Avis d'expert

« Oui, il y a des réponses pour séduire le consommateur »

Depuis trois générations, Arlès Agroalimentaire, spécialisée dans la distribution d'ingrédients alimentaires et d'additifs fonctionnels et le négoce de végétaux ingrédients, propose ses conseils et services ainsi que des solutions techniques et qualitatives auprès des industriels de l'agroalimentaire. Pour Yann Brégeon, responsable technique et développement d'Arlès Agroalimentaire, l'enjeu est de faire comprendre aux consommateurs que tous les additifs ne sont pas dangereux.

Quelles ont été les grandes tendances et évolutions observées ces dernières années sur le marché des ingrédients et additifs ?

Yann Brégeon : Il y a eu la tendance moins de sel, moins de sucre, moins de coût, moins de matière grasse… puis la volonté de développer des aliments originaux, ainsi que certaines technologies parfois au détriment des qualités nutritionnelles. Ces dernières années, les évolutions techniques ont porté sur les emballages « pratiques », ce qui a permis le développement du snacking, des solutions pratiques, prêtes à l'emploi, à consommer en chemin…

Quelles sont aujourd'hui les grandes tendances observées ?

Y.B. : Le BIO et le Clean label sont très demandés. Malgré une définition variable en fonction des industriels et/ou consommateurs, on reste dans le sans additifs, ingrédients reconnus comme sains et naturels par le consommateur, ingrédients que l'on trouve dans sa cuisine… Le free from et la naturalité se portent bien ! On veut manger plus sain, plus équilibré, durable (respect de la planète). Aujourd'hui, il y a une forte demande du vegan et du flexitarisme. Le consommateur veut rééquilibrer son alimentation vers plus de protéines végétales au détriment des protéines animales.
La santé est devenue une réelle préoccupation du consommateur.

Ces tendances sont-elles de simples effets de mode ou sont-elles amenées à perdurer et évoluer ? Et comment ?

Y.B. : La naturalité, dans laquelle on peut intégrer le BIO et le Clean label, sont des tendances de fond car elles sont liées à une prise de conscience des consommateurs et des industriels de la nécessité d'être plus en adéquation avec son environnement (planète, corps). Cela fait suite à des décennies de nourriture jugée par les consommateurs de plus en plus industrielle, transformée et faible en qualité nutritionnelle.

Quels sont les industriels les plus impactés par cette tendance et leurs préoccupations ?

Y.B. : Quasiment aucun secteur du marché n'échappe à ces tendances. Même ceux très gourmands telle que la confiserie par exemple, travaillent sur la réduction du sucre, l'allègement de la liste des ingrédients, le BIO… Les industriels de la viande s'y mettent également et proposent des alternatives végétales.

« Il y aura toujours une demande pour les additifs »

Que peut leur offrir Arlès Agroalimentaire?

Y.B. : Notre équipe d'experts spécialisés dans l'agroalimentaire propose des conseils techniques et services par l'écoute, la réactivité et la flexibilité.
Nos solutions proposent une très large gamme de produits de spécialités dans les domaines de la texture et stabilisation, couleur et brillance, goût et nutrition, ainsi que décors et inclusions qui permettent de répondre à toutes les attentes des clients.

Peut-on vraiment séduire le consommateur tout en respectant la naturalité ?

Y.B. : Le terme naturel/naturalité n'étant pas défini clairement par la réglementation, l'objectif de l'industriel va être de développer des produits qui répondent à l'image que se fait le consommateur de la naturalité. Et là, il y a presque autant de représentations possibles que de consommateurs.
C'est pour cela qu'en fonction des cibles visées, on va s'orienter vers du Sans additifs, durable, BIO, liste d'ingrédients courte, ingrédients connus/acceptés par le consommateur... Une fois que l'on a déterminé la cible, oui, il y a des réponses pour séduire le consommateur.

Les additifs et les colorants ont-ils encore leur place ?

Y.B. : Le marché des additifs et des colorants est toujours en croissance. Les industriels ont besoin d'ingrédients fonctionnels pour répondre aux différentes contraintes auxquels ils sont confrontés.
Une part grandissante du marché va s'orienter vers des ingrédients fonctionnels « Clean label » (amidon, fibres, protéines… et ingrédients à vocation colorante (coloring foodstuff) pour la coloration), mais à moyen-terme, a minima, il y aura toujours une demande pour les additifs (coût de formulation, contraintes techniques…).
Un enjeu important est de faire comprendre aux consommateurs que la plupart des additifs ne sont pas néfastes/dangereux, dont notamment les additifs d'origine naturelle.

Comment choisissez-vous vos partenaires ?

Y.B. : Nos critères portent leur statut de leader sur le marché, la certification qualité, la traçabilité, les audits de leurs sites, la reconnaissance de la qualité de leurs produits sur le marché , la volonté de travailler en partenariat avec leur distributeur, l'orientation de leur gamme vers la naturalité, etc…

Quels sont les projets d'Arlès Agroalimentaire?

Y.B. : Développer notre activité « Goût et Nutrition » dans le cadre du démarrage de notre partenariat avec Kerry qui débute le 1er septembre. Nous offrons désormais aux industriels de l'agroalimentaire l'opportunité de proposer aux consommateurs l'intégralité de l'expérience sensorielle : saveur, apparence, texture, stabilité et sensation en bouche tout en respectant la qualité nutritionnelle des aliments.
Nous travaillons à être reconnus par les industriels en tant qu'experts et fournisseurs de solutions sur l'ensemble des critères organoleptiques d'un aliment. Enfin, nous souhaitons continuer à développer nos solutions dans les domaines d'avenir tel que Clean label (naturel), végétal et nutrition.

A propos d'Arlès Agroalimentaire

Spécialistes de la distribution d'ingrédients et d'additifs fonctionnels et du négoce de végétaux ingrédients, notre vocation est le service et la proposition de solutions innovantes auprès de nos clients. Nous offrons la nature au service des sens dans quatre domaines de compétences : Texture et Stabilisation, Couleur et Brillance, Goût et Nutrition, Marquants.

En savoir plus : www.arles-agroalimentaire.com