

SOMMAIRE

Communiqué de presse

Les actions de l'ANIA dans la prévention de l'obésité

- La lettre Nutrition de l'ANIA
- Guide de lecture étiquetage nutritionnel « Comprendre l'information nutritionnelle sur l'étiquette »
- Le programme de formation à l'équilibre alimentaire « Alimentation et insertion »
- Les trophées de l'esprit alimentaire
- Le colloque de l'ANIA

Annexes :

- Chiffres clés Obésité
- Les engagements de l'industrie alimentaire pour la prévention de l'obésité



COMMUNIQUE DE PRESSE

L'industrie alimentaire Acteur incontournable de la lutte contre l'obésité

LA PROPOSITION GAGNANT /GAGNANT DES INDUSTRIELS DE L'ALIMENTATION

Paris, le 15 Octobre 2004 : A l'occasion du Salon International de l'Alimentation (SIAL), qui se déroule à Villepinte du 17 au 21 octobre, l'ANIA organise le 18 octobre un colloque sur une préoccupation actuelle des Français : l'obésité.

En effet, la sédentarité et l'évolution des comportements alimentaires font de l'obésité un réel problème de société. Heureusement, notre pays est relativement protégé par la « culture alimentaire française ». Les récentes enquêtes (Baromètres nutrition santé INPES/Etude TNS Media Intelligence) montrent que nous sommes loin du modèle anglo-saxon symbolisé par le grignotage et la restauration rapide. Manger chez soi et en famille est encore la règle en France.

L'industrie agroalimentaire française reste également un modèle dans le monde. Des crèmes dessert avec 20% de sucre en moins, des recettes allégées, des salades en sachet, des portions raisonnables pour éviter la surconsommation, « Depuis 10 ans, nous faisons des efforts constants pour améliorer la qualité de nos produits et nous rapprocher des recommandations nutritionnelles » témoigne Jean-René Buisson, président de l'ANIA. « En tant qu'industriels de l'alimentaire, nous offrons des produits diversifiés, **nous nous sentons partie prenante et fortement impliqués dans la lutte contre l'obésité et nous nous considérons comme l'un des acteurs importants de l'information et de l'éducation nutritionnelle** » insiste le **Président de l'ANIA qui souhaite mener des actions en partenariat avec les pouvoirs publics, les professionnels de santé et les associations de consommateurs. Une démarche raisonnable, efficace et beaucoup plus responsabilisante** que celle qui consiste à taxer les industriels de manière arbitraire comme le fait la loi de santé publique.

« Nous ne voulons pas nous cantonner au rôle de tiroir-caisse. Nous pensons que la lutte contre l'obésité doit prendre en compte tous les acteurs sans aucune exception et ne surtout pas exclure ceux qui «font» l'alimentation ! Travailler main dans la main avec les acteurs publics et les associations est un pari gagnant - gagnant. Cela ne peut que contribuer à agir plus efficacement contre ce fléau. » C'est possible ! Nous l'avons déjà fait dans le cadre du programme « Alimentation et Insertion » mené en partenariat avec le Ministère délégué auprès du ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion sociale, chargé de la lutte contre la précarité et l'exclusion, le PNNS (Plan National Nutrition Santé), et cinq associations de distribution alimentaire. Ce programme de formation qui s'adresse aux bénévoles des associations d'insertion a pour but de sensibiliser des personnes en situation de précarité aux bonnes pratiques nutritionnelles ».

Pour montrer sa détermination, l'ANIA met en œuvre aujourd'hui de nouvelles actions :

Actions d'information du consommateur : l'association vient de sortir un guide de lecture de l'étiquetage nutritionnel qui sera diffusé par ses entreprises et par Auchan dans tous ses magasins; elle travaille sur la clarification des allégations santé ou nutritionnelles inscrites sur les produits afin de les rendre plus claires.

Mesures d'autodiscipline de la profession avec la sortie en novembre d'une nouvelle édition du code de bonnes pratiques à l'usage des industriels de l'alimentaire , la création d'une commission de déontologie qui pourra demander par exemple le retrait d'une campagne publicitaire ou la modification d'un emballage jugé non éthique,

Actions d'information et de formation des industriels de l'alimentaire avec la publication d'une lettre d'information bimensuelle pour les sensibiliser et avec un module de formation aux enjeux de la nutrition afin de les amener à considérer la nutrition comme une priorité.

