

GUIDE ANIA-FCD

**ETIQUETAGE ET
PRÉSENTATION DES
DENRÉES AROMATISÉES
LORS DE LA MISE EN
AVANT D'UN AROMATE**

PRÉAMBULE

L'étiquetage des denrées aromatisées est régi par les dispositions du règlement (UE) n°1169/2011 (dit INCO) concernant l'information des consommateurs, et du règlement (CE) n°1334/2008 relatif aux arômes et à certains ingrédients alimentaires possédant des propriétés aromatisantes qui sont destinés à être utilisés dans et sur les denrées alimentaires.

Aucun de ces textes ne contient de dispositions spécifiques relatives à la représentation graphique des aromates sur l'étiquetage des denrées aromatisées, mais le règlement n°1169/2011 comporte le principe selon lequel l'étiquetage et la façon dont il est réalisé, y compris les représentations graphiques, ne doivent pas induire le consommateur en erreur.

En avril 2014, le groupe permanent du CNC « Agroalimentaire et nutrition » a souhaité ainsi la création d'un sous-groupe chargé d'élaborer un avis sur la représentation graphique des aromates sur l'étiquetage des denrées aromatisées. Ce sous-groupe du CNC a permis des discussions entre le collège des consommateurs et le collège des professionnels, de même que l'émergence d'un certain nombre de positions convergentes. Toutefois, malgré d'importantes concessions des deux collèges, le sous-groupe n'a pas pu aboutir à un avis consensuel.

Le courrier de la DGCCRF [cf. Annexe II] en date du 30/11/2017 fait suite aux discussions menées dans le cadre de ce sous-groupe du CNC et formule les recommandations de l'administration en termes d'étiquetage et de présentation des denrées aromatisées. Ces recommandations proposées le sont sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

Les recommandations de la DGCCRF n'ont de sens qu'au regard des ingrédients utilisés à des fins d'aromatisation dans les denrées alimentaires.

L'ANIA et la FCD ont ainsi développé le guide suivant sur l'application de ces règlements et des nouvelles recommandations de la DGCCRF relatives à l'étiquetage et la présentation des denrées aromatisées.

AVERTISSEMENT

L'ANIA et la FCD rappellent que ce document est un outil professionnel qui ne constitue pas une interprétation officielle des règlements n°1169/2011 et n°1334/2008, ni des recommandations de la DGCCRF sur l'étiquetage et la présentation des denrées aromatisées. En outre, il n'exempte pas les entreprises du respect du principe général de ne pas induire le consommateur en erreur.

LÉGENDE



Les points d'attention



Les points qui sont une interprétation / position de l'ANIA et de la FCD



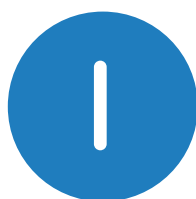
Les exemples

REMERCIEMENTS

L'ANIA et la FCD remercient leurs fédérations et entreprises adhérentes et en particulier les membres des groupes de travail « Information du consommateur » et du sous-groupe « Denrées aromatisées » qui ont contribué à la rédaction de cet outil.

SOMMAIRE

I – INTRODUCTION	4
1. Cadre réglementaire	5
2. Champ d'application des recommandations	6
3. Délai de mise en conformité et écoulement des stocks de denrées	8
II - ARBRE DE DECISION : DIFFERENTS CAS D'AROMATISATION DANS LE CADRE DE L'ETIQUETAGE ET DE LA PRESENTATION DES DENREES AROMATISEES	9
III – RECOMMANDATIONS RELATIVES AUX MODALITES DE PRESENTATION ET D'ETIQUETAGE DES DENREES AROMATISEES	11
1. Représentation graphique	13
2. Dénomination de la denrée et mention complémentaire	13
3. Notion d'aromate alibi	15
4. Différents cas de figure d'aromatisation	16
4.1. Cas n°1	16
4.2. Cas n°2	17
4.3. Cas n°3	17
4.4. Cas n°4	18
ANNEXE I – EXEMPLES DE CAS PRATIQUES	21
ANNEXE II – COURRIER DE LA DGCCRF (30 novembre 2017)	30
ANNEXE III – MAIL DE LA DGCCRF (20 avril 2018)	38



INTRODUCTION

1. CADRE RÉGLEMENTAIRE

Les recommandations de la DGCCRF sur l'**étiquetage et la présentation des denrées aromatisées** sont une lecture des autorités françaises quant à l'application de l'article 7 du règlement n°1169/2011. Elles restent soumises à l'appréciation souveraine des tribunaux.

L'objectif principal de ces recommandations élaborées par la DGCCRF est ainsi d'**apporter des clarifications au regard de l'article 7 du règlement n°1169/2011 concernant les pratiques loyales en matière d'information dans le cas de l'étiquetage et de la présentation des denrées aromatisées**. Ces recommandations ont pour objet d'éviter que le consommateur puisse être induit en erreur sur la nature des agents d'aromatisation utilisés, plus particulièrement en cas de mise en avant d'un ou plusieurs aromates sur l'étiquetage des denrées. Elles présentent ainsi un certain nombre d'éléments permettant d'aider à apprécier le caractère trompeur ou non de l'étiquetage d'un produit pour le consommateur. Ce caractère trompeur doit notamment s'apprécier au regard de la globalité de l'étiquetage de la denrée (dénomination, marque, logo, liste des ingrédients, autres mentions, etc.).

Les opérateurs respectent ainsi l'article 7 du règlement n°1169/2011 concernant la non tromperie du consommateur. L'article dispose que :

1. Les informations sur les denrées alimentaires n'induisent pas en erreur, notamment :

a) sur les caractéristiques de la denrée alimentaire et, notamment, sur la nature, l'identité, les qualités, la composition, la quantité, la durabilité, le pays d'origine ou le lieu de provenance, le mode de fabrication ou d'obtention de cette denrée ;

[...]

d) en suggérant au consommateur, au moyen de l'apparence, de la description ou d'une représentation graphique, la présence d'une denrée ou d'un ingrédient déterminé alors qu'il s'agit en fait d'une denrée dans laquelle un composant présent naturellement ou un ingrédient normalement utilisé dans cette denrée alimentaire a été remplacé par un composant ou un ingrédient différent.

A ce titre le consommateur ne doit pas risquer d'être induit en erreur sur l'origine de la saveur des denrées alimentaires mises à sa disposition, que ce soit à travers des mentions obligatoires ou d'autres informations, y compris les représentations graphiques apposées sur l'étiquetage des produits sous la responsabilité des opérateurs.

En complément, la désignation des arômes dans la liste des ingrédients des denrées aromatisées doit respecter le règlement n°1169/2011 relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, et le règlement n°1334/2008 relatif aux arômes et à certains ingrédients alimentaires possédant des propriétés aromatisantes qui sont destinés à être utilisés dans et sur les denrées alimentaires.

L'article 37 du règlement n°1169/2011 rappelle par ailleurs que les informations facultatives sur les denrées alimentaires ne doivent pas empiéter sur l'espace disponible pour les informations obligatoires.

La dénomination de la denrée visée dans les recommandations de la DGCCRF et le présent guide est la dénomination définie à l'article 17 du règlement n°1169/2011.





Par ailleurs, dans le cadre de l'application des recommandations de la DGCCRF, nous entendons par « **aromate** » un ingrédient au sens du règlement n°1169/2011 possédant des caractéristiques aromatiques lorsqu'il est utilisé, soit en l'état, soit après transformation par des procédés appropriés en vue de développer ces caractéristiques.

Un ingrédient composé (« tout ingrédient lui-même élaboré à partir de plusieurs ingrédients ») au sens du règlement n°1169/2011 peut être également considéré comme un **aromate** à condition qu'il possède des caractéristiques aromatiques. L'**aromate** confère à la denrée aromatisée un goût et/ou une odeur qui sont bien connus du consommateur en général ; bien entendu, les situations d'innovation restent possibles.

Cependant, les arômes, additifs, enzymes, auxiliaires technologiques, et leurs mélanges, ne sont pas des aromates.

Enfin, de manière à apprécier la capacité d'un étiquetage à induire l'acheteur en erreur, la jurisprudence européenne indique que le juge national doit essentiellement se fonder sur l'attente présumée, au regard de cet étiquetage, d'un « consommateur moyen, normalement informé, et raisonnablement attentif et éclairé » quant à l'origine, la provenance et la qualité liée à la denrée alimentaire (cf. arrêt Teekanne, C-195/14, ECLI:EU:C:2015:361, point 36 et jurisprudence citée / cf. arrêt Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, point 61 et jurisprudence citée).

2. CHAMP D'APPLICATION DES RECOMMANDATIONS



Les recommandations de l'Administration valent à la fois dans le cas d'une représentation graphique de l'**aromate X** mais également plus largement dans le cas de toute mise en avant ou toute valorisation de l'**aromate X** sur l'étiquetage du produit, suggérant sa mise en œuvre, que ce soit par l'image ou par des mots, y compris dans certains cas via la marque ou la dénomination de fantaisie.

