



NOTE AUX REDACTIONS DU 14/09/2016

CASH INVESTIGATION

12 POINTS DE FACTCHECKING SUR L'ETIQUETAGE NUTRITIONNEL

Nous avons regardé avec attention le reportage de l'émission CASH INVESTIGATION intitulé « *Industrie agroalimentaire : business contre santé* » diffusé hier, mardi 13 septembre, à 20h55 sur France 2.

Dans le cadre de son enquête, sur la partie consacrée à l'étiquetage nutritionnel, l'équipe de Cash Investigation avait sollicité l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) pour un entretien. L'ANIA y avait répondu favorablement. Vous pouvez retrouver le témoignage de Catherine Chapalain, directrice générale de l'ANIA, sur son interview d'1h15 avec Elise Lucet et son équipe sur le site web de l'ANIA : « [mon interview avec Elise Lucet de Cash Investigation](#) »

Globalement, l'ANIA regrette qu'un sujet aussi important que l'alimentation en France soit traité de façon aussi déséquilibrée, de manière aussi réductrice, ne permettant finalement pas de créer les conditions du dialogue sur des enjeux pourtant importants pour les consommateurs. Consommateurs que les 16 218 entreprises agroalimentaires de France, et leurs 440 926 salariés, servent chaque jour avec exigence professionnelle et dans le plus strict respect des normes de sécurité des aliments.

L'ouverture et la participation au débat public sont nécessaires. L'ANIA souhaite poursuivre sa démarche de dialogue. Chaque acteur doit pouvoir exprimer librement ses convictions et sa position. Si nous prenons l'exemple du débat sur l'étiquetage nutritionnel, nous réaffirmons avec force nos principes :

1. Toujours répondre aux sollicitations car fermer le débat n'est pas une option
2. Apporter notre point de vue avant/pendant/après pour nourrir et poursuivre ce débat
3. Rester ouvert à la critique et à l'échange

Notre position est claire. L'ANIA est favorable à l'amélioration et à la simplification de l'étiquetage nutritionnel des produits alimentaires. Il ne nous semble pas constructif de réduire le débat sur ce sujet à une simple opposition sur un logo. Il est important d'inclure les consommateurs en situation réelle d'achat dans la décision. C'est la raison pour laquelle, nous soutenons la concertation avec les associations de consommateurs, les pouvoirs publics, les scientifiques et les enseignes de la grande distribution.

Dans ce débat important, et afin d'apporter un éclairage complémentaire à l'émission diffusée hier soir, nous tenions à apporter quelques éléments de *factchecking* (*vérification par les faits*). Nous espérons que ces éléments, non exhaustifs, pourront alimenter de manière constructive la discussion.

CONTACT PRESSE

Constance MALFOY, Responsable des Relations Presse
cmalfoy@ania.net - 01 53 83 86 11

Dans le respect des opinions de chacun, nous restons ouverts à tout échange et éclairage pouvant compléter notre analyse. Nous ouvrons à cet égard une discussion sur twitter avec le hashtag #askania ce jour, mercredi 14 septembre, à 10h00. En espérant pouvoir répondre à vos questions.

Enfin, au-delà du débat sur l'étiquetage nutritionnel, l'émission a porté sur la question de l'utilisation du sel nitré dans les charcuteries. Vous trouverez un site d'informations proposé par la Fédération des Industriels de la Charcuterie Traiteur (FICT) : <http://info-nitrites.fr/>. Ce site, accessible à tous, met à disposition les connaissances scientifiques actuelles sur le sujet.

Nous vous remercions une nouvelle fois de l'attention que vous portez à nos informations.

Amaury BESSARD
Directeur de la Communication de l'ANIA

12 points de vérifications sur l'émission CASH INVESTIGATION

1/ « Les combines des fabricants pour cacher ce qu'ils mettent vraiment dans leurs produits ».

FAUX. [Une réglementation européenne](#) rend obligatoire l'étiquetage de la totalité des ingrédients utilisés pour la fabrication des aliments dans la liste des ingrédients et encadre de manière stricte les mentions et autres allégations figurant sur les emballages. De plus les industriels doivent respecter le principe de non-tromperie des consommateurs définie dans [le Code de la Consommation](#).

2/ « Ce que Michelle voudrait, ce sont des informations objectives et claires sur la qualité des produits. Pas ce petit tableau illisible derrière les paquets auquel personne ne comprend rien. Ce que l'on appelle le tableau nutritionnel. »

VRAI : Les études que nous avons menées auprès des consommateurs ([consultation citoyenne 2016](#) et [baromètre 2015](#)) nous montrent que le tableau réglementaire des valeurs nutritionnelles n'est pas suffisant pour bien comprendre le contenu nutritionnel des aliments. Il est probablement très complet mais ne permet pas facilement de comprendre les apports nutritionnels des produits. C'est la raison pour laquelle [l'ANIA est en faveur d'une amélioration de l'information nutritionnelle](#), d'une simplification par l'ajout d'un logo par exemple. De même, l'ANIA partage la nécessité d'apporter aux consommateurs « *des informations objectives et claires* » sur la qualité des produits. C'est pourquoi, nous avons affiché notre préférence pour des logos présentant des informations plus claires aux logos affichant des injonctions sans recommandation sur la base d'un code couleurs.

