



Evénements

Vu au salon IFFA, premier salon européen des technologies des viandes

La démarche « clean label », tendance de l'Europe de la viande

Mots-clés : Salon, IFFA, ingrédients, additifs, clean label

Auteur : Bruno Carlhian^{1*}

¹ Agence de Presse Socopag, 9 rue du Buisson Vert, 27130 Verneuil-sur-Avre, France.

* E-mail de l'auteur correspondant : bcarlhian@gmail.com

La dernière édition du salon triennal IFFA, la plus grande manifestation européenne consacrée aux technologies des viandes, s'est déroulée à Francfort du 4 au 9 mai dernier. Cet article se propose d'aborder une tendance notable de ce salon : la multiplication des solutions de « clean labelling » proposées par les fournisseurs d'additifs et d'ingrédients.

Résumé :

Le salon allemand IFFA offre une exposition importante aux fournisseurs d'additifs et d'ingrédients de l'industrie de la viande, rassemblés dans un hall spécialisé. On comptait cette année 246 exposants venus du monde entier relevant de ces deux catégories. Cette importance s'explique notamment par la proportion importante des produits transformés, notamment de charcuterie, consommés en Allemagne et dans les pays du Nord de l'Europe, surreprésentés dans ce salon. L'une des caractéristiques les plus manifestes chez les fournisseurs d'ingrédients et additifs était cette année l'accent mis sur le « clean label ». Cet article se propose de faire l'analyse de ce phénomène¹.

Abstract: fair, ingredients, additives, clean label

The German IFFA meat fair offers significant exposure to suppliers of additives and ingredients of the meat industry, gathered in a special hall. This year, there were 246 exhibitors from around the world under these two categories. This importance can be explained by the high proportion of processed products consumed in Germany and the northern countries of Europe, over-represented in this area. One of the most obvious features in the suppliers of ingredients and additives was this year's emphasis on the "clean label". This article aims at analyzing this phenomenon.

¹ Communiqué officiel IFFA, mai 2013

I. CONTEXTE

La dernière édition du salon triennal IFFA, la plus grande manifestation européenne consacrée aux technologies des viandes, s'est déroulée à Francfort du 4 au 9 mai dernier. Dans un communiqué daté du 22 mai 2013, les organisateurs du salon ont diffusé des chiffres de fréquentation en hausse, tant en ce qui concerne les exposants que les visiteurs. Le salon a recensé 960 stands (contre 942 en 2010, lors de la précédente édition), occupés par des sociétés originaires de 47 pays. Parmi elles, 28 entreprises françaises étaient représentées. On en retrouvait dans pratiquement tous les secteurs d'activité : équipement d'abattage et première transformation (Couedic Madoré, AM2C, Durand International, La Parmentière, Lima SAS, Norman SAS, Termet), petit matériel (Bobet Matériel, Fischer Bargoin, Dassaud, Manulutex), de transformation-cuisson (Dadaux, Armor Inox, Egretier, LB Systems, Lutetia, Steriflow, Steritech), d'emballage et de films (Bolloré, Hema, Indutex), de portes (Nergeco), d'inspection et d'hygiène (Luceo, Sairem), de boyauderie (Soussana) et d'ingrédients (CaProteins, Solina, Sonjal).

Selon les organisateurs, 60 266 visiteurs professionnels ont été comptabilisés, un chiffre également en progression, de 2,5% (58 245 en 2010), en provenance de 142 pays. Les visiteurs étrangers (non allemands) ont représenté 61% du total. Le classement des visiteurs selon leur origine reste inchangé par rapport à l'édition précédente : les Russes, qui

investissent de façon massive dans leurs industries de la viande ces dernières années, figurent de loin en tête, devant les Italiens, les Néerlandais, les Espagnols. Viennent ensuite les Polonais, les Autrichiens, les Américains, les Suisses et les Chinois. Les visiteurs français ne figurent pas dans le classement communiqué par le salon des 10 premières nationalités représentées.

La vitalité de l'IFFA s'appuie sur le rayonnement international des entreprises allemandes de machines-outils dans la plupart des domaines d'application intéressant la filière viande. Le chiffre d'affaires du secteur a progressé de 2%, en 2012, pour une valeur de production de 196 milliards d'euros, atteignant de nouveau son niveau record de 2008, selon l'association nationale des constructeurs de machines et d'équipement. Le sous-secteur des machines alimentaires et d'emballage-conditionnement a progressé de quelques 6% en 2012, pour dépasser la barre des 11 milliards, selon la même source.

Le salon allemand concentre en un même lieu une offre très large de fournisseurs et de produits alimentant les industriels, bouchers artisans et distributeurs de viande, avec une prééminence de l'industrie. Les secteurs suivants étaient représentés : matériels d'abattage, découpe primaire et secondaire, transformation, pesage, réfrigération, transport, matériel et produits de nettoyage, appareils de traçabilité, informatique, matériel de vente (cf. tableau 1).

