

Le 22 novembre 2018, le SNIAA a accueilli son quatrième #FlavourDay avec l'organisation de la :

Journée Arômes

« Attentes consommateurs, besoins clients : les réponses de l'aromatique alimentaire »

Revivez les 7h d'échanges de cette journée dans les pages qui suivent, avec les éléments clés des présentations, les résultats des sondages avec le public et les dégustations.



Quelques chiffres clés

plus de 220 participants dont 65% pour une première participation

plus de 100 entreprises et associations de l'alimentaire

plus de 50% des entreprises adhérentes au SNIAA présentes

10 intervenants de qualité et passionnants

2 groupes d'étudiants motivés

7 thématiques à enjeux pour la profession

Discours d'ouverture



Jean-Loïc METAYER introduit la Journée en déclarant « Le monde de l'aromatique est souvent considéré comme un monde un peu mystérieux, de moins en moins je l'espère, car on essaye régulièrement de vous informer sur ce que l'on fait, sur comment on essaye d'être les partenaires efficaces en solutions aromatiques pour nos clients ».

Le Vice-Président du SNIAA explique que les consommateurs sont confrontés à une cacophonie d'informations les amenant à douter de la qualité de

l'alimentation. Pour autant, la Science de l'alimentation a largement fait ses preuves, avec des progrès qui ont contribué à l'allongement de l'espérance de vie. Pour que cette évolution continue à porter ses fruits, il sera nécessaire que les parties prenantes s'affranchissent des idées préconçues, telles que le débat chimique vs. naturel.

Les aromaticiens aujourd'hui et demain développeront des arômes qui permettent d'utiliser au mieux la matière première notamment pour préserver les ressources naturelles.

Il conclut en rappelant que l'industrie aromatique « est là pour apporter du goût et surtout du bon goût, c'est une industrie hédoniste, une industrie du plaisir et cela ne changera pas ! ».



Cécile BONAFOS et Vincent FERRARI présentent une publication prochaine du SNIAA : un Guide à destination des utilisateurs d'arômes sur l'étiquetage des arômes en BtoB. Son objectif est de faciliter la lecture des documents d'accompagnement des arômes, un beau travail de transparence !

Ils ouvrent leur présentation sur une petite question au public ; des questionnements ressortent au sujet de la composition, de l'étiquetage, du caractère naturel et des liens entre arômes et denrées biologiques.



« Vous trouvez que les informations de vos fournisseurs ne sont pas toujours très claires donc on va essayer de vous démontrer le contraire ». Leur présentation permet ainsi de répondre à certaines interrogations réglementaires et notamment :

- > Les règles d'emploi du qualificatif « naturel » pour un arôme
- > Les dénominations de vente autorisées : le terme « arôme » étant la dénomination acceptable pour tout type d'arôme
- > La liste des ingrédients avec la partie aromatisante (nom des catégories d'agents d'aromatization) et les autres matières (additifs alimentaires ou autres ingrédients alimentaires utilisés à des fins technologiques dans l'arôme)
- > Les composants limités tels que les substances aromatisantes faisant l'objet de restrictions d'utilisation

« Le Règlement n°1334/2008 est notre référence, notre bible que nous connaissons tous presque par cœur ».

Ils terminent en rappelant comment lire et utiliser l'étiquetage, tout en invitant les entreprises clientes à se référer aux guides existants de l'ANIA et de FoodDrinkEurope.

Lecture & utilisation de l'étiquetage BtoB

Etape 1

Vérifiez l'étiquette et les documents d'accompagnement de l'arôme



Etape 2

Vérifiez que l'emploi de l'arôme est licite dans l'application envisagée



Etape 3

Déterminez la déclaration de l'arôme dans la liste d'ingrédients et les implications éventuelles sur l'étiquetage de la denrée finale



Copier-coller la dénomination de vente de l'arôme (BtoB)

n'est pas toujours possible

INFORMATION du CONSOMMATEUR

Denrées aromatisées : quelles dénominations ?

Paris
JOURNÉE AROMES 22 NOV 2018

La journée se poursuit sur une table ronde ANIA, FCD et SNIAA sur la communication vers le consommateur et notamment pour les denrées aromatisées.

Camille Helmer et Emilie Tafournel présentent le Guide que l'ANIA et la FCD ont rédigé pour accompagner leurs adhérents dans la compréhension et la mise en œuvre des récentes recommandations de la DGCCRF sur l'étiquetage et la présentation des denrées aromatisées.

Elles rappellent qu'il n'y a pas de réglementation européenne sur l'étiquetage et la présentation des denrées aromatisées. En France, il y a uniquement ces recommandations de la DGCCRF de 2017.

