



Rapport d'étonnement

CFIA Rennes

7-9 mars 2017



Club PAI

- Association loi 1901 qui regroupe 70 entreprises qui fabriquent ou commercialisent des ingrédients, des PAI, des additifs, ...
- Le but du Club est de mettre les gens en contact, de faire circuler l'information, de promouvoir, de faire du bruit, ... autour des ingrédients en général, ceux des membres du Club en particulier.
- Le PAI Contact (newsletter du Club PAI) est envoyé chaque mois à 6 500 contacts francophones et 1 000 anglophones. Il est gratuit pour tout le monde de le recevoir et de faire passer de l'information.
- Nous organisons des visites de sites, des déjeuners-débats, des réunions d'informations, du networking, ... (ouvert à tous)
- Nous réalisons des études de marché qui sont réservées aux membres du Club.
- Pour rejoindre le club, il faut :
 - Fabriquer ou commercialiser des ingrédients
 - En faire la demande
 - Payer une cotisation annuelle de 900 €





CFIA Rennes 2017 - Généralités

- Salon annuel – 7-9 mars 2017
- 1 450 exposants
- 40 000 m² d'exposition
 - Hall 8 pour les ingrédients & PAI
 - Halls pour les Equipements & Procédés
 - Halls pour l'Emballage et le Conditionnement
- 100 innovations présentées
 - 23 innovations en Ingrédients & PAI



Trophées de l'innovation

- Nominés Ingrédients & PAI

- **Flinn : E-free**, un enrobage tempura clean label qui reste croustillant même sans agent levant, pour des applications nuggets, poissons ou poulet panés. www.flinn.be/fr
- **Le Coq Noir : Variantes de légumes**, marquants de légumes crus et croquants, vinaigrés et salés, sur le modèle des achards. Ils remplacent les cornichons, câpres et oignons dans les sandwiches et apportent fraîcheur, couleur et goût. Produit naturel, sans additifs avec une DLC de 12 à 18 mois. www.le-coq-noir.com/store/
- **Lesaffre : SR30**, un substitut de sel mélange de levure désactivée, de levain dévitalisé, de chlorure de sodium et de potassium, qui permet de réduire l'adjonction de sel dans les formulations sans perte organoleptique. Il s'utilise à 2 % du poids de farine et permet de réduire 30 % la dose de sel dans le pain. www.lesaffre.com

Vainqueur

Tendances de consommation

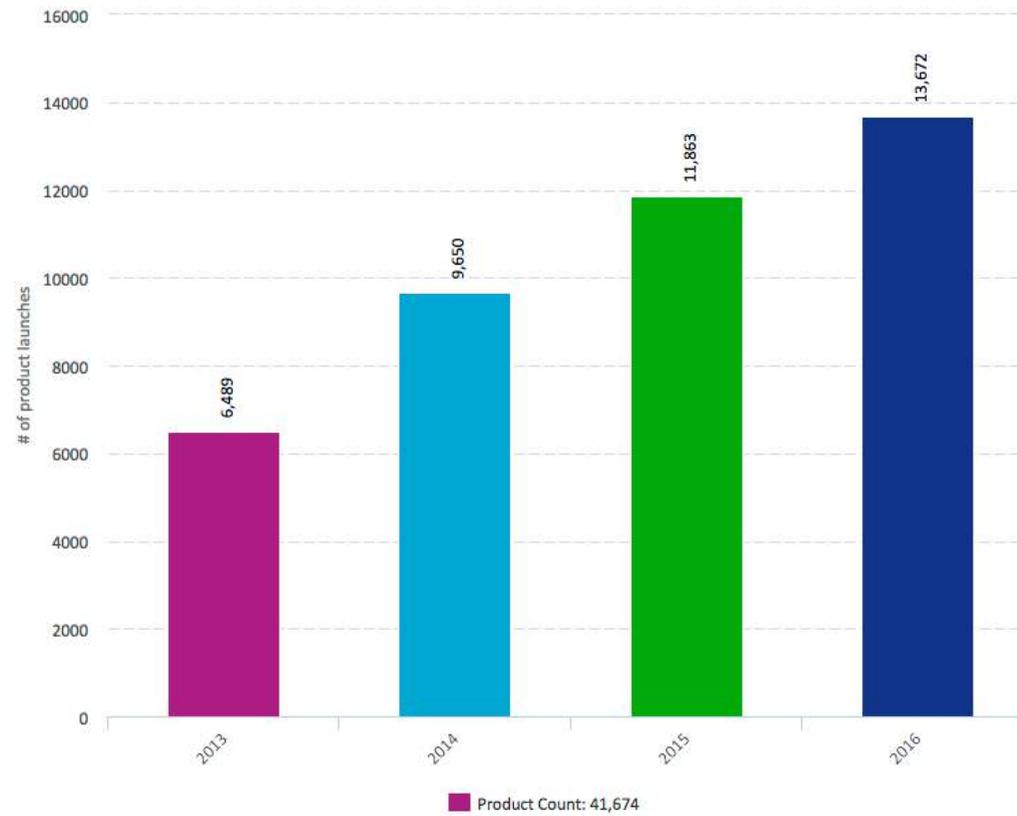


Protéines

- Alors que dans les pays développés, les populations consomment déjà trop de protéines, $\frac{3}{4}$ des consommateurs cherchent à en consommer encore plus !
- Les drivers du marché sont :
 - Le marché de la gestion du poids,
 - La nutrition sportive,
 - La dénutrition des Seniors.
- Alors qu'à l'heure actuelle les protéines animales représentent 70 % des protéines consommées sur la planète, les experts estiment que les protéines végétales remplaceront les $\frac{3}{4}$ des protéines animales d'ici 2050.



