

SNPE
Syndicat National
des transformateurs de Poivres,
Epices, aromates et vanille.

SYMTIA
SYndicat national des fabricants
de Mélanges Technologiques
pour l'Industrie Alimentaire.



Newsletter n°13

NOVEMBRE 2019

SAUCISSES À PÂTE FINE

SOMMAIRE

- 2** Actualités
- 3** Produit phare :
Saucisses à pâte fine
- 5** Questions-réponses :
Arôme ou produit alimentaire
intermédiaire (PAI) ?
- 6** Bon à savoir :
Épices, tendances des marchés

Newsletter éditée par **FEDALIM** - 66, rue La Boétie,
75008 PARIS - Tél : 01 53 42 33 86
www.fedalim.net

Coordination éditoriale et rédaction : Symbiotik SAS
Directeur de publication : Hubert Bocquelet
Création graphique et mise en page : C. Poriel, A. Zeller
ISSN : 2496 - 4875

Qui sommes-nous ?

Le SNPE (Syndicat National des transformateurs de Poivres, Epices, aromates et vanille) et le SYMTIA (SYndicat national des fabricants de Mélanges Technologiques pour l'Industrie Alimentaire) sont regroupés au sein de la **FEDEMET**, FEDération nationale des Epices, aromates et MELanges Technologiques. Ils sont également deux des membres de **FEDALIM**, pôle de regroupement de fédérations ou syndicats professionnels de l'industrie alimentaire.

Une flambée historique du cours du porc

Le prix du porc au Cadran a augmenté de 44 % depuis début mars 2019, et certaines pièces de découpe (gras, bardière) connaissent des augmentations de plus de 70 %. Le coût de la viande représentant en moyenne plus de 50 % des coûts de production, les entreprises se retrouvent dans des situations économiques critiques. Après une première campagne de renégociation en mai-juin, qui n'a pas permis de couvrir l'ensemble des coûts subis, la poursuite de la hausse des prix du porc oblige à nouveau les entreprises de charcuterie à

demander à leurs clients de revoir les tarifs. Sans cela, c'est la pérennité de la filière charcuterie qui est mise en cause.

Cette situation de crise va s'amplifier et durer dans le temps. La fièvre porcine africaine, responsable de la forte augmentation de la demande mondiale, continue de se propager en Asie, et notamment en Chine qui produit la moitié des cochons dans le monde et dont la moitié du cheptel pourrait être décimé fin 2019. Pour faire face aux situations de crise « matières premières », le médiateur des relations commerciales agricoles a recommandé, aux côtés de la

FICT, la mise en place d'une clause-type de révision dans les contrats liant les entreprises de charcuteries et leurs clients afin de pouvoir retrouver de la sérénité dans les relations commerciales dans un contexte de volatilité du prix du porc qui s'inscrit dans la durée. Les indicateurs de pièces de découpe de porc établis par FranceAgriMer et publiés tous les mois par Inaporc pourront être utilement pris en compte dans ce dispositif.

Répondre aux attentes sociétales des consommateurs

La FICT poursuit avec ses entreprises membres ses efforts pour apporter des réponses aux attentes sociétales des consommateurs. C'est ainsi qu'elle fait régulièrement évoluer le Code des Usages des produits de charcuterie, outil de référence définissant plus de 450 recettes. Après avoir intégré des critères nutritionnels sur les teneurs en gras et en sel, et défini un taux en nitrites inférieur à celui fixé par la réglementation, la FICT est en train de finaliser le retrait d'environ 50 % du nombre d'additifs autorisés dans les produits de charcuterie.

La FICT a également publié sur le site www.lescharcuteries.fr des repères de consommation pour proposer des menus intégrant des produits de charcuterie à la semaine dans le respect des recommandations officielles de santé publique (175 g par semaine).

En parallèle, la FICT s'est fortement impliquée au sein de la filière porcine pour promouvoir la montée en gamme du label *Le Porc Français* afin qu'il intègre notamment des critères sur le bien-être animal et l'environnement. Le nouveau cahier des charges ainsi enrichi devrait être finalisé début 2020, et l'Interprofession prévoit que plus de 98 % de la production soit sous ce label en 2023.

Enfin, la FICT, après un premier projet finalisé en 2018 sur la recyclabilité des barquettes plastiques, participe à un nouveau projet collectif sur trois ans pour développer la recyclabilité des opercules.

EN BREF

VALORISER L'IMAGE

La FICT s'attache à promouvoir l'image de la charcuterie, notamment en dynamisant sa présence sur les réseaux sociaux et en valorisant ses engagements mais également la fierté des salariés de faire des produits de charcuterie de qualité, sources de plaisir et de convivialité.

