

21/06/2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

LE SECTEUR ALIMENTAIRE PREND L'INITIATIVE DE MIEUX INFORMER LE CONSOMMATEUR

Mieux comprendre l'étiquetage nutritionnel grâce aux Repères Nutritionnels Journaliers

Bruxelles, le 21 juin 2007 – Afin de permettre au consommateur de poser des choix responsables, les entreprises alimentaires, réunies au sein de FEVIA, veulent offrir des informations nutritionnelles plus claires sur leurs emballages. Elles ont décidé de présenter ces informations de manière harmonisée pour en garantir la compréhension et la transparence. Deux informations nutritionnelles supplémentaires seront désormais indiquées sur chaque emballage : la valeur énergétique (kcal) par portion et la contribution (en pourcentage) par rapport aux Repères Nutritionnels Journaliers, également appelés « Guideline Daily Amounts » (GDA). Delhaize et Makro appliqueront également ce système aux produits de leurs marques distributeur.

Des informations nutritionnelles sur mesure pour le consommateur

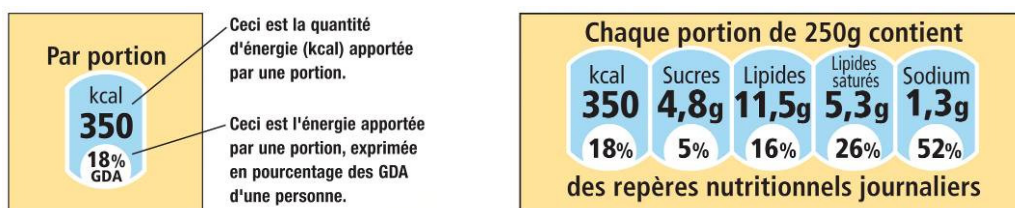
Les entreprises alimentaires, réunies au sein de FEVIA, ainsi que les chaînes de distribution Delhaize et Makro Cash & Carry souhaitent offrir aux consommateurs des informations plus compréhensibles, afin de leur permettre de poser des choix alimentaires responsables.

Les informations suivantes figureront sur les emballages :

- la valeur énergétique (exprimée en kcal) et les teneurs respectives en sucres, en lipides, en lipides saturés et en sodium (sel) par 100g/100ml et par portion ; et
- la contribution de chacun de ces éléments (en pourcentage) par rapport à leurs Repères Nutritionnels Journaliers (GDA)ⁱ respectifs.

L'avant, le côté et l'arrière de l'emballage sont des vecteurs d'information

Exemple de GDA pour du poulet haché au riz et aux légumes



FEVIA REPRESENTE

• entreprises (2005):	5 600
• travailleurs (2005):	90 400
• chiffre d'affaires (2005):	31 500 mio EUR
• valeur ajoutée (2005):	6 000 mio EUR
• exportations (2005):	14 400 mio EUR

La face avant de l'emballage indiquera la valeur énergétique (en kcal) par portion et le pourcentage des Repères Nutritionnels Journaliers (GDA) que cette portion représente. Il est ainsi possible de connaître directement la quantité de kcal fournie par un produit alimentaire spécifique.

Par ailleurs, à l'avant, sur le côté ou à l'arrière de l'emballage et toujours dans le même ordre, figureront, sous forme de tableau ou d'icônes, les teneurs respectives en sucres, en lipides, en lipides saturés et en sodium (sel) par portion, de même que leurs contributions respectives par rapport aux Repères Nutritionnels Journaliers (GDA).

Pour poser des choix responsables, il est nécessaire de prendre en compte l'ensemble de l'information nutritionnelle indiquée sur l'emballage. Cela signifie que l'information sur la face avant prend tout son sens lorsqu'elle est lue en parallèle avec l'information placée à l'arrière de l'emballage.

Une initiative volontaire ouverte à toutes les entreprises alimentaires

Cette initiative volontaire a déjà été annoncée au niveau européen en juillet 2006 par un certain nombre de grandes entreprises alimentaires. Parmi celles-ci, certaines ont entre-temps mis sur le marché belge de nouveaux emballages sur lesquels figurent déjà les GDA.