Protéines



Evolution des lancements de produits riches ou sources de protéines dans le monde - Innova Database

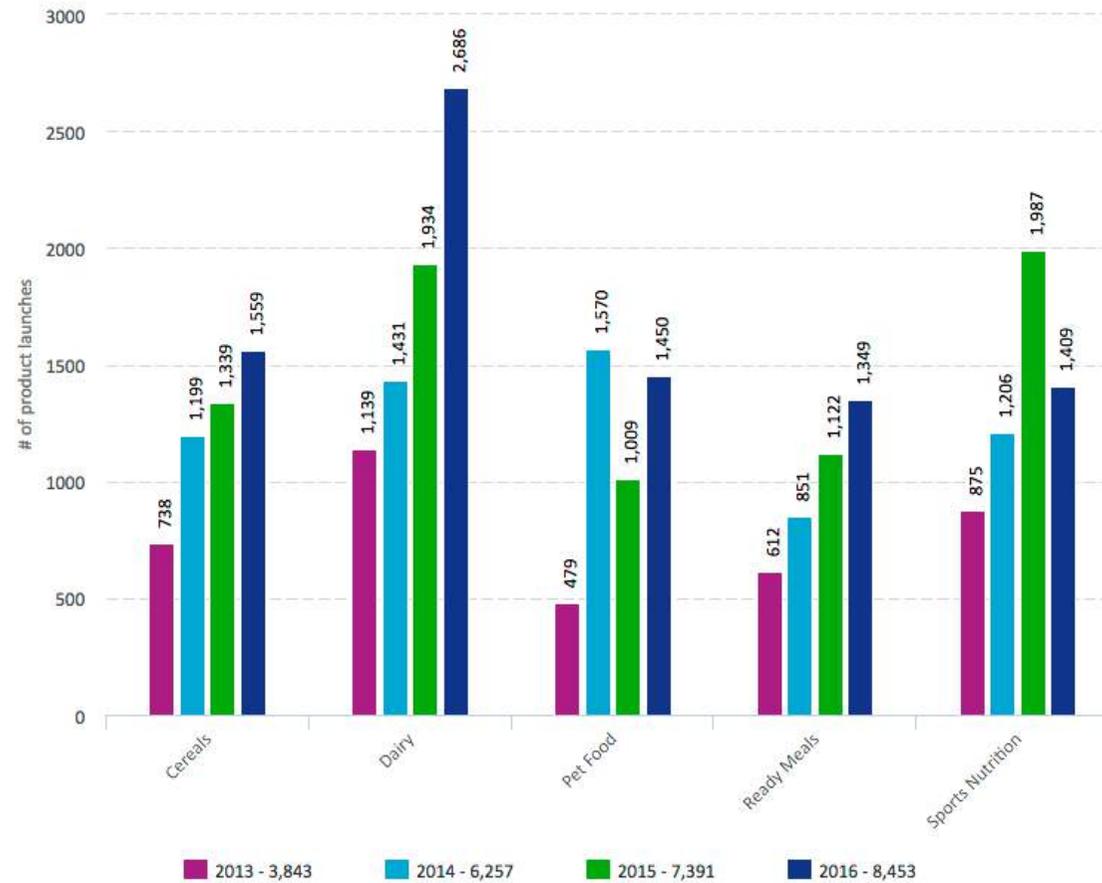


Protéines

- **Marchés :**

- Le marché des protéines (ingrédients) était estimé à 23 Mds de \$ en 2013 pour 4,2 millions de tonnes, la part des protéines végétales étant de 34 % (en valeur). D'ici à 2018, le marché des protéines devrait atteindre 32 Mds \$ soit une progression annuelle de 6,4 %. (Source Business Insights).
- De nouvelles protéines alternatives se développent tant dans le végétal (pois, riz, colza, lupin, chanvre, luzerne, micro-algues), que dans l'animal (insecte) ou dans les sources synthétiques. Ces nouvelles sources devraient représenter 1/3 des protéines d'ici 2054.

Protéines



Evolution des lancements de produits riches ou sources de protéines dans le monde - Innova Database

Protéines – Ingrédients nouveaux

- **Savoie Lactée** propose une poudre de protéines laitières à un taux de 80 %, répondant à de multiples usages nutritionnels et texturants avec une garantie d'origine très locale, issue de 3 départements des Alpes françaises.
- **Triballat Ingrédients** propose **Peptidea**, un peptide de pois soluble très foisonnant qui confère une bonne tenue aux glaces pendant la fonte. Très digeste il compte des acides aminés qui participent à la synthèse protéique, ce qui présente un intérêt pour la nutrition sportive.
- **Alfa** propose une sélection complète de légumineuses croustillantes et aromatisées.



Local

Le locavorisme est un mouvement né en 2005 aux USA et qui proposait de ne consommer que des aliments cultivés ou produits à moins de 100 miles (160 km) de son domicile.

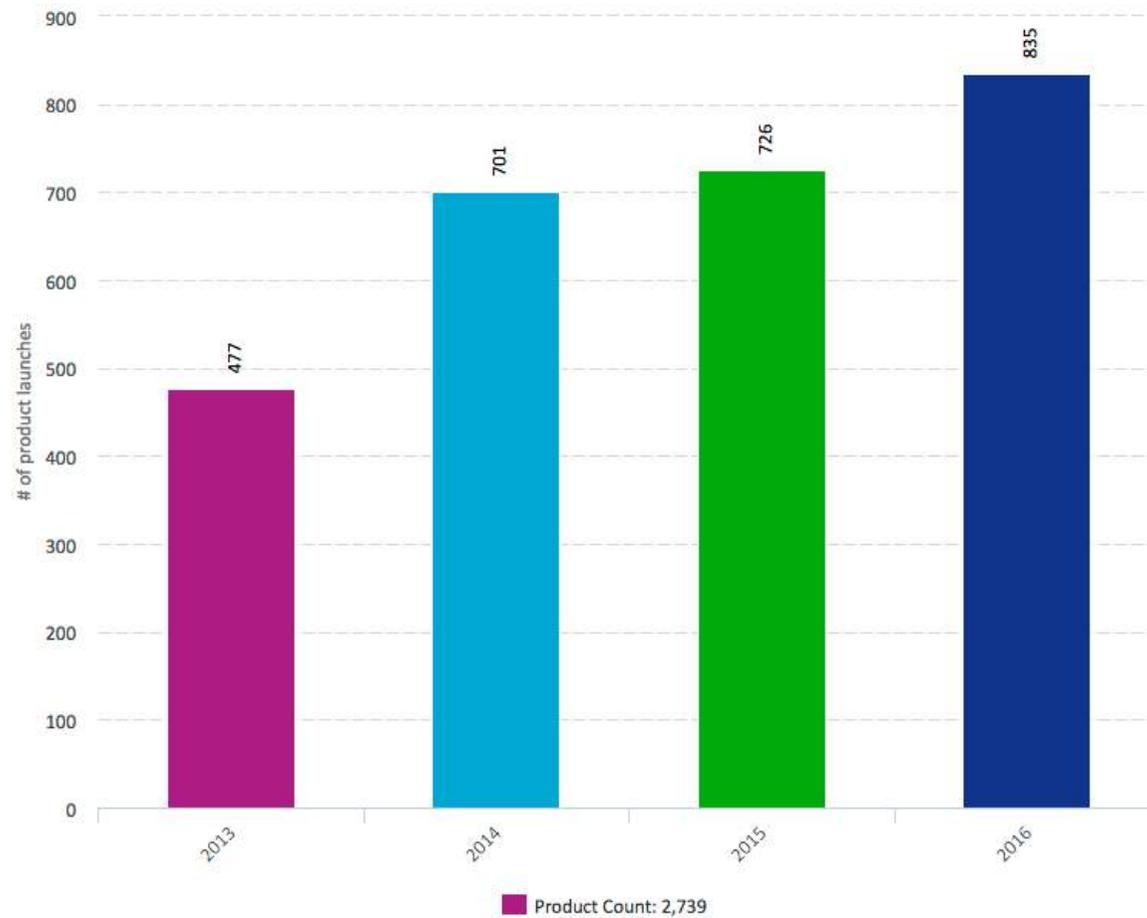
La motivation était environnementale : réduction des émissions liées aux transports des denrées alimentaires.