RENFORCER L'EXPORT

L'export est un axe particulièrement important de développement. C'est pourquoi la FICT a réalisé des programmes de promotion de la charcuterie au Japon et au Canada. Cela s'accompagne d'un important travail mené conjointement avec l'administration dans tous les pays prioritaires afin de lever les barrières sanitaires aux échanges.

CONVENTION COLLECTIVE

Un travail de rapprochement des conventions collectives avec l'Adepale (Association Des Entreprises de Produits Alimentaires Elaborés) est également en cours. Si elle aboutit, cette démarche permettrait de donner naissance à la plus importante convention collective alimentaire nationale et ainsi répondre au souhait du gouvernement de réduire le nombre de conventions collectives.

LA FICT EN CHIFFRES

- représente 310 établissements de charcuterie-traiteur sur toute la France
- 90 % de PME
- 33 000 emplois en CDI
- 6,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires
- utilise 75 % du porc produit en France
- matières premières de la charcuterie : 84 % de porc, 11 % de volailles, et 5 % de bœuf ou de gibiers

Produit phare

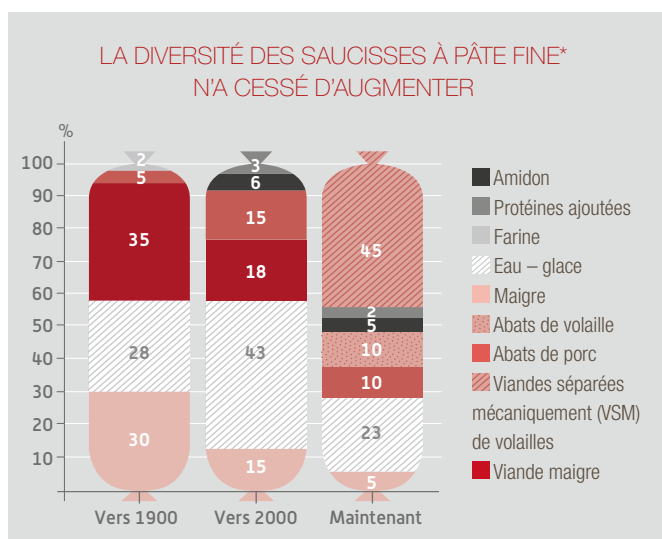
L'origine du mot « knack » vient du verbe allemand « knacken » qui décrit le bruit que fait la saucisse quand sa peau éclate sous la dent.

Nouvelles exigences économiques, nouvelles attentes en termes de qualité : au fil du temps, les procédés de fabrication des saucisses à pâte fine et les ingrédients mis en œuvre dans leurs recettes ont largement évolué.



© handmadepictures-123RF

SAUCISSES À PÂTE FINE



* : à l'échelle du marché mondial

Si l'on regarde sur trois générations en arrière, les recettes des saucisses à pâte fine, autrefois composées essentiellement de maigre et de gras poussés en boyaux naturels, ont considérablement changé. Outre les formes, les types de boyaux, les ingrédients, les matières premières se sont diversifiées. Les produits à bases de volailles sont aujourd'hui légion : ils répondent à la fois à une demande des consommateurs et également aux exigences Hallal de plus en plus fortes sur nos marchés.

Les attentes des consommateurs

Le consommateur fait valoir des attentes en termes de :

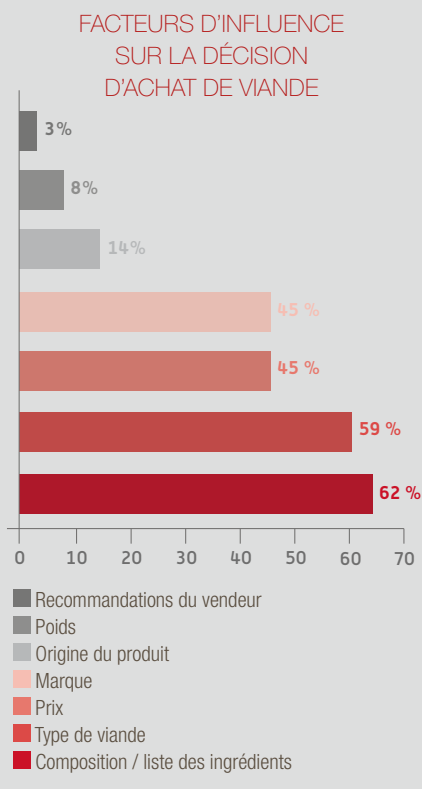
- **texture**, avec une structure et une surface uniformes, régulières, jamais friables. Le produit est ainsi élaboré pour avoir une structure de viande naturelle, via une émulsification adéquate ; une surface lisse (sans grumeaux ni empreintes) et ferme (mais pas besoin de « knack » audible quand on la plie) ; et une fermeté suffisante pour être tranché d'un seul coup à la fourchette sans

nécessiter de couteau, mais tout en conservant un certain moelleux. Au final, la saucisse doit être flexible et élastique mais toujours dense et ferme.