Après la Grande-Bretagne, la France et l'Allemagne, cette initiative européenne volontaire fait maintenant son apparition sur le marché belge. Le système est ouvert à toute entreprise, l'objectif étant de promouvoir une alimentation variée et équilibrée. Cette initiative s'inscrit dans le cadre des nombreuses actions individuelles mises sur pied par les entreprises pour encourager tous les consommateurs à adopter un mode de vie sain.

FEVIA, la Fédération de l'industrie alimentaire belge, invite toutes les entreprises alimentaires à mentionner progressivement ces informations nutritionnelles harmonisées sur leurs emballages.

Le secteur de la distribution est également intéressé par cette approche : Delhaize et Makro Cash & Carry ont déjà décidé de mentionner ces informations sur les produits de leurs marques distributeur.

Cela cadre entièrement avec l'attention qu'ils accordent tous à l'alimentation saine et à une communication transparente avec les consommateurs.

Afin de familiariser rapidement les consommateurs à cette nouvelle présentation, FEVIA et les entreprises les informeront par le biais des emballages, de brochures, de leurs services consommateurs et de leurs sites Internet. Vous trouverez des informations complémentaires sur le site internet www.alimentationinfo.org.

Chris Moris, Directeur Général de FEVIA, a déclaré: « Des étudesⁱⁱ démontrent que les consommateurs veulent en savoir plus sur la composition de leur alimentation. De leur côté, les entreprises alimentaires souhaitent les informer de façon objective et compréhensible sur la valeur nutritionnelle de leurs produits. Grâce à la présentation graphique harmonisée des informations nutritionnelles sur les emballages, les consommateurs pourront comparer et choisir en toute connaissance de cause les aliments et boissons adaptés à leur mode alimentaire. Cette approche harmonisée des informations nutritionnelles permettra aux consommateurs de reconnaître rapidement les Repères Nutritionnels Journaliers (GDA) et de comprendre les informations en un clin d'œil. »

FEVIA REPRESENTE

• entreprises (2005):	5 600
• travailleurs (2005):	90 400
• chiffre d'affaires (2005):	31 500 mio EUR
• valeur ajoutée (2005):	6 000 mio EUR
• exportations (2005):	14 400 mio EUR



Federatie Voedingsindustrie vzw ■ Fédération de l'Industrie Alimentaire asbl

Note à la rédaction :

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Chris Moris, Directeur Général de FEVIA

0475/80.58.39

Katrien Verbeke, Communication Specialist chez Delhaize

02/412.82.39 – kverbeke@delhaize.be

Philippe Nowé, Directeur Marketing chez Makro Cash & Carry Belgium

03/328.92.02

Voir aussi www.alimentationinfo.org

ⁱ Les Repères Nutritionnels Journaliers (GDA) sont un indice de la consommation quotidienne en énergie (kcal) et en certains nutriments (sucres, lipides, lipides saturés, sodium ou sel, etc.) établis par la CIAA (Confédération européenne de l'Industrie Agro-Alimentaire) avec la collaboration de nutritionnistes reconnus, sur base de données scientifiques publiées sur les besoins alimentaires, dont Eurodiet (cf. CIAA Recommendation for a Common Nutrition Labelling Scheme – 30 juin 2006 – <http://gda.ciaa.be>).

ⁱⁱ Ceci repose sur diverses recherches :

- Perceptions des consommateurs vis-à-vis de l'étiquetage des produits alimentaires. Étude réalisée à la demande du Service Public Fédéral Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement. Belgique, CRIOC, 2004.
- Les recherches menées par EUFIC (Conseil européen d'information sur l'alimentation) dans quatre pays (France, Allemagne, Italie et Royaume-Uni) montrent que les consommateurs veulent disposer d'informations claires, concises et lisibles qui leur permettent de faire des comparaisons et surtout les aident à prendre des décisions dans le cadre de leurs achats.

FEVIA REPRESENTE

• entreprises (2005):	5 600
• travailleurs (2005):	90 400
• chiffre d'affaires (2005):	31 500 mio EUR
• valeur ajoutée (2005):	6 000 mio EUR
• exportations (2005):	14 400 mio EUR