

sommaire

édito

Le mois d'octobre verra se tenir à Paris le SIAL 2016, une bonne opportunité pour les professionnels du secteur de suivre les tendances du moment et de faire le point sur les innovations à travers le monde.

Celles-ci tirent le marché dans la bonne direction : sur fond de crise agricole, les perspectives ne seraient-elles pas moroses sans la créativité des industriels, artisans, et autres acteurs de la filière ?

Le salon se tiendra du 16 au 20 octobre à Paris et nous ne manquerons pas de faire le point sur les nouveautés proposées dans notre prochaine lettre trimestrielle.

Nous souhaitons à tous nos lecteurs, nouveaux ou plus anciens, une très bonne rentrée ... et une lecture heureuse de ce nouveau numéro de la lettre !

Bruno LIGNAN

brunolignan@assisqual.fr

01 60 72 76 54

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

- Un beurre moulé légèrement salé par Paysan Breton
- Une association des entreprises des glaces est née
- Une nouvelle machine pour Nespresso
- La Salvetat dédiée aux bouteilles 50 cl
- Poudre à boire
- Roquette développe les édulcorants naturels de demain

🔍 **Amélioration de la qualité**

- Des ultrasons pour garantir la bonne cristallisation du chocolat
- Insect'Break : la commercialisation d'insectes pour l'alimentation en Belgique
- Poutine promulgue une loi interdisant de cultiver des OGM en Russie
- Un étiquetage pour les plats préparés dès 2017 ?
- Charcuterie française : goût, fraîcheur et tradition
- Des briquettes de Lactel Max animées qui éduquent les enfants

🔍 **Alimentation et santé**

- Deux allégations santé pour la fibre soluble Nutriose de Roquette
- Engagement sur le « sans bisphénol » pour Amy's Kitchen
- Waitrose commercialise une viande de poulet source d'omega 3
- Nestlé développe un nouveau test pour les allergies aux protéines de lait
- Une ONG dénonce la présence de nanoparticules dans l'alimentation
- Le café n'est plus classé « probablement cancérigène »
- Traiteur Pignol équipe ses plateaux repas avec les étiquettes fraîcheur Cryolog

🔍 **Agroalimentaire et Société**

- Français et qualité alimentaire
- Pour l'alimentation, huit Français sur dix privilégient la qualité sur le prix

🔍 **Réglementation**

- Amendement du règlement plastique 10/2011 : quelles évolutions ?
- Fin des produits trop sucrés outre-mer
- Le décret sur l'indication de l'origine des viandes et du lait publié
- Viandes fraîches : modification annexe II du règlement (UE) n° 206/2010

🔍 **Et encore...**

- Programme national pour l'alimentation
- Bien-être animal : sept entreprises agroalimentaires françaises primées





Innovations et nouvelles tendances dans l'agro-alimentaire

Un beurre moulé légèrement salé par Paysan Breton

Le nouveau beurre moulé « La Pointe de Sel », vient d'être lancé : Laïta, sous la marque Paysan Breton. La couleur mauve différenciante du papier emballant illustre bien son positionnement : elle mêle le rouge, code du demi-sel, et le bleu, pour le doux. « Nous voulons nous positionner à mi-chemin des deux catégories doux (0,2 % de sel en moyenne) et demi-sel (2 % en moyenne) pour créer un segment intermédiaire, qui n'existait pas », souligne Véronique Ayres, chef de groupe marketing beurre et crêpes Paysan Breton.

Leader du segment du beurre moulé doux et demi-sel avec 44,5 % de parts de marché, Paysan Breton innove sur son cœur de métier. La Pointe de Sel a pour cœur de cible les 45 % d'acheteurs de beurre doux exclusifs qui souhaitent plus de goût pour un usage en tartines. Et pour cible secondaire, les acheteurs de beurre demi-sel qui veulent limiter leurs apports salés. A leur intention, une discrète allégation nutritionnelle vient en soutien : « sel réduit de 25 % ».

Dans l'étude d'opportunité réalisée par Ipsos, 35 % des consommateurs de beurre doux considèrent l'innovation comme une nouvelle catégorie, ce qui constitue un score élevé.

Une association des entreprises des glaces est née

Sept entreprises dont le cœur de métier est la fabrication de glaces alimentaires, crèmes glacées et sorbets, se regroupent au sein de l'Association des entreprises des glaces.

Représentant plus de 70 % du chiffre d'affaires du marché des glaces en France, cette nouvelle organisation professionnelle devient le référent du secteur auprès des médias et des pouvoirs publics afin de faciliter les échanges avec les professionnels.

General Mills France, Les Délices du Valplessis, Les Glaces Thiriet, Nestlé Grand Froid, Rolland R&R Ice cream France, Unilever et YSCO, le portefeuille de produits des adhérents de l'Association des entreprises des glaces recouvre l'ensemble de l'offre de produits et de spécialités existant sur le marché : bacs, vrac, pots, bâtonnets, coupes, spécialités à partager, etc.

Cette nouvelle organisation s'articule autour des produits et de leurs spécificités et vise particulièrement à créer un environnement propice au partage des évolutions réglementaires, scientifiques et sociétales susceptibles d'avoir un impact sur le secteur.

En 2015, le marché global des glaces en France est estimé à plus d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires en grandes surfaces alimentaires (hors artisanat et circuits spécialisés), avec plus de 50 % réalisé pendant la période estivale (juin-juillet-août). Ce chiffre d'affaires est en constante augmentation depuis une décennie (+2% en moyenne par an), une croissance exceptionnelle ayant été réalisée en 2015 (+8 %) en raison d'une météo estivale favorable.

La consommation annuelle de glaces en France est d'environ 6 litres par personne. Les spécialités plébiscitées sont les formats individuels, les bâtonnets suivis par les cônes puis les mini-cups.