Suite à la crise économique de 2008, la motivation de consommer des produits locaux est devenue sociale : défense des emplois, soutien aux petits producteurs.

Depuis les crises sanitaires qui ont touché l'agroalimentaire, les consommateurs attendent plus de traçabilité afin de se rassurer sur ce qu'ils mangent : l'origine des produits ou des ingrédients qui les composent, viennent garantir leur qualité.



Local



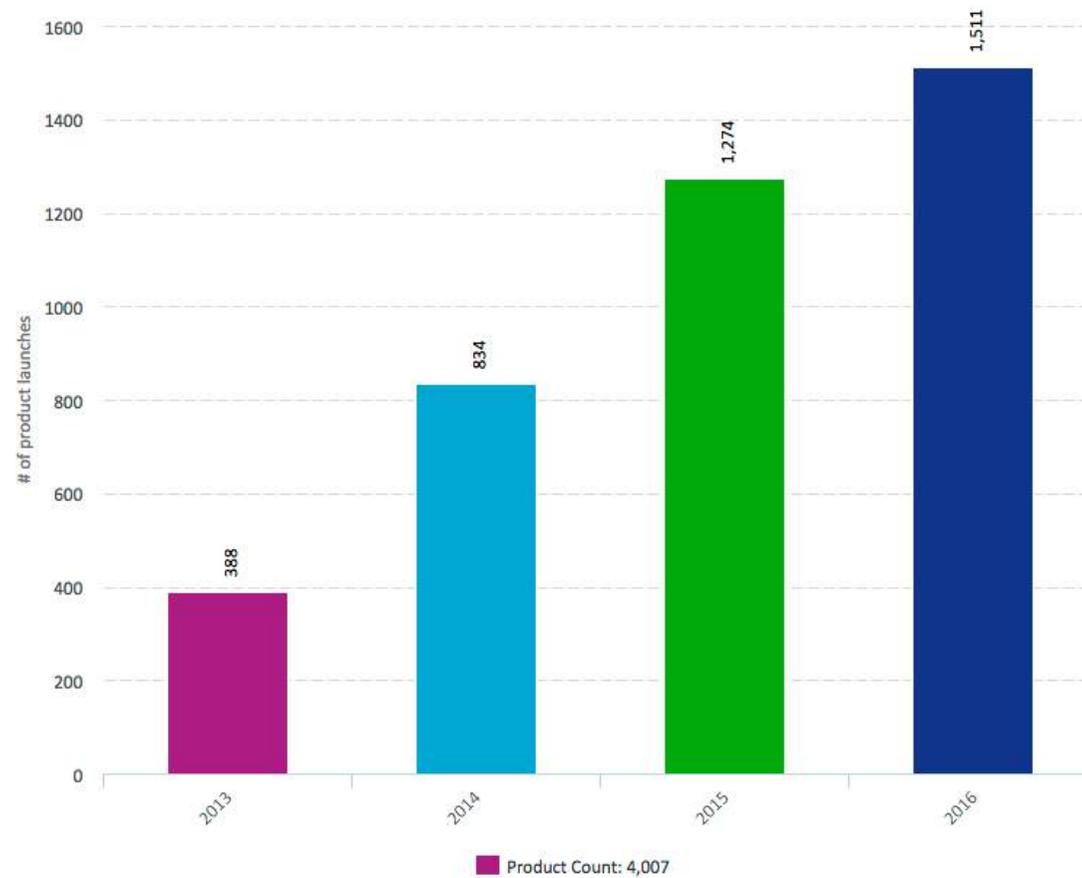
Evolution des lancements de produits locaux dans le monde - Innova Database

Local

- Conso :
 - Selon une étude opinion way pour a Little Market, 63 % des Français privilégient la consommation de produits régionaux. 61 % le font pour soutenir l'économie locale, 42 % pour connaître l'origine des produits qu'ils consomment. En termes de profil, ces « locavores » sont plus souvent des femmes, des seniors et des CSP+.
 - La tendance locale bénéficie également aux produits artisanaux : small is beautiful!



Local



Evolution des lancements de produits artisanaux dans le monde - Innova Database

Local – Ingrédients nouveaux

- **Savoie Lactée** propose une poudre de protéines laitières à un taux de 80 %, répondant à de multiples usages nutritionnels et texturants avec une garantie d'origine très locale, issue de 3 départements des Alpes françaises.
- **Triballat Ingrédients** propose des ingrédients innovants, 100 % naturels et clean label, ingrédients issus du lait français.
- **LCI** propose la première farine 100 % Auvergne.
- **Sicol** élargit sa gamme de purées de fruits surgelées avec la purée de fraise Mara des Bois d'origine France, réputée pour ses qualités organoleptiques. Riche en vitamine C, sans colorant ni conservateur, elle est d'un rouge intense et permet toutes les créations.

Bio

- Le marché mondial des produits Bio a atteint 80 milliards \$ en 2014 (+ 11 %). L'Amérique du Nord (48 %) et l'Europe (44 %) représente l'essentiel du marché.
- Avec près de 7 Milliards € en 2016 (+ 19 %), la France se place au 2e rang européen derrière l'Allemagne.

