ARÔMES additifs INGREDIENTS
4 RUE DE SEZE
75439 PARIS CEDEX 09 - 01 44 94 50 60

FEV/MARS 09
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 1640

MARCHÉS

L'épicerie fine à la pointe de l'innovation

SIAL 2008 The Global Food Marketplace

● *Premier secteur de l'industrie agroalimentaire, l'épicerie est un marché mature où cohabitent des multinationales aux marques fortes et des PME très spécialisées dont le savoir-faire assure la pérennité du positionnement.*

Elle trouve aujourd'hui de nouveaux axes de développement dans l'innovation. Autre dimension porteuse : l'essor des produits haut de gamme, qui tendent à se démocratiser. De fait, le marché de l'épicerie fine a le vent en poupe. C'est le cas de longue date dans certains circuits export, mais aussi, désormais, sur le marché de la grande consommation. Si les magasins spécialisés bénéficient d'une forte tradition qui a fait leur renommée, les GMS optent aussi pour cette stratégie en développement des espaces spécifiques. D'autant que le haut de gamme dans son ensemble semble se jouer des aléas de la conjoncture. Le développement des ventes de champagne, de foie gras ou de saumon fumé en témoigne. Par ailleurs, le segment « *premium* » des marchés de masse affiche souvent les meilleurs taux de croissance, comme dans les spiritueux ou les chocolats.

Sophistication et éthique

Si l'épicerie est une famille de catégories hétéroclites, celles-ci ont en commun une propension à se différencier par une très haute valeur ajoutée, selon Xavier Terlet, président du cabinet de veille de XTC. Les tendances de l'innovation correspondantes touchent souvent à la sophistication, que ce soit dans les recettes proposées, les ingrédients nobles sélectionnés ou les process de fabrication. Les packagings des produits parfois élitistes et empreints d'une grande modernité révèlent bien cette montée en gamme.

Dans le même temps, les produits du commerce équitable sont sortis de la confidentialité et semblent promis à une croissance... durable. En France, ils représentaient 165 millions d'euros de chiffre d'affaires dans l'alimentaire en 2007. Précurseur en la matière, le café représente encore 51 % des ventes. Mais le chocolat se développe rapidement (+35 %) et pèse déjà 19 %, devant les jus de fruits (8 %), les thés (8 %) et les céréales (5 %). Mais la France arrive derrière certains pays plus fortement consommateurs, comme les États-Unis ou le Royaume-Uni. Au niveau mondial, le marché du commerce équitable aurait progressé de 48 % en 2007 pour atteindre 2,4 milliards d'euros.

Sauces au goût du jour

Secteur composé principalement de PME, voire de TPE, l'épicerie fine est le reflet de ces évolutions. Ce sont d'ailleurs ces entreprises qui, dans leur grande majorité, ont vu leurs produits récompensés au SIAL par un « *Prix Tendances & Innovations* ».

Parmi eux, le Britannique Imaginative Cuisine, déjà remarqué lors de l'édition 2006 et distingue cette année pour sa gamme Airspuma™. Il s'agit de sauces en aérosol qui se transforment en mousse au contact de l'air. Disponibles en saveur Vanille, Cèpe, Mangue & Fruit de la passion, Framboise ou Truffe Noire, elles permettent de rehausser le goût et d'agrémenter la présentation de multiples préparations salées ou sucrées. Au dos de chaque flacon, un code à scanner avec son téléphone portable permet d'accéder au site Airspuma et de télécharger des recettes.

Autre innovation dans le domaine des sauces et de la praticité, celle de la société Christian Potier, qui vient de lancer le concept DoséO. Pour napper viandes ou poissons, relever les plats de pâtes, décorer les toasts, la gamme se compose de sauces pesto, tomates séchées, poivrons-aubergines, béarnaise, poivre, roquefort..., et de marinades citron-estragon, pesto..., des produits disponibles en sticks monodoses appertisés longue conservation (12 mois) et surtout micro-ondables, pour un réchauffage en 10 secondes.

ARÔMES additifs INGREDIENTS
4 RUE DE SEZE
75439 PARIS CEDEX 09 - 01 44 94 50 60

FEV/MARS 09
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 1640

Miels, épices...

