Juiceworld 2000

Le 12ème Congrès international des jus de fruits

Le 12ème congrès international de l'International Federation of Fruit Juice Producers (IFU) s'est tenu à Interlaken, en Suisse, du 21 au 24 mai 1996 et a réuni 630 participants venant de 43 pays. Se déroulant six ans après le dernier congrès de Sao Paulo, il a permis de dresser un état des lieux de l'industrie des jus de fruits à l'aube du 3ème millénaire.

L'International Federation of Fruit Juice Producers est une association fondée en 1948 qui compte la Suisse parmi ses pays membres fondateurs. L'industrie du jus de fruits en Suisse est très ancienne et tire son origine des règles fédérales limitant la production de boissons alcoolisées. Les premières productions de jus frais ont concerné la pomme, véritable fruit national associé à la légende de Guillaume Tell.

Une longue tradition de savoir-faire

La station fruitière de Wädenswill a été à l'origine des premiers essais d'extraction et de pasteurisation des jus de pomme voici plus d'un siècle. Ces essais ont été rapidement mis à profit par des fabricants de machines comme Bucher-Guyer et Unipektin qui ont eu une influence déterminante dans le développement de l'industrie des jus de fruits.

Le premier président de l'IFU, le Dr. Hans Eggenberger, était suisse. Depuis 1992, l'IFU a de nouveau été présidée par un Suisse, le Dr. Christian Hilbrand. Il cède désormais la présidence à un Français, M. Gaëtan Monchovet, de la société Joker.

Aujourd'hui l'IFU regroupe 23 pays membres (Argentine, Belgique, Brésil, Allemagne, France, Grèce, Espagne, Hollande, Inde, Israël, Italie, Malte, Maroc, Pologne, Malaisie, Autriche, Suède, Suisse, Afrique du Sud, Turquie, Hongrie, Venezuela, Royaume Uni). La fédération compte aussi 48 producteurs de jus considérés comme leaders dans leurs spécialités respectives. Elle dispose de quatre commissions :

① Commission scientifique (logistique, conditionnement, emballage) ;
② Commission du contrôle de la qualité (150 normes proposées aux pays membres) ;
③ Commission des méthodes analytiques ;
④ Commission des jus d'agrumes.

Les qualités unanimement reconnues à l'industrie agro-alimentaire en Suisse sont la fraîcheur et la pureté du produit. Ces compétences ont probablement pour origine la longue tradition laitière du pays. Sont présentées ci-après les fiches d'identité de sept sociétés suisses impliquées à des degrés divers dans la fabrication de jus de fruits.

Spreda Ltd

Cette société qui dépend du groupe OBI a récemment lancé la plus grande tour de séchage par atomisation connue au monde. Elle mesure 75 m de haut et produit à basse température des poudres de fruits et de légumes destinées aux aliments pour bébés. La matière première provient de cultures sous contrat où sont respectées des normes très strictes de production au champ. Spreda fournit également des poudres pour sauces, potages instantanés, desserts, boissons, etc. La société exporte ses produits dans plus de 68 pays.

Granador

Cette société est très connue en Suisse pour ses excellents jus de fruits et ses mélanges tropicaux. Elle dispose de 6 unités Tetra Brick, emploie 149 ouvriers et développe un chiffre d'affaire de 200 M.F. Suisse.

Konservenfabrik bischofszell Ltd

Cette société qui appartient à la grande chaîne de distribution Migros est spécialisée dans la fabrication des jus de fruits et légumes, des confitures. L'usine fonctionne avec 10 unités Tetra TBA 8/9 et 3 PKL Combiblocs conditionnant plus de 100 millions de litres par an.

Parallèlement aux jus de fruits, une unité de production de chips de pomme de terre à faible teneur en matière grasse a été installée.

Bio-Familia Ltd

Cette société qui emploie 70 personnes produit 7 000 tonnes de Muesli de haute qualité. Elle fournit 50 % du marché de Muesli et exporte dans plus de 30 pays. Les produits de marque comme « Champion », « Jungle Crunch » contiennent les fruits tropicaux et tempérés. Une diversification dans les jus de fruits est envisagée.

Pomdor

Cette société appartient au groupe Ramseier et produit des jus frais haut de gamme : orange, raisin, pomme.