« Afin de mener à bien ses missions, l'Association des entreprises des glaces entend prendre part aux réseaux des industries alimentaires aux niveaux national et européen. Elle est ainsi membre de l'ANIA (Association nationales des industries alimentaires) et d'EUROGLACES, association européenne des industries des glaces ».



Une nouvelle machine pour Nespresso

Nespresso lance une nouvelle machine à café baptisée Vertuo, déjà lancée aux Etats-Unis et au Canada il y a deux ans.

Alors que les machines Nespresso sont adaptées au format espresso, la Vertuo est adaptée pour les cafés au format «mug». «60 % du marché du café est dominé par des tasses de plus de 100 millilitres. Avec Nespresso, nous ne travaillons donc que sur 40 % du marché» affirme Arnaud Deschamps directeur général de Nespresso France.

La technologie, baptisée «Centrifusion» est un mélange d'infusion et de centrifugation (la dosette tourne à l'intérieur de la machine). Elle a été mise au point pendant dix ans au centre de recherche du groupe à Lausanne. La machine, fabriquée par Flextronics, est dotée d'un système de lecture optique permettant de reconnaître la dosette.

Elle adapte la préparation au type de café souhaité, ce que ne permet pas le système Nespresso classique : «Elle peut faire varier trois paramètres, explique Arnaud Deschamps : la vitesse de rotation de la capsule jusqu'à 7000 tours minutes, le niveau de température et la variation de celle-ci au cours de la préparation, et enfin le temps d'infusion».

La Salvetat dédiée aux bouteilles 50 cl

Forte d'une croissance de 11 % en volume en 2015 et de 22 % entre 2012 et 2015 La Salvetat poursuit sa dynamique.

La filiale de Danone Eaux France a investi 10 millions d'euros dans une seconde ligne de production. Elle lance ainsi un nouveau format 50 cl disponible en grande distribution et dans le réseau hors domicile. « C'est le lancement le plus important depuis la construction de l'usine en 1990 », indique Bruno Perrier, son directeur. Le leader des eaux naturellement gazeuses (17,5 % de parts de marché) mise ainsi sur les petits formats, en croissance de 7,2 % par an en volume.

Cet investissement est l'aboutissement d'un projet de dix ans, pour lequel les équipes de l'usine se sont fortement mobilisées. Une cinquantaine de salariés se sont relayés pendant dix mois pour parvenir à une mise en service avant l'été, période clef pour les eaux minérales. « La ligne est à la pointe de la technologie environnementale et industrielle », ajoute Bruno Perrier. Elle a été réalisée avec de hauts standards d'optimisation de l'eau et de l'énergie. Cette capacité de 300 000 bouteilles supplémentaires de 50 cl par jour porte celle de l'usine à 1 million par jour.

Poudre à boire

Soylent, Mana et Joylent, trois start-up américaine, tchèque et hollandaise, proposent une boisson nutritive censée remplacer notre alimentation.

Prix du repas validé par les autorités sanitaires américaines et européennes : entre 1,30 € et 3 €. « Gagnez du temps, de l'argent, évitez les efforts », clame la marque Mana, basée à Prague, sur son site où elle détaille les ingrédients utilisés dans ce qui ressemble à du milk-shake. Créée fin 2015, la start-up de 20 salariés assure vendre l'équivalent de 50 000 journées d'alimentation par mois. Sous forme de boissons goût banane ou myrtille riches en fibres, protéines, et céréales.

Dès l'an prochain, ses breuvages seront proposés dans les gares, stations-services et stations de métro en Allemagne et en République tchèque, ses deux principaux marchés (65 % des ventes, la France étant le troisième débouché). Lancée en 2014 en Californie, la marque pionnière Soylent a séduit les geeks de la Silicon Valley.

Clara Samé-Romain, diététicienne-nutritionniste : « Mâcher est important car cela permet à notre cerveau d'évaluer le moment de satiété. Or, avec ces boissons, le sentiment d'être progressivement rassasié n'existe plus ». Les nutritionnistes ont le pied sur le frein.



Roquette développe les édulcorants naturels de demain

Roquette a annoncé le lancement du consortium Dolce avec l'entreprise allemande de biotechnologie Brain et Analyticon Discovery, filiale de Brain, spécialisée dans la fourniture de nouvelles matières premières naturelles. Ce projet vise à développer de nouveaux édulcorants naturels et exhausteurs de la saveur sucrée.

« Dans le domaine de l'alimentation et des boissons, la demande pour les solutions naturelles sucrantes à plus faible teneur en calories est très importante. », affirme Thierry Marcel, vice-président R&D opérationnelle chez Roquette.

Selon une étude menée par Lux Research, les substituts du sucre représentent aujourd'hui 22% du marché total des agents sucrants.

Roquette fournit déjà des polyols, mais ces nouvelles voies lui ouvriraient des marchés supplémentaires. Le groupe français s'appuie sur une étude de Markets and Markets qui estime le marché des substituts du sucre à 11,9 milliards d'euros en 2015 au niveau mondial, avec une croissance de 4,5 % d'ici 2020. Ces alternatives naturelles pourraient remplacer entre 2% et 25% des quantités totales de sucre utilisé dans la boulangerie-pâtisserie, les boissons et la confiserie.

Au niveau de la répartition au sein de ce partenariat stratégique, AnalytiCon fournira l'accès à sa bibliothèque d'ingrédients naturels, Brain utilisera sa technologie d'identification et de sélection de matières premières d'intérêt et Roquette assurera le développement, la production et l'approvisionnement.

Amélioration de la qualité

Des ultrasons pour garantir la bonne cristallisation du chocolat

Pour obtenir un chocolat brillant, qui se casse facilement, fond dans la bouche et ne présente pas de trace de blanchiment tout au long de sa durée de vie, une équipe de chercheurs de l'Université Catholique de Louvain en Belgique a investigué les ultrasons pour s'assurer que le beurre de cacao est correctement cristallisé lors de l'étape de tempérage.