Pour juger de la mise en avant d'un aromate, il s'agira d'une approche au cas par cas selon les produits. Néanmoins, de manière non exhaustive, il est possible de prendre en compte les éléments suivants [cf. **Annexe II – Courrier de la DGCCRF du 30 novembre 2017 & Annexe III – Mail de la DGCCRF du 20 avril 2018**]

SONT À CONSIDÉRER COMME DES MISES EN AVANT D'UN AROMATE :	NE SONT PAS À CONSIDÉRER COMME DES MISES EN AVANT D'UN AROMATE :
Une mention « excessive » de l'aromate dans la dénomination de fantaisie ¹ (ex : une taille de police disproportionnée, une police de caractère imitant l'aromate, etc.).	Une mention non « excessive » de l'aromate dans la dénomination de fantaisie.
Une mention individuelle de l'aromate sur le produit, pas uniquement en face avant (ex : « fraise », « mangue », « tomates », « bœuf », etc.).	Une mention d'un aromate dans la dénomination de la denrée ² , qui ne constitue pas en elle-même une mise en avant.
Une représentation graphique de l'aromate , qu'il s'agisse d'une photo ou d'un dessin.	Un logo ou une mention indiquant l'origine d'un ingrédient (ex : viande bovine française) ou faisant état de démarches d'opérateurs en termes de développement durable (ex : cacao durable). <i>Attention, application au cas par cas. Une mention type « Aux bonnes fraises cueillies dans les champs de nos régions » accompagnée d'une image du ramassage des fruits dans les champs pourrait être considérée comme une mise en avant.</i>
	Une représentation du produit fini , que ce soit une représentation graphique ou directement visible à travers l'emballage (ex : plat cuisiné, bâtonnet de glace, pizza, etc.), car aucun ingrédient particulier du produit n'est mis en exergue.

¹ Cf. article 17.4. du règlement n°1169/2011

² Cf. article 17.1. du règlement n°1169/2011



Les recommandations ne prennent pas en compte les cas d'aromatisation où une note secondaire d'une saveur différente est apportée. Ainsi elles ne s'appliquent pas à la présence d'un arôme conférant une autre saveur que X et qui n'est pas mis en avant sur l'étiquetage.



Exemples : mise en œuvre d'un arôme citron dans un produit "fraise" où seule la saveur fraise est mise en exergue, mise en œuvre d'un arôme vanille dans un produit "pomme" où seule la saveur pomme est mise en exergue, etc.

Les recommandations s'appliquent à la fois aux denrées alimentaires préemballées et aux denrées alimentaires non préemballées, destinées à être présentées au consommateur final et aux collectivités.

INTERPRÉTATION / POSITION

Dans le cas des denrées alimentaires livrées aux collectivités (au sens du règlement n°1169/2011), deux cas de figure se présentent aux opérateurs industriels :

- **La denrée est destinée à être remise en l'état au consommateur final** (via la collectivité au sens du règlement n°1169/2011) : **dans ce cas, les recommandations de la DGCCRF peuvent s'appliquer le cas échéant.**

- **La denrée va être préparée, transformée, fractionnée ou découpée, en vue de l'élaboration d'un plat** : si la collectivité souhaite réaliser une mise en avant d'un arôme présent dans le plat qu'elle aura élaboré, elle devra connaître la composition précise des ingrédients qu'elle utilise. **Dans ces conditions, les informations nécessaires devront être demandées par la collectivité à son fournisseur.** Dans le cas où la collectivité ne disposerait pas de manière précise de la composition des ingrédients, les mises en avant d'arômes devront être évitées.

Les produits tels que les spiritueux, les bières, les vinaigres et les sirops, seront traités de manière indépendante, car ces derniers sont soumis à des réglementations spécifiques sectorielles au niveau français (par exemple : décret n°92-307 pour les bières, décret n° 88-1207 pour les vinaigres, décret n°92-818 pour les sirops). Pour plus d'information, les opérateurs sont invités à contacter les fédérations sectorielles concernées.

En complément, les produits pour lesquels une interprétation spécifique des recommandations de la DGCCRF s'avère nécessaire (exemple : denrées alimentaires destinées à des groupes spécifiques de population telles que les denrées alimentaires destinées à des fins médicales spéciales) eût égard à leur composition et aux populations spécifiques auxquelles ils sont destinés, seront traités de manière indépendante et sectorielle, le cas échéant en collaboration avec l'administration.

3. DÉLAI DE MISE EN CONFORMITÉ ET ÉCOULEMENT DES STOCKS DE DENRÉES



Un délai jusqu'au 30 juin 2019 est laissé aux opérateurs par la DGCCRF pour adapter les étiquetages qui ne seraient pas en accord avec leurs recommandations
[cf. Annexe III – Mail de la DGCCRF du 20 avril 2018].

L'ANIA et la FCD ont compris des entretiens accordés par l'administration, que durant la deuxième partie de l'année 2019, la DGCCRF devrait recommander aux services de contrôles de faire de la pédagogie auprès des opérateurs concernant ces nouvelles recommandations.

Par ailleurs, les stocks de denrées alimentaires mises sur le marché ou étiquetées avant le 30 juin 2019, et les stocks d'étiquettes fabriqués avant cette date et qui ne seront pas conformes aux recommandations de la DGCCRF peuvent être commercialisés jusqu'à épuisement.

Fin du délai pour la mise en conformité des étiquetages selon les recommandations de la DGCCRF

30/06/2019

Possibilité d'écouler jusqu'à épuisement les stocks de denrées déjà étiquetées ou mises sur le marché avant le 30 juin 2019, de même pour les stocks d'étiquettes fabriqués avant cette date.





ARBRE DE DÉCISION

DIFFÉRENTS CAS D'AROMATISATION DANS LE CADRE DE L'ÉTIQUETAGE ET DE LA PRÉSENTATION DES DENRÉES AROMATISÉES

L'arbre de décision doit se lire de manière concomitante avec les dispositions présentées dans le reste du présent guide.

Y a-t-il une mise en avant de l'aromate X sur l'étiquetage ?

OUI : Le produit est concerné par les recommandations de la DGCCRF

NON : Le produit n'est pas concerné par les recommandations de la DGCCRF, toutefois, les opérateurs se doivent de respecter le principe de pratiques loyales en matière d'information du consommateur.

OUI

L'aromate X est-il mis en oeuvre dans la denrée ?

NON

1

A. **Aromate X seul**
OU B. **Aromate X + Arôme naturel de X** [art.16.4]¹
OU C. **Arôme naturel de X seul** [art.16.4]¹ (sous certaines conditions – cf point 4.1.1 du présent guide)

Représentation graphique :

Possible

NB : l'aromate ne doit pas être utilisé comme alibi

La dénomination de la denrée peut être :

Produit à X

Ex : Biscuit à la fraise
Glace à la vanille

2

Aromate X
+ **arôme autre conférant une saveur X** (arôme naturel [art.16.6]¹, arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5]¹, arôme non naturel)

Représentation graphique :

Possible

NB : l'aromate ne doit pas être utilisé comme alibi

La dénomination de la denrée peut être :

Produit à X, aromatisé
Produit à X, aromatisé X
Produit à X saveur X
Produit à X goût X
Produit à X parfum X
Produit à X avec arôme(s) (naturel(s))²

Ex :

Biscuit à la fraise, aromatisé

3

Arôme naturel de X seul [art.16.4]¹
Mais si l'aromate n'est pas techniquement incorporable en tant que tel EI que le consommateur ne s'attend pas à le retrouver mis en oeuvre en tant que tel : voir **cas n°1C**

Représentation graphique :

Possible mais ne doit pas suggérer la production / cueillette / mise en oeuvre directe de l'aromate

+

Mention complémentaire obligatoire à proximité immédiate de la mise en avant³

Arôme naturel de X ou Aromatisé X ou Goût X ou Saveur X ou Parfum X

La dénomination de la denrée peut être :

Produit aromatisé à X
Produit à l'arôme naturel de X
Produit à l'extrait de X
(ou dénomination équivalente)
Produit goût X
Produit saveur X
Produit parfum X
Produit aromatisé goût X
Produit aromatisé saveur X
Produit aromatisé parfum X

Ex : Bonbon aromatisé à la fraise

4

Arôme autre conférant une saveur X (arôme naturel [art.16.6]¹, arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5]¹, arôme non naturel)

Représentation graphique :

Possible mais ne doit pas suggérer la production / cueillette / mise en oeuvre directe de l'aromate

+

Mention complémentaire obligatoire à proximité immédiate de la mise en avant³

Goût X ou Saveur X ou Parfum X

NB : La mention « arôme(s) naturel(s) » à proximité de la mise en avant de l'aromate doit être évitée, sauf à être insérée dans un message parfaitement clair.

La dénomination de la denrée peut être :

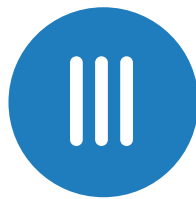
Produit goût X
Produit saveur X
Produit parfum X
Produit aromatisé goût X
Produit aromatisé saveur X
Produit aromatisé parfum X

Ex : Bonbon goût fraise

¹ référence au règlement n°1334/2008

² dénomination à examiner au cas par cas selon les autres informations figurant sur l'étiquetage (car elle pourrait suggérer l'utilisation d'arôme(s) naturel(s) de X, ce qui n'est pas le cas ici)

³ mention complémentaire non nécessaire si la dénomination du produit apparaît sur la même face ou même champ visuel que la mise en avant de l'aromate (cf. points 4.3.3 et 4.4.3 du présent guide)



RECOMMANDATIONS

RELATIVES AUX MODALITÉS DE PRÉSENTATION
ET D'ÉTIQUETAGE DES DENRÉES AROMATISÉES

INTERPRÉTATION / POSITION

Pour l'appréciation des différents cas d'aromatisation, et pour savoir de quelle situation relève un produit, il est important de prendre en compte de manière cumulative :

- La matrice du produit ;
- La perception des consommateurs ;
- La pratique des opérateurs en termes de procédés de fabrication / de mise en œuvre de l'arôme ;
- Ce qui est techniquement incorporable.