Unipektin

Basée à Eschenz, cette société a été créée en 1950 pour produire des pectines à base de fruits et graines tropicales et subtropicales (caroube, tara, guar). Depuis, elle s'est spécialisée dans la vente d'unités d'extraction de jus de pommes. Environ 50 % du jus de pommes produits au monde sont extraits du matériel **Unipektin**. La société a installé aussi des unités d'extraction de jus de fruits en Amérique latine, Espagne, Portugal, Pologne, Chine, entre autres.

Bucher-Guyer
Cette société a récemment mis au point un système de presse pour jus de fruits assisté par ordinateur. Cette innovation permet de réduire les coûts d'extraction tout en augmentant les rendements.

Des changements de politique

Au cours des 6 dernières années, le marché des jus de fruits a connu une profonde évolution qu'illustrent bien les nouveaux produits apparus au niveau de la distribution, notamment dans le secteur des jus d'agrumes.

En effet, les fabricants ont été amenés à reconsidérer de fond en comble le positionnement de leurs produits sur le marché de consommation. Plusieurs raisons ont motivé cette remise en question.

Devant la gamme de plus en plus variée des produits offerts dans les rayons **jus et boissons**, l'acte d'achat du consommateur se fait de plus en plus discriminant, avec des exigences aussi diverses que :

- La qualité organoleptique et diététique.
- La fraîcheur.
- Le label « produit naturel ».
- Le souci de protection de l'environnement.
- La simplicité d'utilisation et de conservation.
- L'approvisionnement régulier.

Mais en contradiction avec cette donnée, l'acheteur achète de plus en plus vite car il a de moins en moins le temps d'analyser l'avantage des nouvelles formules proposées à la vente, bien souvent il préfère s'en tenir à des produits « classiques ». Il est donc important que le fabricant aille **au devant des consommateurs** par des signaux suffisamment convaincants.

Un autre problème posé aux fabricants de **jus de fruits** vient de la concurrence des boissons et nectars (eaux minérales aromatisées ou non, thés glacés aux fruits, boissons gazeuses aux fruits lancées par des grandes marques qui disposent d'une importante infrastructure de vente : Pepsi, Coca-Cola).

Lancer un produit oblige désormais à cibler parfaitement l'acte de consommation retenu :

- Se désaltérer.
- Prendre une boisson nutritive et diététique (pour enfants, adultes ou personnes âgées) sans exclure l'acte gastronomique.
- S'alcaliniser, se reminéraliser, se « revitaminer », exemple : boissons des sportifs.

Ce que craignent les fabricants de **jus de fruits** est la **confusion des genres**. Un emballage particulièrement attrayant, des modes d'étiquetage astucieux et un prix d'appel incitatif peuvent en effet confondre le consommateur dans son véritable choix ; cas de nouvelles boissons comme **Fanta Pink Grapefruit**, de Coca-Cola ou **Fruitopia** de lipton Eistee.

Face à ces menaces, les stratégies de réponse n'ont pas tardé à se manifester. Elles ont porté sur deux points essentiels :

- Pureté et fraîcheur du jus.
- Emballage de haute qualité.

La démarche est surtout venue au départ des Etats-Unis où le consommateur ne se donne plus guère le temps d'éplucher une orange ou un pomelo. On lui apporte donc directement le **produit frais, prêt à consommer** dénommé **Premium fresh natural orange/grapefruit juice.**

Des défis à relever

Cette démarche a obligé les fabricants à relever toute une série de défis.

Les purs jus frais nécessitent des traitements de stabilisation plus doux qui préservent les qualités aromatiques, organoleptiques et diététiques du produit de base. Des nouveaux procédés de flash pasteurisation ont donc été mis au point.

Le fait de conserver l'eau du fruit (par opposition au jus concentré congelé) augmente sensiblement le poids et les volumes transportés. Les fabricants ont ainsi été amenés à développer leurs capacités de **conditionnement en vrac**.

Il est impératif de respecter beaucoup plus rigoureusement la chaîne de froid puisque le jus est plus exposé au développement des levures ou bactéries que son équivalent concentré. En l'occurrence la chaîne de froid s'étend jusqu'au niveau de la distribution de détail.

Il faut pouvoir bénéficier d'un approvisionnement en fruits frais constant tout au long de l'année.

