

Comment communiquer ou informer le consommateur des aspects nutritionnels ou santé des produits face à l'évolution de la réglementation en cours ?

Enseignante : Mme WALLART

BECART Elodie
BOENNEC Vanessa
BREJARD Clémentine
CHAMAS Youmna
CORRIEZ Harmony
DEMETTRE Julie
HOUGRON Aurélie



Année 2012-2013

CONTACTS

- BECART Elodie : elodie.becart@polytech-lille.net
- BOENNEC Vanessa : vanessa.boennec@polytech-lille.net
- BREJARD Clémentine : clementine.brejard@polytech-lille.net
- CHAMAS Youmna : younna.chamas@polytech-lille.net
- CORRIEZ Harmony : harmony.corriez@polytech-lille.net
- DEMETTRE Julie : julie.demettre@polytech-lille.net
- HOUGRON Aurélie : aurélie.hougron@polytech-lille.net



INTRODUCTION

- **Nutrition** = science appliquée, au carrefour de plusieurs disciplines scientifiques (biologie, médecine, psychologie), qui permet de comprendre le **fonctionnement du corps humain** et de proposer des **recommandations alimentaires ou médicales** visant à maintenir celui-ci en **bonne santé**.
 - La nutrition est apparue ces dernières années comme un **enjeu de santé publique**.
 - En effet, un mauvais état nutritionnel est un facteur de risque de **maladies** (cardiovasculaires, cancer, diabète, ostéoporose, obésité...) qui a un **coût économique** considérable.
 - Il est primordial aujourd'hui de faire attention à son alimentation pour préserver sa **santé** et avoir une **bonne hygiène de vie**. Il faut avoir :
 - Une alimentation **variée et équilibrée**
 - Une répartition satisfaisante des **quantités** consommées
 - Un minimum d'**activité physique**
 - Compte tenu du **contexte économique**, des **attentes** des consommateurs et des **évolutions** de la réglementation, l'**Etat**, les **entreprises agroalimentaires** et les **restaurations hors domiciles** sont donc amenés à communiquer de plus en plus sur les **aspects nutritionnels et santé**.
 - De nombreux cabinets de conseil et formation spécialisés dans la nutrition se développent comme Nutractiv. L'objectif est d'aider les acteurs majeurs de l'alimentation à **intégrer la nutrition** dans leur stratégie.
- **Comment communiquer ou informer le consommateur des aspects nutritionnels ou santé des produits face à l'évolution de la réglementation en cours ?**



PROBLEMATIQUE

DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

- **INFORMER**

L'emballage informe le consommateur, car il est l'un des supports de l'ensemble des **mentions** détaillant le produit, dont certaines sont obligatoires, qui constitue son **étiquetage**. Les informations correspondent aux **données brutes** inscrites sur l'emballage.

L'étiquetage peut informer sur la **composition** des produits, la **valeur nutritionnelle** (mention facultative), la **présence d'OGM** (organismes génétiquement modifiés), la **conservation** et la **préparation**, les **ingrédients** qui sont susceptibles de provoquer des **allergies ou intolérances** (arachide, gluten), mention qui sera rendue également obligatoire dans les mois à venir.

- **COMMUNIQUER**

L'emballage informe non seulement le consommateur mais communique aussi sur l'aspect nutritionnel en transformant des données brutes implicites en données plus parlantes (curseur nutritionnel, repère nutrition, pourcentages, logos...). Par exemple, les valeurs nutritionnelles sont rapportés aux Repères Nutritionnels Journaliers.

DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

Informer

Exemples

Informations nutritionnelles :

Valeurs nutritionnelles moyennes	pour 100 g	Goûter nutella'
Valeur énergétique	530 kcal (2215 kJ)	250 kcal (1050 kJ)
Protéines	6,8 g	9,5 g
Glucides	56 g	39 g
dont sucres	55 g	23 g
Lipides	31 g	6,5 g
dont acides gras saturés	10,3 g	2,5 g
Fibres	4 g	1,7 g
Sodium	0,03 g	0,27 g

* Goûter NUTELLA : pain 30 g, NUTELLA 15 g, yaourt nature 125 g, jus d'orange 100 ml.
Ces apports sont proches d'un goûter optimal pour un enfant de 6 à 10 ans.

Mode de consommation :



DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

Communiquer

- **Curseur nutritionnel**



Le groupe Casino a créé en 2006 un système de curseur qui permet aux consommateurs d'estimer les qualités nutritionnelles des produits de sa marque propre et dans ses cafétérias. Ce curseur partage les produits ou les plats en trois catégories :

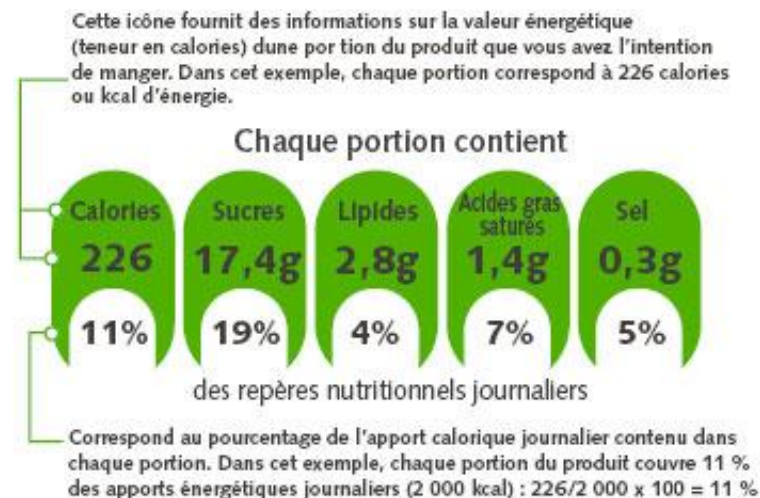
- “Plaisir Nutrition” lorsque l’on surveille son alimentation,
- “Plaisir Classique” pour des caractéristiques nutritionnelles situées dans la moyenne,
- “Plaisir Gourmand” pour des produits plus sucrés, plus gras ou plus salés que la moyenne.

Sur chaque emballage, la position du Curseur Nutritionnel permet au consommateur d'identifier d'un seul coup d'œil le profil du produit. Une idée simple et efficace.

DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

Communiquer

- Repères nutrition



Les Repères Nutritionnels Journaliers ou GDA (Guideline Daily Amounts) sont une autre information utile présente sur la plupart des emballages. Ils nous éclairent sur la quantité de calories qu'apporte une portion d'un aliment déterminé, par rapport aux besoins quotidiens. Souvent, nous trouvons également la teneur en sucres, en lipides saturés, en protéines et en sel. Ce repère nous aide à comparer ces quantités aux quantités maximales recommandées pour une alimentation équilibrée.

DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

Communiquer



- **L'information nutritionnelle en un clin d'œil**

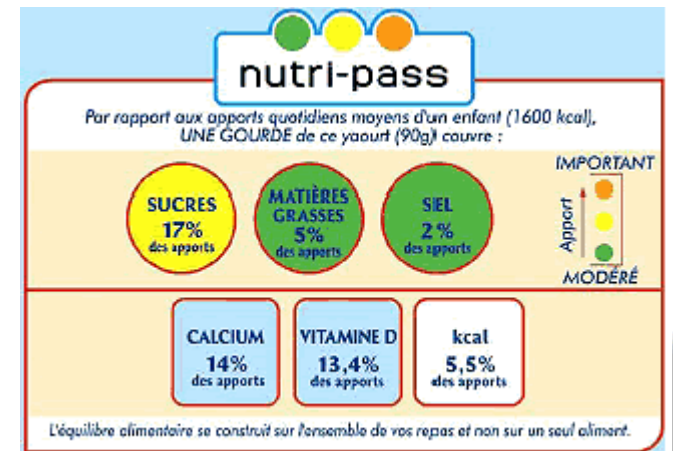
Delhaize est un pionnier dans ce domaine. Nous avons développé une série de pictogrammes sur la face avant de l'emballage, pour aider à identifier des éléments positifs, comme plus de fibres, de minéraux, d'oméga-3, de vitamines (flèche vers le haut), ou moins de sel ou de sucres (flèche vers le bas).



DIFFERENCE ENTRE INFORMER ET COMMUNIQUER

Communiquer

- Près de 6 ans après le lancement du Nutri-pass, Intermarché poursuit son engagement en faveur de la nutrition avec comme principal objectif : simplifier l'information nutritionnelle délivrée au public et réaffirmer la transparence de l'enseigne sur ses produits.
- Cet étiquetage a pour but d'aider les consommateurs à « y voir plus clair dans leur équilibre alimentaire ». Le système est assez simple :
 - Trois pastilles rondes indiquent les teneurs en sucres, en sel et en matières grasses par portion. Un système intuitif de couleurs (vert, jaune, orange) permet d'estimer si ces teneurs sont importantes ou non afin de compenser les apports par d'autres aliments.
 - Des pastilles carrées mettent au contraire en avant les nutriments à privilégier (fibres, vitamines, minéraux) contenus dans les produits.



ENJEUX NUTRITION-SANTÉ

- Au cours des dernières décennies, les grandes maladies liées aux carences alimentaires ont disparu. Pourtant, le lien entre alimentation et santé est plus que jamais d'actualité. En effet, les recherches récentes confirment que l'alimentation joue un rôle déterminant de protection ou d'aggravation du risque dans la survenue de maladies telles que les cancers, les maladies cardiovasculaires, l'obésité ou l'ostéoporose.
- Il apparaît donc nécessaire de mettre en place un Programme National Nutrition Santé pour réduire le risque de maladies chroniques, améliorer l'état de santé et la qualité de vie de la population générale.
- En effet l'objectif du PNNS est d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population, en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs, la nutrition. Dans le domaine de la nutrition, les principaux objectifs ont été regroupés selon quatre axes :

1. Réduire l'obésité et le surpoids dans la population

- Stabiliser la prévalence de l'obésité et réduire le surpoids chez les adultes
- Diminuer la prévalence de l'obésité et du surpoids chez les enfants et les adolescents



ENJEUX NUTRITION-SANTÉ

2. Augmenter l'activité physique et diminuer la sédentarité à tous les âges

- Augmenter l'activité physique chez les adultes
- Augmenter l'activité physique et lutter contre la sédentarité chez les enfants et les adolescents



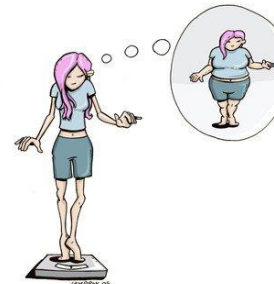
3. Améliorer les pratiques alimentaires et les apports nutritionnels, notamment chez les populations à risque

- Augmenter la consommation de fruits et légumes
- Réduire la consommation de sel
- Augmenter les apports en calcium dans les groupes à risque
- Lutter contre la carence en fer chez les femmes en situation de pauvreté
- Améliorer le statut en folates des femmes en âge de procréer
- Promouvoir l'allaitement maternel



4. Réduire la prévalence des pathologies nutritionnelles

- Dénutrition, troubles du comportement alimentaire



ENJEUX NUTRITION-SANTÉ

Il est aujourd'hui parfaitement établi que l'alimentation et l'état nutritionnel participent de façon essentielle au développement et à l'expression clinique des maladies qui sont aujourd'hui les plus répandues en France, comme dans l'ensemble des pays industrialisés :

Les maladies cardiovasculaires (infarctus du myocarde, accidents vasculaires cérébraux...) sont aujourd'hui la première cause de mortalité en France (32 % des décès), à l'origine de près de 170 000 décès chaque année.