Tableau 1 : Répartition des exposants à l'IFFA 2013 par secteurs d'activités

Groupe de produit	Nombre d'exposants	En pourcentage
Equipement de découpe primaire et de transformation	313	13,1%
Matériels d'emballage	305	12,8%
Matériel de vente en magasin	209	8,8%
Equipement et accessoires pour l'abattage et la transformation	206	8,6%
Epices et additifs pour la viande et la saucisserie	181	7,6%
Matériels de nettoyage, d'hygiène et de sécurité au travail	140	5,9%
Services	112	4,7%
Transport et stockage	108	4,5%
Technologies d'abattage	106	4,4%
Systèmes de cuisson et de fumage	92	3,9%
Appareils d'automatisation et d'assistance	84	3,5%
Sécurité alimentaire et management de la qualité	81	3,4%
Equipements de réfrigération	81	3,4%
Contrôles des procédés	74	3,1%
Appareils de pesage	70	2,9%
Equipements pour la rôtisserie, la friture et la cuisson au four	68	2,8%
Gestion informatique de la chaîne de production	60	2,5%
Boyauderie naturelle et artificielle	53	2,2%
Gestion de l'énergie et des fluides : eau, air comprimé, électricité	43	1,8%

II. ANALYSE DU SECTEUR INGREDIENTS

Compte tenu de la dimension de ce salon, nous nous sommes focalisés sur les tendances perceptibles dans le secteur des ingrédients au sens large, rassemblés dans le Hall 4. Une importance particulière lui est donnée à l'IFFA, où l'on comptait cette année 246 exposants spécialisés dans ce secteur. Cette importance s'explique notamment par la

proportion importante des produits transformés, notamment de charcuterie, consommés en Allemagne et dans les pays du Nord de l'Europe, surreprésentés dans ce salon.

L'une des caractéristiques les plus manifestes chez les fournisseurs d'ingrédients et additifs était l'accent mis sur le « clean label », l'expression apparaissant sur de nombreux

stands et brochures de communication. Une tendance relevée par les organisateurs eux-mêmes, dans leur communiqué de fin de salon¹. « *L'IFFA s'est aussi focalisé sur les ingrédients, les épices, les additifs, les boyaux et les emballages, qui sont utilisés tout à la fois dans le secteur artisanal et industriel de la préparation de la viande. Le clean label, la réduction ou l'échange d'adjuvants, allergènes et arômes artificiels soumis à déclaration est ici tout autant un thème du secteur que les produits "walking food" qui répondent au style de vie et aux habitudes alimentaires des groupes ciblés jeunes* ». L'expression de clean label, née dans les années 90 au Royaume-Uni², ne dispose pas de définition réglementaire précise et recouvre en fait plusieurs réalités.

Les professionnels entendent généralement par « clean labelling » la simplification de la liste des ingrédients et le recours à des produits naturels. Cette opération peut prendre plusieurs formes. Chez les fabricants, elle peut consister à proposer de substituer des additifs par des ingrédients naturels à fonctionnalité spécifique. C'était l'un des phénomènes les plus notables dans le Hall 4 de l'IFFA. Des exposants proposaient ainsi de remplacer les conservateurs chimiques par de l'huile de romarin ou de l'extrait de céleri, les colorants artificiels par de l'anthocyane naturel ou de la cochenille, les antioxydants par des extraits de thé vert, les texturants par des amidons natifs ou des farines fonctionnelles, les arômes artificiels par des extraits naturels ou des fonds de sauce fabriqués exclusivement à partir de la cuisson et de la réduction de matières premières naturelles, les extraits d'orange comme stabilisateur et rétenteur d'eau, ou enfin les produits de préservation par des ferments lactiques.

Les principaux enjeux industriels sont entre autres, la recherche d'alternative aux phosphates ou le retrait des exhausteurs de goût comme le glutamate dans les marinades. En Allemagne cela peut aller plus loin, avec une tendance à renoncer aux extraits de levure, considérés comme des exhausteurs.

Les autres méthodes de « clean labelling » (non abordées ici, mais également largement représentées au salon IFFA), peuvent consister à trouver des procédés à faible impact sur la qualité organoleptique et nutritionnelle, mais qui réduisent suffisamment la flore microbienne pour obtenir une durée de vie acceptable pour le consommateur et le distributeur sans, ou avec un moindre recours aux additifs. Il peut s'agir du recours aux hautes pressions, aux micro-ondes ou au chauffage ohmique. Enfin, dernière méthode de clean labelling (non traitée non plus ici), le recours à des solutions d'emballage/conditionnement permettant de limiter le recours aux additifs : atmosphère modifiée, absorbeurs, émetteurs, etc.

Extension au sel et à la matière grasse :

Le salon IFFA a permis de constater que la démarche de « clean labelling » s'est étendue à des démarches de substitution à d'autres ingrédients et non plus aux seuls additifs. Les exposants regroupaient ainsi sous ce vocable le fait d'alléger les teneurs en sel ou en matière grasse en les remplaçant par d'autres produits fonctionnels. En matière d'alternative au sodium, un produit alliant chlorure de sodium, chlorure de potassium, et arôme dans chaque grain, utilisable dans une large gamme de produits à base de viande, était ainsi présenté³. Il permet aux fabricants de réduire le sodium jusqu'à 40 %, selon l'entreprise proposant ce produit. Les produits de substitution au gras et à la viande étaient également bien représentés : extraits d'agrumes, solutions végétales à base de soja, de pois, de blé, de lupin ou de riz texturé.

Pour ces produits de substitution à la viande, l'argument nutritionnel s'effaçait cependant le plus souvent derrière l'argument économique, les produits végétaux de substitution étant sensiblement moins onéreux que les produits à base de viande.

¹ Communiqué officiel IFFA, mai 2013

² « Démarche Clean Label, les formulations naturelles », brochure du CTCPA.

³ AkzoNobel Salt Specialties présentait Suprasel® OneGrain® TS-M100, fruit d'une association avec Givaudan, leader mondial dans le domaine des arômes et des parfums