Inédits sur le marché, les aides culinaires à base de miel et d'épices CuliMiel de la société **Les Ruchers du Gué**, d'ailleurs distingués par un Prix spécial du Jury Tendances & Innovations. Parfum Texmex, Safran ou Oriental, ils sont présentés en flacon « *top down* » pour une utilisation immédiate, dans les plats salés. Dans le même ordre d'idée, **Miel et Une Tentations**, apiculteur en Provence, a mis au point avec le chef Gérard Vives, cuisinier d'épices, une gamme de six associations miel et épices en dosettes 45 g adaptées à des plats pour 4 à 6 personnes. Qu'il s'agisse d'accommoder viandes rouges ou blanches, légumes, poissons, œufs, fruits, chocolat... Avec, bientôt, un large choix de recettes de chef en ligne sur le site *www.mieletunetentations.com*.

... et autres associations

Décidément tendance, le miel se glisse partout cette année. Le Suisse **Narimpex** lance ainsi à sa marque Nectaflor la gamme Honey Tea. Il s'agit de la première boisson instantanée composée à 100 % de miel, enrichi d'extraits de thé et d'arômes de fruits. En flacon doseur,

elle se décline en version Thé vert exotique, Jardin d'herbes, Baies fruitées et Prunes-sauge. L'apiculteur français **Apidis** associe quant à lui miel et fruits dans des préparations sans sucre ajouté, sans colorant ni conservateur, en pot 420 g. Baptisée C'Bon C'Fruit, cette gamme très large se décline en Abricot, Figue, Mirabelle, Orange amère, Trois Fruits (fraise, framboise, griotte)...

Au naturel

Dans le même temps, **Naturalim France Miel** met le miel d'acacia en dosette de 6 g pour sucrer les boissons chaudes. Destiné à la RHD, ce produit 100 % naturel en boîte distributrice est 20 % moins calorique que le sucre. **Famille Michaud Apiculteurs** conditionne son miel de fleurs Lune de Miel en sachet souple 450 g ou 1 kg pour en faciliter l'utilisation au quotidien. Tout en informant sur ses bienfaits au dos des packs : 100 % naturel, apport d'énergie (naturellement riche en fructose), alternative au saccharose (17 % moins calorique), favorise le tonus musculaire et participe à l'équilibre de la tension artérielle (apport de potassium). Et pour les enfants, Lune de Miel a imaginé Kicool®, le premier miel certifié AB spécifiquement destiné aux plus jeunes. Présenté en flacon plastique en forme de personnage sympathique, squeezer avec bouchon valve stop goutte et grammage adapté de 250 g, cet emballage ludique laisse apparaître le niveau de miel par transparence sur le côté du doseur.

Par les enfants pour les enfants

C'est toutefois Lunchies, de la société **Eat Natural** (distribué par **Fresh Marketing**) que le jury du nouveau Prix Innovation Enfants, décerné par le SIAL et par Disney, a récompensé. Pour l'aider à développer cette gamme de barres céréalières spécifiquement destinée aux plus jeunes, riches de 60 à 70 % de fruits (mais sans noix), Eat Natural a rassemblé une « *Kidsboard* » de 8 filles et garçons âgés de 7 à 13 ans. « *Ce sont les enfants qui devaient nous dire ce qu'ils voulaient dans leurs barres et comment ils aimeraient qu'elles soient faites* », indique le fabricant. Le résultat : une gamme de barres saines et naturelles fourrées aux fruits regroupées par 5 dans une valisette. En 3 parfums : Bananes, abricots et chocolat au lait, Fraises, mangue et nappage au yaourt, Cassis, pommes et abricots.

L'esprit du goût

Esprit & Goût lui aussi a pensé aux enfants, auxquels il propose Et SI... On prenait l'apéro, On se régalait de légumes... Ces kit épices pour la découverte gustative contiennent un pot d'épices pour préparation à dipper et à mélanger avec du yaourt, un pot de mélanges d'épices à saupoudrer et un sachet de flocons

de châtaignes. L'entreprise a aussi développé une multitude d'innovations pour les consommateurs adeptes des préparations maison. Yog, par exemple : une ligne de préparations aromatiques en poudre qui s'utilisent directement dans les yaourts du commerce ou pour donner aux yaourts maison de nouvelles saveurs naturelles. Parfums : Carvi-Cardamone, Châtaigne-Miel et Aux deux Caramels. La gamme Mon Pain Maison ne compte pas moins de 10 mélanges d'épices et aromates pour pâte à pain à cuire, aux noms aussi évocateurs que La Treille, La Méditerranée, Les Calanques, Avé l'accent...