Contacts presse :

ANIA : Armelle de Kerros
Tél : 01 53 83 92 31

Bureau de presse LJ COM – Laurence Jacquillat
Tél : 01 45 03 89 89

Les actions de l'ANIA dans la prévention de l'obésité

Information et sensibilisation des professionnels de l'industrie

Par l'information et la formation des industriels (Engagement n°1)

deux réalisations et un événement

- + la lettre d'information bimestrielle dont le premier numéro sort début octobre
- + les modules de formations et le catalogue de formation mis en place à partir de novembre 2004 à paris et en région auprès de PME
- + le colloque au SIAL destiné à échanger/ débattre de la situation et informer les industriels sur les actions menées avec la profession, les attentes des consommateurs sur l'information nutritionnelle. Ce colloque sera annuel.

Par le renforcement de l'autodiscipline dans la communication publicitaire des entreprises (engagement 2)

deux actions et une proposition :

- + un Code de bonnes pratiques de la profession sortira en novembre 2004
- + la création d'une Commission déontologique au sein de l'ANIA en novembre 2004 en même temps que la publication du code.
- + une proposition à l'occasion de la discussion parlementaire sur le projet de loi de santé publique : des programmes courts pédagogiques à la télévision pendant les programmes jeunesse (proposition concrète d'un programme)

Par le maintien de portions raisonnables dans l'offre comme dans les représentations publicitaires (engagement 3)

travaux en cours pour sortie en 2005 :

- + réalisation d'un guide de bonne pratique par secteur définissant les portions raisonnables par catégorie de produits

Sensibilisation et information du grand public

Par l'explication et l'amélioration de l'information nutritionnelle sur les étiquettes (engagement 4)

Un document grand public et des positions claires

- + un dépliant destiné aux consommateurs : « comprendre l'information nutritionnelle sur l'étiquette » et réalisé par l'ANIA et l'IFN, diffusée dès le 18 octobre via les entreprises une enseigne et des associations
- + des positions claires et positives exprimées par l'ANIA sur le projet de réglementation européenne sur les allégations santé durant l'année 2004

Par la sensibilisation des personnes les plus vulnérables (engagement 5)

Une action sur deux ans (2003 -2004 et 2004-2005)

- + un programme (« Alimentation et Insertion ») de formation à l'équilibre alimentaire des bénévoles des associations d'aide alimentaire et des travailleurs sociaux destiné à sensibiliser les personnes en situation de précarité, cette population étant la plus touchée par l'obésité. Ce programme est mené avec le ministère délégué à la lutte contre la précarité et l'exclusion, les associations et la Direction Générale de l'Action Sociale.

Par la promotion du modèle alimentaire français, garde -fou du dérèglement des comportements alimentaires (engagement 6)

Deux actions menées par l'ANIA ou ses membres

- + la seconde édition des Trophées de l'esprit alimentaire, le 21 décembre 2004 au Sénat avec quatre lauréats
- + la Semaine du Goût, en octobre, cette manifestation visant à promouvoir ce qui fait la richesse de la culture alimentaire française et à transmettre le patrimoine culinaire.

....Suite de la page précédente...

Contribution au débat public et à la recherche de solutions avec tous les acteurs

Par le partage des enseignements tirés des expériences (Engagement n 7)

Un événement annuel, le colloque « Prévention de l'obésité » de l'ANIA

+ Le colloque de l'ANIA le 18 octobre 2004, au SIAL « L'industrie alimentaire : acteur incontournable dans la prévention de l'obésité » où l'ANIA fera le point sur l'ensemble de ses engagements et particulièrement sur l'information nutritionnelle et organisera un débat avec les principaux décideurs. Chaque année un colloque aura lieu sur le thème de la prévention de l'obésité pour partager les enseignements tirés des expériences menées par ou avec les industriels et les autres acteurs impliqués.