- **La prévalence du diabète**, tous âges confondus, est estimée entre 2 % et 2,5 % de la population générale (plus de 80 % des diabètes sont liés à des surcharges et à des déséquilibres nutritionnels).
- **L'hypercholestérolémie** concerne près d'un adulte sur cinq (supérieure à 2,50 g/l).
- **L'ostéoporose**, qui entraîne une fragilité osseuse exposant les patients à un risque de fractures (en particulier du col du fémur) concernerait 10 % des femmes à 50 ans, 20 % à 60 ans et 40 % à 75 ans.
- La nutrition intervient également sur **certains types de cancers** (notamment oropharyngés et digestifs). Les tumeurs malignes représentent 29 % de l'ensemble des décès chez l'homme et 23 % chez la femme. Le nombre de nouveaux cas est estimé à 280 000 par an.

CIBLES

Les enfants



De nombreux aliments comme les laits premier âge ou les yaourts sont des cibles pour les allégations santé.

CIBLES

Les femmes

Santé bucco-dentaire :

- La consommation d'édulcorants en remplacement du sucre peut aider à maintenir la minéralisation des dents ; le chewing-gum sans sucre aide à neutraliser les acides de la plaque dentaire.
- La vitamine C contribue à la fonction normale des dents et des gencives.

Santé des cheveux et des phanères :

- Le zinc / sélénium / vitamine B8 participent au maintien de la peau, des cheveux ou des ongles.
- Le cuivre contribue à une pigmentation normale de la peau et des cheveux.

Défenses naturelles :

- Le cuivre / sélénium / vitamine C contribuent au fonctionnement normal du système immunitaire.

Ménopause :

- La vitamine B6 contribue à la régulation de l'activité hormonale.

Vision :

- Le DHA et la vitamine A contribuent au maintien d'une vision normale.

CIBLES

Les séniors

Santé cardiovasculaire :

- Les composés phénoliques de l'huile d'olive vierge extra protègent des dommages oxydatifs.
- EPA et DHA contribuent à la fonction normale du cœur.
- La consommation de gomme de guar aide à maintenir des taux normaux de cholestérol.
- La consommation régulière de bêta-glucanes contribue au maintien normal des concentrations sanguines en cholestérol.
- La monacoline K de levure de riz rouge contribue au maintien des concentrations normales de cholestérol sanguin.





ACTEURS, STRUCTURES ET ORGANISATIONS IMPLIQUES

- La mise en place d'une politique nutritionnelle est apparue, au cours des dernières années, comme une priorité de santé publique. Le rôle joué par la nutrition comme facteur de protection ou de risque des pathologies les plus répandues en France est de mieux en mieux compris. Lancé en janvier 2001, le Programme National Nutrition Santé (PNNS) a pour objectif général l'amélioration de l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs : la nutrition.
- Le Programme National Nutrition Santé a été initié en 2001 et prolongé en 2006 et en 2011.
- Il a permis la mobilisation de nombreux acteurs : ministères, élus locaux, professionnels des domaines de la santé, de l'activité physique, de l'éducation ou du domaine social, acteurs économiques et bénévoles.



- L'objectif du programme d'éducation nutritionnelle de l'Inpes (Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé) est de contribuer à l'évolution des comportements des Français dans le sens des recommandations du PNNS. Pour cette raison, il a été décidé de mettre à la disposition du public des documents de référence ; les guides nutrition, permettant à chacun de disposer d'une information simple, pratique, avec des repères de consommation concrets et des recommandations faciles à s'approprier.
- Il s'agit de promouvoir une nutrition positive associant alimentation et plaisir. Les guides ne se veulent pas normatifs, mais prennent en compte la diversité des situations, la complexité de l'acte alimentaire et ses dimensions sociale et culturelle.
- Le fonds scientifique de chaque guide est élaboré par un groupe de travail, coordonné par l'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments (AFSSA). Elle a fusionné avec l'Agence française de sécurité sanitaire de l'environnement et du travail pour former l'Agence nationale chargée de la sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES). Ce travail vise à fournir les éléments concrets en matière d'aliments et de combinaison d'aliments à consommer au quotidien, y compris en termes de rythmes alimentaires, pour permettre d'atteindre l'ensemble des objectifs du PNNS. Il s'appuie sur les Apports Nutritionnels Conseillés et prend en compte les études de consommation alimentaire les plus récentes et les études sur les comportements alimentaires qui apparaissent pertinentes au groupe d'expertise.



INPES

- Ce groupe est constitué d'experts en nutrition humaine, ayant des compétences en matière de physiologie, d'épidémiologie, d'étude de la consommation alimentaire, de science de l'aliment et de comportement : médecins, épidémiologistes, diététiciens, sociologues, éducateurs pour la santé, et de représentants des principales institutions concernées par le PNNS (InVS : Institut de veille sanitaire, INPES...) ainsi que de spécialistes de l'édition auprès du grand public et des professionnels relais (INPES) qui coordonnent l'édition des documents.
- Le fonds scientifique bénéficie d'une validation par le Comité d'experts spécialisé « Nutrition humaine » de l'Afssa (Anses), le Comité d'experts en santé publique réunis par la Direction générale de la santé, et par le Comité stratégique du PNNS. Il est également présenté au Conseil national de l'alimentation.
- Tous les documents sont diffusés gratuitement, sur simple demande (à l'exception du guide nutrition de la naissance à trois ans, diffusé exclusivement en maternité).
- Ils sont également accessibles sur : www.mangerbouger.fr



MINISTÈRE DE LA SANTÉ

- **Exemples de Guides nutrition :**

- 12 différents guides nutrition sont mis en place pour **le grand public** sur le site sante.gouv.fr :

- Guide nutrition pendant et après la grossesse



- Guide nutrition à partir de 55 ans : la santé vient en mangeant et en bougeant



- Guide nutrition pour les ados



- Guide nutrition de la naissance à 3 ans : la santé vient en mangeant



MINISTÈRE DE LA SANTÉ

➤ 5 différents guides sont mis en place à l'attention des **professionnels de santé** sur le site sante.gouv.fr

- Guide nutrition pendant et après la grossesse : Livret d'accompagnement destiné aux professionnels de santé



- Livret d'accompagnement destiné aux professionnels de santé : guide nutrition à partir de 55 ans et pour les aidants de personnes âgées



- Livret d'accompagnement du guide nutrition des enfants et ados pour tous les parents destiné aux professionnels de santé



MINISTÈRE DE LA SANTÉ

- **PNNS 3 : 2011 - 2015**

L'objectif général du PNNS est d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population, en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs, la nutrition. Le premier des quatre axes principaux du PNNS 2011-2015 concerne la poursuite des objectifs nutritionnels visant la réduction de la consommation de sel, de graisses et de sucres, la consommation de fruits et légumes, ainsi que la lutte contre certaines carences (fer, folates).

Afin d'éviter de multiplier les sources d'informations et de risquer de semer le trouble dans la tête des consommateurs, le PNNS (Programme National Nutrition Santé) et MangerBouger se sont réunis au sein d'un même logo.



ANIA (Association nationale des industries alimentaires)

Impliquée et motivée, l'ANIA est très active autour de sujets importants comme la composition nutritionnelle des aliments (Oqali, chartes d'engagements...), le Programme National de l'Alimentation, Programme National Nutrition Santé ou encore la communication nutritionnelle.

Les nombreuses actions réalisées par l'ANIA démontrent la volonté de l'industrie alimentaire de répondre aux préoccupations de santé publique en matière d'alimentation et au besoin d'information et d'éducation des consommateurs aux bons comportements alimentaires ainsi qu'à une meilleure hygiène de vie.

- **L'industrie alimentaire, un acteur majeur du PNNS**

Membre du Comité de pilotage du PNNS, l'ANIA est un véritable acteur de santé publique. Ces dernières années, l'industrie alimentaire s'est particulièrement mobilisée dans les démarches partenariales ambitieuses et innovantes. Il existe des groupes de travail PNNS sur les glucides, les lipides, le sel, ou celui sur le goût, des chartes d'engagements nutritionnels PNNS et l'Observatoire de la qualité des aliments (www.oqali.fr) qui ont tous pour objectif de mener des actions pour améliorer la santé des consommateurs.



ANIA (Association nationale des industries alimentaires)

- **Pour un étiquetage nutritionnel compréhensible**

L'étiquetage nutritionnel reste un enjeu majeur. En effet, cet étiquetage doit être simplifié pour être mieux compris des consommateurs. L'ANIA encourage les entreprises à donner la composition nutritionnelle des aliments, via un étiquetage nutritionnel volontaire avec, si possible, des points de repères pour le consommateur : l'information par portion d'aliment et en pourcentage des apports journaliers recommandés.

Pour assurer une cohérence, l'industrie alimentaire européenne, via la CIAA (Lobby européen de l'agro-alimentaire), a recommandé un modèle d'étiquetage commun basé sur les repères nutritionnels journaliers (RNJ) qui sera progressivement appliqué en 2007. Enfin, sur un plan plus technique, l'ANIA a revu, avec la DGCCRF, ses recommandations sur les tolérances admises pour les valeurs étiquetées, tenant compte de la variabilité des matières premières et des méthodes d'analyse.





ANSES

- L'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail :
 - évalue les propriétés nutritionnelles des substances et denrées entrant dans l'alimentation humaine ainsi que les risques sanitaires et les bénéfices nutritionnels qui leurs sont liés,
 - évalue le fondement scientifique des allégations et leur pertinence en santé publique,
 - élabore des références nutritionnelles pour la population et des sous-groupes de population,
 - apporte les éléments scientifiques utiles à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique nutritionnelle nationale et communautaire,
 - formule des réflexions générales, des avis et des recommandations sur les principales thématiques de santé publique (sel, glucides et santé, collation matinale à l'école, prévention de l'obésité infantile...),
 - conçoit le fonds scientifique de guides alimentaires destinés à différents publics (dans le cadre du PNNS) : population générale, enfants, adolescents, personnes âgées, professionnels de santé...



OQALI (Observatoire de la Qualité de l'Alimentation)

L'Oqali permettra de mesurer et rendre publics, de manière objective, les efforts effectués par les secteurs alimentaires, notamment dans le cadre des chartes d'engagements de progrès nutritionnel prévues par le PNNS. Il s'agit plus précisément de :

- rassembler et analyser les données nutritionnelles et socio-économiques sur les aliments,
- suivre l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire y compris de façon rétrospective,
- éclairer et évaluer les interventions publiques (et privées) en vue d'une amélioration continue de l'offre alimentaire,
- appuyer les initiatives favorisant l'adoption de stratégies d'amélioration de la qualité nutritionnelle de l'offre,
- constituer une plate-forme de centralisation et d'échange des données élaborées par les différents acteurs : associations de consommateurs, industries, distribution, pouvoirs publics.

Ces analyses de l'offre alimentaire sont réalisées par secteurs alimentaires et portent sur des produits transformés en distinguant les différents segments de marché (marques nationales, marques distributeurs, premiers prix et hard-discount). Ce suivi doit renforcer et pérenniser l'approche partenariale développée par les pouvoirs publics pour inciter les filières agroalimentaires à aller dans le sens des objectifs de santé publique et des attentes des consommateurs, afin que les progrès réalisés profitent au plus grand nombre.

CABINET DE CONSEIL EN NUTRITION

- **Nutrikéo** : leur communication cible les professionnels de santé et le grand public avec deux stratégies différentes. Nutrikéo Consulting développe des nouveaux concepts et des stratégies de communication pour les aliments-santé, les compléments alimentaires et les ingrédients nutritionnels.

→ Professionnels de santé

- Recommandation de plans presse et de salons professionnels
- Organisation de conférences et recommandation d'experts
- Mise en place de réseaux de visites médicales
- Conception - rédaction - création d'outils de communication :
- Mise en place d'outils de mesure de l'impact des actions menées (ROI...)



→ Grand public

- Rédaction de charte PNNS
- Mise en place d'actions de sensibilisation à la nutrition et d'éducation à la santé
- Education thérapeutique du patient (ETP) en nutrition
- Déploiement d'opérations Relations Presse (RP) (dossiers, communiqués et conférences de presse, stratégie presse...)
- Conception , rédaction (vulgarisation scientifique) , création d'outils de communication
- Conception-rédaction-crédation de packaging (discours nutritionnel on-pack...)
- Mise en place de services consommateurs et de programmes de coaching nutritionnel : NutriCall
- Etablissement de plans de gestion de crise

CABINET DE CONSEIL EN NUTRITION

- **Nutrition conseil :** 

Nutrition conseil est un cabinet de conseil et d'expertise en nutrition et alimentation. Il s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises et associations.

