



Le concept du « Clean label »

Une formulation nouvelle pour un étiquetage plus transparent des aliments



Travail de bachelor de Laure Dépraz

Sous la direction de Mme Marie-Noëlle Falquet

Food Science & Management, orientation Technologie alimentaire



RÉSUMÉ

Dépraz L. Le concept du « Clean label » : une formulation nouvelle pour un étiquetage plus transparent des aliments.

Cette étude a pour but de définir ce qu'est le concept « Clean label » du point de vue des acteurs du secteur alimentaire. Elle analyse par une étude qualitative les différences de perception du concept entre les entreprises et les associations de consommateurs et étudie les défis liés au développement et à la reformulation de produit conventionnel en aliment Clean label. Une mise en pratique du savoir acquis par l'étude qualitative a permis la reformulation d'une pâte feuilletée commercialisée en Suisse en une pâte feuilletée Clean label.

Définition : le concept du Clean label est une démarche des entreprises alimentaires générée par un mouvement de consommateurs recherchant des aliments dont les ingrédients et le procédé de fabrication ne s'éloigne pas de leur conception du mode de fabrication de cet aliment. Par conséquent, ces consommateurs rejettent particulièrement les additifs et les ingrédients à consonance chimique qu'ils considèrent comme artificiels et n'ayant pas leur place dans leur nourriture.

Les défis liés à la formulation de produits Clean label sont de comprendre les attentes du consommateur, qui varient suivant leur sensibilité à certains ingrédients (glutamate de sodium, arômes artificiels, amidon modifié) et de trouver des solutions alternatives propres en repensant l'aliment dans son ensemble du point de vue de ses ingrédients, son processus de fabrication et son emballage. Par ailleurs, l'entreprise doit supporter les investissements qu'implique une formulation Clean label, alors même qu'elle n'occasionne pas une amélioration du chiffre d'affaires. Elle doit aussi trouver des solutions pour limiter l'impact négatif du prix élevé des aliments Clean label qui ont souvent une qualité gustative différente et une capacité de conservation moindre que les aliments conventionnels.

Les solutions trouvées pour la reformulation de la pâte feuilletée étudiée se sont concentrées sur ses ingrédients et son emballage. Cinq ingrédients ont été employés : de la farine blanche, du beurre concentré, de l'eau, du jus de citron et du sel. Un emballage MAP a permis de prolonger la durée de vie du produit de deux semaines au minimum. Néanmoins ni la faisabilité industrielle de cette recette ni sa qualité microbiologique ont été testées, ce qui devrait être entrepris pour valider cette pâte feuilletée Clean label et la rendre commercialisable.

Pour conclure, depuis la parution d'études accusant certains additifs alimentaires de provoquer l'hyperactivité chez les enfants et l'augmentation des maladies non transmissibles, une part croissante de consommateurs considèrent que leur alimentation peut influencer leur état de santé. Les entreprises alimentaires doivent aujourd'hui prendre en compte ce fait dans leur processus de reformulation afin que les consommateurs reprennent confiance en leurs produits.

Mots clés : Clean label, naturalité, labelling, reformulation, puff pastry.



ABSTRACT

Dépraz L. The “Clean label” concept: a new formulation for a transparent food labelling.

This study aims to define what “Clean label” concept means from the points of view of the people involved in the food sector. It analyses by means of a qualitative study the different perceptions of the concept that exist between the companies and the consumers’ associations. It also points out the challenges linked to the development of a Clean label product and to the reformulation of a standard product into a Clean label product. The results of the qualitative study permitted the reformulation of a standard product – a puff pastry sold in Switzerland – into a Clean label product.

Definition: The Clean label concept is an approach of the food companies generated by a consumers’ movement, who want natural food products, that are manufactured as close as possible to what the consumers think to be the traditional production. Therefore, those consumers disregard mostly the additives and the ingredients whose name sounds chemical. They consider that those ingredients and additives are artificial and they don’t want them in their food.

The challenges linked to the development of Clean label products are, first of all, the understanding of the consumers’ expectations, which fluctuate according to their sensitivity to the ingredients (sodium glutamate, artificial flavours, modified starch) and, then, the development of clean alternatives, while considering the whole process of manufacturing, from the ingredients to the packaging. Moreover, the company has to deal with the investments inherent to a Clean label food product development, even if this development doesn’t lead to an increase of the sales. Furthermore, the Clean label products often have a different gustatory quality and a lower storage capacity than the standard food products and the company has to find solutions to limit the negative impact of a higher price of the Clean label products.

In order to develop a Clean label puffy pastry, the trials focused on the ingredients and the packaging. Five ingredients were used: white flour, concentrated butter, water, lemon juice and salt. A modified atmosphere packaging (MAP) permitted to add at least two weeks to the storage capacity. Nonetheless, neither the manufacturing feasibility nor the microbiological quality of that recipe were tested: necessary steps to give that puff pastry the Clean label denomination and to get the permission to sell it.

In conclusion, since studies on food additives blamed those ingredients on causing the hyperactivity among children and the increase of non-communicable diseases (NCD), a growing part of the consumers consider the fact that their food can have an effect on their health. Nowadays, the food companies must take into account that fact in their developing process, so the consumers can trust the manufactured food products again.

Key words: Clean label, naturality, labelling, reformulation, puff pastry.