La moutarde monte en cuisine

Même idée pour Ma Moutarde Maison, des préparations pour moutarde à faire soi-même en ajoutant de l'eau et de l'huile : au miel, aux agrumes, à l'indienne...
Pour sa part, **Européenne de Condiment** a décidé de faire entrer la moutarde... en cuisine, pour l'inscrire dans un univers plus contemporain tranchant avec son image traditionnelle plutôt austère. À sa marque Téméraire La Moutarde des Chefs, elle propose Ma Sauce

Moutardée, une sauce a dominante moutarde pour cuisiner à chaud viandes, volailles ou poissons. Déclinée en 3 versions en pot verre 180 g – Aneth & Purée de citron, Bolets & Cèpes, Champignons & Échalotes rissolées –, elle conserve saveur et tenue à la cuisson.

Huiles et vinaigres revisités

Côté vinaigres, **Accent d'Oc** présente des sirops à base de vinaigres imaginatifs à utiliser en cuisine pour déglacer des viandes, caramériser des légumes, donner un goût aigre-doux aux plats salés et aux desserts... Une gamme riche de saveurs étonnantes : Sirop de vinaigre Fleurs de printemps, Vin d'épices, Café maniguette ou encore Chocolat réglisse, en bouteille 20 cl.
Parfum des Oliviers sélectionne 5 huiles végétales (huile d'olive, de pépins de raisin, de colza, de carthame et de pépins de framboise) pour créer Pépins de Jeunesse. Une huile particulièrement riche en acides gras oméga-3 et

ARÔMES additifs INGREDIENTS
4 RUE DE SEZE
75439 PARIS CEDEX 09 - 01 44 94 50 60

FEV/MARS 09
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 1640

en vitamine E destinée à apporter aux enfants des éléments nutritionnels essentiels à leur croissance. En bouteille verre 50 cl dotée d'un bouchon doseur 10 ml, « *soit 20 à 30 % des apports conseillés en omega-3 pour les enfants de 2 à 9 ans* », précise l'entreprise.

L'olive dans l'air du temps

L'Oulibo joue pour sa part la carte de l'aromatisation sur ses huiles d'olive vierge extra, à la tapenade verte ou noire ou à la tomate. Mais la coopérative a surtout surpris avec une gamme d'olives vertes aromatisées aux saveurs inédites à base de fleurs, fruits et épices : Citron, Menthe, Jasmin, Rose, Occitane, Gingembre-Coriandre. Misant sur la diversité des parfums et l'authenticité comme sur la modernité de son conditionnement en bocal verre petit format (130 g).

Brand Stand Limited, membre du 1 % pour la planète (1 % du chiffre d'affaires de l'entreprise reversé pour la sauvegarde de l'environnement) et de CarbonZero (compensation des émissions de carbone) s'est distingué avec Oloves. Positionnée snacking, ces olives dénoyautées marinées, totalement naturelles, en doypack 30 g sans liquide, n'apportent que 45 kcal par portion et se conservent deux ans à température ambiante. Au choix : Tasty Mediterranean (basilic et ail), Lemony Lover (ail et citron) ou Light Hearted Vinaigrette (vinaigre et sel).

De son côté, le groupe espagnol **Internacional Olivarera** s'est attaché à réduire la teneur en sodium de ses olives fourrées au poivron. Ce sont actuellement les seules du marché pouvant afficher la mention « *à faible teneur en sodium* », conformément à la réglementation européenne, qui exige que celle-ci soit inférieure à 0,12 %.

Parfums ensoleillés

Plus que jamais, le Sud semble retenir l'attention. Témoin l'entreprise **Champsoleil**, remarquée à double titre pour ses efforts de remise au goût du jour de légumes anciens, certifiés AB. Citons par exemple la « *trompette de Nice* », courgette emblématique des Alpes-Maritimes, dont on cuisine aussi... la fleur. L'entreprise en a fait un Suprême de fleurs de courgettes, décliné en version Crème. Autre recette originale : celle de la Poire de Terre à l'orange, condiment à base de topinambour, ainsi dénommé poire de terre par analogie avec la pomme de terre.

Au SIAL, la Provence occupait d'ailleurs à elle seule pas moins de trois pavillons dans le secteur de l'épicerie fine. Après la version salée lancée il y a deux ans, **Moulin du Calanquet** y présentait sa dernière innovation : les Pétales de fruits. De fins biscuits apéritif ou dessert en forme de pétale, entièrement naturels. À base de purées de fruits, sans colorant ni conservateur ni arôme artificiel, ils existent en version fraise, poire, fruits rouges, pomme, abricot et orange.