- **Nutrevent :** 

NutrEvent rassemble tous les deux ans les mondes de la science, de l'industrie et de la réglementation, autour d'un objectif unique : multiplier et accélérer les projets de R&D en Nutrition-Santé.

- **Nutractiv :** 

Nutractiv est un cabinet de Conseil et Formation spécialisé en Nutrition. Ils interviennent spécifiquement autour de 4 pôles d'activités :

- Etiquetage nutritionnel
- Communication nutrition-santé
- Développement produits
- Centre de formations

Ils accompagnent les professionnels de l'agro-alimentaire dans leurs projets Nutrition : industries alimentaires, restaurateurs, artisans, écoles d'ingénieurs et centres de formation, collectivités.

COMITÉS DE LIAISON EN ALIMENTATION ET NUTRITION (CLAN)

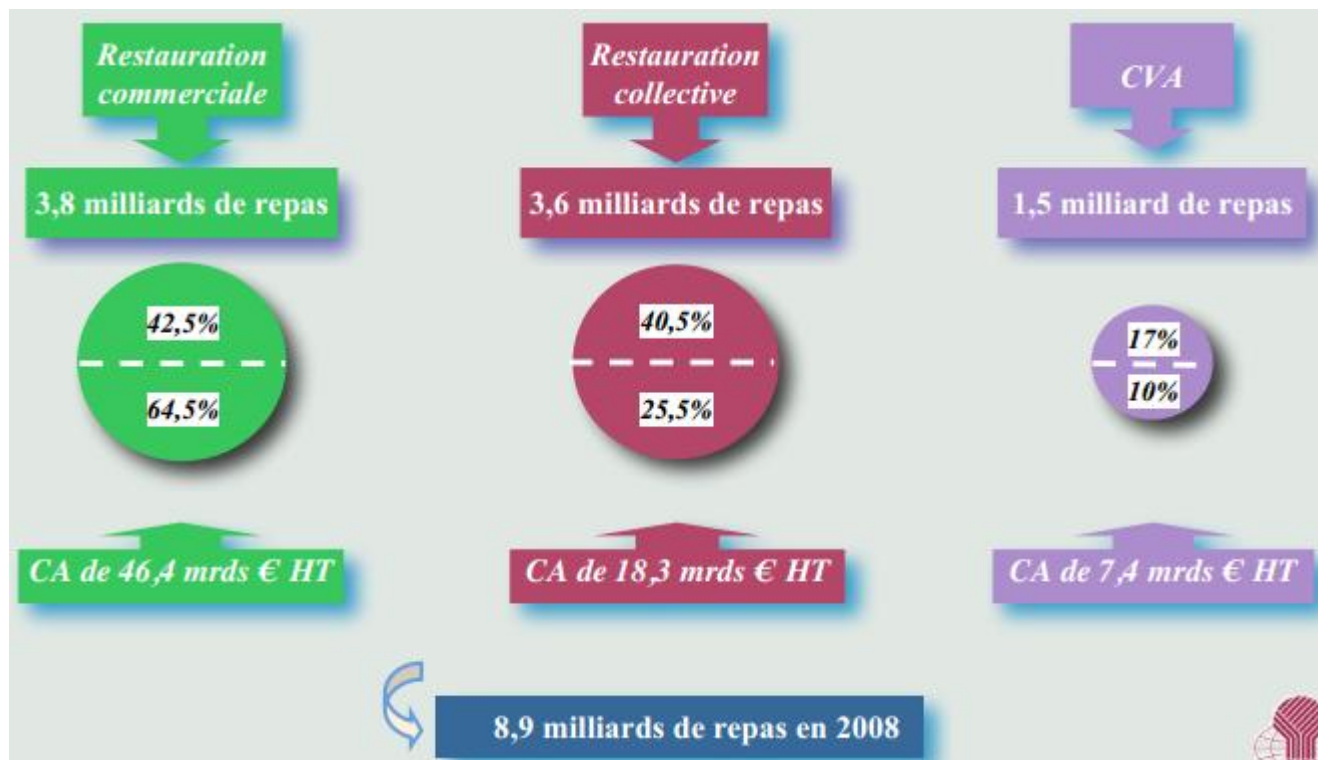
La circulaire du 29 mars 2002 relative à l'alimentation et à la nutrition dans les établissements de santé, en s'appuyant sur les résultats d'expériences concluantes, invitait l'ensemble des établissements de santé à mettre en place des CLANs en vue de favoriser le développement d'une politique nutritionnelle au bénéfice des patients.

Réunissant médecins, soignants, diététiciens, responsables de la restauration, représentants de l'administration, représentants des usagers, le CLAN, sous l'égide de la commission médicale d'établissement, a pour mission de coordonner la politique nutritionnelle au sein de l'hôpital et de mettre en œuvre une approche décloisonnée de la fonction d'alimentation. Le CLAN a vocation à participer par ses avis ou propositions à l'amélioration de la prise en charge nutritionnelle des malades et à la qualité de l'ensemble de la prestation alimentation-nutrition, y compris en ce qui concerne les projets d'aménagements des locaux, des circuits et d'équipement.



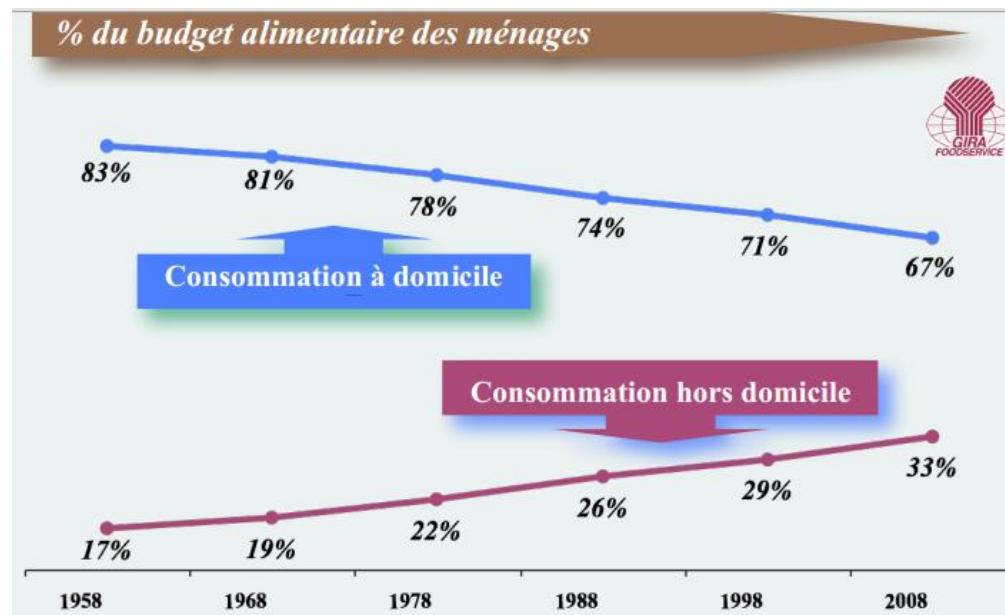
RESTAURATION HORS DOMICILE

- La restauration hors domicile comprend 3 familles de consommation :
 - la restauration collective avec le prix d'un repas moyen à 5,10 euros
 - la restauration commerciale avec le prix d'un repas moyen à 12,20 euros
 - le marché des Circuits de Vente Alternatif (CVA) qui regroupe les structures qui offrent une prestation de restauration en plus de leur métier de base comme par exemple les boulangeries-pâtisseries.



RESTAURATION HORS DOMICILE

- En 2010, une étude de CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie) montre que la consommation hors domicile représente plus de 15% des repas principaux et un budget moyen annuel par habitant de 1 250 € TTC. Chaque Français prend en moyenne 145 prestations / an hors domicile, soit 12 repas/mois ou près de 3 repas/semaine.
- La restauration hors domicile est de plus en plus fréquente et possède une part importante dans l'alimentation des français. En effet, en 2008, un quart des repas est consommé hors domicile alors qu'en 1958, cela représentait un vingtième seulement. Il est donc important que ces acteurs s'impliquent sur l'axe nutrition-santé des produits vendus.



RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (1/6)

- La « restauration collective » est définie comme la préparation et le service de repas destinés à un groupe de convives réunis dans un même lieu pour manger : élèves, étudiants, fonctionnaires, malades, retraités ou salariés d'une entreprise. La restauration collective comprend donc :
 - Restauration scolaire
 - Etablissements pénitentiaires
 - Etablissements de santé
 - Etablissements sociaux et médico-sociaux
 - Universités
 - Etablissements d'accueil des enfants de moins de six ans.
- Le secteur fait attention à l'équilibre nutritionnel et améliore la qualité des menus grâce à l'introduction de :
 - Produits issus de l'agriculture biologique et développement durable
 - Produits du terroirs et locaux
 - Programme National Nutrition Santé (PNNS)
 - Fonds Français Alimentaire & Santé



- D'après l'association **AGORES** (Association Nationale des Directeurs de Restauration Municipale), 46% des établissements de restauration collective proposent régulièrement des produits bio dans leurs menus.
 - secteur public : 57% des établissements
 - secteur privé : 32% des établissements

RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (2/6)

- Un document appelé « Recommandation Nutrition » publié par un **Groupe d'étude des marchés de restauration collective et nutrition (GEM-RCN)** met en valeur plusieurs objectifs à atteindre pour les prochaines années dans les restaurations collectives :
 - Augmentation de la consommation de fruits, légumes et féculents
 - Augmentation des apports en fer et calcium
 - Diminution des apports en glucides simples ajoutés
 - Diminution des apports en lipides et la surveillance des apports en sodium
- En 2011, les recommandations nutritionnelles en restauration collective deviennent **obligatoires** avec l'instauration d'une réglementation.
- Les critères sont différents selon le type de population concernée (enfants, adolescents, adultes et personnes âgées)
- Les repas doivent respecter les points suivants :
 - Comprendre un plat principal, une garniture, un produit laitier et, au choix, une entrée et/ou un dessert
 - Suivre les règles nutritionnelles édictées par le GEM-RCN
 - Respecter les portions recommandées par le GEM-RCN en fonction des classes d'âges
 - Mettre à disposition sans restriction l'eau et le pain
 - Restreindre l'utilisation de sel et de sauces (mayonnaise, vinaigrette, ketchup) en servant uniquement par rapport au plat servi

RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (3/6)

- Dans cette perspective de nutrition, la notion de **restauration collective responsable** commence à apparaître.
- Elle constitue une démarche globale, évolutive, progressive et pérenne prenant en compte les enjeux liés à une alimentation de qualité.
- Une action à l'échelle de la restauration collective permet de donner l'exemple et de multiplier le nombre de personnes touchées.



RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (4/6)

/// les enjeux



- L'objectif est de mettre en place un système alimentaire plus durable en sollicitant une prise de conscience globale de l'impact de l'alimentation sur le monde social, économique et environnemental par :
 - Une sensibilisation aux impacts environnementaux et sociétaux de nos pratiques de production, de transformation, de commercialisation et de consommation alimentaires actuelles
 - Une appropriation concrète des questionnements autour de la durabilité des systèmes alimentaires
 - Un changement des pratiques alimentaires et d'organisation des systèmes alimentaires dans une logique de développement durable. Par l'information et la communication, une aide est apportée aux invités (enfants, adultes, personnes âgées) pour leur faire choisir leurs aliments et leur faire connaître les effets de l'alimentation sur leur santé

RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (5/6)

- Les actions entreprises sont les suivantes :
 - Acheter à des prix raisonnables pour assurer une activité pérenne aux agriculteurs
 - Opter pour des produits de qualité, de proximité et de saison
 - Gérer l'empreinte carbone et les déchets car le choix des aliments impacte sur les ressources biologiques
 - Former au goût, à la qualité et à la santé

- Le concept de communication nutritionnelle se base sur trois informations communiquées auprès des convives lors du passage en caisse :
 - Apport énergétique du plateau
 - Proportions nutritionnelles
 - Message d'information sur l'équilibre alimentaire du plateau

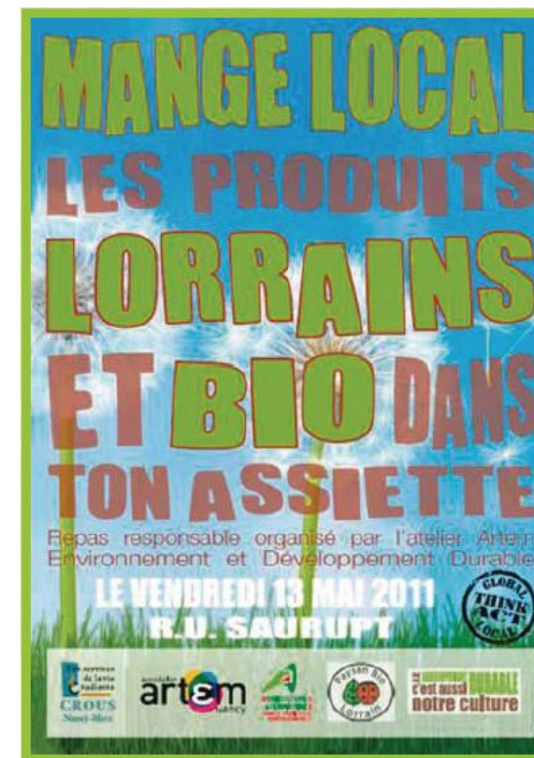


RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration collective (6/6)

- **Exemple des restaurations universitaires** dans la prise en compte de l'axe Nutrition-Santé

Communication auprès des étudiants par des affiches, des questionnaires de satisfaction et des semaines du goût



RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration commerciale (1/4)

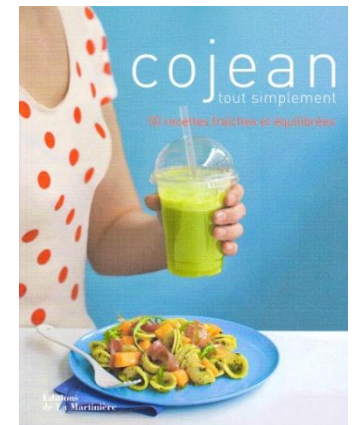
- La restauration commerciale est divisée en deux groupes :
 - Restauration type traditionnelle
 - Restauration type rapide
- Le développement en hausse du snacking concurrence la restauration traditionnelle
- Les professionnels de la restauration commerciale prennent de plus en plus en compte l'importance de l'équilibre alimentaire dans leurs cuisines, plats, menus, etc. du fait des attentes grandissantes des clients sur ce point.
- En effet, les clients recherchent à se faire plaisir tout en faisant attention à leur santé. Ils sont appelés « **consom'acteurs** ».
- La restauration commerciale peuvent communiquer nutritionnellement par plusieurs moyens :
 - Création de formules diététiques notamment en allégeant les graisses d'assaisonnement, le sucre et le sel.
 - Mise en place de signalétiques nutritionnelles.
 - Mise en valeur de la démarche nutritionnelle : informations nutritionnelles et valorisation des intérêts nutritionnels.

RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration commerciale (2/4)

Restauration rapide

- Les acteurs de la restauration rapide s'engagent vers cette tendance nutrition et santé.
- Le fast food tend vers le « fast good ».
- Des nouvelles enseignes prennent en compte la nutrition comme Cojean, Green is Better et Exki et offrent une alimentation équilibrée à leurs clients.
- Par exemple, Cojean prône une nourriture fraîche, saine, gourmande et équilibrée au rythme des saisons.
- Cependant, le coût est plus élevé en moyenne que la restauration rapide classique.
- L'acteur principal de la restauration collective, McDonald's se lance également dans cette perspective avec le lancement de bar à salades.

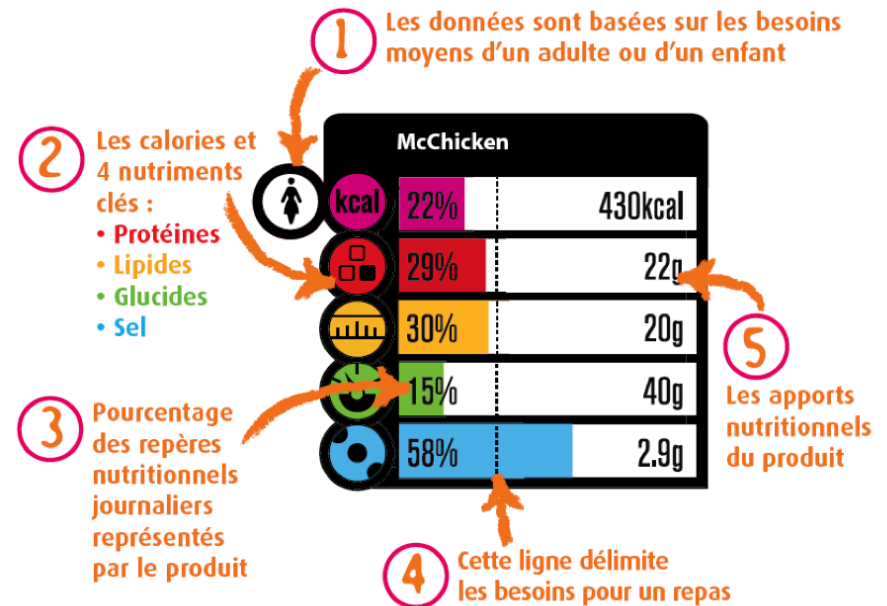


RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration commerciale (3/4)

Restauration rapide

- **Exemple avec le fast food McDonald's**
- McDonald's a créé un système d'informations nutritionnelles directement sur l'emballage de ses produits.
- Ce système permet de connaître les produits et d'équilibrer ses repas.
- Il est également possible de calculer les apports caloriques de son menu sur www.mcdonaldsmenu.info
- Les recommandations quotidiennes de consommation ont été déterminées par des experts de la nutrition sur la base des recommandations de l'OMS et de l'Union Européenne. Elles ne sont pas les mêmes pour les enfants et les adultes et sont donc bien différenciées grâce au symbole présent en ①
- Des symboles permettent de représenter les nutriments clés présents dans les produits
- Il est expliqué aussi sur le site de McDonald's comment décrypter ces informations nutritionnelles.



RESTAURATION HORS DOMICILE

Restauration commerciale (4/4)

Restauration traditionnelle

- A l'inverse de la restauration rapide, la restauration traditionnelle est peu engagée dans le domaine de la nutrition-santé. Ces avancées dans ce domaine sont quasiment inexistantes.



RESTAURATION HORS DOMICILE

Le marché des Circuits de Vente Alternatif (1/2)

- Le marché des Circuits de Vente Alternatif (CVA) regroupe toutes les structures dont le métier de base n'est pas d'offrir une prestation restauration mais qui ont adjoint à leur activité une offre alimentaire à consommation immédiate.
- Certains commerces alimentaires font parties de cette catégorie comme les boulangeries-pâtisseries, les charcutiers traiteurs qui commercialise une offre alimentaire à consommation nomade en plus de leur activité principale afin de compenser la baisse de leur activité traditionnelle. Aujourd'hui, la quasi totalité des boulangeries disposent d'une offre de consommation hors domicile ainsi que 2/3 des charcutiers-traiteurs.
- Les Circuits de Vente Alternatif doivent encore faire des progrès sur la communication nutrition-santé. Toutefois, des enseignes comme la Mie câline commencent à communiquer sur ce point.



RESTAURATION HORS DOMICILE

Le marché des Circuits de Vente Alternatif (2/2)

- **Exemple l'enseigne de la Mie Câline** : chaîne de sandwicherie et de restauration rapide française.
- Le 15 septembre, la Mie câline a lancé un site dédié à la réponse aux questions concernant la nutrition.
- Le but de ce site est de donner des astuces pour associer plaisir et santé en particulier pour les jeunes qui sont des gros consommateurs de sandwich.



INDUSTRIES ALIMENTAIRES

- En 2007, le PNNS lance la Charte d'engagement volontaire de progrès nutritionnel afin de permettre aux entreprises agro-alimentaires d'officialiser leur engagement en matière d'amélioration nutritionnelle de leur offre de produits.
- Les chartes d'engagement de progrès nutritionnels ont été signées par 31 signataires dont :



la vache qui rit®



MERA ALLIANCE

MARS
chocolat
france

INDUSTRIES ALIMENTAIRES

- **Findus**



Dans ce cadre, FINDUS, engagé depuis plus de 10 ans dans l'amélioration continue de ses produits, a confirmé son engagement en signant cette charte avec le Ministère de la Santé le 15 juin 2009.

FINDUS s'engage et met la barre très haut en matière d'exigences nutritionnelles :

- Diminution de l'apport en acides gras saturés de ses gammes de poissons panés, frites et garnitures de pommes de terre grâce au choix de l'huile de colza reconnue pour ses qualités nutritionnelles (apport optimal en oméga-3).
- Poursuite de la diminution de la teneur en sel de l'ensemble de ses produits.
- Réduction de la teneur en lipides des poissons panés avec une diminution de 15% des lipides.
- Mise au point de la technologie « Cuisinez léger ! » pour éviter d'ajouter de la matière grasse.
- Poursuite de l'accompagnement des consommateurs avec une information complète, de qualité, grâce à nos diététiciennes du Service Consommateurs.

INDUSTRIES ALIMENTAIRES



Pour répondre aux objectifs du PNNS, Lesieur s'est engagée à faire des progrès nutritionnels. Trois axes principaux ont été définis : poursuivre l'amélioration de la composition nutritionnelle de ses produits, améliorer l'information des consommateurs, informer et accompagner les salariés. Pour ce troisième axe, Lesieur s'engage à promouvoir les repères de consommation du PNNS auprès de ses salariés de manière à améliorer leurs connaissances nutritionnelles et leur comportement alimentaire.

Les engagements de Lesieur permettent de répondre à cinq des objectifs majeurs du PNNS

1. Réduire la contribution moyenne des apports lipidiques totaux à moins de 35% des apports énergétiques journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population,
2. Réduire la consommation de sel,
3. Promouvoir les repères de consommation et de l'activité physique,
4. Améliorer l'information du consommateur (sur les produits) et la lisibilité de l'étiquetage nutritionnel,
5. Augmenter la consommation de calcium afin de réduire de 25% la population des sujets ayant des apports calciques en dessous des apports nutritionnels conseillés, tout en réduisant de 25% la prévalence des déficiences en vitamine D.

INDUSTRIES ALIMENTAIRES

- **Le groupement des Mousquetaires**



Depuis des années, les Mousquetaires s'engagent à promouvoir les messages du Programme National Nutrition Santé (PNNS) auprès de leurs consommateurs.

Ces engagements s'articulent autour de trois priorités :

- L'amélioration du profil nutritionnel de 800 produits et 150 recettes en réduisant la teneur en sucres, matières grasses et sel ,
- La diffusion d'une information nutritionnelle responsable, avec un nouveau système d'étiquetage pour leurs marques propres ; le Nutri-Pass, des prospectus et des espaces dédiés sur les sites internet ,
- La promotion des produits équilibrés, et notamment les fruits et légumes, en leur offrant une plus grande place dans les rayons et en organisant des opérations comme « 40 fruits à prix coûtant » chez Netto.

Le groupement a également l'objectif de sensibiliser le grand public à la nutrition au travers d'un stand Défi Mousquetaires, présent sur une dizaine d'évènements sportifs régionaux (marathon, cyclisme...). Ce stand est tenu par des diététiciennes de Défi Santé Nutrition, qui informent, conseillent et orientent les visiteurs sur la nutrition et la mise en œuvre du leitmotiv du PNNS : «Manger mieux, bouger plus».