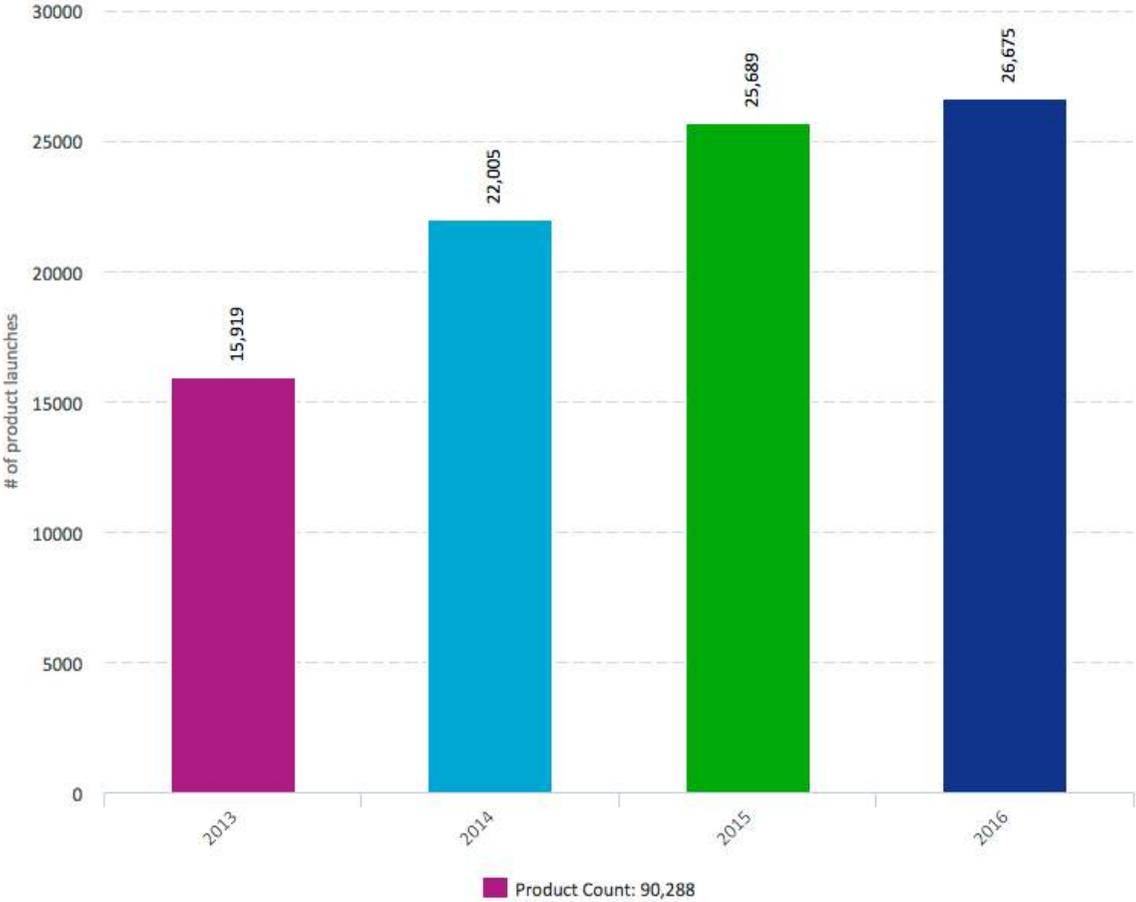


Bio

- Sourcing :
 - 75 % des produits Bio consommés en France sont Fabriqués en France. 12,5 % proviennent de l'Union Européenne et 12,5 % du reste du Monde.
 - Avec une telle croissance de marché, et bien que les surfaces en reconversion augmentent en France (déjà 5,8 % de la SAU est en Bio dans l'hexagone), le problème de sourcing commence à se faire sentir et les prix s'envolent.

nnn

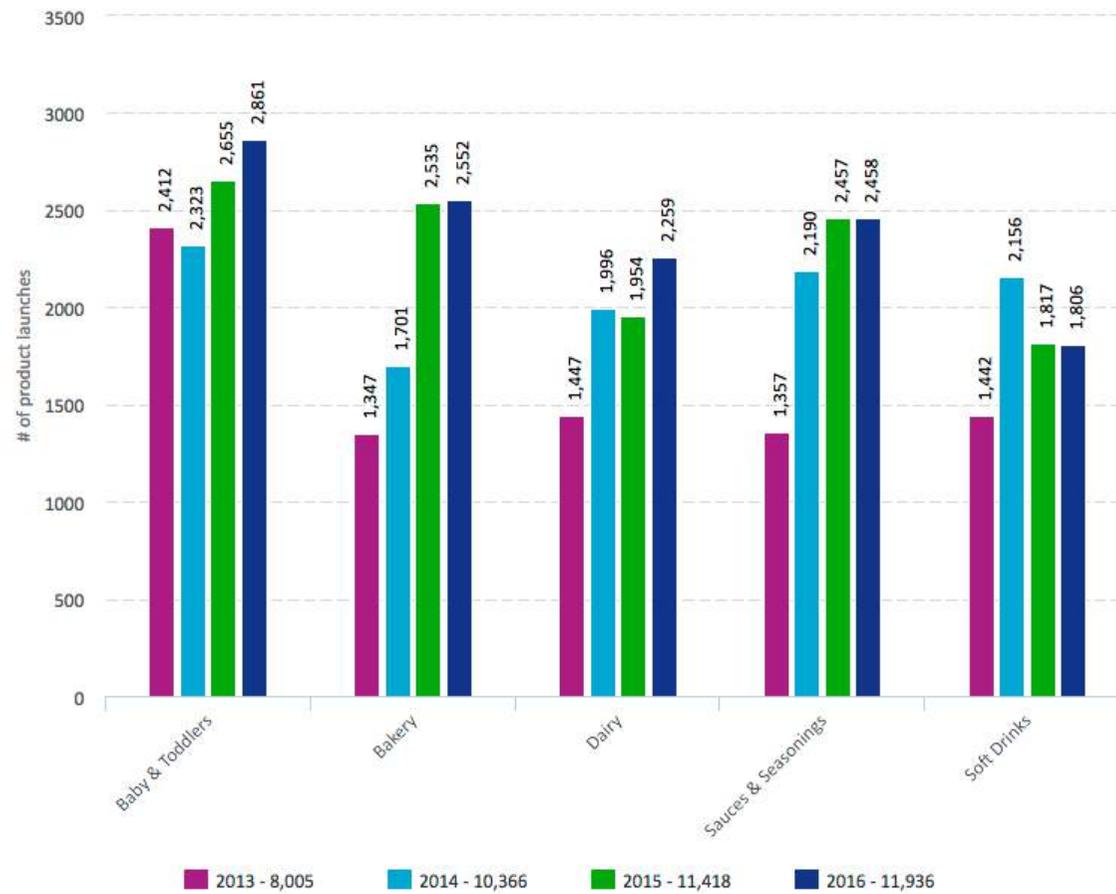
Bio



Evolution des lancements de produits Bio dans le monde



Bio



Top 5 des marchés ayant le plus de lancements Bio dans le monde - Innova Database

Bio – Ingrédients nouveaux

- **Nactis** propose des brochettes végétales texturées, vegan et bio et des biscuits bio sucrés-salés, avec des arômes bio.
- **Per Inter** propose des fromages bio : féta, cheddar, râpés Italiens, ...
- **Keramis** propose une large gamme de produits d'épicerie 100 % Bio : chocolat, sucres, huiles, graines, farines sans gluten, épices, aides culinaires, ...
- **Quaron** élargit sa gamme d'ingrédients Bio – sirops de glucose à base de blé, riz, tapioca, maïs, brisures de riz, amidon de blé, de maïs, de tapioca, sucre de canne, fibres de soja, ...
<https://www.quaron.com/fr/activites/agro-alimentaire-et-nutrition-humaine>
- **Tipiak** apporte de la jutosité aux substituts de viande grâce à Tapiocaline CR521, un texturant de manioc clean label. Il est utilisé pour la mise en forme de steaks ou de boulettes végétales, sans code E dans l'étiquetage. Il est sans gluten et disponible en Bio.

