

Club P.A.I. *Food Ingredients*

Association sans but lucratif - Loi du 1er juillet 1901

Rapport d'étonnement HIE 2010

Le HIE en Chiffres :

403 exposants (- 20 % vs 2008 et + 5% vs 2006).

La Chine est le 1^{er} pays représenté (23,6 % des exposants), suivie par la France (15,9 %) et l'Allemagne (8,2 %).

Cette édition 2010 ne restera pas gravée dans les mémoires. Néanmoins, compte tenu du contexte économique et de la situation particulièrement délicate du pays hôte, il semble que les dégâts aient été limités.

En effet, la plupart des exposants que nous avons rencontrés semblaient satisfaits, sinon de la quantité, au moins de la qualité des contacts établis.

Plus déçus, les visiteurs ont regretté le manque d'exposants.

Top 10 Trends for 2011 by Innova Market Insights

Sur le stand Ingredients in action, les experts de la base Innova Market Insights nous proposent leur analyse du marché et nous donnent un aperçu des grandes tendances pour 2011.

1. **Processed is Out**

Plus de naturalité, de simplicité et moins de transformé.

2. **Offering Real Value**

Les marques 1^{er} prix montrent que l'on peut avoir l'essentiel à moindre coût, du coup les consommateurs en veulent pour leur argent et ils sont prêts à payer plus cher à condition que le produit ait une vraie valeur ajoutée.

3. **“Proven” is the New Buzzword**

La caution scientifique est de plus en plus utilisée pour appuyer le bénéfice santé d'un produit et retrouver la confiance des consommateurs.

4. **Return to Softer Claims**

Les allégations se font plus raisonnables. Les qualités intrinsèques des produits sont mises en avant et les ingrédients « nutritionnellement corrects » (fruits, légumes, céréales complètes, lait, ...) sont mis en valeur.

5. **Getting “Connected”**

La montée des réseaux sociaux pour être au plus près de ses consommateurs.

6. **Culinary Expansion**

C'est la tendance inspiration des chefs, Master Chef et Dîner presque parfait. Mais aussi une façon de se faire plaisir malgré la crise : mon porte-monnaie ne me permet plus d'aller au restaurant...je le fais venir à domicile !

7. **New Relaxation Paradigm**

On recherche quelques instants de tranquillité dans nos vies trépidantes. Après les energy drinks, place à la zenitude !

8. **Fruit & Veg Revival**

L'ère végétale bat son plein. Les fruits et légumes apportent santé, naturalité, voire même éthique !

9. **Try A Little Respect**

Respect de l'environnement, de la faune, de la biodiversité, des hommes... bref de la planète.

10. **Selling the Technology**

Valorisation de la technologie auprès des consommateurs.

HIE Awards 2010

11 nominés répartis dans 5 catégories (les vainqueurs en gras) :

Santé digestive :

- Fibregum (CNI) : de la gomme d'Acacia riche en fibre soluble.
- **Grinsted Fiberline (Danisco)**, un ingrédient qui permet de développer un pain de seigle avec les qualités gustatives d'un pain blanc.
- Vivinal GOS (FrieslandCampina Domo), un galacto-oligosaccharide issu du lait.

Santé du cœur :

- **Fruiflow (DSM)**, un extrait de tomate qui améliore le flux sanguin. Cet ingrédient est le premier à recevoir une allégation positive de l'EFSA au titre de l'article 13.5 du règlement 1924/2006.

Santé des jeunes et des seniors :

- Calrise (Innophos), un agent levant à base de calcium qui permet de réduire le sodium dans les produits tout en enrichissant en calcium.
- **VersaCal-Clear (Innophos)**, du calcium soluble pour enrichir des boissons sans modifier le goût.

Sport et performance :

- **L Fermentum PCC (Chr Hansen)**, un ferment qui réduit les risques de maladies chez les athlètes après l'effort.

- Optipep SN (Carbery), une protéine hydrolysée à assimilation rapide pour une meilleure récupération.

Minceur (aucun gagnant dans cette catégorie, le jury ayant estimé que les critères n'étaient remplis par aucun candidat) :

- Id-alG (Bio serae), un extrait d'algue brune qui bloque l'absorption des lipides et des glucides.
- Clarinol CLA (Lipid Nutrition), de l'acide linoléique conjugué qui réduit la masse grasseuse et augmente la masse musculaire.
- Stévia (PureCircle).

Et le gagnant toutes catégories est le Fruitflow de DSM dont l'allégation a largement pesé dans la balance et sur le jury !

