de démonstration industrielle, Ynsite, à Dole,



(Jura), préfiguration de sa future usine d'élevage et de transformation d'insectes à grande échelle. À l'été 2016, Ynsite, le démonstrateur industriel de cette jeune start-up sera opérationnel. Entièrement automatisée, cette unité sera installée sur la zone Innovia à Dole dans un bâtiment de 3 000 m².

« L'enjeu d'Ynsite est de démontrer à nos prospects, investisseurs, fournisseurs, notre capacité à passer d'un système d'élevage et de transformation d'insectes, manuel, à un système robotisé industriel, à grande échelle » explique Jean-Gabriel Levon, directeur général et cofondateur d'Ynsect.

Cette vitrine sera aménagée de façon modulaire. Divisé en deux zones, le site accueillera d'un côté des bureaux administratifs, et de l'autre les ateliers d'élevage et de transformation d'insectes. Ynsite sera une « mini-usine » test et pourra s'étendre sur place. Cette raffinerie grandeur nature sera capable de fabriquer plusieurs centaines de tonnes de farines à base d'insectes par an. Elle servira de modèle pour les futures unités de production d'Ynsect.

Le ver de farine est à la base du travail des équipes composées de 30 personnes d'Ynsect.

Les protéines extraites de l'insecte servent à fabriquer des farines destinées à l'alimentation animale domestique, seul marché actuellement autorisé dans l'Union européenne.

Contact alimentaire : des lacunes dans la réglementation

Le Parlement européen a pointé du doigt le manque d'harmonisation à l'échelle européenne de certains groupes de matériaux listés dans le règlement (CE) n°1935/2004. C'est le cas notamment du carton.

Les experts ont en effet noté les défis liés à l'application de la réglementation actuelle ; sur les 17 catégories listées dans le règlement européen n°1935/2004, qui s'applique à tous les matériaux à contact alimentaire, seulement cinq d'entre elles, et plus particulièrement les plastiques et céramiques, sont harmonisées à l'échelle européenne.

Pour les autres, le règlement donne la possibilité à chaque État-membre de définir ses propres règles à l'échelle nationale. D'où l'importance pour les experts de la Commission européenne et du laboratoire de référence de l'Efsa à Milan de partager les données et de faire la liaison entre le laboratoire de référence et les États-membres.

Gregor McCombie de l'Autorité de sécurité des aliments à Zurich a indiqué l'importance de combler le fossé entre les exigences énoncées dans la réglementation et la réalité sur le terrain.

Les débats ont également mis en exergue le besoin de fournir des recommandations pour les substances pour lesquelles il n'existe pas de législation spécifique. Des documents similaires ont été publiés pour aider à la mise en application du règlement Plastique n°10/2011. Le projet de rapport sur l'application du règlement (EC) n°1935/2004 devrait être voté par la Commission Envi du Parlement vers fin mai.

Les experts de l'Autorité européenne de sécurité des aliments recommandent dans un avis d'affiner l'évaluation de la sécurité des substances utilisées dans les matériaux en contact avec des aliments, notamment grâce à l'introduction d'une approche renforcée pour estimer l'exposition des consommateurs, en particulier les nourrissons et les enfants en bas âge.

Pour rappel, le règlement (CE) n° 1935/2004 a remplacé la directive n°89/109/CEE et la directive n°80/590/CEE. Il s'applique aux matériaux et objets qui, à l'état de produits finis, sont destinés à être mis en contact ou sont mis en contact avec des denrées alimentaires ou avec l'eau qui est destinée à la consommation humaine. Il a notamment instauré le principe d'inertie (article 3).

Le bio franchit un nouveau cap

Selon les données du dernier baromètre commandé par l'Agence Bio au CSA, l'année 2015 a vu la consommation bio franchir un nouveau cap, s'arrimant plus fermement au cœur des comportements de consommation. Ainsi neuf Français sur dix ont déclaré avoir consommé bio au moins occasionnellement en 2015. Ils n'étaient que 75 % en 2014 et 54 % en 2003.



Autre illustration de ce fort ancrage dans les habitudes de consommation, les Français sont 65 % à avoir consommé bio au moins une fois par mois contre 49 % en 2014 et 37 % en 2003.

Au sein de la perception positive des produits certifiés, on retrouve le fait qu'ils sont vus comme plus naturels (pour 91 % des Français, + 7 points par rapport à 2014), qu'ils préservent l'environnement (90 %, + 6 points) et qu'ils sont meilleurs pour la santé (89 %, + 10 points). La montée en puissance dans les médias des critiques vis-à-vis de l'utilisation des pesticides n'est certainement pas étrangère à cette évolution.

Cette dynamique s'est traduite par un marché en progression, qui connaît une nouvelle hausse. Les ventes totales de produits certifiés bio devraient atteindre 5,5 milliards d'euros en 2015, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2014.

Les magasins spécialisés connaissent le rythme de croissance le plus élevé, avec une hausse moyenne des ventes de l'ordre de 15 %. Du côté de la grande distribution, qui pèse 44 % du total, les ventes ont gagné 9,4 % notamment dans le rayon épicerie salée et sucrée (+12 %, selon le panel Iri).

Gage de la pérennité du secteur, cette évolution positive s'accompagne d'un développement de l'offre. On dénombre désormais 9739 transformateurs (+ 3%) et 3 513 distributeurs (+ 8%). Du côté de la production agricole, pour 28 725 producteurs engagés, les surfaces cultivées en bio sont estimées à 1,3 million d'hectares fin 2015, une croissance de l'ordre de 15 %, qui résulte d'une accélération du nombre de conversions, sur fond de crise agricole. Celles-ci ont doublé pour atteindre 307 000 hectares, dont plus de 70 % en première année de conversion.

Les progressions les plus notables sont enregistrées dans deux secteurs : les grandes cultures et les bovins (viande et lait).

Au total, les surfaces bio représentent 4,9 % du territoire agricole, ce qui reste largement en-deçà des taux réalisés par l'Espagne, l'Allemagne, l'Italie ou encore l'Autriche.

Agroalimentaire et Société

Loi sur l'alimentation bio et locale dans les cantines publiques adoptée

La proposition de loi qui entend favoriser l'ancrage territorial de l'alimentation a été votée.

Portée par la députée EELV de Dordogne, Brigitte Alain, la proposition de loi fait suite à un rapport remis aux députés, intitulé «Et si on mangeait local ?».

Elle prévoit ainsi d'introduire 40 % de produits issus de l'alimentation durable, locale et de saison d'ici 2020, dans la restauration collective publique, et d'atteindre 20 % de bio à la même échéance. Cet objectif avait été fixé par le Grenelle de l'environnement pour 2012, sans succès puisque la part d'aliments bios est aujourd'hui de 3 %. Cependant, aucune sanction n'est prévue en cas de non-respect de ces objectifs.

La proposition de loi était soutenue par plusieurs ONG, dont la Fondation Nicolas Hulot et le mouvement interrégional des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP).



Réglementation

Arrêté du 9 mai 2006 relatif aux nutriments pouvant être employés dans la fabrication des compléments alimentaires (mise à jour) : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000023980839>

Règlement d'exécution (UE) n°2016/166 de la Commission européenne du 8 février 2016 fixe les conditions particulières applicables à l'importation de denrées alimentaires originaires de l'Inde contenant des feuilles de bétel (Piper betle) ou consistant en de telles feuilles, et modifiant le règlement (CE) n° 669/2009.

Le salon MDD Expo se tiendra à Paris Porte de Versailles les mercredi 30 et jeudi 31 mars 2016.