

Nouvelle doctrine sur l'étiquetage des DENRÉES AROMATISÉES



Dans le cadre du Conseil National de la Consommation, une concertation a réuni les industriels du secteur alimentaire, les associations de consommateurs et la DGCCRF. Suite à celle-ci, la DGCCRF a établi de nouvelles recommandations en matière d'étiquetage des denrées aromatisées. Fin 2017, la DGCCRF a publié sur son site une fiche pratique à destination des entreprises et des consommateurs qui explique sa nouvelle doctrine.



Quatre cas de figure sont prévus, avec des dénominations spécifiques.

Soit l'aromate X est présent dans le produit fini

1) Seul, ou éventuellement avec un arôme naturel de X (cas n°1), la dénomination pourra être produit à X (par exemple yaourt à la fraise, biscuit à la framboise, ...). Autrement dit, la représentation graphique n'est pas trompeuse et **aucune mention complémentaire n'est exigée**. Lorsque l'aromate n'est pas présent et que seul un arôme naturel apporte l'aromatization, les mêmes règles s'appliquent si **le consommateur ne s'attend pas à retrouver l'aromate** (par exemple une glace à la vanille avec de l'arôme naturel de vanille ne nécessite pas de mention complémentaire dans la mesure où le consommateur ne s'attend pas à trouver de la gousse).

2) Avec un arôme qui n'est pas un arôme naturel de X (cas n°2), la dénomination produit à X devra être complétée avec **une mention (comme aromatisé ou aromatisé X)**.

Soit l'aromate X n'est pas présent dans le produit fini, l'étiquetage ne doit pas laisser penser que l'aromate est réellement présent.

3) Mais, si c'est l'**arôme naturel de X qui est utilisé** pour aromatiser le produit fini (cas n°3), alors la dénomination devra être du type **produit aromatisé à X, ou produit à l'arôme naturel de X, ...**

4) Alors que, si **l'arôme utilisé n'est pas un arôme naturel** de X (cas n°4), la dénomination devra être par exemple **produit gout X ou produit saveur X**.

Quand l'aromate est présent (cas 1 et 2), celui-ci ne doit pas être un alibi c'est-à-dire qu'il doit être présent en quantité significative et remplir son rôle d'aromatization. Dans certains cas des seuils ont été établis par les usages professionnels, et, dans le cas contraire, l'entreprise doit être capable de justifier que l'aromate n'est pas un ingrédient alibi en réalisant des tests sensoriels par exemple.

Quand l'aromate n'est pas présent (cas n° 3 et 4) et qu'une représentation graphique ou une mise en avant de l'aromate est présente, une mention complémentaire (telles que gout X, saveur X ou parfum X) devrait être apposée à proximité. L'objectif de ces mentions d'étiquetage est d'éviter que le consommateur ne soit induit en erreur par la représentation graphique ou les mots.

A noter qu'il n'y a plus de distinction entre les représentations graphiques réalistes ou stylisées : la doctrine s'applique quel que soit le type de représentation. Par contre, cette doctrine s'applique sous réserve de l'interprétation souveraine des tribunaux et ne s'applique pas aux arômes qui ne sont pas mis en avant sur l'étiquetage.

Les tests sensoriels permettant d'établir que l'aromate n'est pas un simple alibi sont des tests discriminatifs, comme des tests triangulaires, qu'ADRIANOR peut vous proposer.

Contact :
Sandrine Coffre
s.coffre@adrianor.com