

## SOMMAIRE

### EDITO 1

- **Ne pas oublier le consommateur et sa capacité à choisir**

Clarisse LEMAITRE

### INTERVIEW 2

- **Impact de l'offre et de la demande sur la qualité nutritionnelle de l'alimentation**

Interview de Marine Spiteri

### EN LIBRAIRIE 5

- **Le Guide indispensable de la nutrition**

Éditions EDP Santé

### EVENEMENTS 5

- **1<sup>ère</sup> Ecole clinique de la SFN - « Les régimes d'exclusion, pour quoi ? pour qui ? »**

5 avril 2018

#### VALORIAL PUBLIE AUSSI

Liv<sup>e</sup> Actus du pôle  
Sciences & Technologies  
Tendances alimentaires  
Pour les recevoir, contactez-nous

## Ne pas oublier le consommateur et sa capacité à choisir

A l'heure où la défiance vis-à-vis des produits alimentaires dits « industriels » atteint des niveaux inégalés, la demande de « *transparence totale* » fait partie des tendances clefs de 2018, d'après le cabinet international Mintel. Le traitement médiatique aidant, les consommateurs ont souvent le sentiment que les fabricants n'agissent que pour leur propre profit, quitte à négliger la sécurité des produits et donc la santé des consommateurs.

Cependant, comment peut-on imaginer que les préoccupations sanitaires soient totalement déconnectées des préoccupations économiques ? Les commentateurs qui, aujourd'hui, affirment que Lactalis aurait volontairement minimisé les procédures de qualité pour faire quelques économies supplémentaires, oublient un peu vite que le consommateur manifesterà son mécontentement d'abord en arrêtant d'acheter ses produits. Les conséquences économiques risquent d'être lourdes pour le géant laitier français.

De même, s'il est tentant d'accuser la « terrifiante » industrie agro-alimentaire de tous les maux, et notamment de l'épidémie de maladies de civilisation comme l'obésité, le diabète ou le cancer, il ne s'agirait pas pour autant de dénier toute responsabilité et tout impact de l'acte de consommation. Le marché alimentaire étant commandé par la loi de l'offre et de la demande, il faut bien garder à l'esprit que le choix que fait le consommateur (la demande) influence ce que l'industriel va lui proposer (l'offre). C'est une partie du mécanisme de « cercle vertueux » attendu avec la mise en place du Nutri-score. En effet, l'affichage clair de la qualité nutritionnelle du produit devrait inciter les consommateurs à des choix plus « sains », poussant les fabricants à la reformulation vers des profils plus favorables.

Mais avant la mise en place de cette mesure, l'OQALI a pu mesurer l'influence de l'offre et de la demande sur la qualité nutritionnelle globale des aliments consommés par les Français, entre les périodes 2008-2010 et 2011-2013 (Oqali - *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation* - 2016 - [Rapport](#) - [Synthèse](#)). Les enseignements de cette étude sont présentés par Marine Spiteri, l'une de ses coordinatrices.

Clarisse LEMAITRE,

Consultante nutrition et réglementation, FOODINNOV NUTRITION

## Impact de l'offre et de la demande sur la qualité nutritionnelle de l'alimentation

**Cette interview a pour objectif d'en savoir plus sur l'étude Oqali\* que vous avez coordonnée (voir encadré en ci-contre). Y avait-il une hypothèse de départ vers une amélioration ou une dégradation ?**

Cette étude s'intéresse à l'évolution de la qualité nutritionnelle des consommations alimentaires et à ses déterminants : changement de la qualité de l'offre des produits et/ou modification des comportements de consommation.

Sans réaliser de postulat de départ, cette étude cherche à quantifier de manière objective les contributions respectives des reformulations des produits alimentaires réalisées par les industriels, du renouvellement de l'offre de produits (l'apparition vs. le retrait de références sur le marché) et des substitutions entre produits opérées par les consommateurs.

**Quelle a été la méthodologie de cette étude ?**

Cette étude s'appuie sur les données de composition nutritionnelle des références alimentaires commercialisées sur le marché français, collectées par l'Oqali lors de deux vagues de collecte : entre 2008 et 2010 (t0), puis entre 2011 et 2013 (t1).

Ces données nutritionnelles ont été croisées avec des données économiques issues du panel Kantar WorldPanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française), de manière à attribuer un volume de ventes à chaque référence alimentaire pour chaque temps de collecte.