Par le développement du partenariat public-privé pour mener des actions en matière de prévention de l'obésité (engagement 8)

une réalisation concrète, une proposition et un projet :

+ le programme gouvernemental « Alimentation et insertion » cité plus haut est un exemple d'action mené avec succès par les pouvoirs publics avec l'industrie alimentaire : il est en effet devenu un des programmes d'action du PNNS financé par les industriels

+ une proposition à l'occasion de la discussion parlementaire sur le projet de loi de santé publique : la création d'une fondation d'intérêt publique afin de mener ensemble des actions pédagogiques vis-à-vis des enfants et des consommateurs.

+ un projet est en cours de réflexion avec le ministère de l'éducation nationale et d'autres partenaires sur un programme pédagogique destiné aux enfants dans le cadre des cantines scolaires.

Par la participation au débat public (engagement 9)

Une participation active du Président de l'ANIA et de ses membres aux émissions de radio et télévision et aux débats organisés par les organismes tels que l'AFSSA...

Le Programme de formation à une alimentation équilibrée « Alimentation et Insertion »
--

- **Objectif du programme :**
 - Développer des actions de sensibilisation des personnes en situation de précarité bénéficiant de l'aide alimentaire aux bonnes pratiques nutritionnelles en privilégiant les formations.
 - Ce programme de formation qui se déroule sur deux ans (2003-2004 /2004-2005), s'adresse aux bénévoles des associations en charge de l'aide alimentaire (Banque Alimentaire, Secours Catholique, Secours populaire, Croix Rouge, Restos du cœur, Emmaüs) et travailleurs sociaux des DDAS en contact avec les personnes en situation de précarité.

- Programme lancé par la **Secrétaire d'Etat à la lutte contre l'exclusion** en septembre 2003 (Mme Dominique Versini) dans le cadre de son plan national de renforcement de la lutte contre la précarité et l'exclusion qui a proposé aux industries alimentaires de participer à ce plan d'action. Mme N. Olin lui succède à ce poste depuis le 31 mars 2004.

- **Pour l'ANIA ce partenariat** répond à deux de ses objectifs :
 - Etre présent sur un projet concernant la politique nutritionnelle auprès du gouvernement
 - Témoigner de la responsabilisation des industriels sur les sujets de santé publique, notamment auprès des personnes en situation de précarité (soit environ 4 millions de personnes en France).

- **Une convention de mécénat** a été rédigée entre l'ANIA et quatre entreprises partenaires :
 - Nestlé
 - Fleury Michon
 - Kraft Foods France
 - Entracte (groupe Cofigeo)

- **L'ANIA et les entreprises mécènes financent** pour un montant de 105 000 euros par an :
 - Les outils de formation (guide de formation, affiche, calendrier)
 - Le lancement d'une dizaine de formations aux côtés des Directions Départementales de l'Action Sociale à partir de novembre 2004.

- **Le bilan de la première année (2003-2004) : une opération de partenariat public-privé réussie**
 - Programme reconnu par le gouvernement et l'administration et intégré dans le Plan National Nutrition Santé (PNNS)
 - Programme reconnu par les Industries Alimentaires (l'un des 9 engagements de l'ANIA pour lutter contre l'obésité).
 - Programme reconnu par les associations

Une opération de communication originale pour contribuer à la lutte contre l'obésité et accroître la visibilité de la culture alimentaire de la France

L'expression « Esprit alimentaire », présentée par l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) dans son manifeste de février 2002, traduit les spécificités de la culture alimentaire de la France liées à la diversité de ses terroirs, des savoir-faire de ses producteurs agricoles, cuisiniers, scientifiques et, bien sûr, industriels.

Initié par l'ANIA à travers l'Association des Amis de l'Esprit alimentaire -Friends of the French Food Spirit, les « Trophées de l'Esprit alimentaire – The French Food Spirit Awards » avec pour autres associés la Semaine du Goût et le SIAL, ils ont pour objectif de contribuer, au niveau international, au rayonnement de la culture alimentaire de la France et aux valeurs qui la fondent.

Ce projet a aussi l'ambition de représenter une alternative par rapport à d'autres modèles alimentaires, alternative enracinée dans la culture, dans le paysage agricole et dans la vie quotidienne des Français.

Le respect des valeurs de cette culture, cet héritage, constituent une réponse pour lutter contre l'obésité : profiter de la variété des aliments proposés, rendu très accessibles et facilement utilisables par l'industrie alimentaire française, faire en sorte que le repas reste un moment de plaisir et de convivialité sont des éléments fondateurs de l'Esprit alimentaire.