Tendance du salon

Outre le Fruittflow de DSM, les stars du salon ont été incontestablement la stévia et les produits sucrants en général et les solutions pour sportifs, protéines en tête.

a. Sport

- Ingredia propose REFUEL&REPAIR un concept de boisson prête à boire pour la récupération après l'effort. www.ingredia-nutritional.com
- Carbery propose Optipep SN, une gamme d'hydrolysats de protéines sériques pour la nutrition sportive, et Isolac, une gamme d'isolats de protéines de lactosérum pour les boissons de l'effort. www.carbery.com
- Novastell propose Synergy, une gamme de phospholipides combinés avec de la DHA pour diverses applications :
 - Performance Synergy : pour la nutrition sportive
 - Brain Synergy : pour les fonctions cognitives
 - Eye Synergy : pour la vision
 - Anti-stress Synergy : gestion du stress

www.novastell.com

- Fonterra présente Clear protein, une gamme d'isolats de protéines sériques pour des formulations boissons et PowerProtein, une gamme de concentrés de protéines de lait ou de sérum pour les barres et snacks. www.fonterra.com
- Solbar propose un isolat de protéines de soja enrichi en calcium pour des formulations de boisson en poudre. www.solbar.com

- CHR Hansen propose le probiotique L. fermentum PCC, qui montre une réduction des maladies chez les athlètes après l'entraînement. www.chr-hansen.com
- Roquette propose une nouvelle version de la protéine de pois Nutralys qui permet de concevoir, notamment, des produits pour sportifs plus équilibrés. www.roquette.com
- Volac propose Volactive Hydrapro, une boisson protéinée pour la récupération. www.volac.com
- Lesaffre propose Lyside YE Pept-A, un extrait de levure riche en protéines sans produits laitiers ni gluten. acc@lesaffre.fr
- Solae propose des pépites de soja très riches en protéines pour des applications barres protéinées. www.solae.com

b. Stévia et autres produits sucrants

L'arrivée de la stévia en France et sa prochaine autorisation en Europe ouvre de nouvelles perspectives plus naturelles pour la formulation de produits allégés en sucre. D'autres extraits poursuivent la tendance comme le Luo han Guo (extrait de fruit chinois).

- Fenchem propose NeuVia, un nouvel extrait de stévia avec des solutions masquantes pour dissimuler l'arrière-goût amer. www.fenchem.com
- PureCircle, géant mondial de la stévia présentait de nouveaux partenariats avec les producteurs paraguayens. www.purecircle.com
- Cargill met l'accent sur son Truvia (stévia) et son Zerose (erythritol) et propose un mélange contenant ces 2 édulcorants pour substituer le sucre sans arrière-goût. www.cargill.com

- Pll propose Magvia, un mix de stévia et de mono ammonium glycyrrhizinate (Mag) qui permet d'édulcorer naturellement un produit tout en masquant l'arrière-goût amer de la stévia.
www.premiumingredients.co.uk
- Beneo lance BeneoPro VWG vital wheat gluten (gluten vital de blé) et le fructo-oligo-saccharide (FOS) biologique Oraffi@L58 Organic qui constituent des solutions naturelles et innovantes de remplacement du sucre. www.beneo.com
- Sweetwell, « le No sugar sugar » est un mix de fibres (maïs, betterave, chicorée) et d'édulcorants (isomalt, sucralose) qui permet de remplacer le sucre en 1 pour 1 (même capacité sucrante et texturante) en apportant 66 % de calories en moins.
www.sweetwell.eu
- Hill Pharmaceutical propose Magou-V, un extrait de Luo Han Guo avec un fort pouvoir sucrant. www.hill-pharma.com

c. La Santé

En 2006 – 2007, la santé était la tendance qui avait la plus forte progression. 2/3 voir ¾ des produits lancés avaient un claim santé que ce soit en santé active (fonctionnelle) ou passive (Better-for-you).

Depuis il y a eu, d'une part la crise qui a entraîné une mutation du comportement d'achat des consommateurs avec notamment un back to basics (moins de superflu et un retour à des produits plus simples), et d'autre part le fameux règlement 1924/2006 qui a freiné voire stoppé, la santé active en Europe.

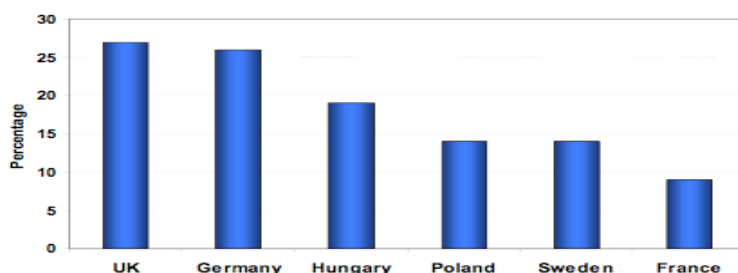
1. Les consommateurs

Le lien entre alimentation et santé est largement admis par les consommateurs. Toutefois, leur faible niveau de connaissance en

nutrition et la multiplication de messages, parfois contraires, ont mis la confusion et le doute dans l'esprit des consommateurs, le tout sur fond de peurs liées à la crise profonde et durable qui secoue la planète.