Pour rappel, l'article 8 du règlement n°1169/2011 dispose que le responsable de l'information est « l'exploitant sous le nom ou la raison sociale duquel la denrée alimentaire est commercialisée ou, si ledit exploitant n'est pas établi dans l'Union, l'importateur sur le marché de l'Union ». Ce responsable doit veiller à la présence et à l'exactitude des mentions.

Les exploitants du secteur alimentaire responsables des informations sur les denrées alimentaires doivent pouvoir disposer de suffisamment d'éléments leur permettant, le cas échéant, de respecter leur obligation et d'étiqueter de manière conforme leurs produits ; ceci à partir des éléments transmis par leurs fournisseurs.

Les recommandations sont déclinées en 4 cas différents d'aromatisation et s'articulent selon l'arbre de décision présenté à la Partie II :

CAS	Types d'aromatisation
N°1	A) Aromate X seul
	B) Aromate X + Arôme naturel de X [art.16.4 du règlement n°1334/2008]
	C) Arôme naturel de X seul [art.16.4 du règlement n°1334/2008] sous certaines conditions [voir le point III.4.A du présent guide]
N°2	Aromate X + arôme autre conférant une saveur X (arôme naturel [art.16.6 du règlement n°1334/2008], arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5 du règlement n°1334/2008], arôme non naturel)
N°3	Arôme naturel de X seul [art.16.4 du règlement n°1334/2008]
N°4	Arôme autre conférant une saveur X (arôme naturel [art.16.6 du règlement n°1334/2008], arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5 du règlement n°1334/2008], arôme non naturel)



Une même denrée alimentaire peut relever de plusieurs cas d'aromatisation. Dans cette perspective, il conviendra de traiter chacune des saveurs séparément. Par ailleurs, comme énoncé plus haut, seules les saveurs mises en avant sur l'étiquetage sont concernées par les recommandations de la DGCCRF.

En outre, il peut exister des Codes sectoriels qui pourront venir en complément des recommandations de la DGCCRF et du présent guide, et qui seront adaptés le cas échéant au regard de ces recommandations.

L'ANIA rappelle ainsi qu'il convient de se référer aux Codes des usages et documents équivalents existants pour certains secteurs professionnels quant à d'éventuelles quantités minimales définies d'arômes et/ou d'arômes à mettre en œuvre pour bénéficier d'une dénomination définie dans les codes des usages et autres documents sectoriels, ou faire référence à un arôme.

1. REPRÉSENTATION GRAPHIQUE



Il devient possible d'utiliser **tout type de représentations graphiques réalistes ou stylisées, sans distinction, pour l'ensemble des différents cas d'aromatisation.**

Toutefois dans le cadre du cas n°3 (arôme naturel de X) et du cas n°4 (arôme autre conférant une saveur X), des dispositions complémentaires entourent plus précisément les représentations graphiques qui pourraient être apposées sur l'étiquetage des produits **[cf. Partie III.4.3 et III.4.4]**.

En effet, pour ces deux cas (pas de mise en œuvre de l'arôme X dans la denrée), quel que soit le type de représentation (réaliste ou stylisée), la DGCCRF maintient la nécessité d'un étiquetage d'autant plus clair sur la nature de l'aromatisation du produit de manière à ne pas induire les consommateurs en erreur **[cf. Partie III.2.2]**.

2. DÉNOMINATION DE LA DENRÉE ET MENTION COMPLÉMENTAIRE

2.1 DÉNOMINATION DE LA DENRÉE

La dénomination de la denrée visée dans les recommandations de la DGCCRF et le présent guide est la dénomination définie à l'article 17 du règlement n°1169/2011 (dit INCO), c'est-à-dire la dénomination légale de la denrée, ou à défaut son nom usuel ou son nom descriptif.

De manière générale, **la dénomination de la denrée doit être explicite et elle doit se conformer aux dispositions établies par la DGCCRF selon les différents cas d'aromatisation.**

Il est rappelé que toutes mentions volontaires présentes sur le pack (notamment la dénomination commerciale) doivent satisfaire aux exigences concernant les pratiques loyales d'information : elles ne doivent pas nuire à la clarté des informations obligatoires, ni induire le consommateur en erreur.

L'arbre de décision **[cf. Partie II]** détaille à titre indicatif les types de dénominations qui peuvent être utilisés.

INTERPRÉTATION / POSITION

Dans les recommandations de la DGCCRF apparaissent un certain nombre de dénominations possibles selon les différents cas d'aromatisation. **Ces dénominations ne doivent pas être vues comme des listes exhaustives.** Il doit rester possible pour l'opérateur d'utiliser une autre dénomination que celle listée dans le courrier de l'Administration à condition que celle-ci soit équivalente, tout autant informative et loyale pour le consommateur, et également en harmonie avec l'approche préconisée par la DGCCRF.

Par ailleurs, dans le cas où différentes saveurs d'un produit seraient concernées par les recommandations, au besoin, **des regroupements des informations relatives à ces différentes saveurs au niveau de la dénomination de la denrée sont envisageables au cas par cas** pour simplifier la présentation de la denrée et faciliter la compréhension des consommateurs *[cf. Annexe I – Exemples pratiques (n°2)]*.

2.2 MENTION COMPLÉMENTAIRE

1. Une mention informative doit venir compléter la mise en avant de l'arôme pour les cas n°3 et pour le cas n°4. Cette mention complémentaire doit figurer à proximité immédiate de la mise en avant. Dans le cas d'une mise en avant via une représentation graphique, la mention informative peut figurer sur la représentation elle-même, mais dans ce cas, elle ne doit pas être masquée par celle-ci. Pour rappel, une mention complémentaire n'est pas nécessaire pour les cas n°1 et n°2.



INTERPRÉTATION / POSITION

L'utilisation d'astérisques de renvoi est proscrite.

- 2.** La mention complémentaire est constituée de deux parties : l'une qualifiant le type d'aromatisation (selon les cas n°3 et 4 : « arôme naturel de », « goût », « saveur », « parfum »), l'autre partie étant le nom de l'aromate (correspondant au X des recommandations – ex : « tomate »).

Exemple d'une mention complémentaire : « Saveur tomate ».

La mention qualifiant le type d'aromatisation doit apparaître dans un corps de caractère de même taille que celui du nom de l'aromate.

Toutefois, dans certain cas, lorsque l'information concernant l'aromatisation du produit est suffisamment claire pour le consommateur (exemple : une mention complémentaire avec une taille relativement importante et visible par rapport à l'emballage, avec un fort contraste de couleur, et qui ne serait pas mélangée avec d'autres mentions présentes sur le même champ visuel, etc.), la taille de caractère de la mention qualifiant le type d'aromatisation peut être inférieure à celle du nom de l'aromate, mais jamais en deçà de 75% de la taille du nom de l'aromate (en référence au règlement n°1169/2011 – Annexe VI).

La mention doit être inscrite de manière à être aussi visible et lisible que le nom de l'aromate (en prenant en compte par exemple la police des caractères, le contraste, et/ou les couleurs, etc.).

- 3.** Il incombe à l'opérateur de garantir une juste proportionnalité de la mention informative par rapport à la mise en avant de l'aromate. En effet, on pourrait se trouver dans des cas où la mention informative est écrite avec une petite taille de caractères par rapport à la taille de la mise en avant de l'aromate, ce qui la rendrait difficilement visible et lisible.

3. NOTION D'AROMATE ALIBI

Lorsque l'aromate est utilisé seul ou en même temps qu'un arôme conférant la même saveur, il convient de s'assurer qu'il n'est pas utilisé comme alibi (cas n°1 et n°2).

En effet, l'aromate ne doit pas être en quantité « alibi » et doit remplir un rôle d'aromatisation dans le produit. La notion de quantité significative ne peut être chiffrée de manière générale puisque le pouvoir aromatique d'un aromate dépend de l'aromate, de la forme sous laquelle il est mis en œuvre et de la denrée (matrice, process, conditionnement) dans laquelle il est mis en œuvre. Au cas par cas et selon les secteurs professionnels, la quantité significative d'aromate dans le produit fini ou à la mise en œuvre peut éventuellement être fixée par des codes sectoriels.

Lorsque de tels seuils n'existent pas, c'est à l'opérateur de pouvoir justifier que l'aromate est utilisé en quantité significative dans son produit.

4. DIFFÉRENTS CAS DE FIGURE D'AROMATISATION

Les différents cas d'aromatisation se déclinent selon l'arbre de décision de la Partie II.
Les éléments ci-dessous viennent en complément de ce dernier.

4.1 CAS N°1

A) Aromate X seul

OU B) Aromate X + Arôme naturel de X [art.16.4 du règlement n°1334/2008]

OU C) Arôme naturel de X seul [art.16.4 du règlement n°1334/2008] sous certaines conditions

Pour rappel, la partie aromatisante de l'arôme naturel de X est obtenue exclusivement ou à au moins 95% à partir du matériau de base visé (X).

1. Champ du cas n°1-C) – « arôme naturel de X seul »

Ce cas concerne les produits auxquels a été ajouté un **arôme naturel de X seul**. Le cas n°1-C) ne s'applique que lorsque les deux conditions ci-dessous sont remplies de manière cumulative :

A. L'arôme n'est techniquement pas incorporable en tant que tel dans la denrée.

B. Le « consommateur moyen, normalement informé, et raisonnablement attentif et éclairé » ne s'attend pas à ce que l'arôme ait été mis en œuvre directement dans le produit fini.

Ainsi, les aromates suivants, qui ne sont traditionnellement/habituellement pas mis en œuvre tels quels, relèvent par exemple du cas n°1-C) : vanille, café, plantes aromatiques (menthe, réglisse...), etc. Plus particulièrement concernant la vanille, celle-ci n'est jamais incorporée telle quelle dans le produit : la vanille est ainsi toujours mise en œuvre, quelle que soit la matrice, sous forme d'arôme naturel de vanille.