Saveurs de Provence

Sur le même créneau, **Côté Garrigue** défendait ses « *Croquants Provencaux* ». Une gamme de croquants salés pour apéritif aux associations d'ingrédients originales : Amandes, tomates et oignons, Amandes et pistou (basilic et ail), Amandes et olives noires, Roquefort et graines de pavot, Graines de sésame, thym et origan.

Truffières de Rabasse, aussi installé en Provence (d'où provient 80 % de la récolte de truffe noire d'hiver ou Rabasse, le must de la truffe), a mis au point avec le chef Christian Étienne, maître cuisinier de France à Avignon, de nombreuses recettes inédites. Parmi celles-ci, les Soupes en Fête, pratiques (prêtes à consommer), saines (labellisées AB) et très tendance. Au total, 6 recettes en bocal appertisé 0,5 l : Velouté de Châtaigne, de Potiron ou de Moule à la Truffe, Crème de choux-fleurs et St-Jacques à la Truffe, Velouté d'asperges et de crevette à la Truffe ou encore Velouté de Laitue au Caviar. Autres nouveautés : ses Mousses de foie de lotte, au piment d'Espelette ou aux morilles, version tartinable du foie de lotte entier (pour changer du foie gras) ou encore ses Blanquettes de St-Jacques, à la Truffe ou aux girolles, des plats préparés prêts à réchauffer.

Équitable

La société coopérative **Ethiquable** a elle aussi lancé un Chocolat au lait Sésame Gingembre issu du commerce équitable, en tablette fine de dégustation de 100 g. Labellisé Max Havelaar, il se compose de cacao et de beurre de cacao de Saint-Domingue, de graines de sésame grillées du Nicaragua et de gingembre du Sud-Laos. L'extrait naturel de vanille et le sucre de canne proviennent aussi du commerce équitable. Même label pour ses noix de cajou grillées de Côte d'Ivoire ou du Salvador, enrobées de chocolat au lait (cacao pure origine République dominicaine). Un produit présenté en sachet 150 g.

Chocolat aux oméga-3

Les gourmandises sucrées ne sont pas en reste d'innovation. Le Belge **NewTree** a conçu Alpha, le premier chocolat aux oméga-3. Une recette à base de graines de lin permettant de fournir, pour 30 g de chocolat, 20 % des AJR en oméga-3. Alpha contient par ailleurs 30 % de sucre en moins par rapport à un chocolat classique. Sans compter sa générosité en cacao (65 % de cacao pur) et, en dehors de la version chocolat noir, deux aromatisations qui repoussent les frontières du goût : la force du piment et le parfum du thym.

Côté chocolat suisse, **Brand Stand Limited** vient de lancer Organic Meltdown.

ARÔMES additifs INGREDIENTS
4 RUE DE SEZE
75439 PARIS CEDEX 09 - 01 44 94 50 60

FEV/MARS 09
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 1640

Biologique, la gamme, composée d'ingrédients du Pérou, de l'Équateur et de Madagascar, est issue de surcroît du commerce équitable. Mais surtout, elle promet de sauver un arbre pour chaque tablette de chocolat de 90 g vendue en association avec l'institution caritative *World Land Trust*. Chaque emballage renferme un code unique conduisant le consommateur vers le site Web de l'entreprise pour inscrire l'arbre. Et grâce à Google Earth, il peut zoomer pour voir l'endroit exact (de la forêt tropicale amazonienne) où il se situe. Disponible en 5 saveurs : chocolat noir, au lait, Épices indiennes, Rooibos et framboise ou Cannelle et chili.

Café aux antioxydants

Autre axe pour le chocolat français **Monbana** : celui du design et de la sophistication, avec un Cube à chocolat, présentoir original et haut de gamme en forme de cube contenant 90 carrés de chocolat de 6 variétés différentes : Lait-céréales, Lait-caramel, Noir-nougat, Noir 70 %, Noir-orange, Blanc-Citron. Autant de napolitains permettant de varier les plaisirs au moment du café.

Un café que **Sati** (Société alsacienne de torréfaction et d'importation), vient d'enrichir d'une réelle innovation. Response, 100 % arabica, est en effet le premier café enrichi aux antioxydants naturels de café vert. « *Le café vert contient naturellement une importante quantité de polyphénols. Or, après torréfaction, 80 % de ces antioxydants sont détruits* », explique le torréfacteur. Les Cafés Sati ont mis au point un process d'extraction de ces antioxydants du café vert et les réintroduisent dans le café après torréfaction.