Bio – Ingrédients nouveaux

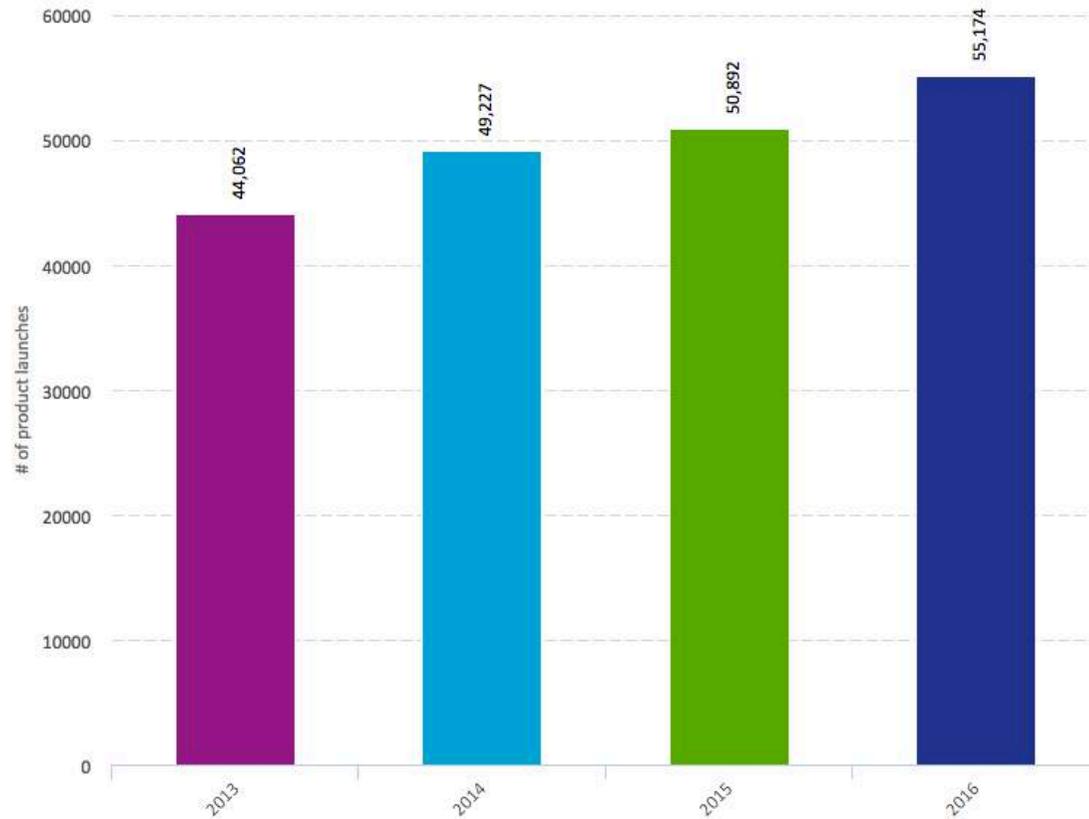
- **Bardinet** propose du jus de citron Bio de Sicile, du sirop de canne à sucre Canadou Bio et du rhum pâtissier Bio.



Naturalité

- Les consommateurs français ont développé une hypersensibilité au risque perçu entre alimentation et santé : 79 % jugent probable le risque que les aliments nuisent à leur santé. C'est 20 points de plus qu'en 2012 ! (moyenne autres pays 50 - 55 %),
- Selon l'étude Food 360 réalisée par TNS Sofres et présentée au SIAL :
 - 70 % des Français déclarent préférer des aliments simples, pas trop transformés pour être certains de ne pas avoir d'ingrédients suspects,
 - 83 % affichent un intérêt pour la naturalité,
 - 82 % pour les produits locaux et régionaux.

Naturalité



Product Count: 199,355

Evolution des lancements de produits positionnés Clean Label et/ou Naturel
Source Innova Market Insights

Naturalité

- **Jouvin** lance un chorizo pur porc sans conservateurs ni additifs, sans sels nitrités ni nitrates ajoutés obtenus grâce à un étuvage et à un séchage plus long qui assurent la sécurité alimentaire. Résultat : le chorizo est plus sec.
- **GNT** expose la gamme **Exberry**, des denrées alimentaires colorantes composées de concentrés naturels de fruits, de légumes et de plantes comestibles, obtenus grâce à des moyens naturels – hachage, pressage, filtrage, cuisson,... Ils sont sans additifs, ni conservateurs, ni solvants chimiques et apportent naturellement de la couleur à vos formulations.
- **Kalsec Europe** propose une gamme d'ingrédients extraits de piment et de paprika qui va du piment végétarien au piment fort Habanero ou ghost, en passant par des huiles de paprika doux qui apportent couleur et du goût. Ces ingrédients sont extraits grâce à un procédé sans solvant qui permet de garder l'essence des plantes et de restituer son goût authentique.