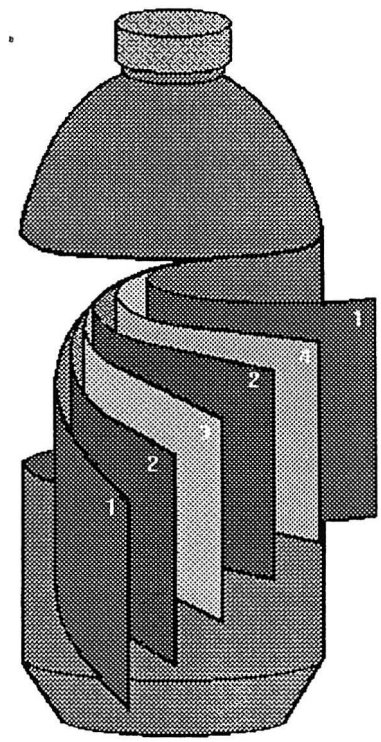
Devant l'ampleur de ces difficultés techniques une majorité de fabricants ont préféré dans un premier temps s'en tenir à des produits conventionnels issus des jus concentrés-congelés, quitte à sacrifier quelque peu la qualité aromatique. Toutefois l'engouement immédiat du consommateur pour les premières expériences de commercialisation de jus frais et l'ampleur inattendue prise par ce marché ont fait revenir bien des industriels sur leur décision.

Des études de marché très poussées confiées à des compagnies spécialisées comme Nielsen A.C. utilisant la technique UPC (Universal Product Code) mettaient clairement en évidence que :

- Le consommateur était prêt à payer plus cher un jus frais car il lui attribuait plus de vertus gustatives et diététiques.
- Il attachait une grande importance à l'emballage, c'est-à-dire à la facilité de stocker son jus au réfrigérateur et à se resservir le plus aisément possible.

Dans le domaine de l'emballage, les jus de fruits ont souvent été bénéficiaires des avancées technologiques mises au point pour le lait.

L'emballage carton ou brique (Tetra-Pak, Combibloc) a donc été appliqué aux jus. Toutefois les difficultés d'ouverture de la brique puis de versement sans déborder du liquide ont conduit les emballeurs à travailler le **gable-top**, c'est-à-dire la **pliure trois angles** du haut du carton en lui adjoignant un bouchon vissé. Le succès des jus d'agrumes frais **Tropicana** doit beaucoup à ce système. Le carton, par rapport au verre, présente bien des avantages au niveau manutention.



Bouteille multicouches Elf-Atochem
❶ Résine ❷ Lien coextrudé
❸ Couche barrière ❹ Couche intermédiaire

Comme précédemment, c'est avec le lait que sont apparues les nouvelles bouteilles en polyéthylène à bouchon vissé. En France la société **Elf-Atochem** a innové dans le secteur à bouteille « multicouches » dont la paroi est constituée de deux couches de résine (1 côté extérieur et 1 côté intérieur) liées entre elles par un lien coextrudé et une couche « barrière » empêchant l'oxydation et la pénétration des UV.

Comparé à la brique ce type d'emballage présente de nombreux avantages :

- Il permet de choisir des gammes de couleur et de sensations tactiles très variées.
- Il offre une très bonne rigidité et une grande fiabilité de conservation.
- Il est très facile d'utilisation comme une bouteille en verre.
- Il est entièrement recyclable.

Elf-Atochem a conçu par exemple la bouteille du nouveau jus frais lancé par Joker.

L'arrivée de cette nouvelle génération de bouteilles plastiques offre une très grande gamme de choix dans le « typage » du contenant et donc dans la création d'un emballage adapté à des niches de consommateurs :

- Jus pour bébés.
- Jus pour sportifs.
- Taille famille 3 à 5 personnes, etc.

L'apparition des jus frais sur le marché résulte d'une série d'innovations tant au niveau du traitement de la matière première et de son conditionnement que de sa distribution dans un emballage parfaitement adapté.

Privilégier la qualité

Les nouveaux procédés d'analyse physico-chimiques permettent par ailleurs d'authentifier la pureté d'un jus et son origine géographique. Il semble même possible à terme grâce à l'analyse de l'ADN de citrus, d'identifier le cultivar ou la variété traitée, exemple orange Valencia ou Pera.

Le congrès Juiceworld 2000 confirme la volonté des fabricants de jouer au maximum la carte de la qualité afin de « tirer vers le haut » le marché de la consommation. Cette démarche conduit à renforcer les partenariats avec des secteurs aussi divers que l'analyse physico-chimique et sensorielle, la diététique, l'emballage moderne.●

Bernard Aubert, CIRAD-FLHOR