Les différents acteurs présentés précédemment ont donc un rôle important dans l'alimentation au niveau nutrition santé.

Dans la suite, nous allons plus précisément nous intéresser à un des acteurs majeurs : les entreprises agroalimentaires.

La présentation se divise en quatre grandes parties :

- Réglementation
- Produits alimentaires nutrition-santé
- Moyens de communication sur la nutrition-santé
- Stratégies des entreprises agro-alimentaires
 - Stratégie à l'élaboration de nouveau produits nutrition-santé
 - Stratégie suite à l'évolution réglementaire
 - Stratégie sur la communication nutrition-santé



REGLEMENTATION

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

- Le règlement (UE) N°1169/2011 est un règlement concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Il reprend et complète les dispositions relatives à l'étiquetage général (cf. Directive 2000/13/CE) et l'étiquetage nutritionnel (cf. Directive 90/496/CEE).
- Son but est d'abord d'harmoniser, en un document unique, les textes réglementaires relatifs à l'étiquetage, au sein de l'Union Européenne, pour permettre une libre circulation des denrées alimentaires en toute sécurité pour le consommateur, et ainsi réduire les contraintes administratives pour les exploitants du secteur agroalimentaire
- Ce document protège également la santé du consommateur en établissant des règles communes sur l'information des denrées alimentaires. Le consommateur peut ainsi choisir un produit sans être induit en erreur et qui répond à ses propres besoins alimentaires.
- Ce règlement apporte de nouvelles dispositions dans le but de d'améliorer l'information des consommateurs sur le plan de la composition et des propriétés des aliments, la protection de la santé et la nutrition. Ainsi, deviennent obligatoires :
 - des règles de lisibilité avec une taille minimale de caractères fixée à 1,2 mm pour les mentions obligatoires,
 - la déclaration nutritionnelle,
 - l'indication de la présence de nanomatériaux,
 - la prise en compte des auxiliaires technologiques dans les allergènes (annexe II), la mise en évidence des allergènes dans la liste des ingrédients.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Les **mentions obligatoires** pour les denrées préemballées sont :

- ✓ Dénomination de la denrée alimentaire (anciennement dénomination de vente),
- ✓ Liste des ingrédients,
- ✓ Tout ingrédient ou auxiliaire technologique présent dans le produit fini susceptible de provoquer des intolérances ou des allergies,
- ✓ Quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients,
- ✓ Quantité nette de la denrée alimentaire,
- ✓ Date limite de consommation ou la Date de durabilité minimale, et la Date de congélation,
- ✓ Conditions particulières de conservation et/ou d'utilisation,
- ✓ Nom ou raison sociale et adresse du fabricant ou conditionneur ou vendeur établi à l'intérieur de l'Union Européenne,
- ✓ Pays d'origine ou lieu de provenance,
- ✓ Mode d'emploi si son absence rend difficile un usage approprié de la denrée alimentaire,
- ✓ Titre alcoométrique volumique acquis pour les boissons titrant à plus de 1,2% d'alcool en volume,
- ✓ Déclaration nutritionnelle.

Pour certaines denrées alimentaires sont définies d'autres obligations comme la précision pour :

- ✓ Celles emballées dans certains gaz.
- ✓ Celles contenant des édulcorants.
- ✓ Celles contenant de l'acide glycyrrhizique ou son sel d'ammonium.
- ✓ Les boissons à teneur élevée en caféine ou denrées alimentaires avec adjonction de caféine.
- ✓ Celles avec adjonction de phytostérols, ester de phytostérol,...
- ✓ Les viandes congelées, préparations de viandes congelées et produits non transformés de la pêche congelés.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Mise en forme et emplacement des mentions

- La taille minimale de police est maintenue à 1,2 mm et à 0,9 mm pour les emballages de moins de 80 cm².
- De même, la lisibilité tient compte de nombreux critères tels que le corps de caractère, l'interligne, la largeur du trait, la couleur, la police, le rapport largeur/hauteur, la nature du support et le contraste.
- Les mentions doivent être directement sur l'emballage ou sur une étiquette attachée à celui-ci. Elles doivent être à un endroit apparent, facilement visibles, clairement lisibles et le cas échéant indélébiles.
- La dénomination, la quantité nette et le cas échéant le titre alcoométrique volumique acquis doivent apparaître dans un même champ visuel.
- Lorsque la face la plus grande est inférieure à 25 cm², la déclaration nutritionnelle n'est pas obligatoire.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Déclaration nutritionnelle

- L'étiquetage nutritionnel, avant le présent Règlement, était facultatif sauf lorsqu'une allégation nutritionnelle ou de santé était présente sur la denrée alimentaire, ou s'il y avait une adjonction de vitamines et minéraux.
- Avec le Règlement (UE) n°1169/2011, l'étiquetage devient obligatoire et s'appellera « déclaration nutritionnelle ». Quelques denrées sont exemptées : les eaux minérales naturelles et les compléments alimentaires.
- La déclaration nutritionnelle se fera préférentiellement sous forme de **tableau** (ou si la place manque, en forme linéaire) et dans **un même champ visuel**. Il n'est pas nécessairement placé sur la face avant des paquets.
- Les **quantités en unité massique** sont obligatoirement exprimées pour 100g ou 100ml; et de manière volontaire, par portion ou par unité de consommation.
- **Les pourcentages des Apports de Référence :**

Les sels minéraux et les vitamines, s'ils sont étiquetés, doivent obligatoirement être présentés par 100g ou 100ml et en pourcentages des Apports de Référence.

Valeurs nutritionnelles moyennes	pour 100 g	Petit Déjeuner nutella
Valeur énergétique	530 kcal (2215 kJ)	470 kcal (1963 kJ)
Protéines	6,8 g	15,5 g
Glucides	56 g	70,2 g
dont sucres	55 g	37,2 g
Lipides	31 g	14,1 g
dont acides gras saturés	10,3 g	5,6 g
Fibres	4 g	3,4 g
Sodium	4 g	0,5 g

* Petit déjeuner NUTELLA : pain 60 g, NUTELLA 30 g, jus d'orange 100ml, lait 250ml.
Ces apports sont proches d'un petit déjeuner optimal pour un enfant de 6 à 10 ans.

© FERRERO

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Déclaration nutritionnelle : mentions obligatoires et facultatives

	Quantité en unité de mesures		% des Apports de référence	
	Pour 100g/100ml	Par portion ou par unité de consommation	Par 100g/100ml	Par portion ou unité de consommation si la portion/u. de conso est clairement définie
Energie	Obligatoire	Volontaire	Volontaire x% des apports de réf d'un adulte pour 100g	Volontaire
Graisses				
Acides gras saturés				
Glucides				
Sucres				
Protéines				
Sel				
AGMI	Si étiquetage de ces nutriments, obligatoire par 100g / 100ml	Volontaire	Pas possible	Pas possible
AGPI				
Polyols				
Amidon				
Fibres				
Vitamines & minéraux			Si étiquetage, obligatoire y% des AQR	Volontaire

Source : ANIA

- **Sept nutriments obligatoires.** La valeur énergétique, les quantités de lipides, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel doivent figurer sur l'emballage.
- **Abandon de l'affichage obligatoire des acides gras trans.** L'étiquetage obligatoire des acides gras trans est abandonné, contre l'avis initial des eurodéputés. D'ici trois ans, un rapport sur la présence d'acides gras trans dans les aliments d'Europe sera rendu.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Déclaration nutritionnelle: valeurs affichées sur l'étiquetage

- Le présent Règlement précise que les valeurs énoncées dans la déclaration nutritionnelle sont des « valeurs moyennes » qui peuvent être obtenues de différentes façons :
 - ✓ Après analyse de la denrée alimentaire dans un laboratoire,
 - ✓ A partir des moyennes obtenues avec des données connues sur les ingrédients,
 - ✓ A partir de calcul effectué basé sur des données établies et acceptées.
- Les valeurs déclarées sur l'étiquetage doivent correspondre à **l'état de la denrée alimentaire lorsqu'elle est vendue**. Il est cependant possible de donner des informations sur la denrée alimentaire une fois préparée, qui s'accompagnera du mode de préparation détaillé.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Déclaration nutritionnelle : responsable des valeurs de l'étiquetage

- « L'exploitant du secteur alimentaire responsable des informations sur les denrées alimentaires est l'exploitant sous le nom ou la raison sociale duquel la denrée alimentaire est commercialisée ou, si le dit exploitant n'est pas établi dans l'Union, l'importateur sur le marché de l'Union. » (art.8)
- Le responsable des informations est donc celui sous le nom duquel le produit est vendu, les autres exploitants ont une responsabilité minimale : ils s'assurent que les étiquettes sont conformes à la législation et qu'ils ne distribuent pas des produits qu'ils ont des raisons de penser qu'ils sont mal étiquetés. Ainsi pour un produit à nom de fabricant, le responsable sera le fabricant metteur en marché. Pour un produit à nom de distributeur, le responsable sera le distributeur.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Intolérances ou allergies

- Les allergènes devront désormais apparaître de manière claire - et à part - dans la liste des ingrédients, afin de permettre aux consommateurs de visualiser instantanément ces substances. Ils devront également être affichés sur les denrées non pré-emballées.
- Les ingrédients et auxiliaires technologiques possédant des substances allergènes doivent préciser quel allergène entre parenthèse,
- En l'absence de liste des ingrédients, l'étiquette doit comporter la mention « contient » suivi de l'allergène.



ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Les denrées non préemballées

Pour les denrées alimentaires proposées non préemballées à la vente au consommateur final et aux collectivités ou pour les denrées alimentaires emballées sur les lieux de vente à la demande du consommateur ou préemballées en vue de leur vente immédiate :

- ✓ Obligation d'indiquer les allergènes ;
- ✓ Le reste des mentions n'est pas obligatoire (y compris la déclaration nutritionnelle) ;
- ✓ Les États membres peuvent arrêter des mesures nationales concernant les modalités de communication de ces obligations (forme, présentation...).
- ✓ Le contenu de la déclaration nutritionnelle fournie à titre volontaire peut se limiter à la valeur énergétique ou à la valeur énergétique, graisses, acides gras saturés, sucre et sel.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Autres changements

- **Pas d'exemption pour les petites entreprises.** Toutes les entreprises sont soumises aux mêmes règles d'affichage nutritionnel sur les emballages.
- **Non applicables aux alcools et aux prémix.** Les boissons alcoolisées (> 1,2 %) ne sont pas concernées par cette réglementation
- **Extension obligatoire de l'étiquetage du pays d'origine.** La mention du pays de provenance sera finalement étendue aux viandes fraîches de porc, de mouton, de chèvre et de volaille.
- **Les produits d'imitation mieux identifiés.** Pour ne pas induire en erreur le consommateur, l'étiquetage des produits imitant d'autres denrées alimentaires (par exemple des fromages à base de matières grasses végétales) devient obligatoire. L'ingrédient de remplacement devra figurer en face avant de l'emballage, en grand caractère et à côté de la marque.
- **Une application progressive à partir de 2014.** Après l'adoption du règlement et sa publication au Journal officiel de l'Union européenne fin octobre, les industriels disposeront de trois ans (fin 2014) pour se conformer aux nouvelles dispositions, et deux ans supplémentaires (fin 2016) pour les règles de déclaration nutritionnelle.

ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

En **résumé**, les principaux changements pour l'étiquetage d'après le nouveau règlement sont les suivants :



PNNS



Ce programme correspond à la mise en place d'une politique nutritionnelle comme une priorité de santé publique. En effet, la nutrition joue un rôle important dans les pathologies les plus répandues en France: le cancer, les maladies cardiovasculaires, l'obésité, l'ostéoporose ou le diabète de type 2.

L'amélioration de l'état nutritionnel de la population constitue un enjeu majeur pour les politiques de santé publique.

