

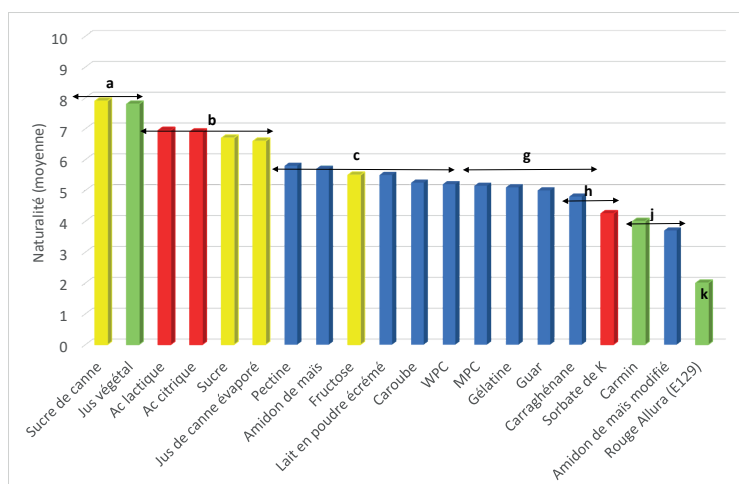


Ingrédients : perception naturelle ou pas ?

En l'absence de définition légale de la naturalité, différents travaux publiés récemment visent à évaluer la perception de la naturalité d'ingrédients par les consommateurs. C'est ainsi que Maruyama (1) et al. (2021) publient les résultats d'une enquête menée auprès de 526 consommateurs.

Le yaourt est choisi comme support pour cette étude. Les caractéristiques socio-démographiques du panel sont représentatives des consommateurs de ces produits. En complément des questions d'état civil et de catégorie socio-professionnelle, le niveau de connaissance des ingrédients est évalué grâce à 2 questions : l'une propose une liste d'ingrédients (caséine, gélatine, carraghénane et annatto) et demande au sujet d'indiquer ceux qui peuvent être considérés comme végétarien ; et la seconde concerne les synonymes d'ingrédients courants comme par exemple sucre et saccharose ou acide ascorbique et vitamine C.

Il a ainsi été demandé au panel d'évaluer la naturalité dans des yaourts de 20 ingrédients répartis en 4 catégories : 4 édulcorants (sucre de canne, sucre, fructose, jus de canne évaporé), 3 colorants (carmin, rouge Allura ou E129, jus de x), 3 conservateurs (acide citrique, acide lactique et sorbate de potassium) et 10 épaississants stabilisants (carraghénanes, amidon de maïs, gomme de guar, gélatine bovine, gomme de caroube, amidon de maïs modifié, pectine, concentrat de protéine de lait, lait écrémé en poudre et protéines de lactosérum concentrées). Pour chaque ingrédient, les participants doivent évaluer la naturalité sur une échelle de 0 à 10 points.



Il en ressort que **les édulcorants** (en jaune) sont globalement perçus plus naturels alors que les **agents de texture** (en bleu) sont globalement perçus comme les ingrédients les moins naturels. Pour les 2 autres catégories d'ingrédients (colorants en vert et conservateurs en rouge), les différences de perception sont significativement différentes selon l'ingrédient considéré. Ainsi, parmi **les conservateurs**, le sorbate de potassium est perçu comme moins naturel que les acides citrique ou lactique.

Enfin, les auteurs étudient également l'évolution de l'acceptabilité de chaque ingrédient quand le répondant est familier de l'ingrédient, quand sa fonction est précisée ou quand la source de l'ingrédient est indiquée. Les 2 premières précisions ne modifient pas la perception de naturalité de l'ingrédient. En revanche, **l'indication de la source** améliore positivement la perception de la naturalité. Par exemple, la note d'acceptabilité est significativement améliorée pour le sucre lorsque la précision sur l'origine betterave est apportée. Cette amélioration est encore nettement plus significative quand il s'agit de préciser que la source des carraghénanes est l'algue.

En revanche, pour le carmin, l'indication de la source cochenille ne modifie pas l'acceptabilité, ce qui s'explique sans doute par l'origine insecte qui peut ne pas convaincre le consommateur.

D'autres travaux de 2018 (2), toujours aux USA, évaluent la naturalité perçue pour 20 ingrédients auprès de 630 consommateurs. Il en ressort que les céréales sont les mieux classées, même si aucun des 20 ingrédients ne dépasse les 70 % du panel indiquant que l'ingrédient est naturel. Cette étude montre également que les fractions extraites de céréales comme le gluten sont perçues comme moins naturelles que le produit « entier » comme la farine.

Ces résultats seraient sans doute à conforter avec un panel européen. Néanmoins, de telles enquêtes offrent des pistes de reformulation des aliments pour gagner en naturalité perçue : dans certains cas, il apparaît intéressant de travailler sur l'ensemble de la catégorie d'ingrédients (texturants) alors que dans d'autres cas il paraît préférable de travailler l'ingrédient ou sa source...

¹Maruyama, S., Streletskaia, N.A., and Lim, J. (2021). Clean label : why this ingredient but not that one ? Food Quality and Preference, 87, 104062.

²Chambers, E., and Castro, M. (2018). What is natural ? Consumer responses to selected ingredients. Foods, 7, 65.

Réalisé avec le soutien de



Magazine AGRO JONCTION - ADRIANOR

ZI Est Arras, rue Jacquart, 62 217 Tilloy les Mofflaines
tél. 03 21 24 81 03 - fax. 03 21 48 10 94 - www.adrianor.com
Rédaction : ADRIANOR / Mise en page : Service Communication
de la Chambre d'agriculture du Nord-Pas de Calais
C'Faure - mai 2021 - Impression 1 000 exemplaires