Ensuite, un algorithme, adapté à partir de celui mis en œuvre par Griffith *et al.* (2017) sur la question du sel au Royaume-Uni, a été appliqué sur ces jeux de données pour quantifier les 3 effets suivants : la reformulation des produits, le renouvellement de l'offre et l'évolution des choix des consommateurs.

L'analyse a été menée par secteur alimentaire en sélectionnant, pour chacun d'entre eux, les nutriments d'intérêt sur la base de la composition nutritionnelle des produits du secteur et de leur contribution aux apports nutritionnels.

**Quels sont les différents effets considérés dans le rapport ? Comment ont-ils été caractérisés ?**

L'effet « **reformulation** » traduit l'impact d'un changement de recette d'un produit prélevé lors des deux vagues de collecte, en tenant compte de la part de marché de ce produit à t0. Ainsi, la reformulation d'une référence aura un impact d'autant plus important que sa part de marché à t0 était forte.

L'effet « **renouvellement de l'offre** » traduit l'impact de l'apparition ou du retrait de références sur le marché entre les deux vagues. Il tient compte de la composition nutritionnelle de ces

Marine Spiteri



Ingénieur de recherche INRA

Coordnatrice de l'étude  
« Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation »

références et de leur importance sur le marché en termes de volumes. Ainsi, un produit présentant une meilleure qualité nutritionnelle que celle observée sur le secteur à t0 contribuera à améliorer la qualité nutritionnelle des consommations, et ce d'autant plus que sa part de marché à t1 est forte.

L'effet « **évolution des choix des consommateurs** » se mesure sur les produits prélevés lors des deux vagues de collecte. Il traduit l'impact de l'évolution de la part de marché d'un produit entre le t0 et le t1, tout en tenant compte de sa composition nutritionnelle relative par rapport à la moyenne observée sur le secteur à t0.

**Quels secteurs ont fait l'objet d'un intérêt particulier ? Pour quelles raisons ?**

Quatre secteurs ont été analysés dans cette étude : les céréales pour petit-déjeuner, les biscuits et gâteaux industriels, les chips de pommes de terre et les boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA). Ces secteurs présentent un intérêt double : d'une part, ils contribuent aux apports nutritionnels pour des nutriments dont il est recommandé de limiter les apports et d'autre part, ils font l'objet d'engagements volontaires de progrès nutritionnels de la part de plusieurs acteurs (fabricants ou distributeurs).

### \*L'OQALI

L'Oqali, anciennement « Observatoire de la qualité de l'alimentation », a vu le jour en février 2008 à l'initiative des ministères chargés respectivement de l'agriculture, de la santé et de l'économie. Depuis 2010, l'Oqali est intégré dans l'**Observatoire de l'Alimentation** en tant que section nutritionnelle chargée des questions relatives à l'offre et aux caractéristiques des aliments.

La mise en œuvre des études est confiée à l'**INRA** (Institut national de la recherche agronomique) et à l'**Anses** (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail).

Les objectifs affichés de l'Oqali sont les suivants :

- **rassembler et analyser** les données nutritionnelles et socio-économiques sur les aliments ;
- **suivre** l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire en incluant, autant que possible, les dimensions rétrospectives ;
- **éclairer et évaluer** les interventions publiques et privées en vue d'une amélioration continue de l'offre alimentaire ;
- **donner des supports** à des démarches concertées entre les pouvoirs publics et les entreprises (chartes d'engagements de progrès nutritionnel, plans d'actions...) et suivre leur mise en application.

Par ailleurs, ces secteurs présentent des caractéristiques variées, notamment en matière de degré de concentration et de diversité de recettes. Ceci permet de tester la méthodologie dans différents cas de figure et de l'appliquer sur plusieurs nutriments d'intérêt. En effet, les efforts de reformulation de quelques acteurs peuvent avoir plus d'impact dans un secteur concentré que dans un secteur non concentré. En outre, les substitutions réalisées par les consommateurs entre différentes recettes ou la mise sur le marché de produits au sein de familles de meilleure qualité nutritionnelle (ou le retrait de produits issus de familles de moindre qualité nutritionnelle) constituent des marges de manœuvre, ces dernières étant plus restreintes dans un secteur où les recettes sont homogènes.

### Quels sont les « bons » et les « mauvais élèves » (secteurs) pour ce qui est de l'évolution de la qualité nutritionnelle des produits ?

