

Ingrédients et PAI : une demande croissante

Promesses de gains de productivité mais aussi de nouveaux marchés soucieux de clean label, les ingrédients et PAI intéressent toujours plus les industriels.

Plus 30 % de surface d'exposition pour la 20e édition du Carrefour des fournisseurs des industries agroalimentaires (CFIA), salon très fréquenté au cœur de la région Bretagne, fief des industries agroalimentaire : le secteur des ingrédients et des produits alimentaires intermédiaires (PAI) suscitent un réel intérêt.

Et l'univers des produits de la mer y trouve sa place dans des registres variés.

La société belge Pittman exposait pour la première fois : « *Nous sommes très satisfaits de nos contacts et nous reviendrons*, s'enthousiasme Carine De Leenheer, responsable commerciale.

Nous proposons du homard décortiqué du Canada, mais surtout des produits bruts surgelés, découpés précisément selon les demandes des industriels.

Une offre que l'on trouve en France, mais sur laquelle nous pouvons nous placer en termes de sourcing, de volumes et de prix. »

Dans un autre domaine, la société japonaise Kowa promet sa poudre de miso - obtenue naturellement par fermentation de soja et de riz -, mais aussi les incontournables ingrédients de la cuisine traditionnelle : l'algue kombu et le thon séché.

« *La cuisine japonaise est appréciée*, précise le directeur, Yusuke Yasuda. *La demande de produits spécifiques augmente.*

Nous avons une usine de thon séché en Espagne et allons en ouvrir une autre en Bretagne, à Concarneau. »

Naturel, le mot court de stand en stand : « *Le clean label passe par la volonté pour les industriels d'afficher le moins de E possible dans la liste de leurs ingrédients*, indique Charlotte Marsollier, responsable de projet pour le centre technique spécialisé Actalia.

Des marques leaders ont commencé à se distinguer avec ce type de produits, encore réservé à une catégorie de consommateurs capables de se payer cette valeur ajoutée. Mais il s'agit d'une tendance de fond et la demande augmente. »

François Noble, responsable régional de la société internationale Weishardt, indique avoir recensé « *plus de 17 % de produits clean label dans les nouveautés récentes en Europe.*

Ils visent moins de sel, de nitrite, pas de colorant ni d'additifs artificiels...

Notre travail consiste à repérer de nouveaux sourcings pour extraire des ingrédients naturels.

Nous proposons de la gélatine et du collagène marin (soit une simple étape d'hydrolyse en plus), pour la cosmétique et la cosmeto-food, populaire au Japon,

avec des bonbons gélifiés ou des purées de fruits enrichis, par exemple. Le géant Shiseido est sur le marché. »

Weishardt est un producteur de gélatines et de collagènes marins pour les secteurs de l'alimentaire et de la cosmétique.

Avec sa gamme Naticol, elle fusionne les deux.

Les peptides de collagènes extraits en Europe de la peau de poisson par hydrolyse enzymatique sont intégrés dans des produits comme des bonbons ou des boissons.

Weishardt propose une gamme avec quatre qualités et dosage différents et souligne les bénéfices pour le consommateur sur la peau (hydratation, élasticité...), les articulations et les carences en acides aminés pour les seniors.

Source : <http://pdm-seafoodmag.com/lactualite/detail/items/ingredients-et-pai-une-demande-croissante.html>