

Au menu - Actualité : Les résultats du 3^{ème} baromètre de la perception alimentaire - **Mieux comprendre :** De 0 à 3 ans : des aliments adaptés pour des besoins spécifiques - **Initiatives :** L'ARPP : nouvelle instance de régulation professionnelle de la publicité - Bilan de l'attribution du logo PNNS - EPIPREF : croiser les préférences et les consommations alimentaires - **Engagements et actions de l'industrie alimentaire :** Nestlé : actions nutrition vers les salariés - L'implication de l'ANIA pour la nutrition - Les 5 engagements nutrition de LU France.

Actualité

les résultats du 3^{ème} baromètre de la perception alimentaire

Le CREDOC (centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) vient de réaliser le baromètre de la perception de l'alimentation 2008 pour le Ministère de l'Agriculture. Cette enquête est la troisième édition d'une opération annuelle réalisée en face à face auprès d'un échantillon de plus de 1 000 personnes.

Perception du contexte économique :

- Le contexte de **forte inflation** sur les produits alimentaires (+6,7% sur le poste alimentation en un an au moment de l'enquête) et de ralentissement économique a fortement influencé les résultats de ce baromètre.
- En termes de restrictions dans le secteur alimentaire, les consommateurs déclarent que **s'ils devaient se restreindre, ce serait en premier lieu sur les boissons alcoolisées (46,4%), en second sur les plats préparés (27,8%) et en troisième sur l'épicerie sèche (9,6%).**

Alimentation, nutrition et santé :

- Par rapport au baromètre 2007, **la dimension santé perd de son importance**, notamment dans les professions libérales et chez les cadres. L'item "l'alimentation doit avant tout être un moyen de prévenir les problèmes de santé" baisse de 7 points dans les catégories professionnelles "libérales" et "cadres".
- L'alimentation reste **"avant tout une nécessité"** pour la majorité des personnes interrogées. Entre 2007 et 2008 cet item progresse de plus de 2 points, alors que la réponse "l'alimentation doit avant tout être un plaisir" régresse très légèrement et l'idée que l'alimentation doit avant tout être un moyen de prévenir les problèmes de santé est en net recul.
- Pour les Français, l'éducation à l'alimentation reste avant tout **l'apprentissage de l'équilibre alimentaire.**

- Parmi les messages relatifs à l'alimentation, celui portant sur la nécessité de consommer **au moins 5 fruits et légumes par jour** est le mieux mémorisé par les consommateurs (notamment chez les plus jeunes). Près de 41% des personnes interrogées (soit 17 points de plus qu'en 2007 !) le placent en premier, devant la nécessité de manger équilibré, ou de ne pas manger trop gras, trop salé, trop sucré. On retrouve dans les messages les plus cités les 4 messages du PNNS qui accompagnent aujourd'hui les publicités des industriels agroalimentaires.
- L'item **"Apprendre à cuisiner"** comme mesure d'éducation à l'alimentation est en hausse de 6 points entre 2007 et 2008, pour les critères cités au moins une fois. Dans un contexte économique difficile, l'apprentissage de la cuisine traduisant un retour aux valeurs traditionnelles, reprend une place importante dans les priorités des Français.

Perception des risques alimentaires :

L'enquête révèle une forte progression des inquiétudes relatives au **traitement des cultures**. Plus de 27% (22% en 2007, 15% en 2006) des personnes interrogées citent les **pesticides** comme première source d'inquiétude. Les préoccupations liées à l'utilisation des OGM marquent un recul de 3 points.

Synthèse :

http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/alimentation/fichiers-pdf/downloadFile/FichierAttache_5_f0/baromalim08synt.pdf

Présentation :

http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/alimentation/fichiers-pdf/downloadFile/FichierAttache_6_f0/baromalim08pres.pdf

Mieux comprendre

de 0 à 3 ans : des aliments adaptés pour des besoins spécifiques

Les aliments de l'enfance sont destinés à l'alimentation particulière des **nourrissons et enfants en bas âge, de la naissance à 3 ans**. Il s'agit des préparations pour nourrissons (0 - 4/6 mois), préparations de suite (4/6 mois - 12 mois), laits de croissance (1 à 3 ans), céréales infantiles, aliments pour bébés (petits pots, plats, desserts lactés...).

Pour tenir compte **des besoins nutritionnels spécifiques** des moins de 3 ans et de la fragilité particulière de cette population, ces aliments sont soumis à **une réglementation spécifique très stricte** qui impose :

- des règles d'étiquetage,
- des **critères de composition nutritionnelle "quantitatifs" et "qualitatifs"** en énergie, protéines, glucides, lipides, vitamines et minéraux,

- des critères de qualité et de sécurité permettant de garantir un haut niveau de protection : pas de **conservateurs, colorants, édulcorants ou arômes artificiels** (sauf vanilline), une teneur en pesticides proche de zéro ainsi qu'une teneur très faible en nitrates (<20 mg/100g).

Les aliments courants ne peuvent suggérer qu'ils répondent aux besoins spécifiques des enfants de moins de 3 ans.

Pour en savoir plus :

Syndicat des aliments de l'enfance : <http://www.alimentsenfance.com/>
Recommandation de l'ARPP : http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/Alimentation_des_enfants_moins_de_trois_ans_corrige.pdf

L'ARPP : nouvelle instance de régulation professionnelle de la publicité

En juin 2008, le BVP (Bureau de Vérification de la Publicité) est devenu l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité). Sa mission est notamment d'accompagner les entreprises, avant la diffusion des messages publicitaires, pour les mettre en conformité avec les règles juridiques et/ou déontologiques en vigueur (Ex : recommandation "Allégations santé", "Enfants", etc.).