Ces exceptions restent limitées et ne sont pas acceptées lorsque la pratique industrielle courante est d'utiliser l'arôme en tant que tel dans les produits similaires.

Exemples de cas 1-C :

Mise en œuvre d'un arôme naturel de vanille dans une glace à la vanille, mise en œuvre d'un extrait de menthe dans un bonbon de sucre cuit à la menthe, etc.

2 Dénomination de la denrée [cf. Partie II-Arbre de décision]

Dans les trois situations A), B) et C), une référence directe à l'arôme X sur l'étiquetage des produits est possible, y compris via la dénomination.

4.2 CAS N°2

Aromate X + arôme autre conférant une saveur X (arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5 du règlement n°1334/2008], arôme naturel [art.16.6 du règlement n°1334/2008], arôme non naturel)

1. Champ

Ce cas se rencontre lorsqu'il est mis en œuvre un arôme X en même temps qu'un ou des arômes (autre qu'un arôme naturel de X) conférant une même saveur X.

Ces arômes peuvent ainsi être :

- Des arômes naturels ;
- Des arômes naturels de X avec autres arômes naturels ;
- Des arômes non naturels.

Seront également concernés par exemple les produits mettant en œuvre : un arôme X + un arôme naturel de X + un arôme autre conférant une saveur X.

2 Dénomination de la denrée [cf. *Partie II-Arbre de décision et Partie III.2.1*]

La dénomination du produit doit être complétée pour indiquer au consommateur la manière dont la denrée est aromatisée.

3 Point particulier - mention « arôme(s) naturel(s) »

La dénomination de la denrée « Produit à X avec arôme(s) naturel(s) » est à examiner au cas par cas selon les autres informations figurant sur l'étiquetage du produit car elle pourrait suggérer que l'(es) arôme(s) naturel(s) en question proviennent de la source X. Il ne faut pas que le consommateur puisse penser que le fabricant de la denrée ait mis en œuvre d'(es) arôme(s) naturel(s) de X dans le produit, ce qui n'est pas le cas ici.

4.3 CAS N°3

Aromate naturel de X seul [art.16.4 du règlement n°1334/2008]

Pour rappel, la partie aromatisante de l'arôme naturel de X est obtenue exclusivement ou à au moins 95% à partir du matériau de base visé (X).

1. Champ

Ce cas se rencontre lorsque **seul un arôme naturel de X** est utilisé pour apporter la saveur. Il est à **différencier du Cas n°1 situation C)** car a contrario, ici, le « consommateur moyen, normalement informé, et raisonnablement attentif et éclairé » peut s'attendre à retrouver l'arôme en tant que tel dans le produit fini et l'arôme est habituellement mis en œuvre, y compris industriellement, en tant que tel dans les produits similaires.

Exemples :

Utilisation d'un arôme naturel de basilic pour un plat cuisiné de lasagnes, utilisation d'un arôme naturel de noix de coco dans un gâteau, etc.



2 Dénomination de la denrée [cf. Partie II-Arbre de décision et Partie III.2.1]

La dénomination du produit doit être suffisamment descriptive pour éviter que la mise en avant de l'arôme sur l'étiquetage (représentation, mention...) laisse penser qu'il a été directement mis en œuvre dans la denrée.

3 Mention complémentaire [cf. Partie II-Arbre de décision et Partie III.2.2]

Lorsqu'une mise en avant apparaît sur une face de l'étiquetage, une mention complémentaire doit également être apposée. **Elle est présente à proximité immédiate de la mise en avant de l'arôme.** Celle-ci devra être clairement visible et lisible pour le consommateur. Elle ne doit pas être masquée par des représentations graphiques en surnombre (auquel cas l'apparence du produit pourrait demeurer trompeuse).

Exemption : si la dénomination du produit apparaît sur la même face ou dans le même champ visuel que la mise en avant de l'arôme, la mention complémentaire ne sera pas nécessaire. Il faut toutefois s'assurer que la dénomination du produit soit clairement lisible et visible par rapport à la mise en avant de l'arôme.

4 Représentation graphique [cf. Partie III.1]

Les représentations graphiques ne doivent pas suggérer la production, la cueillette, ou la mise en œuvre directe de l'arôme.

INTERPRÉTATION / POSITION

En complément, la représentation graphique doit rester proportionnée :

- La taille de la représentation doit être en juste proportion par rapport à la taille de l'unité de vente.
- L'évocation doit être proportionnée : l'arôme ne doit apparaître qu'une fois sur chaque face. Par exception, dans certains cas particuliers l'arôme peut être représenté plusieurs fois de façon non dispersée sur chaque face (ex : grains de café, baies, raisins, etc.).

4.4 CAS N°4

Arôme autre conférant une saveur X (arôme naturel de X avec autres arômes naturels [art.16.5 du règlement n°1334/2008], arôme naturel [art.16.6 du règlement n°1334/2008], arôme non naturel)

1. Champ

Ce cas couvre la mise en œuvre d'un ou des arômes, autre que d'(es) arôme(s) naturel(s) de X, apportant la saveur mise en avant sur l'étiquetage. Ces arômes peuvent ainsi être :

- Des arômes naturels ;
- Des arômes naturels de X avec d'autres arômes naturels ;
- Des arômes non naturels.

Seront également concernés les mélanges de différentes catégories d'arômes, tels que par exemple : arôme naturel de X + arôme autre conférant une saveur X.

2 Dénomination de la denrée [cf. Partie II-Arbre de décision et partie III.2.1]

La dénomination du produit doit être suffisamment précise pour informer clairement le consommateur sur la composition du produit, et sur le fait que l'aromatisation ne provient pas de la source X, ou en tout cas pas majoritairement (ex : arôme naturel de X avec autres arômes naturels).

3 Mention complémentaire [cf. Partie II-Arbre de décision et partie III.2.2]

Lorsqu'une mise en avant apparaît sur une face de l'étiquetage, une mention complémentaire doit également être apposée. **Elle est présente à proximité immédiate de la mise en avant de l'aromate.** Celle-ci devra être clairement visible et lisible pour le consommateur. Elle ne doit pas être masquée par des représentations graphiques en surnombre (auquel cas l'apparence du produit pourrait demeurer trompeuse).

Exemption : si la dénomination du produit apparaît sur la même face ou dans le même champ visuel que la mise en avant de l'aromate, la mention complémentaire ne sera pas nécessaire. Il faut toutefois s'assurer que la dénomination du produit soit clairement lisible et visible par rapport à la mise en avant de l'aromate.

4 Représentation graphique [cf. Partie III.1]

Les représentations graphiques ne doivent pas suggérer la production, la cueillette, ou la mise en œuvre de l'aromate.

Exemples :

Une fraise entière représentée dans un pot de yaourt, un panier de fraises représenté sur un produit...

INTERPRÉTATION / POSITION

En complément, la représentation graphique doit rester proportionnée :

- La taille de la représentation doit être en juste proportion par rapport à la taille de l'unité de vente.
- L'évocation doit être proportionnée : l'aromate ne doit apparaître qu'une fois sur chaque face. Par exception, dans certains cas particuliers l'aromate peut être représenté plusieurs fois de façon non dispersée sur chaque face (ex : grains de café, baies, raisins, etc.).

La représentation graphique devrait être uniquement utilisée pour que le consommateur puisse distinguer la denrée aromatisée des produits « nature » et qu'il reconnaisse facilement la flaveur du produit dans un rayon de magasin.



→ Ainsi, toute représentation graphique dans le cas n°4 doit être minutieusement étudiée : une représentation même réaliste de l'aromate n'est pas considérée comme trompeuse pour le consommateur à condition que le reste de l'étiquetage du produit soit suffisamment clair que ce soit à travers la dénomination de la denrée, la liste des ingrédients, et la mention complémentaire (à proximité immédiate de la représentation graphique), etc.

Toutefois l'étiquetage global de la denrée, dont la représentation graphique, ne doit pas laisser croire au consommateur à la présence de l'aromate X ou à la mise en œuvre d'un arôme naturel de X dans le produit.

5 Point particulier - mention « arôme(s) naturel(s) »

L'utilisation de la mention « arôme(s) naturel(s) » doit être minutieusement réfléchie.

Cette mention **doit être évitée à proximité de la mise en avant de l'aromate**, sauf à être insérée dans un message parfaitement clair, car elle pourrait suggérer que l'(es) arôme(s) naturel(s) en question proviennent de la source X. Il ne faut pas que le consommateur puisse penser que le fabricant de la denrée ait mis en œuvre d'(es) arôme(s) naturel(s) de X dans le produit, ce qui n'est pas le cas ici.



Annexe 1

EXEMPLES DE CAS PRATIQUES

EXEMPLE N°1-A

(Cas n°2 dans l'arbre de décision)

Des arômes, autres que des arômes naturels d'orange, conférant une saveur "orange", sont mis en œuvre dans le chocolat.

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT



LISTE DES INGRÉDIENTS :

Pâte de cacao, sucre, beurre de cacao, cacao maigre, **zestes d'oranges confites** (zestes d'oranges, sucre, dextrose, correcteur d'acidité, conservateur), beurre concentré, émulsifiant (lécithine de soja), **arômes**.

DÉNOMINATION DU PRODUIT :

Chocolat noir fourré au chocolat au goût orange et aux zestes d'oranges confites

1. Y-a-t-il une mise en avant d'un arôme sur l'étiquetage ?

Oui, il y a à la fois une représentation graphique d'oranges et une mise en avant de l'arôme via des mentions individuelles « orange ». Le produit est donc concerné par les recommandations de la DGCCRF.