3/ « Aujourd'hui, sur 100 français, 17 sont obèses. D'ici 2030, d'après les projections de l'Organisation Mondiale de la Santé, ce chiffre devrait passer à 27. »

VRAI. Les entreprises agroalimentaires partagent l'inquiétude des pouvoirs publics et des consommateurs face au [développement de l'obésité](#). La lutte contre la progression de l'obésité est un enjeu majeur de société. Elle nécessite de la coordination et des actions partenariales entre tous les acteurs, publics, privés et associatifs. [La France est souvent considérée parmi les bons élèves](#) mais cela ne doit pas nous empêcher de poursuivre toutes les initiatives engagées, notamment à destination des populations les plus fragiles, dans le cadre du [Programme National Nutrition Santé](#), que nous soutenons et auquel nous participons.

CONTACT PRESSE

Constance MALFOY, Responsable des Relations Presse
cmalfoy@ania.net - 01 53 83 86 11

4/ « Les industriels de l'agroalimentaire vont tout faire pour empêcher cette simplification et saboter les projets des pouvoirs publics. »

FAUX. L'ANIA partage le constat de [la complexité du tableau d'étiquetage nutritionnel actuel](#) pour un consommateur et s'est prononcée [en faveur d'un système d'information nutritionnelle simplifié](#). Donc, il est totalement faux d'affirmer que l'ANIA s'est opposée au principe d'un étiquetage simplifié complémentaire prévu dans le projet de loi de santé. L'ANIA a souhaité qu'une expérimentation en conditions réelles d'achats soit mise en place pour retenir le système le plus pertinent pour le consommateur. Le ministère de la santé a publié [l'ensemble des documents associés à cette expérimentation sur son site web](#).

5/ Vert quand c'est bon pour la santé. Rouge quand c'est mauvais.

FAUX. Aucun aliment ne peut être considéré en soi comme bon ou mauvais pour la santé ([voir PNNS](#)). L'équilibre alimentaire se fait sur la durée et repose sur la diversité des aliments et la juste taille des portions. Ce qui est important pour un consommateur, ce n'est pas de savoir pourquoi une pomme de terre a une pastille verte ou l'huile une pastille rouge, mais avec quelle quantité d'huile cuisiner ses pommes de terre et quelle portion servir à chaque membre de sa famille. Enfermer les aliments dans un code couleurs conduit souvent à raisonner de manière binaire et erronée.

6/ « Pour rencontrer les industriels de l'alimentation, ça se passe ici. Au siège de l'ANIA, l'Association Nationale des Industries Alimentaires. A sa tête, Catherine Chapalain. En France, c'est elle qui représente les intérêts de Coca Cola, Danone, Mars, Nestlé ou encore Kellogg's. »

FAUX. L'ANIA représente et accompagne [collectivement](#) les entreprises du secteur agroalimentaire de France, soit [16 218 entreprises](#), incluant des grandes entreprises, des entreprises de tailles intermédiaires et 98% de TPE-PME. Réduire significativement le périmètre d'activité de l'ANIA à quelques entreprises peut induire en erreur les téléspectateurs sur la perception de son action.

7/ « Le secteur pèse lourd. 170 milliards de chiffre d'affaires par an. »

VRAI. Le chiffre d'affaires cumulé de tout le secteur, soit des 16 218 entreprises en France, a atteint près de 170 milliards d'euros au 31 décembre 2015. Il est stable par rapport à 2014. Il comprend l'ensemble des activités de transformation des produits alimentaires, tout produit confondu. Les chiffres économiques du secteur sont présentés chaque année par l'ANIA et [publiés sur son site](#).

8/ A propos du prétendu « trou de mémoire » de Catherine Chapalain

FAUX. Lors de son entretien avec Elise Lucet le 07 avril 2016, Catherine Chapalain avait évoqué explicitement l'étiquetage européen. Comme elle l'a rappelé lors de l'interview, des systèmes existent en Europe mais en France cela reste une première. En regardant le reportage, ces propos ne sont pas retransmis. C'est pourquoi, nous tenions à informer la production de cet oubli. Nous comprenons les contraintes techniques liées à la réalisation d'un reportage et restons ouverts à échanger sur ce choix qui a pu induire en erreur le téléspectateur sur la sincérité de la réponse de l'ANIA.