« La question majeure est de savoir s'il n'y a pas tromperie du consommateur par rapport à ce qu'il attend du produit en l'achetant dans le magasin. »



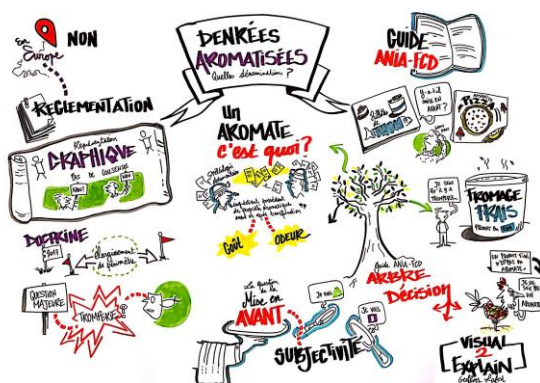
Elles s'arrêtent en particulier sur plusieurs points essentiels du guide :

- > la définition de l'aromate, rappelée par Isabelle Girod-Quilain
- > la notion de mise en avant d'un aromate qui déclenche, ou non, un étiquetage spécifique, notion qui n'est pas toujours facile à caractériser
- > les quatre cas prévus par la DGCCRF et à quels types d'aromatization ils s'appliquent (arôme naturel issu de l'aromate, arôme autre, aromate seul ou avec ajout d'arômes de ces catégories)

Les intervenantes expliquent qu'« Il y a de très nombreux cas où [administration et fédérations] peuvent ne pas être d'accord (... ; en effet, le caractère subjectif de la mise en avant (...) peut différer d'une personne à une autre ».

Elles illustrent leurs propos par plusieurs exemples, que les participants sont invités à évaluer ; et les avis ne sont pas unanimes, preuve que ce sujet est complexe et ouvert à une large interprétation.

Isabelle Girod-Quilain rappelle également le rôle des producteurs d'arômes alimentaires : transmettre les données pertinentes pour la conformité de l'étiquetage du produit fini, décrire la note conférée par l'arôme, dans la limite de sa connaissance du contexte de l'application envisagée, notamment en termes de dose, process, vieillissement/stockage.



Ateliers DEVELOPPEMENT DURABLE et PLAISIRS du Déjeuner

Paris
JOURNÉE AROMES 22 NOV 2018

A la **pause-café**, des dégustations de douceurs aromatisées produites par des adhérents du SNIAA étaient proposées...

Puis au **déjeuner**, les participants pouvaient découvrir trois ateliers dédiés aux actions des entreprises en matière de développement durable tout en profitant du buffet :



CREATIVITE

La créativité des étudiants en aromatique à l'honneur

Paris
JOURNÉE AROMES 22 NOV 2018

La filière de l'aromatique est attachée à la formation des futurs professionnels et la créativité des étudiants présage positivement de leur future créativité en entreprise.

Deux groupes d'étudiants présentent leurs projets :



Les étudiants du Master Arômes Parfums et Cosmétiques (ARPAC) de l'Université du Havre présentent un projet de « déformulation » : « reformuler un arôme « huître et un arôme algues (...) pour mettre en avant la région Normandie ». Ils expliquent leur méthode de travail qui inclut à la fois la dégustation, l'extraction des molécules volatiles pour les connaître, les isoler et les identifier. Puis vient le travail de formulation, vérifié régulièrement par l'analyse sensorielle.

Ils invitent les participants à sentir des mouillettes imbibées : une avec un arôme huître et une avec un extrait d'algues sèches. Les surprenantes odeurs marines envahissent la salle !

Les étudiants du MSc Manager en Process de Développement et de Création des produits Parfums, Cosmétiques et Arômes alimentaires de l'ISIPCA présentent des projets de création autour des thématiques de souvenirs de voyage (Budapest avec des notes cuivrées, de gingembre, Espagne avec des notes agrumes, chaudes), d'impertinence (l'amour avec un cœur vanille réconfortant, la fraîcheur de la framboise), etc.

Ils soulignent qu' « un aromaticien qui ne connaît pas les préparations aromatisantes ou les substances aromatisantes avec lesquelles il compose son arôme c'est un peu comme un peintre qui n'utilise que le bleu ou le jaune et qui ne sait pas que l'ensemble peut faire du vert ». Ils rappellent également l'importance du cadre réglementaire dans lequel se créera l'arôme.



CONCLUSIONS

Au terme de cette intense journée, deux Présidents concluent et ouvrent sur l'avenir.

Antoine Kastler, Président de l'EFFA (European Flavour Association), souligne que « *La profession aromatique est en pleine mutation et a pris conscience des changements des consommateurs et de la chaîne alimentaire* ».

La profession s'active pour répondre à ces changements par trois moyens : responsabilité et loyauté, communication avec des actions telles que les FlavourDays, passion avec notamment l'initiative des Flavour Ambassadors pour représenter l'industrie.



Eric Angelini, Président du SNIAA, souligne : « *Nous n'imaginions pas avoir un tel succès et une telle continuité en lançant le concept des Journées Arômes* ».

Il rappelle qu'il faut consacrer du temps pour comprendre et échanger avec les autres acteurs de la chaîne alimentaire.

« *Quand vous parlez avec des aromaticiens, il y a de la sincérité et du plaisir* ».

Sur les réseaux sociaux ...



Merci à tous pour votre présence !

Réunion encore plus intéressante que les précédentes. Bravo



Merci pour cette belle journée, où j'ai appris beaucoup de choses