La couleur du sucre...

Et pour accompagner le café, **Zucceroo**, entreprise franco-allemande, crée la révolution en terme de produit comme de design. Fantaisiste et tout aussi délicieusement sucré, son sucre non parfumé se fait violet, rose, vert, jaune, bleu..., mais aussi or ou argent, miroitant de paillettes. Au total, pas moins de 15 coloris sont disponibles dans un emballage translucide, en bûchette ou en berlingot 4 g, en tube 90 g au look emprunté aux cosmétiques, ou en boîte vrac (270 g).

Dans un autre univers, **Comptoirs & Compagnies** a sélectionné les sucres dorés de l'île Maurice, commercialisés sous la marque Terres Sucrées. Il s'agit de purs sucres de canne « *complets* » riches de leur mélasse naturelle apportant éléments nutritifs (vitamines et minéraux) mais aussi fructose et glucose bio. Dotés d'une couleur ambrée, ils ont des arômes fleuris, des saveurs de réglisse, de vanille ou encore de fruits secs et de miel.

... du sel

L'entreprise a aussi ajouté à son offre du sel rose de l'Himalaya, « *un sel marin fossile formé à l'ère secondaire, il y a plus de 200 millions d'années* », explique-t-elle. Non iodé, non raffiné, sans additif, il est disponible sous 3 formats à la marque l'Himalayen® : boîte de 250 g de sel fin, moulin et recharge de 500 g en cristaux de 3 à 5 mm. Parallelement, Comptoir & Compagnies l'a agrémenté d'épices, herbes et condiments issus de l'agriculture biologique pour créer la gamme Esprit de Saveurs : Esprit de feu (piment oiseau), Esprit d'été (ail, échalote, coriandre, graines d'anis, thym), Esprit d'Orient, du Midi...

... des fleurs

Terre Exotique (société **Kerex**) propose pour sa part une large collection de sels du monde aux différentes origines, couleurs, saveurs, textures..., mais aussi des poivres, des épices, des sucres, des herbes, des huiles et vinaigre, des condiments..., soit plus de 200 références organisées autour de ces 7 univers. Elle créait cette année la surprise avec une nouvelle gamme colorée et parfumée, complètement naturelle et très en vogue : les Fleurs à cuisiner. Désormais, les fleurs ne sont donc plus réservées aux chefs étoilés. Cet assortiment permet des recettes modernes et originales, réalisables par tous, qu'il s'agisse de parfumer les mets (pétale de rose rouge, bouton de rose, lavande, camomille, jasmin) ou de décorer les assiettes (pétale de bleuet, fleur de mauve, pétale de souci, hibiscus).

Couleur, saveur et texture également pour les aides culinaires spécial desserts **Quai Sud** : des mélanges entièrement naturels à base de fruits, de fleurs, d'épices, de fèves de cacao et d'huiles essentielles. Fleurs & Fruits par exemple, associe pulpe de litchi, de pomme et de framboise, pétales de roses, de jasmin et de bleuets. Des compositions présentées en verre à cocktail

Kerex

contenant 200 ml de mélange, à utiliser très simplement à raison d'une cuillère à café par portion dans les pâtes à gâteaux, sur les tartes... ou à parsemer en finition sur les coupes glacées, salades de fruits...

... et des pâtes

Soripa Gastronomie déploie une immense palette de saveurs et de couleurs, fruit d'un mariage d'épices, d'aromates, de légumes et d'extraits aromatiques. Baptisée Les Coupons, elle recouvre des spécialités à base de semoule de blé dur aromatisée, colorée et séchée. Sous la forme de petits carrés de pâte laminée (environ 7 cm) permettant d'élaborer des recettes salées ou sucrées de ravioles et mille feuilles étonnants. Trois variétés seront lancées d'ici à mars à destination de la RHD et de l'épicerie fine : Coupons « *Saveurs* » (Pistou, Piment d'Espelette, Cèpe, Safran, Fruits Rouges, Cacao, Vanille, Cactus...), Coupons « *Jardiniers* » (Betterave, Carotte, Oignon de Printemps, Poivron vert, Cresson...) et Coupons « *Sushis* » (Nori, Saumon, Algues Bleues, Encre de Seiche, Radis Wasabi, Soja...). □

Anne-Caroline Renard

** Source : SIAL.*