2. L'arôme en question est-il mis en œuvre dans le produit ?

Il est mis en œuvre dans le produit des zestes d'oranges confites et des arômes (non naturels issus de l'orange) conférant une saveur « orange ».

Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que les zestes d'oranges confites soient mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).

→ **Dénomination du produit** : La dénomination initiale du produit est déjà en ligne avec les recommandations de la DGCCRF :

« Chocolat noir fourré au chocolat au goût orange et aux zestes d'oranges confites ».

A noter, d'autres dénominations restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision & Partie III.2.1).

→ **Mention complémentaire** : non applicable.

EXEMPLE N°1-B

(Cas n°2 dans l'arbre de décision)

L'exemple n°1-B se différencie de l'exemple n°1-A par la mise en œuvre complémentaire d'un arôme conférant une saveur « orange » dans les zestes d'orange confites.

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT**LISTE DES INGRÉDIENTS :**

Pâte de cacao, sucre, beurre de cacao, cacao maigre, **zestes d'oranges confites** (zestes d'oranges, sucre, dextrose, correcteur d'acidité, **arôme orange**, conservateur), beurre concentré, émulsifiant (lécithine de soja), **arômes**.

DÉNOMINATION DU PRODUIT :

Chocolat noir fourré au chocolat au goût orange et aux zestes d'oranges confites aromatisées

1. Y-a-t-il une mise en avant d'un arôme sur l'étiquetage ?

Oui, il y a à la fois une représentation graphique d'oranges et une mise en avant de l'arôme via des mentions individuelles « orange ». Le produit est donc concerné par les recommandations de la DGCCRF

2. L'arôme en question est-il mis en œuvre dans le produit ?

Il est mis en œuvre dans le produit :

- Des zestes d'oranges confites qui sont composés de zestes d'oranges et d'un arôme (non naturel issu de l'orange) conférant une saveur « orange » ;
- Des arômes (non naturels issus de l'orange) conférant une saveur « orange ».

Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que les zestes d'oranges confites soient mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).

→ **Dénomination du produit** : La dénomination initiale du produit est déjà en ligne avec les recommandations de la DGCCRF :

« Chocolat noir fourré au chocolat au goût orange et aux zestes d'oranges confites aromatisées ».

A noter, d'autres dénominations restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision & Partie III.2.1).

→ **Mention complémentaire** : non applicable.

EXEMPLE N°2

(Cas n°2 dans l'arbre de décision)

Des arômes, autres que des arômes naturels d'orange, conférant une saveur "orange", sont mis en œuvre dans le chocolat.

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT**DÉNOMINATION DU PRODUIT :**

Buche glacée : glace à la noix de coco, sorbet ananas avec des morceaux d'ananas (1%), sorbet mangue, avec des copeaux de chocolat (0,5%), une sauce au chocolat (0,5%), et une feuille dorée en chocolat (0,3%) en décor.

LISTE DES INGRÉDIENTS :

Eau, jus d'ananas à base de jus concentré (16%), LAIT écrémé réhydraté, sirop de glucose-fructose, sucre, purée de mangue à base de purée concentrée (5%), pâte de noix de coco (3%), sirop de glucose, morceaux d'ananas, pâte de cacao, feuille dorée en chocolat (sucre, pâte de cacao, beurre de cacao, arôme, émulsifiant (lécithine de SOJA), colorants (E171, E172)), stabilisants (farine de graines de caroube, pectines, carraghénanes, gomme agar, amidon modifié), oligofructose, protéines de LAIT et LACTOSE, jus de citron concentré, émulsifiants (mono- et diglycérides d'acides gras, phosphatides d'ammonium), colorants (caroténoïdes, curcumine), arômes, BEURRE concentré, cacao maigre en poudre, LAIT en poudre écrémé, sel.

1. Y-a-t-il une mise en avant d'un arôme sur l'étiquetage ?

Oui, il y a trois mentions mettant en avant trois fruits différents : la coco, l'ananas et la mangue. Le produit est donc concerné par les recommandations de la DGCCRF.

Il conviendra dans le cas de ce produit de traiter chacune des saveurs indépendamment.

2 L'arôme en question est-il mis en œuvre dans le produit ?

Glace à la noix de coco	Mise en œuvre de 9% de pâte de noix de coco et un arôme naturel « saveur noix de coco ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).
Sorbet Ananas	Mise en œuvre de 47% de jus d'ananas à base de jus concentré et un arôme naturel « saveur ananas ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).
Sorbet Mangue	Mis en œuvre de 18,6% de purée de mangue à base de purée concentrée et un arôme naturel « saveur mangue ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).

→ **Dénomination du produit** : La dénomination du produit devra être complétée pour indiquer au consommateur la manière dont la denrée est aromatisée.

● **Exemple 1 de possible dénomination du produit :**

« Bûche glacée : glace noix de coco aromatisée, sorbet ananas aromatisé, avec des morceaux d'ananas (1%), sorbet mangue aromatisé, avec des copeaux de chocolat noir (0,5%), une sauce au chocolat (0,5%) et une feuille dorée en chocolat (0,3%) en décor. »

● **Exemple 2 de possible dénomination du produit :**

« Bûche glacée : glace noix de coco avec arôme naturel, sorbet ananas avec arôme naturel, avec des morceaux d'ananas (1%), sorbet mangue avec arôme naturel, avec des copeaux de chocolat noir (0,5%), une sauce au chocolat (0,5%) et une feuille dorée en chocolat (0,3%) en décor. »

● **Exemple 3 de possible dénomination du produit :**

« Bûche glacée : glace noix de coco*, sorbet ananas*, avec des morceaux d'ananas (1%), sorbet mangue*, avec des copeaux de chocolat noir (0,5%), une sauce au chocolat (0,5%) et une feuille dorée en chocolat (0,3%) en décor. » * aromatisé

● **Exemple 4 de possible dénomination du produit :**

« Bûche glacée : glace noix de coco*, sorbet ananas*, avec des morceaux d'ananas (1%), sorbet mangue*, avec des copeaux de chocolat noir (0,5%), une sauce au chocolat (0,5%) et une feuille dorée en chocolat (0,3%) en décor. » * avec arômes naturels

Attention, la mention « arôme(s) naturel(s) » est à examiner au cas par cas selon les autres informations figurant sur l'étiquetage du produit. Elle ne doit pas suggérer que l'(es) arôme(s) naturel(s) en question proviennent de la source X.

A noter, d'autres dénominations restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision & Partie III.2.1).

→ **Mention complémentaire** : non applicable.

NB : Il est mis en œuvre un arôme dans la feuille dorée en chocolat. Cependant la présence de cet arôme n'est pas en prendre en compte dans l'exemple présenté : les recommandations de la DGCCRF concernent uniquement les saveurs mises en avant sur l'étiquetage (la représentation du produit fini n'est pas à considérer comme une mise en avant car aucun ingrédient particulier du produit n'est mis en exergue).

EXEMPLE N°3

(Cas n°2 dans l'arbre de décision)

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT**LISTE DES INGRÉDIENTS :**

Fraise - Ingrédients : lait fermenté (10% mat. gr.), fraises et jus de fraise à base de concentré (9%), sucre (8%), sirop de glucose-fructose, amidon de maïs cireux, concentré de jus de betteraves rouges, arôme naturel.

Pêche-Fruit de la passion - Ingrédients : lait fermenté (10% mat. gr.), fruits (9%) (pêches et jus de pêche à base de concentré (7%), jus de fruit de la passion à base de concentré (2%)), sucre (8%), sirop de glucose-fructose, amidon de maïs cireux, arôme naturel.

Orange-Mangue - Ingrédients : lait fermenté (10% mat. gr.), fruits (9%) (orange et jus d'orange à base de concentré (7%), mangues (2%)), sucre (8%), sirop de glucose-fructose, amidon de maïs cireux, concentrés de potiron et de carotte, arôme naturel.

Myrtille - Ingrédients : lait fermenté (10% mat.gr.), myrtilles et purée de myrtille à base de concentré (9%), sucre (7,5%), sirop de glucose-fructose, amidon de maïs cireux, arôme naturel.

DÉNOMINATION DU PRODUIT :

Lait fermenté sucré sur 20% de préparation aux fruits

1. Y-a-t-il une mise en un avant d'un arôme sur l'étiquetage ?

Oui, il y a une représentation graphique des différents fruits : fraise, pêche, fruit de la passion, orange, mangue, et myrtille. Le produit est donc concerné par les recommandations de la DGCCRF. Il conviendra dans le cas de ce produit de traiter chacune des saveurs indépendamment.

2 L'arôme en question est-il mis en œuvre dans le produit ?

Lait – fraise	Mise en œuvre dans le produit de 9% de fraises et jus de fraise à base de concentré et d'un arôme naturel « saveur fraise ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).
Lait – pêche – fruit de la passion	Mise en œuvre dans le produit de 7% de pêches et jus de pêche à base de concentré, de 2% de jus de fruit de la passion à base de concentré et d'un arôme naturel « saveur pêche ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).
Lait – orange – mangue	Mise en œuvre dans le produit de 7% d'orange et jus d'orange à base de concentré, de 2% de mangues et d'un arôme naturel « saveur orange ».	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).
Lait – myrtille	Mise en œuvre dans le produit de 9% de myrtilles et de purée de myrtille à base de concentré et d'un arôme naturel "saveur myrtille".	Ce cas de figure relève du cas n°2, sous réserve que l'arôme soit mis en œuvre de manière à caractériser suffisamment le produit (% non alibi).