« Cinq formes de cristaux peuvent se former lors de ce process. Or, seule l'une d'entre-elles donne les propriétés recherchées. Le nombre et la taille des cristaux jouent également un rôle important », souligne Imogen Foubert, spécialiste de la cristallisation de la matière grasse au sein du département de microbiologie et des systèmes moléculaires de l'Université.

La nouvelle technique consiste à envoyer des ondes ultrasons sur le beurre de cacao. Les chercheurs mesurent ensuite la réflexion de ces ondes, ce qui leur permet d'obtenir des informations sur la structure. Cette méthode peut être utilisée en ligne, contrairement aux méthodes actuelles qui sont majoritairement utilisées « at-line ». Cela permet ainsi d'intervenir plus rapidement pour corriger un défaut éventuel.

Les chercheurs ont mis au point un prototype de laboratoire. Les résultats actuels ont été obtenus en utilisant du beurre de cacao et doivent à présent être confirmés avec des échantillons de chocolat.

Insect'Break : la commercialisation d'insectes pour l'alimentation en Belgique

La société commercialise quatre espèces d'insectes qui bénéficient d'une autorisation de l'Afsa, (Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire) : les vers de farine, les morios (vers de farine géants) ainsi que les criquets et les grillons. Tous ces produits sont issus de l'agriculture locale.

Les insectes font d'abord l'objet d'un séchage et d'une congélation avant d'être placés dans des sachets ou dans des récipients. L'insecte est vendu dans sa totalité mais dans le cas des criquets et des grillons, il est



nécessaire d'enlever les ailes et les pattes (« afin que le consommateur ne s'étouffe pas »). L'entreprise vend entre 5 et 10 kg de chaque espèce d'insectes par mois.

Pour l'heure, les insectes d'Insect'Break peuvent être achetés dans les magasins Carrefour du Hainaut.

Poutine promulgue une loi interdisant de cultiver des OGM en Russie

Vladimir Poutine a promulgué une loi interdisant de cultiver et d'élever des organismes, plantes ou animaux, génétiquement modifiés (OGM) en Russie, sauf pour des expériences scientifiques.

La loi autoriserait également le gouvernement russe à interdire l'importation des OGM à l'issue d'un monitoring de leur impact sur les êtres humains et l'environnement. Les importateurs d'OGM seront pour leur part soumis à une procédure de certification spéciale.

La loi prévoit par ailleurs des amendes allant de 10.000 roubles (140 euros) à 500.000 roubles (7.000 euros) pour l'utilisation des OGM en violation des normes et conditions autorisées à partir du 1er juillet 2017.

La Russie avait introduit en 2014 un moratoire sur la certification par les autorités des organismes génétiquement modifiés, qui restera en vigueur jusqu'en juillet 2017.

Un étiquetage pour les plats préparés dès 2017 ?

Un projet de décret vise à rendre l'étiquetage de l'origine des viandes obligatoire, lorsqu'elles sont présentes comme ingrédients dans les plats préparés. Dans le communiqué du ministère de l'Agriculture, il est indiqué que le projet devrait également concerner le lait, utilisé comme ingrédient dans les produits laitiers.

Le Conseil d'État a deux mois pour donner son avis. S'il est positif, le dispositif pourrait « entrer en vigueur au 1er janvier 2017 pour une période de 2 ans », a annoncé le ministère de l'Agriculture.

Le décret ferait référence à la présence d'au moins 50% de viandes ou de lait dans le plat concerné et rendra obligatoire, pour la viande, la précision d'origine, au « pays de naissance, d'engraissement et d'abattage » de l'animal. Pour le lait, il faudra indiquer « le pays de collecte, de conditionnement et de transformation ».

Alors que cela se fait déjà pour la viande fraîche, l'étiquetage des produits transformés dans les plats cuisinés est réclamé depuis plusieurs années, aussi bien par les associations de consommateurs que par les éleveurs français.

Selon une enquête publiée en février par « Familles rurales », 41% de Français ne se sentent pas mieux informés sur l'origine de la viande, après la crise des « lasagnes au cheval ». Pour les plats préparés qu'ils consomment plus particulièrement, 91% des sondés ne savent pas d'où elle provient...

Charcuterie française : goût, fraîcheur et tradition

Les 34^e assises de la charcuterie, qui se sont tenues à Paris le 21 juin dernier, ont été l'occasion de dévoiler les résultats du premier baromètre consommateurs de la FICT (Fédération française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de viandes).

(Etude réalisée par Opened Mind en mai 2016)

« Spontanément, le premier terme associé à la charcuterie est positif à 50 %, quand il n'est négatif qu'à 37 %. Le reste correspond à des évocations neutres, par exemple des noms de produits », constate Thierry Jonquois, directeur conseil associé d'Opened Mind.

- La charcuterie apparaît ainsi prioritairement liée au goût (19 %), au plaisir (10 %) et à la praticité (7 %). Derrière ce « top 3 » viennent la convivialité, la qualité, le choix et l'aspect artisanal.



- Du côté des évocations négatives, sont cités la teneur en gras (21 %), le côté « mauvais pour la santé » (4%) ou la nécessité d'en consommer avec modération (2 %). Les jambons secs sont ceux qui sont le plus associés au plaisir, quand les jambons cuits le sont - sans surprise - à la praticité.

L'image de la charcuterie remonte et les critères d'achat cités par les consommateurs sont la qualité gustative, la fraîcheur, le prix et le savoir-faire régional. Viennent ensuite le pays d'origine de la viande, la fabrication française, des dates de consommation suffisamment longues, les appellations d'origine, les conditions d'élevage et enfin les labels.