Naturalité

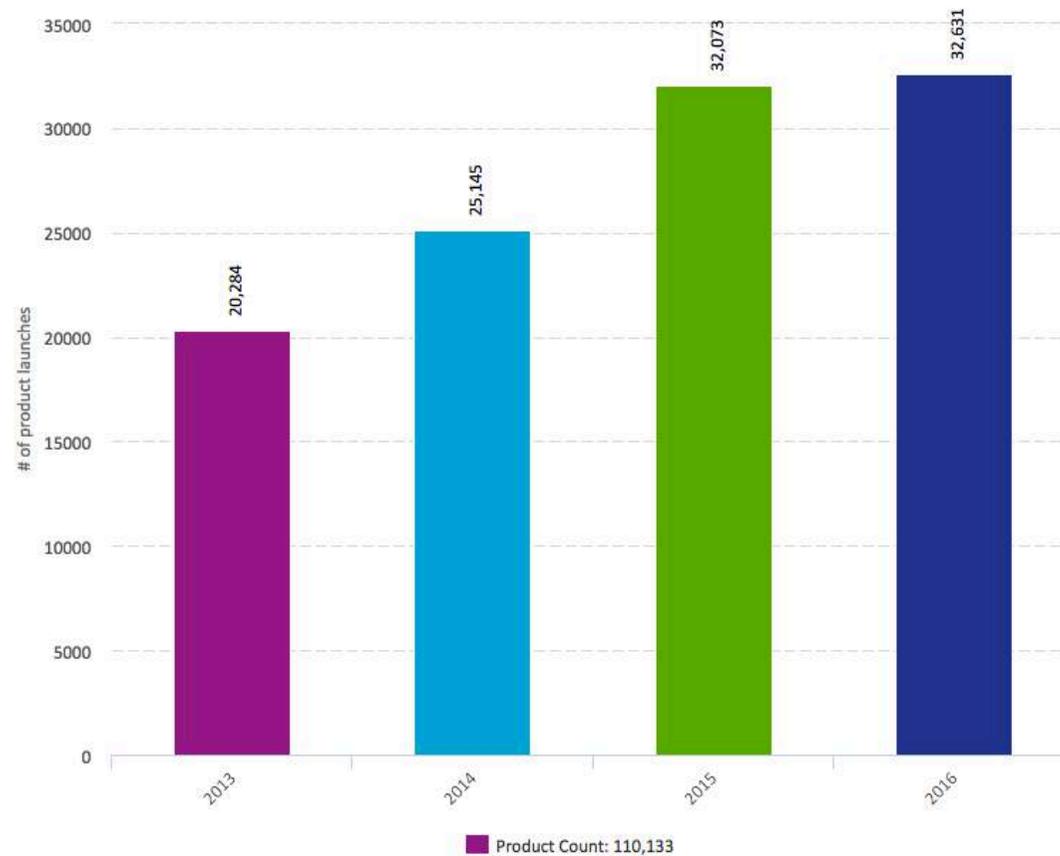
- Pour lutter contre la contrefaçon et la fraude, **Famille Michaud Apiculteurs** a investi dans une technologie par résonance magnétique nucléaire qui permet de déterminer la composition intrinsèque du produit et de vérifier la pureté et l'origine géographique du produit.
- **Le Guérandais** propose du sel extra fin (315 μ) IGP certifié, récolté à la main, non raffiné, utilisable dans des recettes Bio.
- **Gelpass** lance un **ail en chemise surgelé IQF** (une gousse avec peau) pour apporter un visuel de « fait maison ». Il est destiné à être mijoté avec des viandes ou des légumes, en cuisson longue pour révéler toutes les saveurs de l'ail.

Ere Végétale

- A tort ou à raison, les produits végétaux bénéficient d'une image plus naturelle, plus saine et plus durable que les produits animaux.
- Les principaux leviers de cette tendance végétale sont :
 - La croissance du marché des substituts de viande, des « dairy alternatives » et des protéines végétales,
 - Les végétariens, végétaliens et flexitariens,
 - Le succès des Superfoods : superfruits, superseeds, céréales anciennes, légumineuses, légumes oubliés, algues, ...
- Gageons que les récentes déclarations de l'OMS selon lesquelles les viandes transformées seraient carcinogènes et la viande rouge le serait probablement, ouvrent une voie encore plus royale au monde végétal.



Ere végétale



Evolution des lancements de produits positionnés « végétariens ou vegan »
Janvier 2013 à décembre 2016 – Source Innova Market Insight

Ere végétale

- **Colin Ingrédients** propose un arôme viande rôtie végétarien qui apporte rondeur et typicité dans des applications de substituts de viande type burger, sauces, snacks, substituts de fromage.
- **AB Technologies** présente **Végé Snack**, un produit 100 % végétal composé de fibres, d'extraits végétaux et de purée de carottes ou de brocolis, qui offre une nouvelle façon de consommer des légumes. De plus, il est riche en fibres et pauvre en calories.
- **Solina** développe une gamme de solutions texturantes et aromatiques végétariennes, à base de protéines de soja, de blé ou de pois, pour des applications de charcuteries végétales, de substituts de viande, plats cuisinés, ...
- **Van Hees** propose des boulettes végétaliennes, prêtes à l'emploi, pour répondre à la tendance Vegan. Elles sont présentées dans une sauce tomate et mises en portion dans des sachets micro-ondables. Merguez et saucisses végétariennes sont également disponibles chez van Hees.

Ere végétale

- **Nactis** propose des brochettes marinées Bio 100% végétales, riches en protéines, qui peuvent être préparées au gril ou au BBQ, en snacking ou en repas plus classique. Une alternative à la viande qui surfe sur plusieurs tendances actuelles : Bio, végétal et nomadisme.
- **Varachaux** spécialiste de produits à base de viande, propose désormais une gamme de produits végétariens.
- **Colin Ingrédients** propose une **Bolognaise végétarienne** en poudre à base de protéines végétales dont du soja, qui peut être utilisée dans des plats cuisinés, lasagnes ou sandwiches.
- **Vegetal Solutions** développe une gamme de légumes anciens grillés – topinambour, panais, rutabaga, patate douce, butternut – qui ont une coupe maison, un aspect grillé et une texture ferme. Ils peuvent entrer dans la composition de sandwiches ou dans les poêlées.
- **Tipiak** propose **Tapiocaline® recette Vegan**, un texturant de manioc clean label, sans OGM, Gluten, Bio, Casher, Halal, qui a une excellente rétention d'eau et un pouvoir gélifiant après traitement thermique. Il apporte du juteux et du crémeux sans ajout de matière grasse dans des formulations Vegan.

Santé

- En 2014 1,9 milliard d'individus étaient en surpoids (1,3 Mds) ou obèses (600 M) dans le monde (OMS).
- 43 % des consommateurs dans le monde cherchent à perdre du poids et 35 % à maintenir leur poids (Canadean 2015).
- Les consommateurs ne veulent plus de diktats nutritionnels (fais pas ci, fais pas ça) et se tournent vers une approche plus holistique de leur santé (plus d'exercice, manger moins et mieux, ...).
 - Le marché mondial des substituts de sel devrait atteindre 1 Mds \$ en 2018 (+ 11 %/an) (Markets and Markets).
 - Le marché mondial des substituts de sucre était de 13,26 Mds \$ en 2015 et devrait atteindre 16,53 Mds \$ en 2020 (Markets and Markets 2015).
 - Le marché mondial des substituts de gras devrait atteindre 2,6 Mds \$ en 2020 (Global Industry Analysts).
- 63 % des consommateurs préfèrent qu'on leur dise ce qu'il faut manger plutôt que ce qu'il ne faut pas manger (Canadean 2015).