→ **Dénomination du produit** : La dénomination du produit devra être complétée pour indiquer au consommateur la manière dont la denrée est aromatisée.

Exemple : « **Lait fermenté sucré sur 20% de préparation aux fruits, aromatisé** »

A noter, d'autres dénominations restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision & Partie III.2.1).

Dans cet exemple, la dénomination de fantaisie « Le Maxi Gourmand aux fruits » ne s'apparente pas à la dénomination de la denrée « Lait fermenté sucré sur 20% de préparation aux fruits ». Cette dénomination de fantaisie ne sera donc passoumise aux prescriptions des recommandations.

→ **Mention complémentaire** : non applicable.



EXEMPLE N°4

(Cas n°4 dans l'arbre de décision)

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT



LISTE DES INGRÉDIENTS :

Edulcorants (Sorbitol, Isomalt, Sirop de maltitol, Maltitol, Aspartame, Acésulfame K), Gomme base, Acidifiants (E330, E296, E334), Epaisissant (E414), Humectants (E1518, E422), **Arômes**, Emulsifiant (Lécithine de tournesol), Colorants (E171, E163), Agent d'enrobage (E903), Antioxydant (E321)

DÉNOMINATION DU PRODUIT :

Chewing-gum [...] – Parfum Fraise

1. Y-a-t-il une mise en un avant d'un arôme sur l'étiquetage ?

Oui, il y a une représentation graphique de fraise. Le produit est donc concerné par les recommandations de la DGCCRF

2. L'arôme en question est-il mis en œuvre dans le produit ?

L'aromatisation est réalisée à l'aide d'arômes autres que naturels issus de la fraise.

Ce cas de figure relève du cas n°4.

→ **Dénomination du produit** : La dénomination initiale du produit est déjà en ligne avec les recommandations de la DGCCRF :

« Chewing-gum [...] – Parfum Fraise ».

A noter, d'autres dénominations restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision & Partie III.2.1) comme par exemple : « Chewing-gum [...] – Goût Fraise ».

→ **Mention complémentaire** :

Une mention complémentaire doit être présente à proximité immédiate de la représentation graphique de l'arôme.

Dans le cas présent, **le produit présente déjà une mention complémentaire « parfum fraise » à proximité de la représentation graphique en ligne avec les recommandations de la DGCCRF.**

A noter, d'autres mentions complémentaires restent possibles (cf. Partie II – Arbre de décision) comme par exemple : « Goût Fraise ».

EXEMPLE N°5

(Produit non concerné par les recommandations)

VISUEL FACE PRINCIPALE DU PRODUIT**LISTE DES INGRÉDIENTS**


Bœuf Bourguignon

**VIANDE BOVINE
ORIGINE FRANCE**

Suggestion de présentation

bœuf bourguignon

ingrédients

Légumes 47% : pommes de terre 22% (anti-oxydant : acide ascorbique, conservateur : **disulfite** de sodium), carottes 18%, oignons 7%. **Sauce** : eau, vin rouge 8% (**sulfites**), huile de colza, amidon modifié de maïs, concentré de tomates, sel, colorant : caramel ordinaire, poudre de cacao maigre, gélifiants : gomme guar et gomme xanthane, arômes (dont dérivés de **lait**), sucre, poivre. **Viande bovine** traitée en salaison, précuite 20 % (viande bovine, eau, sel, stabilisant : triphosphates, gélifiant : carraghénanes).

conseils de conservation

Avant ouverture : craindre la chaleur et l'humidité.
Après ouverture : à conserver 24 heures au réfrigérateur.

conseils de préparation

Casserole : verser le contenu de la boîte dans une casserole. Réchauffer à feu doux pendant 12 minutes environ en remuant doucement.
Micro-ondes : verser le contenu de la boîte dans un plat non métallique. Faire réchauffer 1 à 2 minutes à puissance maximale (pour un four micro-ondes de 800 watts).

A consommer de préférence avant la date figurant sur l'un des fonds de la boîte.

DÉNOMINATION DU PRODUIT :

Bœuf Bourguignon

1. Y-a-t-il une mise en avant d'un aromate sur l'étiquetage ?

Non, il n'y a pas de mise en avant d'un aromate sur cet étiquetage :

- La représentation du produit fini n'est pas à considérer comme une mise en avant des aromates, car aucun ingrédient en particulier n'est mis en exergue.
- Le logo « Viande Bovine Origine France » n'est pas à considérer comme une mise en avant d'un aromate, car il s'agit d'une information relative à l'origine de l'ingrédient et donc une mise en évidence de celle-ci.
- La dénomination de fantaisie « Bœuf bourguignon » n'est pas à considérer dans le cas présent comme une mise en avant.

Annexe 2

COURRIER DE
LA DGCCRF
(30 novembre 2017)



DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE,
DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES
59, BD VINCENT AURIOL TELEDON 223
75703 PARIS CEDEX 13

PARIS, LE

Réf. : dossier n° 4B/2017/10/6958

Affaire suivie par Y. Le Guyadec
Bureau : 4B – Qualité et Valorisation des Denrées alimentaires
Téléphone : 01 44 97 24 61
Télécopie : 01 44 97 30 37
Courriel : bureau-4B@dgccrf.finances.gouv.fr

Monsieur le Président,

Ce courrier fait suite à la concertation organisée dans le cadre du CNC, portant sur les possibilités de représentation graphique des arômes et aromates sur l'étiquetage des denrées aromatisées et sur les mentions pouvant être utilisées. Cette concertation a réuni les industriels du secteur alimentaire, les associations de consommateurs et la DGCCRF.

L'objet du présent courrier est de formuler, sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux, des recommandations en matière d'étiquetage et de présentation des denrées aromatisées selon leur composition.

Ces recommandations ont pour objet d'éviter que le consommateur ne soit trompé ou induit en erreur sur la nature des agents d'aromatisation utilisés, plus particulièrement en cas de représentation graphique d'un ou de plusieurs aromates sur l'emballage des denrées alimentaires concernées.

Il est entendu que le caractère trompeur d'un étiquetage s'appréciant dans sa globalité, tous les cas de figure ne peuvent être abordés dans ce courrier.

Préambule :

L'étiquetage des denrées aromatisées doit respecter le principe général selon lequel le consommateur ne doit pas être trompé ou induit en erreur sur la nature exacte et la composition des aliments qu'il achète.

L'étiquetage comporte des mentions ou des indications obligatoires (comme la dénomination de vente ou la liste des ingrédients) ainsi que des éléments facultatifs, apposés volontairement par les professionnels (dénomination de fantaisie, marque de commerce ou de fabrique, représentations graphiques, illustrations, signes, logos...).

L'article 7 du règlement INCO dispose que les informations sur les denrées alimentaires n'induisent pas en erreur :

- sur les caractéristiques de la denrée alimentaire et notamment sa composition ;
- en suggérant au consommateur, au moyen de l'apparence, de la description ou d'une représentation graphique, la présence d'une denrée ou d'un ingrédient déterminé alors qu'il s'agit en fait d'une denrée dans laquelle un composant présent naturellement ou un ingrédient normalement utilisé dans cette denrée alimentaire a été remplacé par un composant ou un ingrédient différent.

Cette notion est reprise à l'article 4 du règlement CE n°1334/2008 relatif aux arômes qui indique que seuls peuvent être utilisés dans ou sur les denrées alimentaires les arômes et les ingrédients alimentaires possédant des propriétés aromatisantes dont l'utilisation n'induit pas le consommateur en erreur.

A ce titre, le consommateur ne doit pas risquer d'être induit en erreur sur l'origine de la saveur des produits alimentaires mis à sa disposition, que ce soit au travers des mentions obligatoires ou des autres informations, y compris les représentations graphiques apposées sur l'étiquetage des produits sous la responsabilité des opérateurs. Il convient dans le cadre de cette appréciation d'accorder une importance particulière à l'apparence donnée au produit par les informations figurant sur l'étiquetage, susceptibles d'induire le consommateur en erreur dès lors qu'elles donneraient une image du produit ne correspondant pas à la réalité.

Pour cela, la dénomination de vente de la denrée alimentaire (article 17 et annexe VI du règlement INCO) est particulièrement importante.

La dénomination de la denrée alimentaire est sa dénomination légale. Elle est indépendante de la marque de commerce ou de la dénomination de fantaisie. En l'absence d'une dénomination légale, la dénomination de la denrée est son nom usuel. À défaut d'un tel nom ou si celui-ci n'est pas utilisé, un nom descriptif est à indiquer permettant au consommateur d'en connaître la nature réelle.

La dénomination du produit devrait ainsi faire référence à la mise en œuvre d'arômes ou être complétée par une mention informant le consommateur du fait qu'il est en présence d'un produit aromatisé chaque fois que cette omission serait de nature à l'induire en erreur, notamment dans la situation où ce nom figurerait à proximité d'autres informations et plus particulièrement de représentations graphiques lui suggérant que sa saveur provient, au moins pour partie, de la mise en œuvre de l'arôme correspondant.

Dans le cas de denrées alimentaires dans lesquelles un composant ou un ingrédient que les consommateurs s'attendent à voir normalement utilisé ou à trouver naturellement présent a été remplacé par un composant ou un ingrédient différent, l'étiquetage porte – outre la liste des ingrédients – une indication précise du composant ou de l'ingrédient utilisé pour la substitution partielle ou totale de ce composant ou ingrédient.