Les Trophées, initiative unique en France et à l'étranger, sont quatre récompenses accordées à des personnes ou institutions étrangères ayant mené une action exemplaire illustrant cet Esprit alimentaire au travers

- de la création artistique (film, émission, production littéraire...),
- de travaux scientifiques ou académiques,
- d'une réalisation innovatrice dans le domaine de l'entreprise.
- d'un investissement étranger dans une entreprise française représentative de l'Esprit alimentaire.

Les lauréats ont été choisis en septembre par un jury international présidé par le sénateur Jean François-Poncet parmi 35 dossiers, en provenance de 14 pays, sélectionnés par le réseau des attachés agricoles, économiques et culturels de la France à l'étranger.

Outre son président, le jury comprend le navigateur Gérard d'Aboville, le journaliste américain Jim Bittermann, le chef d'orchestre William Christie, l'actrice Mireille Darc, le président de l'Alliance Française, Jean-Pierre de Launoit, Astrid Lulling, questeur au Parlement européen, Keiko Minamitani, essayiste japonaise, le Nobel américain, Stanley Prusiner, l'ambassadeur Immo Stabreit, Bertrand du Vignaud président du World Monuments Fund Europe et le sociologue spécialiste mondial des comportements alimentaires, Claude Fischler.

A l'invitation du **Président du Sénat, la remise des récompenses** aura lieu au Palais du Luxembourg, **le mercredi 22 décembre 2004**, dans les salons de Boffrand de la présidence.

Le jury des Trophées de l'Esprit Alimentaire est indépendant de la filière agro-alimentaire et les Trophées sont financés par des partenaires qui ne sont pas de l'industrie alimentaire. Ceci assure à l'opération toute liberté quant au choix des lauréats.

Les lauréats 2003 ont été le britannique Peter Mayle (culture), la microbiologiste américaine Mère Noella Marcellino (science) et le japonais Hiroyuki Hiramatsu (entreprise).

Les trophées 2004 seront attribués à une américaine (culture), à une taïwanaise (entreprise), à un américain (science) et à un belge (investissement).

Le Colloque obésité de l'ANIA

- **Objectif du colloque :**
 - Faire le point chaque année de l'avancée des travaux et actions réalisées par l'industrie alimentaire et ses partenaires dans la prévention de l'obésité, afin de montrer la détermination de l'industrie alimentaire à être un des acteurs importants de l'information et de l'éducation nutritionnelle sur le long terme.
 - En 2004, le colloque met particulièrement l'accent sur la volonté de l'industrie alimentaire d'être un acteur actif et incontournable dans la prévention de l'obésité, suite aux débats sur la loi de santé publique votée cet été par le parlement.
- Ce colloque est organisé par l'ANIA, pour la première fois, à l'occasion du SIAL 2004, ce salon représentant un événement important pour le secteur de l'agroalimentaire. Les entreprises de toute taille s'y retrouvent, permettant ainsi à l'ANIA de s'adresser aux industriels sur un sujet qui devient une de ses priorités, la prévention de l'obésité.
- **Contenu du colloque 2004,**

Lors de ce colloque intitulé « L'industrie alimentaire, acteur incontournable dans la prévention de l'obésité», trois thèmes vont être abordés :

- **Les conditions et engagements de l'industrie alimentaire** pour la prévention de l'obésité, avec un point à date des actions menées par l'ANIA
- **L'information nutritionnelle du consommateur** avec les résultats d'études sur les attitudes et attentes des consommateurs en terme d'information nutritionnelle, menées :
 - par la profession (CIAA),
 - un institut d'étude (le Credoc)
 - une association des consommateurs (CLCV)
 - Cette partie est éclairée par les enseignements tirés de l'expérience de Fleurbaix Laventie Villes santé dans ce domaine.
- **Le partenariat public-privé en matière de recherche et de prévention**, avec un débat entre un industriel, un député, un médecin et des scientifiques de l'INRA et de l'université de Toulouse.



CHIFFRES CLES DE L'OBESITE

Depuis 1998, l'OMS considère l'obésité comme une épidémie mondiale.

Dans le **monde**, 280 millions d'adultes sont touchés par l'obésité.