Le niveau de satisfaction apparaît élevé pour toutes les catégories de produits. Quand la note est mauvaise, les motifs d'insatisfaction mis en avant sont : mauvaise qualité, côté « industriel », teneur en gras, choix limité. Le prix élevé n'est cité qu'en cinquième position, suivi par le manque de goût et de saveurs.

Les attentes des consommateurs vis-à-vis de la charcuterie sont les suivantes :

- un goût plus prononcé,
- une facilité d'ouverture et de fermeture,
- une DLC plus longue,
- une mention de l'origine et de la provenance,
- moins de gras et de calories,
- un poids « bien dosé et suffisant »,
- une teneur en gras et en additifs réduite
- et davantage de formats individuels.

Autres informations :

- 86 % des consommateurs jugent l'importance de l'origine des viandes « très importante » (45 %) ou « plutôt importante » (41 %).
- Au niveau de la qualité perçue, la France ressort en première place (68 %), suivie par l'Italie (19 %), l'Espagne (9 %) et l'Allemagne (5 %).
- La charcuterie française est associée à la fois au goût, à la fraîcheur et à la tradition.

Des briquettes de Lactel Max animées qui éduquent les enfants

Lactel rénove sa gamme de laits aromatisés enrichis en vitamines, Lactel Max, avec le lancement d'une nouvelle recette qui contient désormais 90 % de lait et reste sans conservateur et sans colorant. Elle ne contient pas moins de 11 vitamines, dont six contribuent à un bon métabolisme énergétique (B1, B2, B5, B6, B8 et B12). Par ailleurs, les briquettes sont riches en phosphore et sources de calcium et de vitamine D – des nutriments nécessaires à la croissance et au développement osseux des enfants.

Les briquettes utilisées sont des Tetra Brik Aseptic Edge de 20 ml équipées d'une paille. Relookées, ces briquettes bénéficient de l'application de réalité augmentée Tetra Pak Cartoons imaginée par le fabricant d'emballages qui met en scène les aventures de la mascotte Axel.

«La réalité augmentée, conçue comme un outil de jeu pour les enfants, est aussi un support éducatif avec des quiz et des vidéos pour éveiller les plus jeunes aux qualités indispensables des produits laitiers, ou encore aux qualités environnementales de l'emballage carton de Tetra Pak, comme le recyclage et la préservation des forêts», indique Tetra Pak.

Une fois l'application chargée, viser la face avant de l'emballage avec son smartphone et les personnages prennent alors vie autour de la brique.



Alimentation et santé

Deux allégations santé pour la fibre soluble Nutriose de Roquette

Roquette a obtenu la validation de deux nouvelles allégations santé sur ses fibres solubles Nutriose (maïs et blé) auprès de la Commission Européenne en avril 2016. La Commission a donné son accord sur le projet de règlement portant sur la minéralisation des dents et la réduction de la réponse glycémique postprandiale (règlement UE 2016/854).

La première allégation est formulée ainsi : « *La consommation de denrées alimentaires/boissons contenant des glucides non-fermentescibles à la place de glucides fermentescibles contribue au maintien de la minéralisation des dents.* »

La proportion de glucides non fermentescibles doit se situer à un niveau tel que la consommation de ces denrées alimentaires ou boissons n'abaisse pas le pH de la plaque en dessous de 5,7 pendant et jusqu'à trente minutes après la consommation.

Pour le dossier, Roquette a présenté deux études cliniques propriétaires.

La seconde précise que « *La consommation de denrées alimentaires/boissons contenant des glucides non digestibles à la place de sucres entraîne une hausse de la glycémie inférieure à celle qu'entraîne la consommation de denrées alimentaires/boissons contenant des sucres.* »

L'allégation peut être utilisée si au moins 30 % des sucres sont remplacés par des glucides non digestibles (non digérés ni absorbés dans l'intestin grêle).

Pour cette allégation, Roquette avait présenté six études cliniques propriétaires.

Dans les deux cas, Roquette avait rempli des demandes d'allégation de santé propriétaire de type 13.5, « *... mais finalement, la Commission a validé l'allégation de santé en 13.1, une allégation générique et exploitable par tous* », explique Marie Blondel, responsable communication et marketing Europe chez Roquette.

Les allégations ne concernent donc pas uniquement les produits Roquette, mais tous les glucides fermentescibles et tous les glucides non digestibles, également produits par d'autres industriels.

Engagement sur le « sans bisphénol » pour Amy's Kitchen

La boîte de conserve qu'utilise la marque Amy's est fabriquée en acier étamé et possède un revêtement intérieur sans BPA homologué et un scellement hermétique de qualité alimentaire. Le corps de la boîte est revêtu d'un vernis acrylique et son couvercle, d'un vernis polyester. La boîte de conserve, le couvercle et les revêtements sont fabriqués aux États-Unis et agréés contact alimentaire direct.

La marque Amy's, l'une des pionnières du bio aux États-Unis, a fait passer la totalité de sa production de conserves à des boîtes sans bisphénol A en 2012. « *Le consommateur français peut acheter les soupes Amy's en toute confiance. Nous avons pendant des années recherché le meilleur substitut au BPA possible pour nos boîtes de conserve avant de sélectionner le plus adapté à nos besoins et à nos normes de haute qualité* », explique Andy Berliner, co-fondateur d'Amy's.

Plusieurs groupes mondiaux prennent également la voie du sans BPA, à l'image récemment de Nestlé, Delmonte Foods ou de Campbell Soup, qui se sont engagés à passer à l'acte en 2016-2017.

En France, où la commercialisation de contenants alimentaires avec BPA est suspendue, les industriels de la conserve ont aussi opté pour des substituts à base de résines polyester ou acrylique.

