© GARO/PHANIE

ÉTIQUETAGE DES ALIMENTS

Est-ce une bonne idée ?

Pour aider les consommateurs à choisir des aliments plus sains, la nouvelle loi de santé prévoit l'apposition, sur la face avant des emballages, d'un logo d'information, reflet de la qualité nutritionnelle. Une mesure plébiscitée par les acteurs de la santé, décriée par les industriels.

CE QUI FAIT DÉBAT

En France, les pathologies cardiovasculaires sont la deuxième cause de mortalité, le diabète touche 2,5 millions de personnes et l'obésité 17 % des adultes : les facteurs nutritionnels sont largement impliqués. Parmi les mesures envisagées pour contrer cette tendance : un étiquetage simple, intuitif et compréhensible sur la qualité nutritionnelle des aliments. Le projet de loi de santé, débattu à l'Assemblée nationale dès janvier 2015, propose l'apposition d'un logo d'information sur les aliments transformés. Parmi les possibilités, le système coloriel du rapport Hercberg, dont la pastille décrit la qualité nutritionnelle d'un produit allant du vert (la meilleure), au jaune, orange, rose-fuschia et jusqu'au rouge (la moins bonne). L'idée est soutenue par un collectif de plus d'une trentaine de sociétés savantes, associations et acteurs de terrain. Mais l'Association nationale des industries alimentaires s'y oppose, craignant que certains produits soient stigmatisés. En parallèle, le groupe Carrefour a pris une initiative controversée en proposant, en septembre dernier, son propre système d'étiquetage nutritionnel.

© INSERM/ FRANÇOIS GUÉNET

Serge Hercberg

Nutritionniste, président du Programme national nutrition santé (PNNS), directeur de l'Équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (EREN) (☛) et auteur du rapport Hercberg

De nombreux travaux, dont ceux de l'étude NutriNet Santé (📍) montrent que les logos coloriels sont intuitifs et permettent aux consommateurs de mieux comprendre l'information nutritionnelle que les tableaux chiffrés. Ils sont surtout plébiscités par les populations vulnérables, dont le niveau d'éducation ne leur permet pas d'analyser correctement les étiquetages actuels, et qui sont les plus touchées par les maladies en lien avec l'alimentation. Notre choix s'est porté sur un logo à 5 couleurs, et non à 3, parce qu'un plus grand nombre de seuils permet de mieux différencier la qualité nutritionnelle de produits. Pour passer d'un seuil à un autre, les industriels devront aussi procéder à plus de reformulations, mais leurs efforts seront mieux valorisés. L'industrie agroalimentaire juge la mesure « simpliste » et « prête à penser ». Mais de nombreux résultats scientifiques se rejoignent sur l'impact positif de ces logos. En 2011, une expérience de l'Inra a montré l'amélioration de la qualité nutritionnelle des caddies chez 68 % des personnes après l'introduction de divers logos nutritionnels, ceux à pastilles étant les plus efficaces. Les industriels avancent aussi que la présence de la couleur rouge stigmatise certains produits, ce qui pourrait causer des carences. Il n'y a aucun fondement scientifique à cela, au contraire, les consommateurs comprennent très bien le message. La communication associée appelle à ne pas rejeter les produits étiquetés « rouge » mais à adapter la consommation en conséquence (occasionnelle ou en petite quantité) ou, encore mieux, à faire le choix d'un produit équivalent mais de meilleure qualité nutritionnelle proposée par une autre marque.

> *« Les scientifiques notent l'impact positif des logos de couleur »*

Étude NutriNet Santé

Les comportements alimentaires de 267 000 internautes (à terme, les scientifiques espèrent en recruter 500 000) sont étudiés afin d'identifier les facteurs de risque ou de protection liées à la nutrition et les déterminants des comportements alimentaires et d'orienter les politiques publiques.

www.etude-nutrinet-sante.fr

© MIKE RAYNER

Mike Rayner

Professeur de santé de la population et directeur de la *British Heart Foundation* à l'Université d'Oxford, en Grande-Bretagne