Les résultats de cette étude montrent que les professionnels ont réalisé des efforts de reformulation pour la plupart des couples secteurs-nutriments (excepté pour les sucres dans les biscuits et gâteaux industriels et les matières grasses des chips de pommes de terre). Ces améliorations de recettes concernent les produits durablement installés sur le marché, collectés lors des deux vagues. Ceci est particulièrement marqué pour **les teneurs en acides gras saturés (AGS) des chips** qui ont nettement diminué entre 2009 et 2011, en grande partie grâce aux reformulations. Ceci résulte d'une action collective des professionnels, visant à remplacer l'huile de palme par de l'huile de tournesol, moins riche en AGS. Par la même occasion, les recettes ont également été améliorées pour diminuer les teneurs en sodium.

Des efforts de reformulation allant dans le sens des recommandations nutritionnelles impactent également de manière notable **les teneurs en sucres et en sodium des céréales pour le petit-déjeuner**. Là encore, ces progrès peuvent être reliés au moins en partie aux chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel : deux industriels majeurs et plusieurs distributeurs se sont engagés à titre individuel à améliorer la composition nutritionnelle de ces produits.

Enfin, des progrès réalisés via des reformulations sont relevés concernant **les teneurs en acides gras saturés des biscuits et gâteaux industriels**.

### La demande des consommateurs a-t-elle réellement une influence sur la reformulation des produits du point de vue nutritionnel ?

La demande des consommateurs guide la formulation des produits. Pour maximiser leurs ventes, les offreurs ont tout intérêt à mettre sur le marché des produits qui répondent à la

demande. Le problème vient du fait que, pour une grande partie des consommateurs, la qualité nutritionnelle des produits n'est pas le premier critère de choix : celui-ci arrive après d'autres aspects tels que le goût, le prix ou d'autres facteurs marketing. Ainsi, comme l'indiquent Combris *et al.* (2014), il n'est pas toujours possible de modifier les caractéristiques des produits de façon à répondre aux attentes des consommateurs sensibilisés aux enjeux de santé sans induire un risque de rejet par ceux qui ont d'autres attentes. En effet, l'amélioration de la qualité nutritionnelle peut être interprétée comme le signal d'une dégradation de la qualité sensorielle du produit.

Par conséquent, en dehors des marchés ciblant explicitement les consommateurs soucieux de leur santé, les entreprises n'ont pas réellement d'incitations économiques à reformuler leurs produits à des fins nutritionnelles.

### Les industriels craignent souvent un phénomène de substitution lorsque les formules évoluent trop vite : cette crainte est-elle fondée ?

Comme décrit plus haut, le goût constitue l'un des premiers critères de choix des consommateurs. La reformulation des produits doit donc se faire, dans la mesure du possible, sans altérer leur qualité sensorielle. Sans cela, si l'initiative a été prise individuellement, il y a effectivement un risque que les consommateurs se détournent du produit amélioré et choisissent les produits concurrents présentant un goût plus proche de leurs attentes, avec potentiellement une qualité nutritionnelle moindre.

A titre d'exemple, en 2008, l'entreprise Campbell avait diminué la teneur moyenne en sodium d'une de ces gammes de soupes d'environ 35 %. Les consommateurs n'ont pas adopté ces nouvelles recettes, et en 2010, l'entreprise a dû rehausser les teneurs en sodium pour revenir quasiment aux niveaux initiaux.

Dans le cas d'une stratégie individuelle, il est donc préférable d'améliorer les produits progressivement, sur une longue période, de manière à ce que les changements ne soient pas perçus par les consommateurs. Du fait de la tension entre qualités sensorielle vs. nutritionnelle, les offreurs ont tout intérêt à ne pas signaler ces changements de recette au consommateur pour limiter les risques commerciaux.

### Pensez-vous que l'étiquetage nutritionnel facultatif en face avant puisse avoir un réel effet incitatif sur les industriels ?

Les systèmes d'étiquetage nutritionnel ont pour objectif de faciliter le choix d'achat du consommateur, au regard de la composition nutritionnelle des produits. En France, les pouvoirs publics

ont recommandé le dispositif Nutri-score, d'application volontaire.

Si les logos nutritionnels visent principalement à orienter les choix des consommateurs, ils peuvent également encourager les industriels à reformuler leurs produits. Pour cela, le système de notation et de classification doit être suffisamment fin pour permettre aux offreurs d'afficher un logo (dans le cas d'un logo unique reposant sur des critères d'éligibilité) ou d'apposer un logo plus favorable (dans le cas d'une échelle de classification) suite à une amélioration de la recette.