Santé

- **Döhler** propose **Multisense**, une gamme d'arômes masquants/sucrants qui renforce l'impression sucrée en bouche, qui masque le goût des édulcorants, qui équilibre la texture liée à la réduction de sucre. Elle permet de réduire les apports de sucre dans les formulations de boissons et dans les aliments.
- **AIT Ingrédients** propose deux nouvelles références dans sa gamme **EatHealthy**, avec des prémixes pour élaborer des pains à la fois sains et sources de plaisir. Un mélange pour pain aux superberries (cranberries, cassis, açai et aronia), à la grenade et riche en fibres (avoine). Le second est un mélange de supergraines et de levains (blé, germe de blé), composé de 12 % de graines de chia, quinoa, millet et blé concassé, et de farines complètes de seigle et d'avoine, et de farine d'épeautre.
- **Vidya Europe** propose **Vi-Active Curcuma**, un extrait de curcuma particulièrement biodisponible sous différentes formes et concentrations - 95 % en granules, 85 % en billes, 30% en suspension huileuse, 20% en émulsion ou en poudre hydrosoluble à froid.
- **Limagrain** propose une farine fonctionnelle de blé pour réduire les matières grasses dans les farces de pâtes fraîches. **Westhove Wheat 984** peut remplacer 60 % de la crème fraîche, tout en apportant du liant pour le même profil organoleptique. Enfin, elle permet de réduire le coût et offre l'avantage d'un étiquetage Clean Label.

Santé

- **Métarom** a mis au point un nouveau **nappage caramel sans lactose** ni produits d'origine animale qui s'adresse aux intolérants au lactose tout comme aux végétariens. Dans cette formule, le lait est remplacé par des protéines de soja, et un arôme naturel vient substituer les notes lactées. Il peut être utilisé comme nappage, topping ou inclusion.
- **Weishardt** lance **Cook & Care**, un condiment sucré ou salé à saupoudrer tous les jours sur vos repas. Composé de protéines de collagène (90 %) + arôme vanille et sucralose pour la version sucrée, ou protéines de collagène + un substitut de sel et des épices, pour la version salée, il permet de réduire le sucre ou le sel tout en apportant un bénéfice supplémentaire : enrichissement en protéines et lutter contre le vieillissement de la peau. C'est une poudre hydrosoluble qui peut être incorporée directement dans les aliments. 18 mois de DLUO.
- **Ennolys** propose **Ennalin**, une gamme de vanilline naturelle qui apporte des notes beurrées et augmente la sensation crémeuse sans ajout de matières grasses.
- **La Comtoise** lance les **Crémeux**, une gamme de fromages tartinables pour la restauration et l'industrie du snacking – emmental, cheddar, bleu, brie, chèvre, ... Ils permettent de remplacer la mayonnaise dans des applications sandwich en apportant moins de gras.
- **Sensient Flavours** lance une gamme d'arômes fruit à coque sans allergène – amande, noisette, cacahuète, pistache et noix.

Santé

- **Azelis** propose un **healthy snack vegan**, riche en protéines et en fibres, à teneur réduite en sucre. Formulation : protéines de soja et haricots (Textura), fibres solubles (Promitor), amidon natif de maïs (Merigel et Merizet).



Nouvelles expériences sensorielles

- En France, la demande autour du plaisir est toujours très forte avec huit français sur dix qui continuent de s'offrir des petits luxes pour des moments de pur plaisir. Néanmoins, ce résultat passe de 83 % à 77 %, du fait de la contrainte économique (Food 360 TNS Sofres).
- Pour sortir de la morosité ambiante, rien de tel que de sortir des sentiers battus en proposant des produits « décoiffants » qui font fi des codes traditionnels tant au niveau des ingrédients utilisés que des packagings, des formes, des goûts ou des couleurs.
- Proposer aux consommateurs aventuriers de nouvelles expériences organoleptiques. Mélanger les goûts, les couleurs, les textures, les arômes. En clair, rendre la consommation ludique et jouer avec les sens !

Nouvelles expériences sensorielles

- **Darégal** met en avant sa collection de « **grands crus de menthe** » surgelés qui offre des notes aromatiques très variables selon la variété – menthe verte, fraîche, vivifiante, froide, givrée, glacée, nordique, sibérienne, poivrée, chocolat, gingembre, ...
- **Aromatech** développe un concept original **Beer & Burger** qui compte deux types d'arômes. Le 1^e aux notes de fruits pour aromatiser les bières, il est naturel, sans alcool, sans allergène et sans additif. Le second destiné aux sauces pour burger, aux notes exotiques – marocaine (harissa, piment rouge), spicy mango, sweet red (grenade, basilic), satay, japonaise (yuzu, échalote), hawaïenne (ananas, bleu), texane, ranch, samouraï, ...
- **Taste Flavour Creators** lance plusieurs nouveaux arômes naturels de superfruits dont figue de barbarie, fruit du dragon, Kiwano, maracuja jaune, kumquat, plaquebière et groseille à maquereau.

Nouvelles expériences sensorielles

- **Famille Michaud Apiculteurs** propose du sirop de fleur de coco et du sirop de cranberry, ainsi que des pépites de miel qui peuvent être utilisées en inclusion (biscuit, madeleine, ...) ou en topping (pizza, brioche, ...).



Nouvelles expériences sensorielles

- **Frutarom Savoury Solutions** propose un système de boyaux pour déposer épices et herbes aromatiques sur la surface des viandes, poissons et fromages, qui naturellement apporte couleur et goût. Elles se collent sur les produits à décorer et s'enlèvent facilement en ne laissant que les épices et les herbes réparties régulièrement sur les pièces de viande.
- **Sethness Roquette** propose **Carasweet**, un nouveau caramel texturé, onctueux et nappant, qui a une couleur doré à sombre, idéal pour le nappage dans des applications biscuits, chocolat, crèmes glacées ou produits laitiers.
- **Jean Niel** explore de nouvelles saveurs avec sa gamme d'arômes **Mixologie** qui allie des notes fruits, alcools, épices ou herbes pour offrir des arômes framboise-gin-poivre, ou fraise-gingembre, ou encore rhum-mangue-curry, ... Une fois mis au point, l'arôme peut être mis en application sur des préparations de fruits pour toppings, smoothies, fourrages, glaces, boissons, ...
- **AIF Ingredients** filiale de AB Technologies lance **Magic Cream Cheese**, un prémix pour créer un fromage fouetté ou un cream cheese, utilisés comme tartinables, garniture ou remplissage.

Nouvelles expériences sensorielles

- **Monin** propose des glaçages de fruits en poche souple, avec colorants et arômes naturels, qui gélifient rapidement sans coller, et peuvent être chauffés plusieurs fois. Ils sont stables à la congélation – passion-mangue, abricot, framboise, cassis, pomme verte, orange-mandarine.