Cette disposition, identique dans ses effets aux règles concernant le nom descriptif de la denrée, peut trouver à s'appliquer dans le cas où un consommateur s'attend à ce qu'un arôme ait été normalement utilisé alors qu'en réalité un arôme a été utilisé à la place, cette « normalité » étant susceptible de découler de la représentation graphique d'un arôme ou de la référence à celui-ci, à l'exception du cas particulier où le consommateur ne s'attend pas à ce que l'arôme ait été directement mis en œuvre / soit encore présent dans la denrée sous forme d'arôme en dépit de ces informations.

Recommandations relatives aux modalités de présentation et d'étiquetage des denrées aromatisées :

En application du principe général d'information loyale du consommateur, les opérateurs doivent veiller à ce que les modalités d'étiquetage, telles que la présence de mentions écrites (dénomination de vente et/ou autres mentions) et de représentations graphiques et l'apparence qu'elles donnent au produit, ne laissent pas penser au consommateur que la saveur du produit est due exclusivement ou majoritairement à la mise en œuvre d'un arôme alors que ce ne serait pas le cas.

En l'occurrence, une référence directe à l'arôme, au moyen d'une dénomination de vente simple telle que « produit à X » ou d'une représentation graphique, pourrait laisser penser au consommateur que l'arôme est réellement mis en œuvre sans ajout d'arôme si elle n'était pas corrigée par d'autres éléments.

Lorsqu'une représentation graphique est utilisée ou que l'arôme est mis en avant, l'étiquetage doit être pris en compte dans son ensemble pour déterminer si le consommateur n'est pas trompé sur la composition de la denrée : dénomination, marque, logo, liste des ingrédients, autres mentions...

Ainsi, la liste des ingrédients peut, même si elle est exacte et exhaustive, être inapte à corriger de manière suffisante l'impression erronée ou équivoque qui résulte d'un étiquetage (Arrêt Teekanne de la Cour de justice de l'Union européenne du 4 juin 2015). De même, une dénomination légale ou un nom usuel correct et non trompeur peut paraître insuffisant dans certaines circonstances.

Les présentes recommandations permettent de préciser dans différentes circonstances, les mentions type qui, lorsqu'elles accompagnent la représentation graphique d'un arôme X ou sa mise en avant sur l'étiquetage par un autre moyen suggérant sa mise en œuvre, y compris via la marque ou la dénomination de fantaisie du produit, permettent au consommateur de ne pas être trompé. Il conviendra cependant de toujours étudier chaque cas individuellement, ces règles n'étant pas forcément transposables à chaque étiquetage.

Il convient, lorsqu'un produit possède plusieurs saveurs de traiter chacune d'entre elles séparément. Par ailleurs, seules celles mises en avant sur l'étiquetage sont concernées par les présentes recommandations.

Dans tous les cas, la présence d'un arôme ayant une autre saveur que X et qui n'est pas mis en avant sur l'étiquetage ne doit pas être prise en compte dans l'utilisation des recommandations.

- Cas n°1 :

Ce premier cas concerne trois situations :

- A : Les produits où l'arôme X a été mis en œuvre seul ;
- B : Les produits où l'arôme X a été mis en œuvre concomitamment à un arôme naturel de X ;
- C : Les produits auxquels a été ajouté un arôme naturel de X seul, uniquement lorsque l'arôme n'est pas techniquement incorporable en tant que tel dans la denrée. Cette situation se rencontre dans le cas de certains aromates : vanille, café, plantes « aromatiques » (menthe, sauge, réglisse...), qui ne sont pas incorporés en tant que tels de façon traditionnelle/habituelle. La gousse de vanille en particulier n'est jamais incorporée telle quelle dans le produit mais en réalité sous forme d'arôme naturel de vanille, tout comme les feuilles de menthe sauf cas particulier (menthe dans le taboulé par exemple).

Dans ces trois situations, une référence directe à l'arôme X sur l'étiquetage des denrées, y compris via une dénomination de vente telle que « Produit à X » ou une dénomination équivalente, ne peut être considérée comme de nature à induire le consommateur en erreur.

Dans la situation B, où l'arôme et l'arôme naturel de X sont présents, l'arôme ne doit pas être alibi. Sinon il conviendra de se reporter au cas n°3 (cf. point sur la notion d'ingrédient alibi page 6).

- Cas n°2 :

Cette situation s'applique lorsque l'arôme est présent en même temps qu'un arôme autre qu'un arôme naturel de X. Il peut donc s'agir d'un arôme naturel (art. 16.6 du RCE n°1334/2008), d'un arôme naturel de X avec autres arômes naturels (art. 16.5) ou d'un arôme autre que naturel de flaveur X.

Cette situation s'applique également lorsqu'est présent l'arôme, un arôme naturel de X et un autre arôme de flaveur X.

Il convient dans ce cas, lorsque l'arôme X est mis en avant sur l'étiquetage, que le consommateur puisse distinguer ce produit d'un autre dont l'aromatisation proviendra uniquement de la source (cas n°1).

Il est considéré qu'une dénomination du produit complétée pour indiquer la façon dont il est aromatisé permet de ne pas tromper le consommateur, d'autant plus que la liste des ingrédients est susceptible d'être identique dans les cas n°2 et n°1 situation B s'agissant des arômes mis en œuvre : « arôme X, arôme ».

Les dénominations suivantes peuvent être utilisées :

- Produit à X, aromatisé (X)
- Produit à X, saveur X
- Produit à X, goût X
- Produit à X, parfum X

Une dénomination de type « Produit à X, avec arômes naturels » doit être examinée au cas par cas, selon les autres informations figurant sur l'étiquetage. Elle pourrait en effet suggérer l'utilisation d'arôme naturel de X, ce qui n'est pas le cas ici.

Comme dans la situation B du cas n°1, l'arôme utilisé ne doit pas être alibi. Sinon, il conviendrait de se reporter au cas n°4 (cf. point sur la notion d'ingrédient alibi page 6).

- Cas n°3 :

Dans ce cas, seul un arôme naturel de X est utilisé pour apporter la flaveur. Il est à différencier du cas n°1 situation C car ici, du fait de la mise en avant de l'arôme, le consommateur peut s'attendre à le trouver dans le produit.

L'utilisation d'un arôme naturel de X doit mener au cas n°3, le cas n°1.C devant rester l'exception.

Les procédés industriels ne peuvent pas être pris en compte car ils ne sont pas connus du consommateur. Par exemple, dans le cas des bonbons cuits aux fruits, il est difficile technologiquement d'utiliser l'arôme car le procédé fait perdre la saveur des fruits au produit.

Cependant, ce n'est pas une information connue par le consommateur et celui-ci peut raisonnablement s'attendre à ce que des fruits (sous forme de purée, de jus, de jus concentré...) aient été mis en œuvre dans un bonbon cuit qui porterait la dénomination « Produit à X ». Dans le cas de cet exemple, on sera bien dans le cas n°3.

La mise en avant de l'arôme sur l'étiquetage laissant penser qu'il a été utilisé en tant que tel dans le produit, la dénomination du produit doit être suffisamment descriptive pour ne pas être trompeuse.

Les dénominations suivantes peuvent être utilisées :

- Produit aromatisé à X
- Produit à l'arôme naturel de X
- Produit à l'extrait de X (ou une dénomination équivalente, le cas échéant)
- Produit goût X
- Produit saveur X
- Produit parfum X
- Produit aromatisé goût X
- Produit aromatisé saveur X
- Produit aromatisé parfum X

Lorsqu'une représentation graphique ou une mise en avant de l'arôme apparaît sur une face de l'étiquetage, une mention complémentaire devrait également être apposée à proximité telle que :

- Arôme naturel de X
- Aromatisé à X
- Goût X
- Saveur X
- Parfum X

Cette mention doit être parfaitement visible et lisible par le consommateur ; elle permet de lui préciser que l'arôme ne sera pas présent en tant que tel dans le produit. Elle ne doit pas être masquée par des représentations graphiques en surnombre, auquel cas l'apparence du produit pourrait demeurer trompeuse. En outre, les représentations graphiques ne devraient pas suggérer la production, la cueillette ou la mise en œuvre de l'arôme (fraise entière représentée dans un pot de yaourt par exemple).

Dans l'hypothèse où la dénomination de vente du produit apparaît sur la même face, voire dans le même champ visuel que la représentation graphique ou la mise en avant de l'arôme, la mention complémentaire ne paraît pas nécessaire puisque l'information est présente pour le consommateur.

- Cas n° 4 :

Dans ce cas un arôme autre qu'un arôme naturel issu de X est utilisé. On peut trouver un arôme naturel (art. 16.6), un « arôme naturel de X avec autres arômes naturels » (art. 16.5), un arôme autre que naturel ou un arôme naturel de X et un autre arôme de saveur X.

Ici, l'aromatisation ne provient pas majoritairement de la source comme ce peut être le cas pour un arôme naturel de X.

Il est donc d'autant plus important que le consommateur soit informé de la composition de son produit.

Pour que le consommateur ne soit pas induit en erreur, la dénomination du produit doit être précise et peut être :

- Produit goût X
- Produit saveur X
- Produit parfum X
- Produit aromatisé goût X

- Produit aromatisé saveur X
- Produit aromatisé parfum X

Lorsqu'une représentation graphique ou une mise en avant de l'arôme apparaît sur une face de l'étiquetage, une mention complémentaire devrait également être apposée à proximité telle que :

- Goût X
- Saveur X
- Parfum X

Cette mention complémentaire doit être parfaitement visible et lisible par le consommateur, elle permet de lui préciser que l'arôme ne sera pas présent en tant que tel dans le produit. Elle ne doit pas être masquée par des représentations graphiques en surnombre, auquel cas l'apparence du produit pourrait demeurer trompeuse. En outre, les représentations graphiques ne devraient pas suggérer la production, la cueillette ou la mise en œuvre de l'arôme (fraise entière représentée dans un pot de yaourt par exemple). Elle devrait être utilisée uniquement pour que le consommateur sache qu'il n'a pas affaire à un produit « nature » et reconnaisse facilement la saveur du produit dans un rayon de magasin.