Une nutrition satisfaisante est un facteur qui influe sur la santé de celle-ci.

La recherche a montré que de mauvais apports nutritionnels et une activité physique insuffisante intervenaient dans les causes de nombreux cancers et maladies cardiovasculaires, qui représentent plus de 55% des décès annuels en France.

Lancé en janvier 2001, le Programme National Nutrition Santé (PNNS) a pour objectif général l'amélioration de l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs : la nutrition.

Le programme a été prolongé en 2006 (version 2) puis en 2011 (version 3).

PNNS

Principe généraux

- Le mot « **nutrition** » doit être compris comme englobant les questions relatives à l'alimentation (nutriments, aliments, déterminants sociaux, culturels, économiques, sensoriels et cognitifs des comportements alimentaires) et à l'activité physique.
- Le PNNS prend en compte les **dimensions biologiques, symboliques et sociales** de l'acte alimentaire et de l'activité physique.
- Les orientations développées et les messages promus dans le cadre du PNNS reposent sur une **expertise scientifique** organisée par les pouvoirs publics.
- Les actions mises en œuvre ont comme finalité de promouvoir, dans l'alimentation et le mode de vie, **les facteurs de protection de la santé et de réduire l'exposition aux facteurs de risque** de maladies chroniques.
- Les repères nutritionnels du PNNS visent à inciter une alimentation et une activité physique favorables à un état nutritionnel et un état de santé optimaux. Aucun des messages du PNNS ne proscriit la consommation d'un quelconque aliment ou boisson mis sur le marché. Les repères nutritionnels conduisent, dans un objectif de santé, à promouvoir certaines catégories d'aliments et boissons, ainsi qu'à recommander la limitation d'autres catégories.



PNNS

Evolution

Version 1: 2001-2005

Il a permis:

- d'établir un socle de repères nutritionnels qui constitue désormais la référence française officielle
- d'associer à l'objectif de santé publique les notions de goût, de plaisir et de convivialité

Ce programme a été validé scientifiquement et il est reconnu pour sa pertinence dans le domaine.

Il y a eu un effort massif de communication, via les guides (plus de 5 millions d'exemplaires imprimés) et de campagne de communication de grande ampleur.

Le PNNS est aussi un outil vivant : un comité de pilotage réunit tous les mois des experts de santé publique, les administrations et les professionnels concernés (agroalimentaires, société civile) et constitue un petit parlement de la nutrition au sein duquel sont discutées toutes les initiatives. Il est présidé par le Pr. Serge Hercberg, un expert reconnu en matière de nutrition.



PNNS

Résultats positifs de ce PNNS 1



- La stabilité de la prévalence du surpoids et de l'obésité de l'enfant : les données nationales et régionales suggèrent que l'on s'approche de cet objectif avec, au niveau national, 3,5% d'obésité et 14,3% de surpoids.
- L'objectif fixé pour la consommation de fruits et légumes était de passer de 60 à 45% de petits consommateurs (personne qui consomme moins de 3,5 portions de fruits et légumes par jour). La consommation moyenne de fruits progresse chez les adultes et la consommation de légumes se stabilise. Le résultat dépasse l'objectif avec 35% de petits consommateurs seulement.
- L'objectif de consommation moyenne de sel de 8 g/j serait proche. Il y aurait une diminution de la consommation de sel de plus de 5% depuis 1999 et la fréquence des « gros consommateurs » de sel (qui dépassent 12g/j) est passée de 15,8 à 10,5% chez les hommes et de 2,2 à 1,7% chez les femmes.
- La prévalence de l'anémie par carence en fer parmi les femmes en âge de procréer est de 3%, ce qui est conforme à l'objectif visé.
- L'activité physique chez les femmes : près des deux tiers parviennent à une activité d'au moins 30 minutes par jour correspondant au repère retenu. Les deux tiers des hommes parviennent aussi à ce repère.

PNNS

Résultats négatifs de ce PNNS 1



- La prévalence de l'obésité chez l'adulte a augmenté à 16,9% ainsi que celle du surpoids à hauteur de 32,4%. De ce point de vue le PNNS a échoué dans ses objectifs. Il s'agissait à l'horizon 2005 de diminuer de 20% la prévalence du surpoids et de l'obésité chez l'adulte.
- La consommation de produits sucrés ne diminue pas, avec une forte proportion d'enfants ayant des apports qui restent élevés.
- La consommation de fibres est insuffisante à seulement 16 g/jour pour un objectif de 25 g/jour.
- La consommation de féculents demeure insuffisante, avec notamment une tendance à la diminution pour le pain.
- La consommation de graisses reste trop élevée

PNNS

Version 2: 2006-2010

Il est basé sur les recommandations du rapport du Pr Serge Hercberg, remis le 4 Avril 2006 au ministre de la santé et des solidarités.

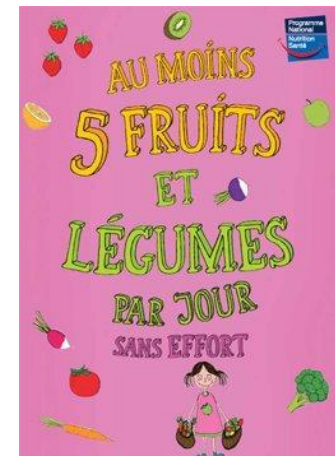
Il a été conçu grâce au travail de plusieurs ministères: de la santé, de l'agriculture, de la consommation, de l'éducation, de la jeunesse et des sports et de la cohésion sociale. Les professionnels y ont également participé.

Les 3 plans d'actions proposés sont :

- la prévention nutritionnelle globale offrant à tous les conditions d'une alimentation et d'une activité physique favorable à la santé,
- la prise en charge de l'obésité de l'enfant et de l'adulte,
- l'amélioration de la prise en charge transversale de la dénutrition, en particulier chez le sujet âgé.

Les objectifs:

- la promotion des fruits et des légumes dans les écoles
- le développement de la consommation de pain farine type 80
- la réduction de la consommation de sel
- les études relatives à la question de l'image du corps
- la formation des professionnels des collectivités territoriales
- les études et expérimentations relatives aux liens entre nutrition et cancer.



PNNS

Résultats du PNNS 2



- Le slogan « mangez 5 fruits et légumes par jour » cité par 75% des personnes interrogées contre 35% en 2005, preuve de l'efficacité des campagnes publicitaires
- Diminution de l'obésité chez les enfants, passant de 18% en 2000 à 16% en 2007
- Augmentation de la consommation en fruits frais et transformés (+16% pour les adultes entre 2000 et 2007, +12% pour les jeunes de 15-17 ans)
- Diminution de la consommation de viennoiseries, pâtisseries et biscuits sucrés (-19% pour les 3-14 ans et -9% pour les 15-17 ans)
- La consommation de sel est passée de 8,1g à 7,7g par jour et par adulte.



- Seul 2/3 de la population pratique une activité physique régulière (au moins 5 fois par jour)
- Mauvaise prise en charge des personnes obèses
- Dénutrition des personnes âgées

PNNS

Version 3: 2011-2015

Les objectifs sont:

- Stabiliser la prévalence de l'obésité et réduire le surpoids de 10% chez les adultes
- Diminuer de 15% la prévalence du surpoids et de l'obésité chez les enfants et adolescents
- Augmenter l'activité physique de 20% chez les adultes
- Arriver à ce que 50% des enfants aient une activité physique intense régulière
- Diminuer de 10% le temps moyen journalier passé par les enfants devant un écran (TV, ordinateur)
- Diminuer de 5% la cholestérolémie moyenne des adultes
- Augmenter le nombre de patient traités pour l'hypercholestérolémie et l'hypertension artérielle
- Augmenter la consommation de fruits et de légumes pour que 70% des adultes et que 50% des enfants en consomment au moins 3.5 par jour et que 50% des adultes et 25% des enfants en consomment 5 par jour
- Réduire la consommation de sel à 8g par jour chez les hommes et à 6,5g par jour chez les femmes et les enfants
- Améliorer la répartition des macronutriments dans les apports énergétiques
- Augmenter les apports en calcium dans les groupes à risque
- Lutter contre la carence en fer chez les femmes en situation de pauvreté
- Améliorer le statut en vitamine B9 des femmes en âge de procréer
- Promouvoir l'allaitement maternel

Programme
national
nutrition
santé
2011
2015

ALLÉGATIONS

- Les marques de produits alimentaires mettent de plus en plus en avant des bénéfices santé ou nutritionnels portés par leurs produits. Ainsi, en 1998, 1 produit sur 3 vantait ses atouts en termes de santé, contre 3 sur 4 en 2006, soit plus du double.
- Alicaments, cosméto-food, nutraliments, aliments-santé, de nombreuses dénominations pour le même type de produit : Danacol, Activia, Actimel, Pro-Activ, St Hubert ... mais également toutes les marques de produit « light ».
- Des promesses santé, toujours plus innovantes, utilisant des termes propre au milieu médical : cholestérol, transit intestinal, défenses naturelles, défenses immunitaires, système cardio-vasculaire ...