A titre d'exemple, Young et Swinburn (2002) ont montré que la mise en œuvre du logo « *Pick the tick* » a incité les producteurs à diminuer les teneurs en sodium de certaines références de pains, de céréales pour le petit-déjeuner et de margarines entre 1998 et 1999 en Nouvelle Zélande.

Le renforcement des critères d'attribution des logos nutritionnels peut aboutir à des reformulations plus poussées, assurant une amélioration continue des produits. C'est le cas par exemple en Finlande où, depuis la fin des années 1990, un logo d'avertissement spécifique est obligatoire pour les produits dont la teneur en sel dépasse un certain seuil. Ce seuil a été révisé à plusieurs reprises.

### **Trouvez-vous justifié, en termes de santé publique, de mettre en place des « fat tax » ou taxes sur les boissons sucrées ?**

Les politiques de taxation visent à modifier les arbitrages des consommateurs en agissant sur les prix relatifs des produits. L'impact potentiel des taxes nutritionnelles a été décrit et discuté par Bonnet et Réquillart (2014), sur la base de l'exemple français de taxe sur les BRSA.

Il apparaît que la substitution entre produits est un élément clé à prendre en considération. Pour induire une modification de la consommation alimentaire, il est plus efficace de viser une substitution à l'intérieur d'une catégorie, en taxant les produits les plus délétères, que d'attendre un report vers une autre catégorie *via* un changement d'habitudes alimentaires.

Pour illustrer cela, dans leur analyse d'impact de la « taxe soda » française, les auteurs montrent que la mesure pourrait aller à l'encontre des recommandations de santé car les reports de consommation s'opèreraient vers les jus de fruits (non taxés mais aussi sucrés que les autres BRSA), induisant une augmentation de la consommation de sucres totaux. Une taxe appliquée aux seules boissons sucrées (et non aux boissons édulcorées) aboutirait ainsi à de meilleurs résultats car une partie des reports s'effectuerait vers les boissons allégées. Les auteurs précisent que dans le cas de la France, l'impact potentiel est dans tous les cas limité compte tenu du niveau faible de consommation à domicile de BRSA.

La stratégie des industriels à la mise en place d'une taxe est également un facteur à prendre en considération : ces dernières peuvent répercuter partiellement, totalement voire sur-répercuter le coût de la taxe aux consommateurs, ce qui impacte leur niveau de réaction.

La définition de la taxe est donc fondamentale. A cet égard, la nouvelle version de la « taxe soda » qui entrera en vigueur en juillet 2018 et qui prend en compte le niveau de sucres ajoutés peut avoir un effet plus important sur la consommation de sucres (taxation graduelle). D'une part, elle pourrait orienter les choix des consommateurs vers des boissons moins sucrées (notamment les boissons allégées) et d'autre part, elle pourrait inciter les industriels à reformuler leurs produits de manière à ce qu'ils soient moins taxés.

Enfin, les instruments de taxation portant sur l'alimentation sont souvent controversés du fait de leur caractère régressif : ils pénalisent davantage les consommateurs à faibles revenus. Néanmoins, ces politiques peuvent être progressives quant à leur effet potentiel sur la santé puisque ces derniers sont en moyenne de plus grands consommateurs de produits potentiellement ciblés par les taxes.

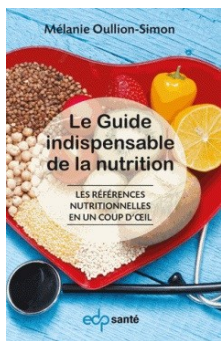
**Propos recueillis par Clarisse LEMAITRE,  
Consultante FOODINNOV NUTRITION**

### **Références :**

- Oqali** (2016). *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation. Rapport, 75 p.*
- Griffith R, et al. (2017). *The Importance of product reformulation versus consumer choice in improving diet quality*. *Economica*. 2017;84:34-53.
- Combris P, et al. (2014). *Interventions publiques et démarches d'entreprises pour l'amélioration de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire : apports et limites*. *Cahier de nutrition et de diététique*. 49 (1), 22-31
- Geller M. (2011). *Campbell adds salt to spur soup sales*. Reuters. <<http://www.reuters.com/article/2011/07/12/us-campbellsoup-idUSTRE76B2V320110712>>
- Bobowski N, et al. (2015). *A longitudinal comparison of two salt reduction strategies: Acceptability of a low sodium food depends on the consumer*. *Food Quality and Preference*. 40. 270-278. 10.1016/j.foodqual.2014.07.019.
- Young L. and Swinburn B (2002). "Impact of the Pick the Tick food information programme on the salt content of food in New Zealand." *Health Promot Int* 17(1): 13-9.
- Bonnet C et Réquillart V (2014). « Que faut-il attendre des taxes nutritionnelles? », INRA Sciences Sociales, n° 2, 2014.