Amy's est une entreprise familiale fondée par le couple Andy et Rachel Berliner en 1987. Leur but était de « *créer des repas végétariens à base d'ingrédients entièrement biologiques et cuisinés comme à la maison, tout en étant simples et rapides à préparer* ».

Chaque produit contient des ingrédients certifiés bio et sans additif, conservateur ou OGM.



Waitrose commercialise une viande de poulet source d'omega 3

L'enseigne britannique Waitrose a annoncé la commercialisation de la première viande de poulet source d'omega 3 au Royaume-Uni. Le distributeur explique que dans le pays, seuls 23 % des adultes ont des apports suffisants en ces nutriments, et ceux-ci sont très insuffisants chez les enfants et les jeunes en général. Pour enrichir l'alimentation en oméga 3 en vue de rééquilibrer les apports, Waitrose a fait le choix de parier sur le poulet, qui est la protéine qu'il commercialise le plus.

Une dizaine de références ont été lancées à partir du 15 juin. Les prix démarrent à 4,68 euros le kilo pour le poulet entier et montent au-dessus de 20,5 euros le kilo selon les pièces (filets, pilons, cuisses, ailes...). Le goût et l'apparence sont les mêmes que les viandes de poulet conventionnel.

Selon des tests menés sur une trentaine de volontaires sains pendant cinq semaines, consommer trois portions par semaine de ce poulet permet d'augmenter de 12 % les niveaux d'omega 3. Le distributeur s'est tourné vers Moy Park pour la production de ces poulets, élevés en Irlande du Nord, et nourris avec une alimentation à base d'algues riches en omega 3, mise au point par Devenish Nutrition. Cet aliment peut aussi servir pour l'enrichissement d'autres volailles ou d'œuf en omega 3.

En France, les poulets enrichis en oméga 3 existent déjà grâce à la filière Bleu-Blanc-Cœur, qui repose sur l'insertion de lin, colza et luzerne dans l'alimentation animale pour améliorer le profil nutritionnel des produits finis (œufs, viandes, lait et produits laitiers), notamment en acides gras oméga 3.

Nestlé développe un nouveau test pour les allergies aux protéines de lait

Nestlé Health Science a annoncé le lancement d'une collaboration mondiale exclusive avec la société biopharmaceutique DBV Technologies pour le développement d'un test prêt à l'emploi destiné au diagnostic de l'allergie aux protéines de lait de vache (APLV) chez l'enfant. Dénommé MAG1C, celui-ci se présentera sous la forme d'un patch test, prêt à l'emploi et standardisé.

L'accord conclu prévoit que la société DBV, à l'origine de la création d'une plate-forme technologique brevetée avec des applications en immunothérapie, sera en charge des activités de développement jusqu'au programme clinique pivot de phase III. Elle pourra recevoir jusqu'à 100 millions d'euros pour les étapes de développement, d'obtention des autorisations réglementaires et de mise sur le marché. Nestlé Health Science bénéficiera de son côté d'un droit exclusif de commercialisation si le nouveau test de diagnostic est approuvé par les autorités réglementaires. Celui-ci devrait ainsi être soumis d'ici 2021.

« Cette innovation deviendra un outil de diagnostic révolutionnaire pour détecter les allergies aux protéines de lait de vache, notamment pour le diagnostic précoce des enfants en bas âge. Notre positionnement dans le domaine des allergies pédiatriques a fait de notre société un partenaire de commercialisation idéal pour ce test de diagnostic innovant de DBV. Cette collaboration est une nouvelle étape dans notre stratégie qui consiste à faire progresser le rôle de la nutrition grâce à l'innovation scientifique », a déclaré Greg Behar, pdg de Nestlé Health Science.

Parmi sa gamme de produits de thérapie nutritionnelle, la filiale du groupe Nestlé propose déjà plusieurs solutions dédiées aux nourrissons et jeunes enfants souffrant d'allergies et intolérances alimentaires.

Encore aujourd'hui, l'allergie aux protéines de lait de vache est difficile à diagnostiquer. Elle touche jusqu'à 2-3 % des enfants en bas âge. Les protéines de lait sont mentionnées dans les quatorze allergènes majeurs listés par le règlement Inco n°1169/2011.

Une ONG dénonce la présence de nanoparticules dans l'alimentation

Jugées toxiques pour l'homme et l'environnement par l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation de l'environnement et du travail (ANSES), les nanoparticules sont présentes dans nos crèmes, nos textiles, nos pneus mais aussi dans nos assiettes.



Une enquête de l'ONG Agir pour l'Environnement a révélé la présence de ces particules microscopiques dans des produits alimentaires de grande consommation. A la demande de l'association, le Laboratoire national de métrologie et d'essais a ainsi analysé quatre produits industriels.

Les résultats ont révélé la présence de nanoparticules dans tous les produits testés. Ainsi, les 4 articles contiennent du dioxyde de titane (E171) et du dioxyde de silice (E551) utilisés pour améliorer leur saveur, leur aspect, leur texture et leur conservation.

Les nanoparticules sont décriées depuis plusieurs années. En effet, elles donnent aux matériaux des propriétés physiques, chimiques et biologiques hors normes, mais de par leur petite taille, elles peuvent pénétrer dans le corps humain par inhalation ou par ingestion.

Agir pour l'Environnement a inspecté les étiquettes des 4 produits qui présentent des nanoparticules dans leur composition. Aucun des emballages n'informe de leur présence. Pourtant, depuis 2014, l'Union Européenne impose aux producteurs de spécifier si des nanoparticules font partie de la composition de leur produit. Ils sont dans l'obligation d'indiquer "nano" sur l'étiquette.

Entre 2008 et 2009, l'ANSES a recensé près de 240 produits contenant des nanoparticules mais la liste n'a jamais été publiée. D'autres associations (de consommateurs ou de défense de l'environnement) ainsi que les agences sanitaires, éprouvent des difficultés à collecter et à vérifier des données pour constituer un inventaire.