9/ C'est pas le Comté qui va poser problème. C'est tous les plats préparés, les plats industriels.

FAUX. Le débat sur l'étiquetage nutritionnel [concerne tous les produits alimentaires emballés](#). Il ne se concentre pas seulement sur la catégorie des plats préparés. En effet, l'enjeu global d'un étiquetage nutritionnel est de pouvoir donner des clefs objectives et plus simples aux consommateurs pour choisir ses aliments. Ainsi, les fromages en libre-service, les plats cuisinés, le chocolat, les produits laitiers, ou les légumes en conserve par exemple pourront afficher ce type de logo complémentaire.

CONTACT PRESSE

Constance MALFOY, Responsable des Relations Presse
cmalfoy@ania.net - 01 53 83 86 11

10/A propos des amendements soutenus par l'ANIA

VRAI. Dès le début des débats législatifs, l'ANIA a rappelé sa position en faveur d'une amélioration de l'information nutritionnelle. Conformément aux règles de déontologie du Parlement, la position de l'ANIA a été envoyée à l'ensemble des groupes parlementaires. Ses convictions et sa position étaient alors connues. [La position est disponible sur le site web de l'ANIA.](#) Dans le cadre des débats au Parlement, l'ANIA a soutenu cinq idées, qui ont été débattues sous forme d'amendements puis rejetées. Il est important de préciser qu'aucune suggestion ne s'opposait à l'amélioration de l'information nutritionnelle. Elles préconisaient :

1. *Le rattachement de l'article au code de la consommation pour une simplification de la loi.*
2. *La prise en compte de l'avis du Conseil National de l'Alimentation, instance publique sous triple tutelle (Santé, Agriculture et Consommation) dont la vocation est de donner des avis liés à l'alimentation et l'information du consommateur*
3. *La mise en place d'une expérimentation en conditions réelles des systèmes envisagés afin d'inclure le consommateur dans la décision*
4. *la promotion des actions de proximité ciblées sur les populations les plus vulnérables*
5. *La valorisation du modèle alimentaire français*

11/ Dans les documents internes de l'ANIA, ce test fait partie de toute une stratégie mise en place pour que le système 5C ne soit plus considéré comme le seul et soit donc écarté

FAUX. Le document interne de l'ANIA évoqué dans le reportage est la position que nous avons communiquée à l'ensemble des groupes parlementaires. Vous pourrez la retrouver [sur notre site web.](#) Il n'a jamais été question d'écarter un système mais de définir les principes d'une information complémentaire pour qu'elle ait la meilleure chance d'atteindre l'objectif visé. Cela ne pouvait pas se résumer à un seul choix imposé par quelques-uns voulant fermer toute possibilité de débat. Chacun est libre d'avoir son opinion, ce sera aux consommateurs de choisir. Cette information nutritionnelle lui sera destinée. Et pour cela, il apparaît nécessaire de mettre en place une expérimentation auprès des consommateurs en conditions réelles d'achats, incluant plusieurs propositions dont le 5C. Même si ce dernier n'a pas notre préférence, il est nécessaire de tester l'ensemble des propositions.

Selon nous cette information nutritionnelle devrait :

- **Prendre en considération les questions que se posent quotidiennement les consommateurs** et ne pas créer de problématiques nouvelles sur un sujet déjà complexe;
- **S'appuyer sur les déterminants des pratiques réelles et de l'équilibre alimentaire** : la portion, la fréquence, les associations d'aliments et le moment de consommation ;
- **Faire l'objet d'une concertation approfondie, d'une expérimentation** en conditions réelles d'achat et d'une étude d'impact par rapport aux objectifs visés.

12/ Le fameux test grandeur nature obtenu par les industriels pour gagner du temps et saboter le logo 5 couleurs de Serge Herberg, c'est l'Etat qui le finance. Oui oui, l'Etat. Bref, nous quoi.

FAUX. Il est toujours utile de préciser que conformément aux réglementations européennes ([Règlement n°1169/2011 du 25 octobre 2011](#) concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires), la mise en place d'un logo nutritionnel complémentaire sur les étiquettes des produits alimentaires se fera sur la base du volontariat. Dans ce cadre, il n'y a pas d'intérêt en soi de « gagner du temps » L'industrie alimentaire s'est justement mobilisée pour participer aux côtés des pouvoirs publics, des associations de consommateurs et des scientifiques à cette grande expérimentation pilotée par le ministère de la santé pour [permettre aux consommateurs de donner leur avis](#) et au plus grand nombre d'entreprises d'apporter leur contribution à ce projet volontaire. Le financement de cette expérimentation est mixte et repose sur des fonds publics et des fonds privés ([voir page 8 du document du ministère de la santé](#)).

CONTACT PRESSE

Constance MALFOY, Responsable des Relations Presse
cmalfoy@ania.net - 01 53 83 86 11