ALLÉGATIONS

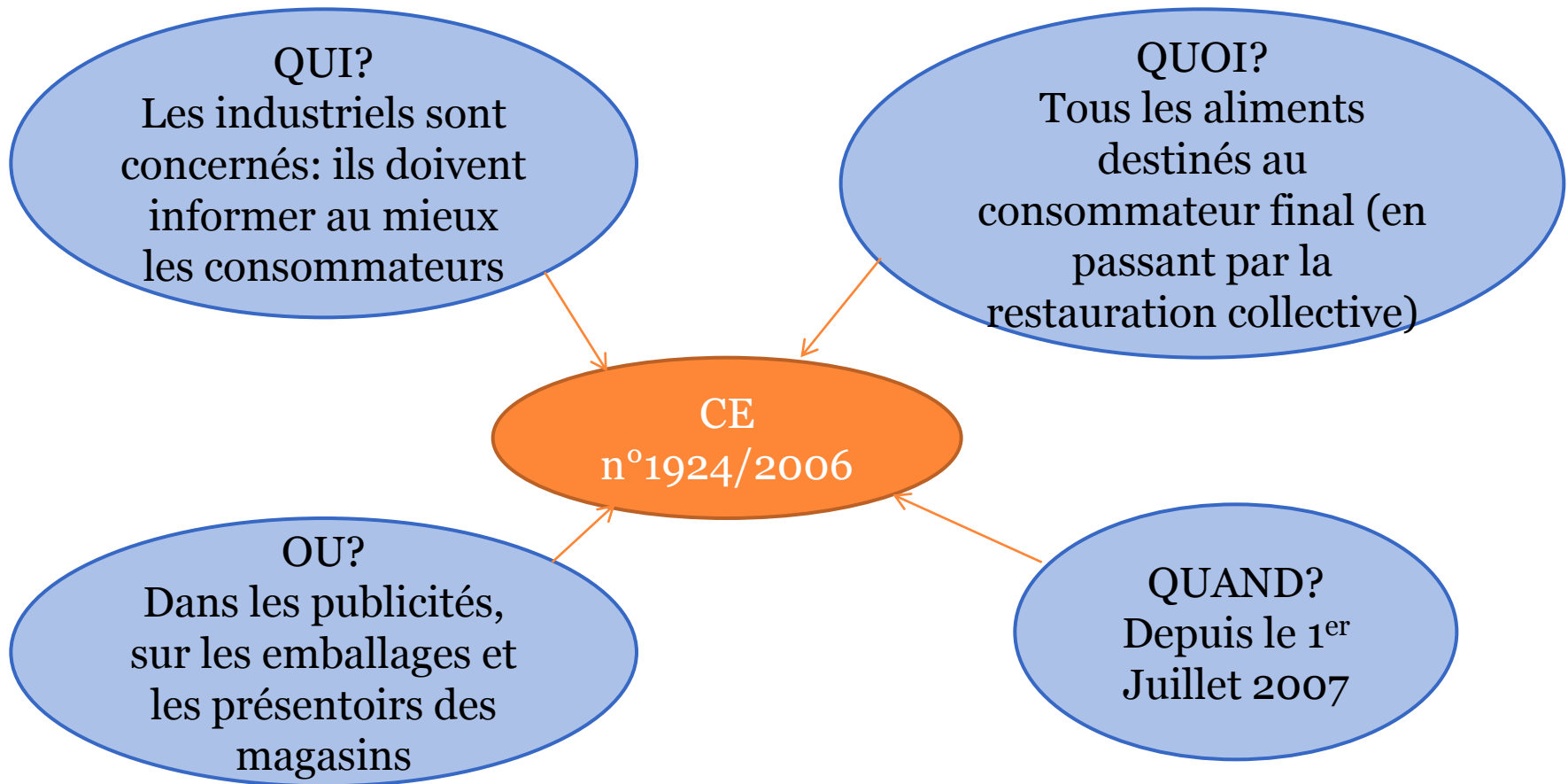
Avant 2006

- Les industriels étaient libres d'indiquer des propriétés bénéfiques voire même médicales sur les emballages de leurs produits.
- Aucune réglementation vis-à-vis des propriétés de l'aliment face à la santé des consommateurs.
- Les aliments qui prônaient un aspect bénéfique étaient considérés d' « aliments fonctionnels ».
Définition: « Un aliment fonctionnel est un aliment qui:
 - Améliore l'état de santé ou de bien-être de l'individu OU
 - Diminue le risque de maladie »
- Exemples d'aliments fonctionnels:
 - Yaourts avec probiotiques (aliment comportant des bactéries vivantes dont l'objectif est d'améliorer la flore intestinale. Exemple : Lactobacillus sp.)
 - Yaourts avec prébiotiques (aliment comportant une molécule non assimilable qui va améliorer la croissance des bactéries bénéfiques de l'organisme. Exemple : l'Inuline)
 - Matières grasses et oeufs enrichies en acides gras insaturés (omégas 3 essentiellement) pour diminuer le mauvais cholestérol (LDL)



ALLÉGATIONS

La réglementation de 2006, Késako?



ALLÉGATIONS

La réglementation de 2006, Concrètement:

- En 2006, une réglementation européenne est venue fixer un cadre aux propriétés attribuées à certains aliments afin d'éviter les abus de la part des industriels et de clarifier l'esprit des consommateurs.
- Elle traite des allégations nutritionnelles et de santé et définit la procédure à appliquer pour bénéficier de ces allégations.
- Les allégations peuvent s'appliquer à tous les aliments destinés au consommateur final, en incluant les produits à destination de la restauration collective.
Les allégations ne peuvent pas s'appliquer aux boissons alcoolisées contenant plus de 1,2% d'alcool en volume, excepté pour les allégations concernant la teneur en alcool.
- Elle définit clairement la différence entre les allégations nutritionnelles et les allégations de santé.

ALLÉGATIONS

Les allégations nutritionnelles

- Elles sont libres de droit, ne sont pas soumises à une autorisation. Les industriels sont libres de les employer librement.
- Elles correspondent à une représentation ou un message publicitaire qui énonce, suggère ou implique que l'aliment est doté de propriétés nutritionnelles propres à sa valeur calorique ou aux nutriments qu'il contient.
- Elles concernent obligatoirement l'une des catégories de composants suivants:
 - protéines,
 - glucides,
 - lipides,
 - fibres alimentaires,
 - sodium,
 - vitamines et
 - sels minéraux.

ALLÉGATIONS

Les allégations nutritionnelles

- Elles peuvent être de deux types différents:
 - Soit elles qualifient la présence en quantité plus ou moins grande d'un élément nutritionnel dans le produit
Exemple: « Riche en Fer »
 - Soit elles comparent le produit par rapport à un standard
Exemple: « Teneur allégée en matière grasse »
- Les conditions à respecter pour afficher l'allégation:
 - Présence/absence/teneur réduite assez prononcée pour avoir l'effet mis en avant
 - Portion raisonnable pour obtenir l'effet souhaité
 - Substances sous forme biodisponibles
 - Information claire pour le consommateur
 - Indication claire sur l'emballage et informations nutritionnelles cohérentes

ALLÉGATIONS

Les allégations nutritionnelles

- Il existe aujourd'hui une liste des allégations nutritionnelles autorisées.
- Le commission Européenne en recense aujourd'hui 222.
- Derrière chacune de ces allégations se trouve une condition stricte.
- Exemples 1/2 :
 - L' allégation « Source de protéines » ne peut être employée que si, au minimum, 12% de la valeur énergétique du produit est fournie par les protéines.



Haricots blancs source de protéines

ALLÉGATIONS

Les allégations nutritionnelles

- Exemples 2/2 :
 - L' allégation «Naturellement riche en Calcium » est logique pour le lait, car le calcium est un des constituants principaux du lait.
 - L'allégation « -25% de sel » est fixée par rapport aux produits standards de la catégorie. L'industriel doit réaliser un réel effort pour être en droit d'attribuer une allégation à son produit.



Tamari sauce soja avec 25% de sel en moins

ALLÉGATIONS

Les allégations de santé

- Plus difficiles à cerner car il n'existe pas encore de véritable lois indiquant leur autorisation.
- Cependant, on peut distinguer 3 tendances:
 - Les allégations qui décrivent le rôle physiologique qu'un nutriment, qualifiées par des expressions telles que « participe à », « contribue à »,...
 - Les allégations établissant une relation entre un aliment ou un constituant de cet aliment et un état lié à la santé, souvent caractérisées par une expression type « enrichi en... qui contribue à la diminution (d'une maladie) »
 - Les allégations qui mentionnent la réduction d'un facteur de risque d'apparition d'une maladie.

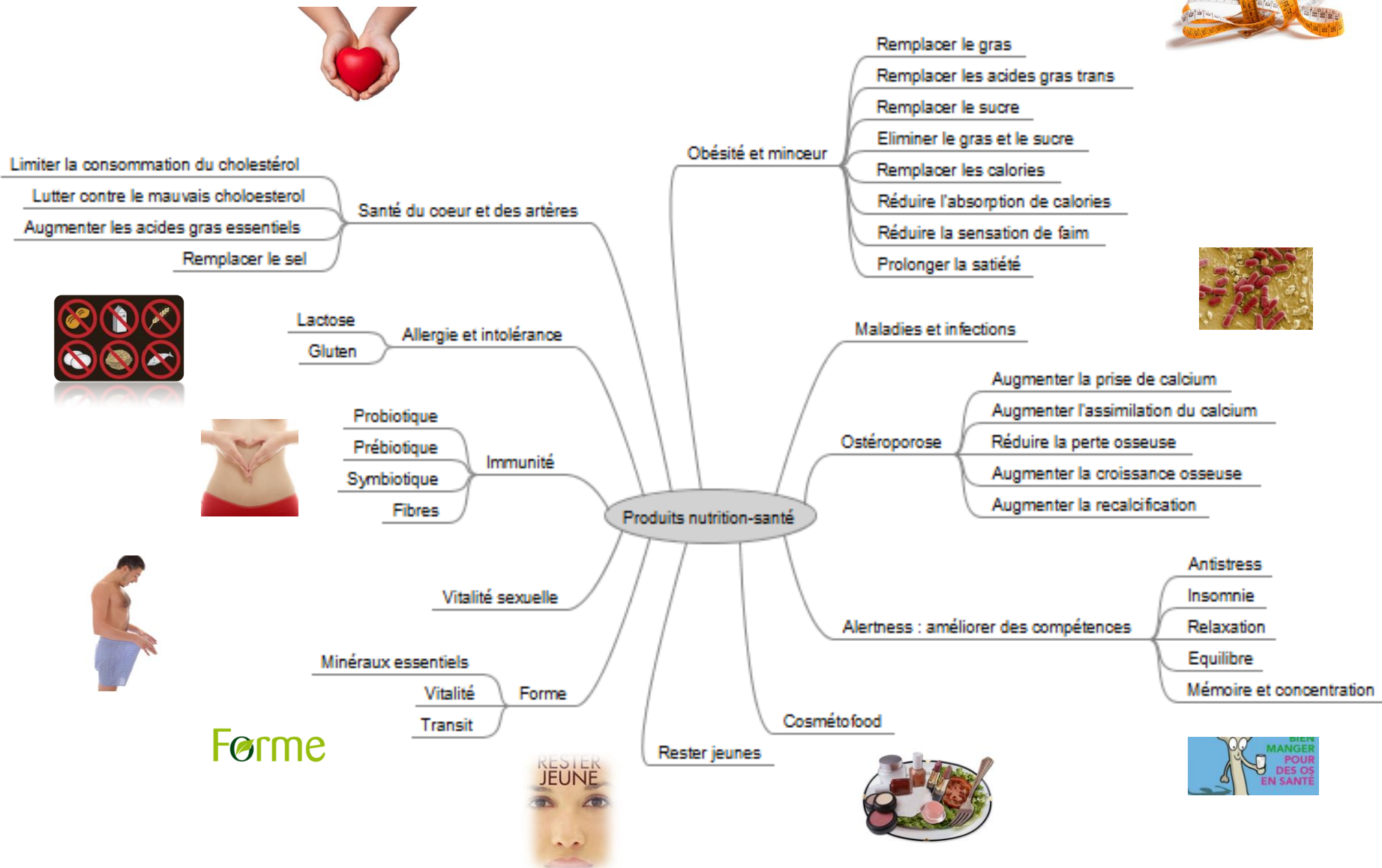
ALLÉGATIONS

Les allégations de santé

- La procédure pour l'obtention d'une allégation santé fut très périlleuse pour les entreprises souhaitant obtenir une allégation.
- Les entreprises intéressées devaient remplir un dossier avant le 31.01.2010, comprenant:
 - Le maximum d'informations sur la molécule ou le microorganisme contenu dans l'aliment
 - Les études prouvant l'effet bénéfique de la molécule ou du microorganisme (dont celles réalisées par des organismes indépendants)
 - Toutes les études existantes (même si l'effet démontré est inverse)
 - Une proposition d'allégation santé.
- Cette étude devait être déposée à l'EFSA (European Food Safety Authority).
- Sur les 44 000 demandes déposées, seules 4 000 ont été étudiées.



PRODUITS NUTRITION-SANTE



Produits riches en minéraux essentiels

16/07/08 13:22

LES SUCCÈS ET LES ÉCHECS DES LANCEMENTS DE BOISSONS

**Taillefine Fiz s'impose dans les boissons gazeuses**

**+46,5% de ventes en volume
la première année**



La Taillefine Fiz.

Il n'aura fallu que trois ans pour que Taillefine Fiz s'octroie 10,4% du marché des boissons gazeuses aux fruits. Lancée en février 2005, la boisson est une eau sans sucre pétillante "riche en calcium et magnésium", déclinée en parfums fruits rouges, agrumes ou citron.

La boisson a bénéficié d'une campagne de publicité télévisée massive en juin 2005, qui a permis de tripler les ventes en un mois. Entre mai 2005 et mai 2006, Taillefine Fiz a généré 18 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et ça continue puisque le chiffre d'affaires s'élève à 27,42 millions d'euros cette année sur la même période.

Certes, elle reste loin derrière Orangina et Fanta, mais progresse de 12,9% en valeur (cumul annuel mobile à fin mai 2008, Nielsen) alors que le marché est en régression (-2,3% pour les eaux gazeuses). Danone espère étendre encore le taux de pénétration, aujourd'hui de 14,2%.

FORME

Produits augmentant la vitalité



Boisson minceur tonifiante de Gerlinéa

Des plantes pour le tonus, un goût citron pour une fraîcheur acidulée, 0 % de calorie, 0 % de caféine et de fines bulles : la boisson minceur de Gerlinéa est aussi riche en vitamines (C, B6, B9) et en nutriments. Un cocktail original et détonnant, pour mieux faire passer le régime.