Le café n'est plus classé « probablement cancérigène »

Après la viande et les charcuteries, le Centre International de Recherche sur le Cancer (Circ) a évalué la cancérigénicité des boissons consommées très chaudes, comme le café et le maté. Aucune preuve concluante d'un effet cancérigène du café et du maté n'a été trouvée et le Centre les a placés dans la catégorie « Inclassable ». Le café était depuis 1991 dans le groupe 2A, c'est-à-dire classé « Probablement cancérigène ».

Près de 500 études épidémiologiques ont été analysées. Les résultats ont montré que la consommation de café n'a aucun effet cancérigène pour les cancers du pancréas, du sein et de la prostate. Une réduction du risque a même été observée pour les cancers du foie et de l'endomètre. Les études n'ont pas démontré de différences significatives de risque de cancérigénicité selon la variété de café ou son process.

Les experts ont cependant décrété que les boissons (y compris de l'eau) bues à plus de 65°C sont « probablement cancérigènes » pour l'Homme (groupe 2A). Le risque le plus élevé concerne le cancer de l'œsophage, mais les données sont limitées. La majorité de ces cancers surviennent dans certaines régions d'Asie, d'Amérique du Sud et d'Afrique de l'Est, où l'on boit fréquemment des boissons très chaudes.

Traiteur Pignol équipe ses plateaux repas avec les étiquettes fraîcheur Cryolog

L'entreprise lyonnaise Traiteur Pignol vient d'équiper ses plateaux repas des étiquettes fraîcheur Topcryo développées par Cryolog. L'objectif est double : garantir la maîtrise de la chaîne du froid et limiter le gaspillage alimentaire. « Nos clients nous demandaient régulièrement pendant combien de temps ils pouvaient conserver nos plateaux repas. Or, cette durée est étroitement liée aux conditions de stockage. De surcroît, il était difficile pour les commerciaux de répondre à cette question », commente Jean-Marie Girault, directeur opérationnel au sein de la Maison Pignol.

Aujourd'hui, les clients se réfèrent à la pastille thermosensible microbiologique collée sur chaque plateau qui interprète l'impact du temps et de la température sur la conservation des produits.

« Un changement de couleur des étiquettes signifie qu'il y a eu une rupture de la chaîne du froid. Ces pastilles tirent leur origine de la microbiologie prévisionnelle. Nous avons sélectionné des souches ayant des cinétiques de croissance plus rapides que les pathogènes et les germes d'altération », explique Pierre Peteuil, directeur général de Cryolog.



Les étiquettes peuvent s'adapter à plusieurs types de produits thermosensibles. Des essais ont ainsi été menés chez Traiteur Pignol pour trouver l'étiquette adaptée. Jusqu'à présent, les retours des clients sont positifs.

D'autres projets sont en cours chez le traiteur, dont 50 % de l'activité est lié à la restauration. « *Nous souhaitons équiper les produits traiteurs adressés à des séminaires ou des réceptions. En parallèle, nous aimerions intégrer des étiquettes sur les plats commercialisés dans nos boutiques pour aider le consommateur à conserver son plat dans des conditions optimales* », précise le directeur opérationnel de Traiteur Pignol.

Les pastilles Topcryo de Cryolog ont reçu une autorisation de mise sur le marché par l'Autorité européenne de sécurité des aliments dans le cadre du règlement (CE) n° 450/2009 du 29 mai 2009 concernant les matériaux, objets actifs et intelligents destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

Elles ont également obtenu la classe A de la norme E18-100 qui définit la qualification et la méthode des intégrateurs temps-température.

Agroalimentaire et Société

Français et qualité alimentaire

Selon les résultats de l'Observatoire sur le rapport des Français à la qualité dans l'alimentaire*, des opportunités sont à saisir pour répondre aux attentes des consommateurs en matière de qualité :

- L'étude établit en premier lieu un élément de contexte fondamental : le niveau de vie est perçu à la baisse pour un Français sur deux, ce qui génère une puissante pression sur les dépenses alimentaires. L'enquête demandait de noter de 1 à 10 le sentiment, dans le foyer, d'être contraint de se restreindre pour des raisons financières sur les dépenses alimentaires. 40% des Français ont un sentiment de restriction budgétaire fort (29 %, notes 7 et 8) ou très fort (11 %, notes 9 et 10).
- La qualité est rognée en dernière instance, et ces restrictions consistent en priorité à éviter l'achat de grandes marques (à 46%). Suivent le fait de privilégier des aliments peu chers tels que le riz ou les pâtes (44%), acheter moins de produits (35%), fréquenter des magasins où les prix sont bas (32%) et apparaît seulement en dernière position le fait de rogner sur la qualité par rapport aux produits que l'on aimerait pouvoir acheter (20%).

Le fait d'éviter les grandes marques est constant quel que soit ce niveau du sentiment de restriction. En revanche, le fait de rogner sur la qualité des produits n'apparaît véritablement que chez les personnes affichant un sentiment de restriction fort (29%) ou très fort (41%). De même, privilégier la qualité quitte à payer plus cher est l'apanage des tranches de revenus les plus fortes, mais ne concerne que 37 % des Français qui gagnent moins de 1500 euros nets par mois.

- Par rapport à il y a cinq ans, 82 % des Français répondent avoir accru leur attention à la qualité des aliments qu'ils consomment, y compris dans les tranches de revenus les plus faibles (75%). Une attention accrue, qui va de pair avec une qualité générale des produits alimentaires perçue comme légèrement meilleure qu'il y a cinq ans. En revanche, seulement 51 % déclarent faire confiance aux grandes marques alimentaires, 54 % aux marques des grandes enseignes de la grande distribution.