Nouvelles expériences sensorielles

- **Limagrain** lance **Grains+**, une association de graines, farines et améliorant qui donne du goût et du croquant dans les pains de mie et les pains spéciaux. Elle est composée de germes de maïs toastés, de lin brun, de sésame, d'avoine, d'épeautre, de son de blé, de seigle, d'orge, de riz..., riche en fibres et source de magnésium et de phosphore.
- **Colin Ingrédients** propose **Crazy**, un mix aromatique d'un genre nouveau qui mêle basilic, abricot, poivre fumé et piment doux fumé, pour sortir des sentiers battus. Il a été élaboré pour des applications variées telles que des saucisses blanches, fromage de chèvre, crevettes sautées, brochettes de viande ou de poisson, ...
- **Azélis** propose **Candurin NXT Ruby Red**, un pigment rouge perlescent, premier pigment à base d'oxyde de fer et de silice autorisé en alimentation. Il a une bonne stabilité à la chaleur, au pH et à la lumière et se présente sous forme de poudre de 5 à 50 microns. Il s'utilise dans les chocolats, les confiseries, les glaces, les produits de boulangerie.

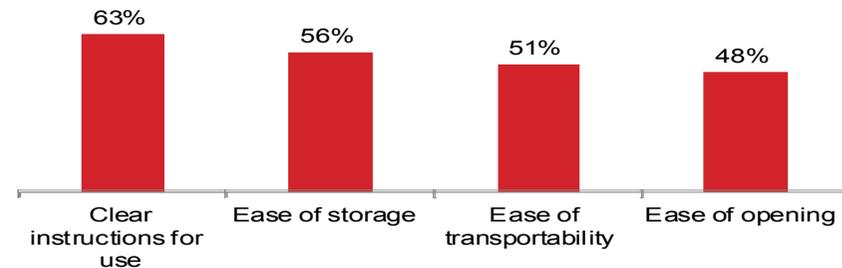
Nouvelles expériences sensorielles

- **Essenco** a présenté des macarons hamburger, fromage/lentilles corail et after eight.

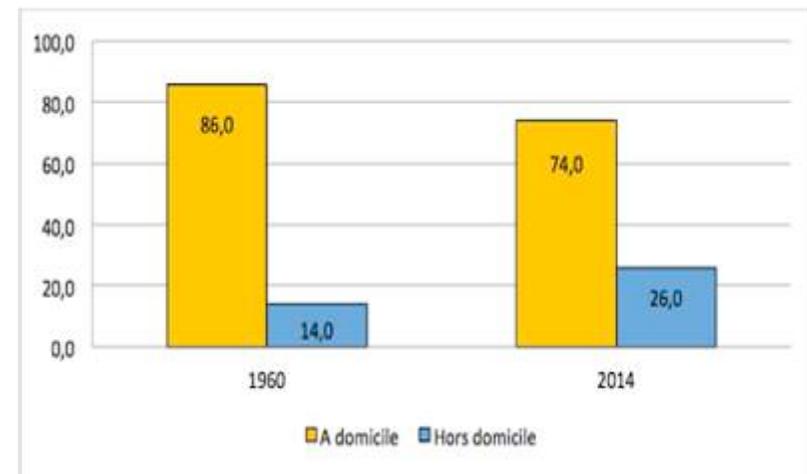


Praticité

- Gagner du temps : acheter, stocker, utiliser, consommer, recycler.
- Nomadisme, homadisme, « c'est moi qui l'ai fait », ...
- On-the-go :
 - Augmentation de la distance entre maison et travail ;
 - Réduction du temps consacré à l'alimentation (courses, préparation, consommation, ...)
 - De plus en plus de repas pris hors domicile (principalement le déjeuner en semaine) ;
 - Augmentation du grignotage ;



Consumers who pay high attention towards the following packaging benefits when choosing grocery products



Part de l'alimentation à domicile ou hors domicile en France (Insee 2015)

Praticité

- **Tipiak** propose des mini gressins croustillants pour salades traiteur ou pour dipper, qui répondent à une attente de nomadisme. Ils sont proposés en 4 aromatisations – nature, poivre, oignons, pizza-olive.
- **Darégal** présente des cubes de sauces surgelés prêts à l'emploi pour des applications pizzas, tartes et préparations cuites au four qui vont délivrer leur parfum lors du passage au four : pesto, chipotle, Thaï et provençal.
- **Plastobreiz** a créé **Ucan**, un emballage 2 en 1, composé d'une coupelle qui se clipse sur une canette, permettant d'associer un snack solide avec une boisson.



Ingrédients fonctionnels

- **Rupp Cheese** lance des sauces aux fromages pour le snacking. Elles sont composées d'au moins 50 % de fromage, y compris des fromages AOP de toute l'Europe (gorgonzola, comté, roquefort, ...). Réalisées à façon pour répondre aux souhaits des clients, elles sont sans sels de fonte et donc Clean Label et fournies en poche souple pour plus de praticité.
- **La Semoulerie de Bellevue** propose **Pépité HT**, une semoule de blé dur hydrothermée aux propriétés texturantes qui remplace la chapelure, les flocons de pomme de terre dans les produits carnés, les soupes ou les sauces. Elle permet d'absorber deux fois plus d'eau sans relargage tout en apportant moelleux sans compromis sur le goût.
- **Veos** développe **Vepro Gel 100 PCA**, une protéine de porc Clean Label qui se lie à l'eau en remplacement de la matière grasse, pour fabriquer des blocs de charcuterie fermes. Elle peut également substituer une partie de la viande dans des chipolatas sans perte de goût.

Autres

- **Barilla** lance **Selezione Oro Chef**, des pâtes pour professionnels qui ont une apparence artisanale. Elles contiennent 13,5 % de protéines ce qui assure une bonne tenue à la cuisson.
- **Lallemand** développe **Lalcult**[®], une gamme complète de ferments d'aromatisation et d'acidification et de bioprotection pour fromage et viande.
- **Plantex** propose des **vanilles d'exception** : vanille Bourbon, vanille de Tahiti, vanille d'Ouganda.

Conclusion

- Une très belle édition du CFIA qui s'impose comme LE rendez-vous des PAI en France.
- Déjà largement constatée sur le SIAL, la montée du végétal se confirme sur le salon.
- Le Bio, déjà très présent sur le SIAL (19 % des innovations), s'est mis largement en avant sur le CFIA.
- Le clean label n'est plus une tendance, mais un prérequis incontournable.



Plus de questions ?

Alix de Reynal

clubpai@wanadoo.fr

01 47 63 06 37

www.clubpai.com