▶ **Le Guide indispensable de la nutrition**

Mélanie Oullon-Simon. Éd. EDP Santé, janvier 2018, 238 pages, 22 €.



Ce livre de référence en nutrition met en lumière le classement des aliments les plus riches et les plus pauvres en macro et micronutriments par groupes alimentaires.

Il permet aux professionnels et étudiants de santé, ou aux autres amoureux de la diététique, de consulter de façon pratique et rapide des informations nutritionnelles fiables.

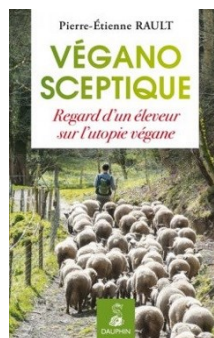
Cet outil de travail innovant à double entrée permet de trouver, à partir d'un macro/micronutriment ou d'un groupe alimentaire, le classement et la valeur nutritionnelle d'un aliment.

▶ **Végano-sceptique—Regard d'un éleveur sur l'utopie végane**

Pierre-Etienne RAULT. Éd. Dauphin, novembre 2017, 159 pages, 14 €.

Végano-sceptique est un essai qui interroge le lecteur sur le bien-fondé d'un mouvement idéologique contemporain. Il est le fruit d'une réflexion personnelle et collective, emprunt d'une vision paysanne. Il pose des questions et ouvre le dialogue entre deux parties qu'une seule question oppose : la place de l'homme au sein des écosystèmes, parmi la grande famille du vivant.

Berger et éleveur préoccupé d'écologie et amoureux du monde animal, Pierre Rault répond à l'idéologie végane dont les discours moralisateurs placent la profession au banc des accusés. En ouvrant le dialogue, il soulève des questions concrètes qui ne cèdent pas à la complaisance émotionnelle.



**Comité scientifique**

L. Guéguen, B. Schmitt, P. Legrand, J. Moulinoux, J.M. Gandon, J. Delarue, M. Champ, C. Dion

**Directeur de la publication**

J.L. Perrot

**Rédacteur en chef**

V. Lafaye

**Equipe rédactionnelle**

A. El-Orche, D. Langlais, C. Le Stunff, C. Lemaître

**Comité de lecture**

H. Le Pocher, P. Chong, R. Conanec, A.E. Le Minous, C. Jan

**Maquette**

A. El-Orche

**Edition**

Valorial

**L'EQUIPE D'ANIMATION**

**Président :** Pierre Weill

**Directeur :** Jean-Luc Perrot

**Responsable communication**  
Christophe Jan

**Responsable projets**  
Régis Del Frate

**Responsable innovation**  
Caroline Revol

**Chargées de projets**  
Gwenn Weber

**Responsable international et administratif**  
Valérie Beauvois

**Responsable Business development**  
Jean-Philippe Balberde

**Assistante du pôle**  
Valérie Baudeux

**N'HESITEZ PAS A NOUS CONTACTER :**

**Valorial**

8 rue Jules Maillard de la Gournerie  
35000 Rennes  
France

Tél. : +33 (0)2 99 31 53 05  
Email : [valorial@pole-valorial.fr](mailto:valorial@pole-valorial.fr)

[www.pole-valorial.fr](http://www.pole-valorial.fr)  
Twitter : @Pole\_Valorial

**SALONS & EVENEMENTS**

▶ **Formation - « Concevoir des produits innovants à destination de la cible sportifs »**

27 mars 2018, Bruz

[conseil-lrbeva-nutrition.com](http://conseil-lrbeva-nutrition.com)

▶ **Sandwich and Snack Show - Parizza - Japan Food Show**

4-5 avril 2018, Paris - Porte de Versailles

[www.sandwichshows.com](http://www.sandwichshows.com)

▶ **1<sup>ère</sup> Ecole clinique de la SFN - « Les régimes d'exclusion, pourquoi ? pour qui ? »**

5 avril 2018, Agro Paris Tech (amphi Coleou), Paris

[sf-nutrition.org](http://sf-nutrition.org)

▶ **59<sup>èmes</sup> Journées Nationales de Diététique et Nutrition**

9-11 avril 2018, Hôpital de la Timone, Marseille

[www.afdn.org](http://www.afdn.org)