L'étude montre la faible image qualitative que renvoie la grande distribution. Sur une échelle de -5 à +5, les supermarchés sont notés 1,7, les hypermarchés 1,6 et le hard-discount 0,7. Quand les petits producteurs



remportent la palme de la confiance envers la qualité de leurs produits avec une note de 3,4, de même que les artisans (3,3), suivis des marchés (3,1).

*Les données sont issues d'une enquête menée par l'Obsoco (L'Observatoire Société et Consommation) et réalisée sur la base d'un échantillon de 3500 personnes représentatif des responsables des achats alimentaires âgés de 18 à 70 ans (méthode des quotas).

Pour l'alimentation, huit Français sur dix privilégient la qualité sur le prix

Selon une étude Credoc menée auprès de 1.000 personnes représentatives de la population française, 78% des répondants déclarent que la qualité des produits reste leur premier critère d'achat d'un produit, loin devant le prix (21%).

« Cette tendance se retrouve de manière récurrente depuis 1993 en France, alors que d'autres pays européens comme l'Allemagne recherchent d'abord le prix », note Pascale Hebel, chercheuse au Credoc. « Même si au moment des crises économiques, les deux critères se sont parfois rapprochés, comme en 2011-12, la qualité a toujours fini par l'emporter ».

Selon elle, cette tendance de fond résulte du fait que les Français ont été et restent, notamment depuis la crise de la vache folle, plus sensibles aux différentes crises alimentaires. Actuellement « on n'a jamais vu autant d'inquiétude des Français par rapport à la qualité de leur alimentation », ce qui entraîne une recherche d'autant plus accrue de qualité et de fiabilité.

Ainsi, 93% des Français se déclarent prêts à payer plus cher leur alimentation en échange de produits plus fiables ou plus sûrs.

Cette tendance à rechercher la sécurité en matière alimentaire s'illustre notamment dans le développement des « produits sans » (gluten, sucres, pesticides...) et des aliments biologiques, ainsi que dans la recherche de produits bruts et frais, qui sont désormais synonymes de qualité dans l'esprit des Français, explique Mme Hebel.

A titre de comparaison, le Credoc avait réalisé la même enquête en 2000 et en 2007, et c'était alors le goût qui ressortait le plus pour définir la qualité d'un produit alimentaire.



Réglementation

Amendement du règlement plastique 10/2011 : quelles évolutions ?

La Commission Européenne a fait paraître au Journal Officiel de l'Union européenne le 24 août dernier la nouvelle mouture du règlement 10/2011 concernant les matériaux et objets en plastique destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires. Il s'agit du sixième amendement du texte avec beaucoup de précisions et corrections d'« erreurs et ambiguïtés décelées dans le texte », notamment :

● **Précision des conditions de « remplissage à chaud »** : Le nouveau règlement (UE) n°2016/1416 précise l'expression « remplissage à chaud » dans le cadre de la fixation de restrictions applicables à l'utilisation de certains monomères autorisés dans des matériaux et objets destinés à servir de récipients pour aliments chauds.

Remplissage à chaud = remplissage de tout objet avec une denrée alimentaire à une température ne dépassant pas 100°C au moment du remplissage, à l'issue duquel la denrée alimentaire se refroidit pour atteindre 50°C ou moins en 60 minutes, ou une température de 30°C ou moins en 150 minutes.

● **Autorisation de tous les sels de métaux dans les aides à la fabrication de polymères** : L'article 6 du règlement prévoit une dérogation en ce qui concerne l'utilisation de sels de certains métaux dans la fabrication de polymères, même si ceux-ci ne sont pas inscrits sur la liste de l'Union européenne des substances autorisées. L'amendement supprime la précision « sels doubles et sels acides », considérée comme superflue. Et précise toute la liste des sels minéraux concernés : sels d'aluminium, d'ammonium, de baryum, de calcium, de cobalt, de cuivre, de fer, de lithium, de magnésium, de manganèse, de potassium, de sodium et de zinc des acides phénols et alcools autorisés.

● **Précision des conditions d'aptitude au contact alimentaire du PEF** (polyéthylène furanoate) L'Autorité a adopté un avis scientifique sur l'utilisation de la substance de départ acide 2,5-furane dicarboxylique lorsqu'elle est utilisée comme monomère dans la production de polymère de polyéthylène-furanoate (PEF). Le PEF est un analogue du PET issu de canne à sucre, de betteraves, de blé (et bientôt de déchets agricoles), sur lequel pendent notamment la société Avantium en partenariat avec Coca-Cola, Danone et Alpla, entre autres. L'Autorité a par ailleurs signalé que le PEF peut être utilisé sans risque lorsqu'il est en contact avec les denrées alimentaires non alcoolisées conformément à ses limites de migration préalablement spécifiées.

● **Limite de migration de l'aluminium à 1 mg/kg**

L'Autorité a adopté un avis scientifique sur la sécurité de l'aluminium de source alimentaire, qui établit une dose hebdomadaire tolérable de 1mg/kg de poids corporel. Et a décidé que, compte tenu de l'exposition actuelle des consommateurs à l'aluminium alimentaire, il convenait de réduire cette exposition par le biais des matériaux en contact en abaissant la limite de migration à 1mg/kg de denrées alimentaires. D'où la modification du point 1 de l'annexe II du texte qui ajoute l'aluminium à une liste constituée actuellement du baryum, du cobalt, du cuivre, du fer, du lithium, du manganèse et du zinc.

Cette nouvelle mouture précise un grand nombre de procédures de tests de migration selon les substances, détaillées dans les annexes : règlement 2016/1416 portant modification du règlement UE 10/2011.



Fin des produits trop sucrés outre-mer

Le 24 mai dernier, l'arrêté relatif à la loi n° 2013-453, dite loi Lurel, a été publié au Journal Officiel.