Une étude Eufic montre que les Français sont les Européens qui lisent le moins les étiquettes nutritionnelles.

Did you look for any nutrition information on the packaging?



Selon une étude Nutriscope réalisée par TNS Sofres (2010) :

- 97 % des Français ont entendu parler des vitamines et 91 % en citent au moins une spontanément.
- 75 % des Français ont entendu parler des acides gras, mais 49 % ne connaissent que le nom et seulement 29 % en citent au moins un.
- 90 % des Français ont déjà entendu parler des oméga 3, mais 53 % que de nom. Les aliments les plus associés aux oméga 3 sont la margarine (36%), le beurre (31%) et les poissons blancs 30 %.
- 70 % des Français ont entendu parler des antioxydants, mais 43 % que de nom.
- 90% des Français n'ont pas encore entendu parler de la stévia.

2. La réglementation

Après 2009, puis un second en février 2010, le panel d'experts « Produits diététiques, Nutrition et Allergies » de l'Agence européenne de sécurité des aliments (Efsa) vient d'adopter un troisième lot d'avis scientifiques relatifs aux allégations de santé génériques relevant de l'article 13.1 du règlement 1924/2006. Près de 808 allégations ayant trait à des fonctions générales ont été évaluées. Avec ce troisième lot, l'Efsa porte à 1745 le nombre d'allégations potentielles évaluées sur un total de 4637 demandes (après compilation des demandes similaires). Le quatrième et dernier lot d'avis scientifiques est attendu fin juin 2011. Restera ensuite l'étape d'autorisation réglementaire. Le principe de plusieurs publications échelonnées dans le temps a été récemment abandonné. La liste autorisée sera publiée officiellement d'un seul tenant vraisemblablement début 2012. Les allégations qui concernent les substances végétales ont été écartées de ce processus. Elles feront l'objet de décisions ultérieures. (Source Process Alimentaire)

Ex d'avis positifs :

- Ferments vivants de yaourt et l'amélioration de la digestion du lactose.
- Nouveaux claims pour les Vitamines & Minéraux (ex : Fer et réduction de fatigue).
- DHA et maintenance of normal brain functions & vision.
- Solactis de Solvay qui obtient la première allégation sur le transit intestinal.

Ex d'avis négatifs :

- Polyphénols du chocolat.
- Le CLA (mais flou sur la minceur).
- L'immunité (sauf la vitamine D).

Vu au HIE

Le choix des consommateurs se porte massivement sur des produits « Better-for-me » (nutritionnellement corrects) au détriment de la santé « active » (enrichie en composants actifs). Selon the Innova Database : 10 350 produits (low in or light) ont été lancés au premier semestre 2010 (8747 en 2009). Dans le même temps, 1960 produits ont été lancés avec une allégation active (2189 en 2009).

a. Minceur

Les experts de l'EFSA ont pour la première fois, donné leur feu vert pour une allégation minceur. L'heureux élu est le Glucomannan (fibre de konjac) qui contribue à la réduction de poids dans le cadre d'un régime hypocalorique. Espérons que cette première victoire rendra l'espoir et le goût de l'innovation aux industriels du secteur.

- Les Laboratoires Bioserae mettent en avant une nouvelle étude clinique confirmant les propriétés minceur d'ID-Alg, un extrait d'algues brunes riche en minéraux et en oligo-éléments.
www.bioserae.com
- Lipid Nutrition B.V. propose Clarinol CLA, un ingrédient extrait de l'huile de carthame qui réduit la masse graisseuse et augmente la masse musculaire. Cet ingrédient est reconnu novel food en Europe et a le statut GRAS aux US. www.lipidnutrition.com
- Rousselot met en avant la gélatine pour la formulation de produits allégés. La société présentait sur le salon le concept « Carla Brownie » : un brownie au chocolat allégé en calorie.
www.rousselot.com
- Innophos propose Cal-Rise, une solution pour réduire le sodium dans les produits de boulangerie. www.innophos.com