- **Prix :** 4,80 euros les 6 canettes slim
- **Où l'acheter :** au rayon diététique des grandes surfaces
- **Site :** www.gerlinea.fr

Produits améliorant le transit intestinal



Fibres de fruits (figue, rhubarbe, tamarin)

Pour restaurer en douceur, mais efficacement le transit intestinal, les **CARRÉS TRANSIT** de Gayelord Hauser sont riches en fibres de fruits (figue et rhubarbe).

- Elles activent le développement de la microflore bactérienne et accélère le transit intestinal.
- Efficacité scientifiquement prouvée : le temps de transit est réduit à 26h au lieu de 49h, après ingestion d'un Carré Transit. Expérience réalisée au CHU Bretagne Sud en janvier 1999.



OBESITE ET MINCEUR

Remplacer le gras

VINAIGRETTE ITALIENNE À LA TOSCANE RENÉE'S^{MD} SANS GRAS

Notre vinaigrette italienne à la toscane sans gras vous apporte les bienfaits antioxydants du jus de carotte et la saveur intemporelle des fines herbes italiennes traditionnelles. Laissez-vous transporter sous le soleil de Toscane en savourant sans remords cette délicieuse vinaigrette sans gras.



Valeur nutritive

Portion 1 c. à soupe (15 mL)

Teneur	% valeur quotidienne
Calories 3	
Lipides 0 g	0 %
saturés 0 g	0 %
trans 0 g	
polyinsaturés 0 g	
oméga-6 0 g	
oméga-3 0 g	
monoinsaturés 0,1 g	
Cholestérol 0 mg	
Sodium 140 mg	6 %
Glucides 0 g	0 %
Fibres 0 g	0 %
Sucres 0 g	
Protéines 0 g	
Vitamine A	2 %
Vitamine C	2 %
Calcium	0 %
Fer	0 %



- ✓ Sans arômes artificiels et sans colorants artificiels
- ✓ Sans gras trans
- ✓ Sans cholestérol
- ✓ Sans gras
- ✓ Sans produits laitiers
- ✓ Végétalien
- ✓ Sans œufs
- ✓ Sans gluten



OBESITE ET MINCEUR

Eliminer le sucre et le gras



Plaisir des sans de Gayelord Hauser

Sans sucres, sans matières grasses ajoutées, sans colorants ni conservateurs, les fruits croustillants de Gayelord Hauser se dégustent sans modération. Avec au choix, un mélange banane, mangue, ananas ou pomme pour respectivement 81 et 53 calories par sachet.

- **Prix** : 2 euros le sachet de 21 g
- **Où l'acheter** : au rayon diététique des grandes et moyennes surfaces
- **Site** : www.gayelord-hauser.fr



OBESITE ET MINCEUR

Remplacer le sucre

Exemple : stévia



Nestea

Nous avons réduit la teneur en sucre des boissons Nestea de 30 % par rapport à la plupart des boissons sucrées à l'extrait de thé. Notre secret ? L'extrait de **stévia**, issu d'une plante originaire d'Amérique du sud dont les feuilles ont un goût naturellement sucré. De plus, la gamme de boissons Nestea ne contient ni colorants, ni conservateurs.





OBESITE ET MINCEUR

Remplacer le sucre

Exemple : aspartame et sucres complexes



Cankao de Canderel

Gourmande et onctueuse, la boisson Cankao est riche en fibres et en cacao. De quoi satisfaire ses pulsions chocolatées, pour 50 % de calories en moins.

- **Prix :** 2,83 euros
- **Où l'acheter :** en grandes et moyennes surfaces
- **Site :** www.canderel.fr



OBESITE ET MINCEUR

Remplacer le sucre

Exemple : sucralose



Canderel
va révolutionner vos papilles !

Découvrez le meilleur du goût sucré avec Canderel 100% Sucralose*.

De quoi s'agit-il ?

Canderel vous propose une nouvelle recette, à base d'un unique édulcorant : le **Sucralose**.

Le Sucralose est un édulcorant révolutionnaire, qui provient du sucre (mais qui n'est pas du sucre), découvert en 1976 par les scientifiques d'une université anglaise, le Queen Elizabeth College.

Testé et approuvé, il convient à toute la famille et possède un pouvoir sucrant environ 600 fois plus élevé que celui du sucre.

Acalorique et acariogène, le sucralose est utilisé dans plus de 80 pays ! Sa délicieuse saveur sucrée ravira les papilles de toute votre famille...

N'attendez plus et découvrez en magasin le meilleur du goût sucré avec Canderel !





OBESITE ET MINCEUR

Limiter les calories



Snack salé de XL-S nutrition

Ennemi s'il en est des régimes, l'apéritif prend de la légèreté avec les snacks croustillants de XL-S. Soufflés et au goût barbecue, ils sont enrichis en protéines et ne comptent que 69 calories par sachet. Alors pourquoi se priver ?

- **Prix** : 2,85 euros
- **Où l'acheter** : en pharmacie et parapharmacie
- **Site** : www.omega-pharma.fr



OBESITE ET MINCEUR

Réduire la sensation de faim

Tendance
à manger trop ?

Silhouette
active®
vous aide
naturellement à
manger moins*



www.silhouette-active.fr

Goût nature ou chocolat
NOUVEAU AU RAYON LAIT



*grâce à son principe actif

Un principe actif d'origine 100% naturelle, mélange d'huile de palme et d'avoine, baptisé le « Fabuless ».



RESTER JEUNE

Polyphénols



Secret de Fruits de Gerblé

Sablé croustillant, fondant de framboise, myrtille et cranberries : les biscuits Secret de Fruits de Gerblé ressemblent à s'y méprendre à nos classiques petits gâteaux secs. A la différence près qu'ils sont particulièrement riches en fruits (32 %) et en antioxydants (polyphénols, sélénium, vitamines A et E). Pour lutter contre le vieillissement, sans trop peser sur la balance.

- **Prix** : 2,45 euros les 6 biscuits de 20 g
- **Où l'acheter** : au rayon diététique des grandes et moyennes surfaces
- **Site** : www.gerble.fr



RESTER JEUNE

Antioxydants et minéraux



- NESTLÉ PLUS® avec des antioxydants est un savoureux mélange de croustillants pétales de blé complet et de maïs, de croquantes pépites aux fruits rouges et de tranches de fraises fondantes. Riches en antioxydants, elles sont sources de vitamine E et de sélénium qui aident à protéger les cellules. En plus d'être source d'antioxydants, elles sont à teneur réduite en matières grasses*, en sucres* et en sel*.

*-25% par rapport à la moyenne des céréales petit déjeuner pour adultes





RESTER JEUNE

Vitamines et céréales



- St Hubert® 5 céréales allie les bienfaits de la bonne matière grasse signée St Hubert® au craquant des céréales pour se sentir bien chaque jour², avec plaisir.
- St Hubert® 5 céréales est riche en vitamine E. La vitamine E contribue à protéger les cellules contre le stress oxydatif.



SANTÉ DU CŒUR ET DES ARTÈRES

Limiter l'apport de cholestérol



Mayosoja de Björg

Le soja n'en finit plus d'envahir les rayons alimentaires. Après le lait, les yaourts, le crème dessert, les biscuits, voici la mayonnaise 100 % végétale. Sans œuf et sans cholestérol, elle est deux fois moins calorique qu'une mayonnaise traditionnelle. À réserver à celles qui surveillent leur ligne et aux végétariens.



SANTÉ DU CŒUR ET DES ARTÈRES

Remplacer l'acide gras trans

Exemple : acide gras cis

**La facilité d'usage avant tout...
même de l'huile d'olive à tartiner**



Le consommateur cherche des produits totalement adaptés à ses besoins. Sans avoir à le triturer ou à le modifier. Ainsi, pour se préparer un sandwich méditerranéen à l'huile d'olive, rien de mieux que de l'huile d'olive à tartiner. La recette comprend 90% d'huile d'olive et n'est pas hydrogénée. Plusieurs saveurs : citron, basilic, ail et fines herbes. (conçu par A l'olivier, disponible dans les grandes surfaces)



SANTÉ DU CŒUR ET DES ARTÈRES

Remplacer l'acide gras trans

Exemple : stérols végétaux



La margarine
réduite en calories
Becel pro.activ,
avec stérols
végétaux



Pourquoi choisir Becel pro.activ®?

Contient des stérols végétaux qui aident à réduire le cholestérol

Sans gras trans

Non hydrogénée

Faible en gras saturés

Source de vitamines A, D, E



SANTÉ DU CŒUR ET DES ARTÈRES

Remplacer l'acide gras trans

Exemple : stanols végétaux



Composition de ST-HUBERT Cholegram :

Valeurs nutritionnelles pour 100g / 30g

Valeur énergétique 0g / 0g

Glucides 0g / 0g

Lipides dont : 53.7g / 16.1g

Acide gras saturés 14.2g / 4.3g

Acide gras monoinsaturés : 28.7g / 8.6g

Acide gras polyinsaturés : 10.5g / 8.2g

dont oméga 6 : 7.8g / 2.3g

Oméga 3 : 2.7g / 0.8g

Ratio oméga 6/oméga 3 : 2.9g / 2.9g

Trans < 1g / < 1g

Stanol végétal libre : 5.3g / 1.6g

Vitamine E : 13.5mg / 4mg

BENECOL® est la seule marque contenant de l'ester de stanol végétal, un ingrédient réducteur de cholestérol unique qui, associé à un régime varié et un mode de vie sain, peut vous aider à réduire votre taux de "mauvais" cholestérol jusqu'à 7-10% en 2-3 semaines à peine.

Boisson au Yaourt Light Benecol Framboise

- Diminuant le cholestérol grâce aux stanols végétaux ajoutés
- Effet diminuant le cholestérol reconnu par la Commission européenne (octobre 2009)



ALERTNESS

Stimuler la mémoire

LES SUCCÈS ET LES ÉCHECS DES LANCEMENTS DE BOISSONS



Les flops : Coca Cola Blak, un échec lancé France



En mars 2006, le Coca-Cola Blak, un cola enrichi en caféine, devait être "le lancement le plus important depuis le Coca-Cola Light", selon la marque. Il ciblait en particulier les jeunes actifs avec la promesse de "stimuler le mental".

Mais le décollage prévu ne s'est pas produit : de 1,9 million de litres en 2007 (cumul annuel mobile fin mai selon Nielsen), les ventes sont retombées à 1,18 million en 2008.

Un échec d'autant plus cuisant pour Coca-Cola France que pour la première fois le produit était lancé dans l'Hexagone avant les Etats-Unis.

La marque aurait trop réduit le taux de sucre ce qui rendrait la boisson amère. Coca-Cola, qui voulait contrer le Pepsi Max Cappuccino lancé 15 jours avant, a peut-être précipité le lancement.

ALERTNESS

Stimuler la mémoire

Nesfluide est une gamme de boissons à base **d'eau de coco**, « une eau végétale aux vertus hydratantes » (soit le minimum syndical pour de l'eau !), de jus de fruits, et de nutriments « essentiels ». Les parfums proposés ne portent pas le nom des fruits mais sont de belles promesses telles que « Renforce, Vitalise, Equilibre, Protect, Body, Rayonne ».



ALERTNESS

Relaxation



Bienfaits

Slow Cow™ est une boisson relaxante qui aide à améliorer la concentration, la mémorisation et les capacités d'apprentissage sans causer de somnolence. Boisson unique en son genre, Slow Cow™ ne contient ni calories, ni caféine, ni sucre, ni agent de conservation. Les bienfaits procurés par ses huit ingrédients naturels sont nombreux:

- Favorise la relaxation.
- Améliore la capacité du cerveau à se concentrer, apprendre et mémoriser.
- Accroît les niveaux cérébraux de dopamine, le neuro-transmetteur du plaisir.
- Pour contrer l'insomnie - Aider à réduire la nervosité.
- Diminue la sensation de fatigue pendant un exercice.
- Essentiel à la transmission des impulsions nerveuses et à la contraction musculaire.
- Participe au bon fonctionnement des reins et des glandes surrénales.