Désormais, les publicités diffusées qui feront l'objet de plaintes seront transmises à un jury de Déontologie Publicitaire composé de personnalités indépendantes, recrutées sur la base de leurs compétences et de leur intégrité devant refléter la pluralité de la société française. Les décisions de cette instance statuant sur le respect des règles déontologiques seront rendues publiques, avec citation des entreprises concernées.

<http://www.arpp-pub.org/>

Bilan de l'attribution du logo PNNS

Le logo PNNS permet de valoriser les actions qui mettent en application les principes et les stratégies du PNNS.

Depuis 2004, sur 225 dossiers déposés auprès du comité de validation, 76 actions ont été labellisées PNNS. 39% provenaient d'associations (Association Fleurbaix Laventie), 28% d'entreprises privées (Flunch), 22% d'organismes privés (Union régionale des organismes privés sanitaires et sociaux) et 11% d'organismes publics (CPAM de Paris) ou de collectivités

territoriales (Ville de Châteauroux). Les thèmes abordés concernaient la nutrition (51%), les consommations alimentaires (45%) et l'activité physique (5%). Enfin, les destinataires de ces actions ou documents sont principalement les enfants (27%), le grand public (25%), les enfants et adolescents (13%), mais également les femmes en âge de procréer, les personnes en situation précaire.

Procédure d'attribution du logo :

http://www.inpes.sante.fr/10000/themes/nutrition/logoPNNS/Procedure_attribution_logoPNNS.pdf

EIPREF : croiser les préférences et les consommations alimentaires

Financé par l'Agence Nationale de la Recherche, le projet EIPREF va pour la première fois associer l'analyse sensorielle, l'évaluation des préférences alimentaires et l'épidémiologie nutritionnelle. L'objectif est de bâtir un outil de profilage des préférences au gras, au salé et au sucré, puis de relier ces profils à des données de consommation afin de mieux comprendre les comportements alimentaires. Le projet regroupe les chercheurs de Dijon (Centre des Sciences du Goût et INRA-FLAVIC), le Centre de Recherches en Nutrition Humaine d'Ile de France (CRNH UREN, Bobigny), les centres techniques ACTIA représentés par ACTILAIT et le CEDUS.

Des premiers résultats seront disponibles d'ici 3 ans.

Engagements et actions de l'industrie alimentaire

Les engagements de Nestlé vis-à-vis de ses salariés

Nestlé a inscrit dans sa stratégie Nutrition/santé, la formation à la nutrition de l'ensemble de ses collaborateurs. En 2007 et 2008, près de 3000 personnes ont suivi une formation leur permettant de bien comprendre les grands enjeux actuels, de disposer des informations de base sur l'équilibre alimentaire utiles dans leur vie quotidienne et de connaître les actions menées par Nestlé pour optimiser les produits, soutenir la recherche et les actions de terrain. De plus, 3 campagnes d'information par an, avec des dépliants, des affiches, des quizz informent les salariés sur des thèmes d'actualité (en 2008 : les féculents, le calcium, les antioxydants). Et le restaurant d'entreprise du siège dispose d'une signalétique pour identifier les plats "plaisirs de l'équilibre".

L'implication de l'ANIA pour la nutrition

La nutrition est une priorité pour l'ANIA qui s'implique dans de nombreuses instances. Ainsi, l'ANIA est membre : du Comité de pilotage du PNNS ; du Comité d'orientation de l'Observatoire de la Qualité de l'Alimentation (OQALI) ; du Conseil National de l'Alimentation (CNA) ; du groupe de travail "Agroalimentaire et Nutrition" du Conseil National de la Consommation (CNC) ; du Groupe de travail communication nutrition de l'INPES ou encore du Groupe de travail PNNS "Lipides" piloté par la DGAL.

Au niveau européen, l'ANIA participe à la "Diet task force" de la CIAA (Confédération européenne des industries agroalimentaires) qui suit notamment les travaux de la Plateforme européenne d'action pour la nutrition et l'activité physique de la Commission européenne. A noter que

l'ANIA y pilote un groupe de travail sur l'optimisation du sodium dans les aliments, en partenariat avec l'OMS et la Commission européenne.

Pour en savoir plus :

<http://www.ania.net/fr/dossiers/qualite-nutrition/nutrition.htm>

LU France : nos engagements nutrition

Les engagements de LU France se traduisent par la volonté d'offrir aux consommateurs des produits toujours mieux adaptés à leurs besoins et à promouvoir des comportements qui associent plaisir, convivialité et équilibre.

1. Faire progresser la qualité nutritionnelle. Entre 1999 et 2008, la teneur moyenne en céréales des biscuits LU a augmenté de +13 %, tandis que la teneur moyenne en sucres a diminué de - 11 %, en matières grasses de - 8 %, en acides gras saturés de - 16 %,
2. Communiquer de façon responsable en matière de nutrition et santé : pas de publicité au sein des programmes pour les enfants depuis juillet 2007,
3. Favoriser l'accès à une information nutritionnelle claire : généralisation de l'étiquetage nutritionnel et des repères nutritionnels journaliers (RNJ),
4. Partager les connaissances et les travaux de recherche avec le monde scientifique, les professionnels de santé et le public,
5. Soutenir la recherche en matière de nutrition pour apporter des réponses aux enjeux nutritionnels de demain.