- **jutosité**, avec un produit juteux mais jamais « mouillé » ; qui évite une perception haptique (sensation du toucher) glissante ; ne soit ni sec ni friable ; et sans traces d'eau visibles (ni sur les saucisses, ni dans l'emballage) ;
- **couleur**, qui doit être très semblable à celle de la viande (ou du moins aussi naturelle

Produit phare

« LES INDUSTRIELS DÉVELOPPENT ET ADAPTENT LES RECETTES DE SAUCISSES À PÂTE FINE POUR RÉPONDRE AUX NOUVEAUX BESOINS DU MARCHÉ. »



que possible) : vive, pas trop claire et jamais grise ; sans couleur intense, mais naturelle, légèrement rose (pas de rose artificiel) ; et enfin, uniforme dans le produit, sans gradient entre le cœur et la périphérie.

Trois tendances de marché

Le marché de la saucisse à pâte fine, comme celui de la charcuterie, se caractérise par une spécialisation assez étroite par groupe de produits, chaque groupe ayant son propre public cible et ses spécificités de développement. La gamme de produits se révèle ainsi très large.

Différentes tendances peuvent être citées :

- la demande croissante de **produits à faible coût** en raison de la hausse des prix des saucisses, qui concerne une majorité de consommateurs ;
- la recherche de **produits frais, naturels et purs**, qui émane d'une minorité croissante de consommateurs sensibles aux questions de santé. Ces consommateurs s'intéressent aux ingrédients et à la présence d'additifs ;
- la demande de « Trusted low price », soit une **double exigence de prix bas et de qualité**. Ces consommateurs, de plus en plus nombreux, utilisent les nouveaux outils « d'aide » à la consommation du type Yuka, Siga, Nova... Cette tendance fait écho aux réseaux sociaux.

Les défis à relever

Tout en gardant à l'esprit une demande de diminution notable de l'usage des additifs par les consommateurs, les industriels produisant des saucisses à pâte fine doivent en outre trouver des solutions pour :

- améliorer les rendements, qu'il s'agisse de perte d'égouttement ou de perte de cuisson,
- travailler la texture pour des finalités organoleptiques,
- maîtriser la consistance pour des gains de productivité, notamment pour des process de tranchage,
- améliorer les valeurs nutritionnelles, un enjeu capital ; le Nutriscore est de plus en plus usité sur les packagings et ce, pour des produits dont la note oscille entre D et E,
- garder un prix compétitif du produit fini.



ARÔME OU PRODUIT ALIMENTAIRE INTERMÉDIAIRE (PAI) ?

Lorsque les Produits alimentaires intermédiaires (PAI) remplissent une unique fonction d'aromatisation, il peut s'avérer complexe de les différencier des arômes.

Pourquoi est-il parfois difficile de différencier certains PAI des arômes ?

Les Produits alimentaires intermédiaires (PAI) sont des mélanges technologiques constitués d'au moins deux composants : ingrédients (épices, liants protéiques...) et/ou additifs alimentaires et/ou arômes. En sont donc exclus les produits constitués d'un seul composant. Ils sont destinés à remplir une ou plusieurs des fonctions suivantes : aromatisation, coloration, conservation, émulsification, liaison, texturation, décoration, enrobage. Quand ils ne remplissent qu'une seule fonction d'aromatisation, il est parfois difficile de les différencier des arômes. Cependant, cette différenciation de classification n'est pas sans conséquence.

Comment choisir entre arôme et PAI ?

La FEDEMET et le SNIAA ont publié un guide commun sur la détermination du statut réglementaire des mélanges d'ingrédients.

On peut en retenir quelques grandes lignes :

- un arôme n'est pas consommable en l'état ;
- il appartient au moins à l'une des catégories suivantes : substances aromatisantes, préparations aromatisantes, arômes obtenus par traitement thermique, arômes de fumée, précurseurs d'arôme ou autres arômes ou leurs mélanges ([Règlement \(CE\) n°1334/2008](#)) ;
- il est généralement utilisé à moins de 2 % dans le produit tel que consommé.

À quel pourcentage puis-je utiliser un arôme ?

Un arôme doit être utilisé à faible dose. La limite généralement retenue est de 2 % dans le produit tel que consommé. Par exemple, un thé aromatisé peut contenir jusqu'à 20 % d'arôme car cet arôme sera dilué au moment de sa consommation.

Face à une teneur en arôme supérieure à 2 % dans le produit tel que consommé, il faut alors se poser la question du positionnement du produit : arôme ou PAI ?

Un arôme n'est pas consommable en l'état et est généralement utilisé à moins de 2 % dans le produit tel que consommé.

Un produit peut-il être à la fois arôme et PAI ?