De la même façon que pour le cas n°3, dans l'hypothèse où la dénomination de vente du produit apparaît sur la même face, voire dans le même champ visuel que la représentation graphique ou la mise en avant de l'arôme, la mention complémentaire ne paraît pas nécessaire puisque l'information sera présente pour le consommateur.

Il s'agit du cas potentiellement le plus trompeur pour le consommateur. Il convient, cependant, de considérer qu'une représentation de l'arôme, même réaliste, n'est pas trompeuse pour le consommateur si le reste de l'étiquetage est suffisamment clair : dénomination précise, liste des ingrédients, mention à proximité de la représentation.

La mention « arômes naturels » à proximité de la représentation graphique, sauf à être insérée dans un message parfaitement clair, doit être évitée car elle peut laisser entendre que l'aromatisation provient de la source.

Denrées non préemballées :

Les denrées vendues non préemballées sont également concernées par ces recommandations. En effet, l'article R.412-11 du code de la consommation prévoit que la dénomination de vente est indiquée sur la denrée ou à proximité lorsqu'elle est vendue non préemballée.

La dénomination doit alors respecter les règles prévues par le règlement INCO et être suffisamment descriptive pour permettre au consommateur d'identifier la denrée.

Les denrées vendues non préemballées ne possédant pas de liste d'ingrédients, il est important que le consommateur soit informé de l'aromatisation et ce d'autant plus lorsque l'arôme est mis en avant dans la dénomination ou par une représentation graphique.

Les mentions complémentaires prévues dans les recommandations n'ont en revanche pas à être utilisées car la dénomination de vente apportera l'information au consommateur.

Notion d'ingrédient alibi :

Lorsque l'arôme est utilisé en même temps qu'un autre arôme, il convient de s'assurer qu'il n'est pas utilisé comme alibi (Cas n°1 et 2).

L'arôme étant mis en œuvre dans le produit, il est important qu'il apporte réellement du goût et ne soit pas là uniquement pour justifier une dénomination simple (Type « Produit au X ») ou une représentation très réaliste.

Certains secteurs professionnels ont défini des « seuils significatifs » dans des codes d'usages professionnels qui permettent de savoir à partir de quel pourcentage d'aromate celui-ci n'est plus alibi.

Lorsque de tels seuils n'existent pas, c'est au professionnel de justifier que l'aromate utilisé n'est pas alibi. Ceci peut être démontré par des tests sensoriels en aveugle qui confrontent le produit avec et sans aromate. Des normes existantes peuvent être utilisées pour ces tests :

- NF EN ISO 10399 Analyse sensorielle - Méthodologie - Essai duo-trio ;
- NF EN ISO 4120 Analyse sensorielle - Méthodologie - Essai triangulaire ;
- NF EN ISO 5495 Analyse sensorielle - Méthodologie - Essai de comparaison par paires.

Comme convenu à l'issue de la concertation avec les représentants des consommateurs et des professionnels, un délai courant jusqu'à la fin de l'année 2018 est laissé aux professionnels pour adapter les étiquetages qui ne seraient pas en accord avec ces recommandations et donc potentiellement trompeurs pour le consommateur. Passé ce délai, les nouveaux étiquetages devront respecter ces recommandations, cependant les étiquetages non écoulés pourront l'être jusqu'à épuisement des stocks.

Il est à noter que certains codes d'usages prévoient des règles moins restrictives que celles résultant des présentes recommandations. Ces codes d'usages devront être adaptés pour tenir compte de ces dernières.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

Le Chef de Service

Pierre CHAMBU

Annexe 3

MAIL DE
LA DGCCRF
(20 avril 2018)

De : Bureau-4B@dgccrf.finances.gouv.fr <Bureau-4B@dgccrf.finances.gouv.fr>

Envoyé : vendredi 20 avril 2018 15:43

À : HAUBERT Audrey <AHaubert@ania.net>; etafournel@fcd.fr

Cc : Bureau-4B@dgccrf.finances.gouv.fr; Claude.DUCHEMIN@dgccrf.finances.gouv.fr; Yann.LE-GUYADEC@dgccrf.finances.gouv.fr; Claire.SERVOZ@dgccrf.finances.gouv.fr

Objet : Etiquetage et présentation des denrées aromatisées : retour sur la réunion DGCCRF-ANIA-FCD-SNIAA du 7 mars

Importance : Haute

Bureau 4B

Affaire suivie par : Yann Le Guyadec

Dossier : [4B/2018/04/5489](#)

Mesdames,

Veuillez trouver ci-dessous les réponses sur les points soulevés lors de notre réunion du 7 mars et repris dans votre courriel :

- Demande de report de la date de mise en conformité :

Afin de pouvoir prendre en compte les réponses que nous avons pu vous faire suite à vos différentes demandes de clarification, nous acceptons de rallonger le délai de mise en conformité de 6 mois, soit jusque fin juin 2019.

- Clarification de la notion de mise en avant de l'arôme :

Nous vous confirmons que la mention d'un arôme dans une dénomination légale n'est pas considérée comme une mise en avant. Ceci est bien évidemment valable pour les cas n°1 et 2. Dans les cas 3 et 4 il n'est pas possible de faire directement référence à un arôme, façon « à l' X, tarte aux X » puisque l'aromatisation provient d'un arôme uniquement.

Ce principe est à prendre en compte au cas par cas et ne serait pas applicable par exemple dans le cas d'une dénomination fantaisie qui ferait mention de l'arôme de façon excessive, dans une taille

de police disproportionnée telle « Produit aux **fraises** » (pour un cas n°2) ou une police de caractère imitant l'arôme (une orange représentée à la place du « o » dans le mot « orange »).

Une référence à l'origine géographique d'un ingrédient ne doit pas non plus être considérée comme une mise en avant de l'arôme. Ceci doit également être étudié au cas par cas en fonction de la façon dont cette allégation est employée.

Une mention très simple telle que « Bœuf origine France » ne sera pas considérée comme une mise en avant alors qu'une mention de type « Aux bonnes fraises cueillies dans les champs de nos régions » accompagnée d'une image d'une personne ramassant des fruits dans un champ pourra être considérée comme une mise en avant.

La mention d'un unique arôme (de type « Fraise » ou « Bœuf ») ou sa représentation graphique sont bien à considérer comme une mise en avant.

En ce qui concerne la représentation du produit fini, que ce soit par une représentation graphique ou qu'il soit directement visible à travers l'emballage, ceci ne constitue pas une mise en avant d'un arôme.

- Définition de l'arôme :

Vous souhaitez des clarifications sur la définition de l'arôme tel qu'il est employé dans les recommandations.

L'arôme doit être considéré de façon assez large comme tout ingrédient présent dans la denrée pour lui apporter du goût. L'arôme doit effectivement être utilisé pour ses propriétés aromatiques, que ce soit sa fonction principale ou non.

Ainsi, par exemple, un extrait de paprika qui sera utilisé dans un produit pour ses propriétés colorantes devra également être considéré comme un arôme s'il apporte aussi du goût au produit. Il est également important de mettre l'arôme en relation avec les éventuels arômes ajoutés aux produits qui pourraient avoir le même goût que l'ingrédient arôme.

On peut prendre pour exemple un étiquetage qui mettrait en avant l'utilisation d'huile de tournesol (représentation d'un tournesol).

Cette mise en avant peut être réalisée pour valoriser ce type d'huile vis-à-vis d'autres huiles végétales. L'huile de tournesol peut ne pas apporter de goût spécifique au produit fini. Dans ce cas, elle ne sera pas considérée comme un arôme.

En revanche dans cette même situation, si un arôme à la saveur « huile de tournesol » est ajouté au produit, on peut considérer que l'huile a un intérêt aromatique et qu'il s'agit bien d'un arôme.

- Denrées non préemballées :

En ce qui concerne ces produits, nous confirmons également que la présentation du produit en l'état ne constitue pas une mise en avant.

Pour les denrées commercialisées et livrées aux collectivités, si la denrée est destinée à être remise en l'état au consommateur final, les recommandations peuvent s'appliquer le cas échéant.

Si la denrée est destinée à être transformée, les informations nécessaires devront être demandées par la collectivité.

En effet, si celle-ci souhaite réaliser une mise en avant d'un arôme présent dans un plat qu'elle fabrique, elle devra connaître la composition précise des ingrédients qu'elle utilise.

En prenant pour exemple une préparation de fruit utilisée dans un dessert, la collectivité devra connaître sa composition si elle souhaite mettre le fruit en avant (présence ou pas d'un arôme de même saveur que le fruit ; nature de cet arôme).

Dans le cas où la collectivité ne connaît pas de façon précise la composition des ingrédients, les mises en avant devront être évitées.

Ces précisions vous sont bien entendu fournies sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

Je vous confirme par ailleurs que ces clarifications seront également portées à la connaissance des enquêteurs en charge des contrôles dans ce domaine afin d'assurer une mise en pratique uniforme de cette doctrine.

Si un point soulevé dans votre message vous paraissait faire ici l'objet d'une réponse insuffisante, nous vous prions de bien vouloir nous le préciser.

Bien cordialement



Ministère de l'Economie
et des Finances

Suivez la DGCCRF sur :



M. Claude Duchemin

Chef du bureau 4B
Qualité et valorisation des denrées alimentaires



Pensez à l'environnement avant d'imprimer ce message