Votée en juin 2013, la loi Lurel vise à garantir la qualité de l'offre alimentaire en outre-mer en interdisant la distribution de produits agroalimentaires plus sucrés qu'en métropole. Depuis fin 2013, il n'est plus possible d'y vendre des aliments ayant une teneur en sucres ajoutés (saccharose et sirops de sucres) supérieure au maximum observé en métropole depuis fin 2013.

Mais il manquait cet arrêté pour préciser la situation des denrées distribuées outre-mer mais non en métropole. Dans le cas d'une fabrication sur place pour une consommation exclusivement ultramarine, la teneur en sucre ne peut désormais plus être supérieure à la plus élevée constatée dans les produits de la même famille les plus distribués en France hexagonale.

Cet arrêté concerne les départements et régions d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion, Mayotte) ainsi que Saint-Barthélemy, Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon.

Le décret sur l'indication de l'origine des viandes et du lait publié

Le décret n°2016-1137 publié le 19 août 2016 rend obligatoire l'indication de l'origine des viandes utilisées en tant qu'ingrédient dans les produits transformés et du lait utilisé comme ingrédient dans les produits laitiers. Cette expérimentation démarrera le 1er janvier 2017 pour une durée de deux ans.

Elle concerne les viandes bovines, porcines, ovines, caprines et de volailles utilisées en tant qu'ingrédients. Le pays de naissance des animaux ainsi que les pays d'élevage et d'abattage devront être renseignés.

L'indication de l'origine du lait ou du lait utilisé en tant qu'ingrédient s'applique dans les produits laitiers suivants :

- Lait et crème de lait, non concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
- Lait et crème de lait, concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
- Babeurre, lait et crème caillés, yoghourt, képhir et autres laits et crèmes fermentés ou acidifiés, même concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ou aromatisés ou additionnés de fruits ou de cacao ;
- Lactosérum, même concentré ou additionné de sucre ou d'autres édulcorants ; produits consistant en composants naturels du lait, même additionnés de sucre ou d'autres édulcorants, non dénommés ni compris ailleurs ;
- Beurre et autres matières grasses provenant du lait ; pâtes à tartiner laitières ;
- Fromages et caillebotte ;

Les pays de collecte, de conditionnement ou de transformation devront être renseignés.

Deux options pour les mentions sont prévues. Elles devront figurer soit dans la liste des ingrédients, immédiatement après le nom de l'ingrédient concerné, soit dans une note en bas de cette liste.

Viandes fraîches : modification annexe II du règlement (UE) n° 206/2010

Acides gras saturés, sel, sucres, glucides..., toutes ces mentions portant sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires seront obligatoires sur les emballages à partir du 13 décembre 2016. Un décret du 21 juillet 2016 précise les modalités de mise en place d'une information nutritionnelle complémentaire sur les denrées alimentaires (au moyen de graphiques ou de symboles).

Le décret précise que les industriels de l'agroalimentaire seront invités à rajouter aux informations nutritionnelles obligatoires un logo nutritionnel « conforme à un cahier des charges fixé par arrêté »



des ministres chargés de la santé, de la consommation et de l'agroalimentaire, après avis de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) ».

Ce décret fait suite à la loi du 26 janvier 2016 de modernisation du système de santé qui prévoyait notamment la mise en place d'une information visuelle synthétique destinée à informer le consommateur sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires industriels.

Et encore...

Programme national pour l'alimentation

Dans le cadre du programme national pour l'alimentation, le ministre de l'agriculture lancera, en septembre 2016, un nouvel appel à projets, doté d'une enveloppe de 1,5 M€, soit le double de celle de la précédente vague de projets.

Les projets territoriaux pouvant bénéficier de crédits devront viser 4 priorités : la justice sociale, l'éducation alimentaire de la jeunesse, la lutte contre le gaspillage alimentaire, l'ancrage territorial et la mise en valeur du patrimoine alimentaire.

Les porteurs de projets ont jusqu'en novembre pour déposer leur dossier. L'annonce publique des lauréats sera faite lors du prochain salon de l'agriculture, en février 2017.

Bien-être animal : sept entreprises agroalimentaires françaises primées

Sept entreprises françaises viennent d'être récompensées aux Trophées du bien-être animal organisés par l'association internationale « Compassion in World Farming » (CIWF). Ces prix récompensent des grandes marques, enseignes et entreprises issues de l'industrie agroalimentaire et des organisations publiques pour leurs engagements en termes de bien-être animal.

Parmi les lauréats français, Harry's (groupe Barilla), Michel et Augustin et la Ferme Avicole Rey ont reçu un Œuf d'or, trophée qui récompense un approvisionnement en œufs issus de poules élevées hors cage :

- Le leader sur le marché du pain de mie a développé le programme « Good for you, Good for the planet ».
- Chez Michel et Augustin, l'ensemble des biscuits salés et sucrés sont produits depuis fin mai 2016 avec des œufs plein air ou des œufs de poules élevées au sol. Dès l'automne prochain, les produits frais le seront également.
- L'entreprise familiale Ferme Avicole Rey a été distinguée pour sa politique de production d'œufs alternatifs qui privilégie les circuits courts.
- Pour la distribution, Monoprix s'est engagé depuis le 11 avril dernier à ce qu'aucun œuf coquille de poule élevée en cage ne soit vendu dans ses magasins.

Terrena a reçu un Poulet d'Or pour son modèle de production agricole et l'entreprise familiale alsacienne René Meyer s'est lancée dans une démarche d'amélioration durable des conditions d'élevage des volailles. L'enseigne de distribution Schiever distinguée pour sa filière « Qualité b1 » s'appuie sur un partenariat unique des éleveurs et groupements d'éleveurs dans le respect d'un cahier des charges spécifiques.

Deux nouvelles catégories ont été créées pour les entreprises de transformation et de restauration commerciale.