Oui, mais dans ce cas il est nécessaire de lui donner deux références différentes car ils ne répondent pas aux mêmes réglementations :

- arôme : [Règlement \(CE\) n°1334/2008](#)
- PAI : article 8.8 du [Règlement \(UE\) n°1169/2011](#) ou [Règlement \(CE\) n°1333/2008](#).

A noter qu'il est de la responsabilité du fournisseur d'informer son client sur le positionnement du produit fourni. Une même fiche technique ne peut pas faire référence aux deux catégories, « arôme » et « PAI ».

Un arôme peut-il contenir des épices ?

Non, les épices, tout comme les herbes aromatiques ou les denrées alimentaires brutes, ne sont pas des arômes ([Règlement \(CE\) n°1334/2008, Article 2](#)).



© alphaspit-123FF

ÉPICES : TENDANCES DES MARCHÉS

**Dernières nouvelles en direct
des marchés du gingembre, du
clou de girofle et de la vanille.**



Gingembre

Au Nigéria, la culture du gingembre a été bonne avec des précipitations suffisantes ; de nombreux agriculteurs ont accru leurs surfaces suite aux prix favorables de la saison précédente. Mais la récolte n'a pas encore commencé en raison de pluies persistantes qui pourraient avoir un impact négatif sur le rendement si elles se poursuivent au point d'empêcher les agriculteurs de récolter, de fendre et de sécher en temps et en heure. La récolte de la précédente saison n'est plus disponible sur le marché ; quelques racines fraîches ont été échangées par des agriculteurs pressés de respecter un engagement financier. L'offre devrait être disponible à partir de fin novembre / début décembre et une rapide appréciation des prix sera alors possible. Un afflux massif d'acheteurs sur le marché nigérian du gingembre a été enregistré. On s'attend à ce que la demande soit supérieure à l'offre avec par conséquent un envol de prix sur une courte période, qui devrait être suivi d'une baisse ou d'une stabilisation lorsque la récolte battra son plein.

Clous de Girofle

La campagne de clous de girofle de Madagascar s'annonce plutôt bonne. Le marché Indonésien est calme et il se dit que 85 % de la campagne est déjà récoltée / stockée. Les prix sont bas. Il semblerait que les paysans / collecteurs souhaitent vendre plutôt que de garder les clous de girofle en magasin. Dans ce contexte, les acheteurs sont entrés en hibernation commerciale exception faite de petits revendeurs motivés par les célébrations religieuses locales (la saison des festivals débutant en Inde). Mais les acheteurs traditionnels ne dorment que d'un œil et attendent l'opportunité. Et des opportunités, il y en aura car les volumes produits dans le monde seront bons partout.

Du côté des origines, il est fort regrettable de constater que les Comores – dont la production arrive en premier chronologiquement – ont totalement manqué l'opportunité de prendre une très large part du marché dès le mois de juillet pour des questions de politique interne. Zanzibar semble très calme pour le moment et la Tanzanie ne sera en mesure d'offrir ses produits qu'en novembre. L'Indonésie, avec une devise à 14 000 roupies indonésienne pour 1 USD, devient un concurrent exportateur de plus en plus redoutable (principalement sur l'Inde et les États-Unis) mais reste un acheteur potentiel très intéressant à partir du moment où le prix et la qualité sont au rendez-vous. L'Indonésie représentera donc une « boussole » de la direction du marché.

Le Brésil et le Sri-Lanka tablent sur de très belles récoltes.

Vanille

Cette année, les acheteurs choisiront entre 140 exportateurs agréés pour livrer environ 1 400 tonnes de vanille (dont environ 15 % de report de stock). Le marché de brousse / vrac a commencé à s'activer en octobre avec l'annonce de la mise en route de certains intervenants majeurs. Les prix export, après une légère hausse suivie d'une baisse en septembre-octobre, semblent vouloir se stabiliser.

La phase d'observation semblant toucher à sa fin, le marché pourrait s'animer un peu avec deux probables conséquences majeures : une plus forte demande en brousse et un afflux conséquent de devises à Madagascar. Ces deux facteurs ne devraient pas encourager la baisse des prix, surtout face à une offre de 1 400 tonnes pour une demande estimée à environ 1 700 / 1 800 tonnes. La campagne risque donc de se jouer avec des prix toujours relativement élevés.

Concernant la prochaine campagne, la « floraison » est à surveiller ; des données fiables devraient bientôt mettre fin aux rumeurs diverses et variées qui se contredisent régulièrement à ce sujet. Ainsi, la finalisation des comptages et comparatifs sur des parcelles référencées et suivies depuis plusieurs années devrait permettre de disposer d'informations assez précises, avec néanmoins la réserve que l'on se doit de prendre du fait de la naturalité de la vanille et des risques climatiques.