En **Europe** : près de 30 % des Européens sont obèses.

L'obésité est perçue comme le 5^{ème} problème de santé publique en Europe. (Etude de Weber Shandwick – Octobre 2003)

En France : un mieux qui s'estompe rapidement

Selon l'enquête Obépi 2003, 5,3 millions de Français sont obèses (= IMC de plus de 30kg/m²)
14,4 millions en surcharge pondérale (= IMC entre 25 et 29,9 kg/m²).

Tous les âges, tous les CSP et toutes les régions de France sont touchés par la progression de l'obésité.

Evolution de l'obésité : une hausse de **5% par an** depuis six ans.

Les enfants en première ligne :

Plus de 2 millions de français de moins de 18 ans sont obèses.

Un enfant sur 10 est obèse à l'âge de **10 ans**

En **20 ans**, l'obésité infantile a augmenté de **17 %** *

Si l'obésité apparaît avant la puberté, elle persiste dans 20 à 50 % des cas à l'âge adulte*

Si elle se déclare après la puberté, elle s'aggrave dans 50 à 70 % des cas

Une situation moins grave que dans d'autres pays mais cependant alarmante selon les experts : en 2020 la situation en France aura rejoint celle des Etats-Unis et de la grande Bretagne avec 20% d'obèses adultes.

* études 8^{ème} Journée de l'Obésité Infantile, décembre 2002

Quelques repères chiffrés sur la prise de conscience des mères de familles en France et dans le monde – études Edelman 2003 et 2004

Seule **1 mère sur 2** en France incrimine la responsabilité des parents (vs 67% moy. de tous les pays), tandis que la publicité est montrée du doigt par 63% des mères et l'industrie agro-alimentaire par 59%.

45% des mères de famille françaises se disent plus concernées par l'obésité qu'il y a 5 ans (elles sont 66% aux Etats-Unis, et 62% en moyenne dans le reste de l'Europe).

77% des mères de famille françaises sont prêtes à dépenser plus pour l'assurance d'une alimentation équilibrée, c'est cependant moins que la moyenne mondiale (82%).

Le risque d'obésité n'intervient dans les achats alimentaires que pour **31%** des mères (vs 47% moy. de tous les pays).

Etude internationale «MOMS : Mamans, Opinions, Marketing et Solutions », effectuée sur 1500 mères, dans 8 pays, Edelman, 2003

Mars 2004



PREVENTION DE L'OBESITE : CONVICTIONS ET ENGAGEMENTS DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

L'obésité est un enjeu majeur de santé publique qui nécessite l'implication de tous

L'industrie alimentaire souhaite prendre part au débat et jouer un rôle actif dans la prévention de cette maladie sur la base de ses convictions :

- ❖ Liberté de choix du consommateur et responsabilité individuelle
- ❖ Pas de bons ni de mauvais aliment
- ❖ Droit d'entreprendre, d'innover et de communiquer
- ❖ Priorité à l'autodiscipline

Aussi, au-delà d'une simple prise de position, l'ANIA engage une triple démarche, prenant la forme de neuf engagements, pour une gestion concertée, responsable et durable de la problématique obésité :

- ❖ Sensibilisation des professionnels de l'industrie alimentaire (engagements 1, 2, 3)
- ❖ Information et sensibilisation des consommateurs (engagements 4, 5, 6)
- ❖ Contribution au débat, à la réflexion, à la définition et à l'identification des facteurs de succès de la prévention de l'obésité (engagements 7, 8, 9)

LES 9 ENGAGEMENTS DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

- N°1** Mieux informer et former les professionnels aux questions de nutrition
- N°2** Renforcer l'autodiscipline dans la communication
- N°3** S'attacher à maintenir des portions raisonnables
- N°4** Améliorer la compréhension de l'information nutritionnelle et encourager son extension volontaire
- N°5** S'engager davantage en faveur des personnes les plus vulnérables
- N°6** Promouvoir le modèle alimentaire français, garde-fou du dérèglement des comportements
- N°7** Tirer les enseignements des expériences et des actions menées partout dans le monde et partager ces résultats
- N°8** Mettre en application les enseignements issus des expériences en matière de prévention de l'obésité
- N°9** Participer durablement au débat public