- Gelita propose Vitarcal, du collagène pour réduire les calories dans les formulations. www.gelita.com
- La Morella propose une gamme de noix avec une plus faible teneur en matière grasse ainsi qu'une gamme de fourrages avec une teneur réduite en acides gras saturés et en sucre. www.morellanuts.com
- Valens propose Slim&Fit, un mix de CoQ10 et de L-Carnitine qui agit comme brûle-graisses en convertissant les acides gras en énergie. www.valens.si

b. Cœur

- DSM lance Fruitflow(R) une solution naturelle issue de tomates qui est le premier ingrédient à recevoir une allégation au titre de l'article 13.5 : Aide à maintenir une agrégation plaquettaire normale, ce qui contribue à une circulation sanguine saine ». www.dsmnutritionalproducts.com
- DSM lance Lipidfizz™, des oméga 3 effervescents pour des formulations en tablette ou en poudre. www.dsmnutritionalproducts.com
- Adexgo propose une gamme de lait & œuf naturellement enrichis en CLA & oméga 3 (amélioration de l'alimentation animale démarche type Bleu, Blanc, Cœur). www.adexgo.hu
- Balchem propose C-Salt, un substitut de sel à base de Choline Chloride. www.bakeshure.com

c. Extraits végétaux

- Biovelop propose PromOat, un extrait d'avoine riche en bêtaglucanes. www.biovelop.com
- Lustrel propose de la Spiruline particulièrement riche en fer biodisponible. www.lustrel.com
- Roquette propose Vegeboost, une boisson alternative au lait 100 % végétale. www.roquette.com
- Vilkun propose la Maqui berry, un nouveau superfruit d'Amérique du Sud. www.vilkun.com
- Hill Pharmaceuticals propose Morucel, un extrait de feuille de mûre avec des propriétés sur la glycémie. www.hill-pharma.com
- Herb Pharma lance hoodia spray, un complément alimentaire satiétogène en spray à base de Hoodia Gordonii. www.hoodiaspray.eu
- Naturex élargit sa gamme Nat'Arom avec de nouveaux extraits de plantes florales rose, hibiscus et Brazil cress. La société lance également Xtrablend RP, un mélange synergique d'extraits de romarin et de grenade pour la protection antioxydante des produits alimentaires. www.naturex.com
- Activ'Inside lance Natural Mag'inside, un extrait de mélisse naturellement riche en magnésium. La démarche de la société est d'associer les allégations autorisées par la réglementation sur un minéral à une plante. B.lemaire@activinside.com
- Martin Bauer lance Be Fit, des nouveaux concepts de produits pour le corps et l'esprit à base d'extraits de thé vert, de rhodiola ou de baobab. www.martin-bauer-group.com
- Mikro-Technik propose Alba-Fibre, une gamme de fibres de blé, d'avoine, de bambou ou de canne issues de ressources renouvelables. fibers@mikro-technik.com

- CNI propose Fibregum clear, une version très purifiée du Fibregum (fibre d'acacia) pour l'enrichissement des boissons en fibres.
www.cniworld.com
- SunOpta propose le Garden Green Garbanzos, une nouvelle variété de haricot plus riche en nutriments (source de folates, vitamines A & C et fer, riche en fibre) et à teneur réduite en sodium, matière grasse et cholestérol. www.sunopta.com
- Indena propose Meriva, un extrait de curcuma et de phosphatidylcholine de soja particulièrement biodisponible avec des propriétés sur la santé oculaire. www.indena.com

d. Autres

- Gemmons Biotechn. propose des probiotiques dédiés à certaines pathologies : allergie, carie ou cholestérol. www.genmont.com.tw
- Innophos propose VersaCal Clear, un ingrédient pour enrichir en calcium et en phosphore les boissons clarifiées acides.
www.innophos.com
- Gumlink propose des concepts de chewing-gum nutrifonctionnels. L'offre se compose de solutions anti-rhume (zinc, vitamine C), minceur (thé vert, café vert et chrome), anti-cholestérol (stérols végétaux), calcium & vitamine D, beauté (co-Q10), énergie (caféine), articulation (glucosamine). www.gumlink.com
- Prova a développé une solution naturelle pour substituer la vanilline à moindre coût. www.prova.com
- Favea propose ColFos, un mix de colostrum bovin et de fructo-oligosaccharides pour l'immunité et la santé digestive.
hanzlova@favea.ingredients.cz

- Laboratoire PYC lance un Skin'Pure™ , un nouveau complément alimentaire avec du zinc et des antioxydants pour réduire les impuretés de la peau. www.laboratoire-pyc.com

Conclusion

La tendance santé a subi de plein fouet les crises économique, réglementaire et environnementale. Toutefois ce coup de frein reste conjoncturel, car le lien entre alimentation et santé est définitivement admis par les consommateurs.

En outre, il y a fort à parier qu'une fois toutes les demandes d'allégations « digérées » par les experts de l'EFSA, et face à la grogne des IAA, la Commission Européenne devrait « lâcher du lest » et assouplir la réglementation.

++*+*+*+*+*+*+*+*

Pour plus d'informations merci de contacter : clubpai@wanadoo.fr

www.clubpai.com • www.foodingredient.eu