En Grande-Bretagne, la qualité nutritionnelle des aliments est indiquée depuis 2013 sur l'emballage via un logo s'inspirant des feux de circulation. Ce « *traffic light* » est composé de 4 pastilles, chacune d'elles pouvant être verte, orange ou rouge et se référant à un indicateur en particulier : les acides gras, les acides gras saturés, le sucre et le sel. Dix ans ont été nécessaires pour rendre possible cette apposition volontaire. Elle est déjà présente sur 60 % des produits : c'est une grande avancée en matière de prévention. Le logo coloriel proposé dans le rapport Hercberg va encore plus loin, il intègre toutes les composantes décrites par les 4 pastilles britanniques dans un seul score global, ce qui permet aux consommateurs d'utiliser immédiatement l'information. Il pallie ainsi une faiblesse de notre système : que doit penser le consommateur lorsqu'un produit est marqué de 2 pastilles rouges et de 2 vertes ? Et que choisir entre un aliment à teneur élevée en sel mais faible en lipides et un autre à faible teneur en sel mais riche en lipides ? L'étiquetage à une seule pastille élimine toute ambiguïté. La méthode qui permet aux scientifiques français de calculer le score global de ce logo – et donc sa couleur – est celle que nous avons développée à la demande du gouvernement britannique dans le but de déterminer les produits alimentaires pour lesquels il est autorisé de faire de la publicité à la télévision, ou non, aux heures d'écoute des enfants. En résumé, plus l'aliment contient d'acides gras, d'acides gras saturés, de sucres et de sel, plus il marque des points négatifs. Ce score est pondéré si l'aliment contient des fruits, des légumes, des fibres et des protéines.

> *Des pastilles de couleur pour 4 types d'ingrédients „*

☛ **Serge Hercberg :** unité 1153 Inserm/Université Paris 7-Denis-Diderot/Université Paris 13 Inra/CNAM, Centre de recherche en épidémiologie et biostatistique Sorbonne-Paris-Cité et département de Santé publique hôpital Avicenne (Bobigny)

Rapport Hercberg : rédigé par le professeur Serge Hercberg et remis à la ministre de la Santé, Marisol Touraine, en janvier 2014. Il présente des propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique.

www.sante.gouv.fr

Pour mieux comprendre le système d'information nutritionnelle, voir la vidéo :

http://www.youtube/GAwTyEEHnOs

© FRANÇOIS GUÉNET/INSERM

Olivier Andrault

Chargé de mission Alimentation et nutrition pour l'association de consommateurs UFC-Que Choisir

Les tableaux de chiffres présents aujourd'hui sur la face arrière de bon nombre d'emballages alimentaires ne répondent pas au droit des consommateurs de connaître la qualité nutritionnelle de ce qu'ils achètent. Or, c'est ce format que la nouvelle réglementation européenne INCO (Information des consommateurs sur les denrées alimentaires) va rendre d'ici à décembre 2016 obligatoire. Mais ce ne sera jamais un outil de santé publique : les informations données, comme la proportion de glucides, de protéines ou de lipides, sont incompréhensibles pour une grande partie de la population. Résultat : l'étiquetage nutritionnel est la dernière information regardée à l'achat, après le prix, le poids, la date limite de consommation et la liste des ingrédients. En tant qu'association représentante des consommateurs, nous plébiscitons l'utilisation d'un logo coloriel, simple, tel que celui proposé par le rapport Hercberg. L'utilisation d'un logo simplifié avait d'ailleurs été évoquée en amont des discussions européennes sur INCO, mais le lobby de l'industrie alimentaire l'avait empêchée. Pire, cette nouvelle réglementation limite fortement les marges de manœuvre des États pour développer un logo simplifié ! Comme celui-ci permet de comparer la qualité nutritionnelle de produits semblables fabriqués par différentes marques, les industriels ont peur de devoir modifier la composition de leurs produits... et de perdre des parts de marché. Car leur stratégie pour faire « aimer » un produit a, en effet, été de le rendre plus goûteux, en ajoutant sucres, matières grasses et sel. Autant de substances qui nuisent à la qualité nutritionnelle... Nous pensons que l'implication de la grande distribution sera plus aisée : une chaîne ne peut pas craindre de voir ses ventes de chocolat s'effondrer car, en revanche, celles de produits plus sains grimpera. L'initiative de Carrefour va dans ce sens, mais le format proposé initialement - différent de celui pressenti pour la loi de santé - était contre-productif, car il empêchait les consommateurs de choisir entre les produits. Depuis, Carrefour a annoncé sa volonté de se rallier au dispositif national lorsque celui-ci sera officialisé.

> *Nous plébiscitons l'utilisation d'un logo coloriel „*

Propos recueillis par Alice Bomboy