

Comment les consommateurs perçoivent-ils les arômes ?

Une étude unique, diligentée par le SNIAA et réalisée par **OpinionWay**, a permis de mieux comprendre comment les consommateurs perçoivent les arômes et mis en valeur des pistes pour communiquer sur ces beaux ingrédients.

Quelques enseignements de cette étude :

- **Des consommateurs avertis qui comprennent le rôle des arômes**

Les consommateurs comprennent le rôle des arômes dans les produits de leur quotidien, pour apporter du goût, inventer des nouvelles saveurs ou encore relever des goûts fades. Ils ont également conscience que les arômes permettent de palier à la disponibilité, notamment saisonnière, de certaines matières premières.

Pour autant, ils ne savent pas toujours très bien comment les arômes sont produits, par exemple des arômes qui apportent des goûts poulet rôti, légumes grillés ou encore pizza !

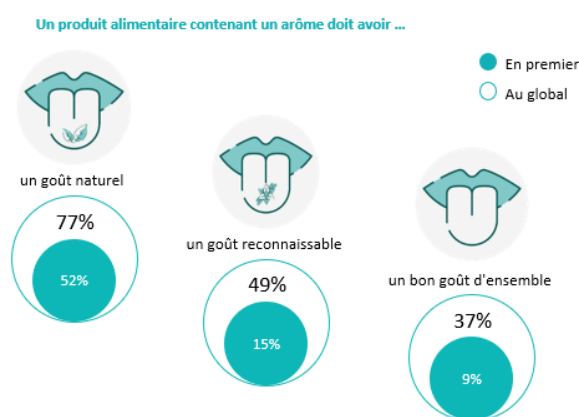
- **Pour autant, une certaine confusion persiste...**

Les consommateurs sont un peu confus quand ils se retrouvent face aux étiquettes des produits aromatisés. Ils peinent parfois à comprendre les différences entre les termes saveur, goût, parfum, etc.

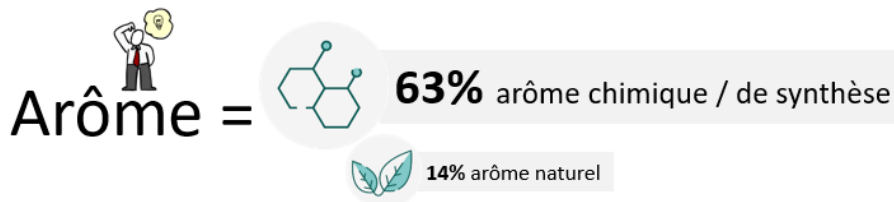
- **Une vision très positive des arômes naturels**

Les consommateurs ont une vision très positive des arômes naturels, qui pour eux retiennent l'essence du produit dont ils sont extraits. Pour 77% des répondants, l'arôme doit apporter un goût naturel.

Pour autant, les consommateurs ne souhaitent pas se priver de goûts nouveaux, de goûts fantaisie, même issus d'arômes de synthèse, notamment dans les produits plaisirs.



- L'arôme, pourtant souvent perçu comme « artificiel »

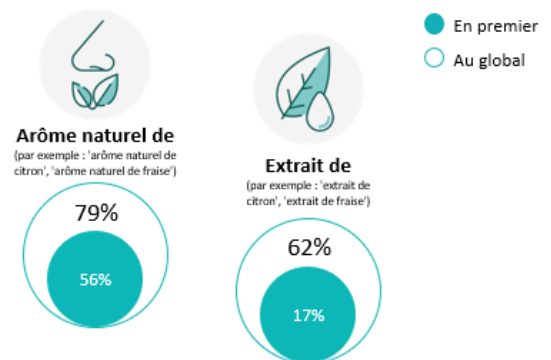


L'arôme n'est pas perçu comme une catégorie homogène, 63% des répondants pensent que les arômes sont « chimiques », « artificiels », ce qui est faux ! La part de la production d'arômes naturels (y compris les extraits et les huiles essentielles par exemple) augmente d'année en année et dépasse largement celle des arômes de synthèse.

Rappelons également que le nom « arôme artificiel » n'existe pas dans la réglementation !

- Entre arôme naturel et extrait, pas de préférence marquée

Quand on leur demande s'ils préfèrent les arômes naturels de X ou les extraits de X (X étant la matière première comme la rose, le citron ou encore le thym), les consommateurs apprécient tout autant les arômes naturels de X (79%) que les extraits de X (62%). Ces deux types d'arômes sont perçus très positivement par les consommateurs.



Face à ces résultats, que retenir ? Il faut de la pédagogie, encore de la pédagogie, toujours de la pédagogie ! Les consommateurs souhaitent en savoir plus sur les arômes de leurs produits préférés et le SNIAA prépare une campagne de communication pour répondre à ces interrogations.

Dans cette attente, visionnez notre [vidéo](#) expliquant comment sont produits les arômes.

Méthodologie du Sondage OpinionWay pour SNIAA

- > Volet qualitatif : 6 Focus Groups de 8 à 9 participants sur des échanges de 2h30 en octobre 2019.
- > Volet quantitatif : Etude réalisée auprès d'un échantillon de 1046 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas sur les critères de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région. Interviews réalisées du 13 au 23 décembre 2019.

- Plus d'informations sur notre [site internet](#) ou notre page [in](#)
- Relations Presse : Cécile Pinel, cecile.pinel@sniaa.org, 01 46 53 10 10

Le SNIAA, Syndicat National des Ingrédients Aromatiques Alimentaires, fédère et représente 95% des entreprises de l'aromatique alimentaire français, soit aujourd'hui une soixantaine d'entreprises, dont 90% sont des PME. Le SNIAA est reconnu et respecté comme partenaire indispensable de l'aromatique et de la filière alimentaire France et Europe.
www.sniaa.org