

Au menu - Actualité : Point sur FFAS : colloque « Le modèle alimentaire français : adaptation ou disparition ? **Mieux comprendre :** Pourquoi soutenir le Fonds Français Alimentation et Santé ? - **Quoi de neuf ?** Publicités télévisées : signature d'une nouvelle charte - Avancée du Groupe de Travail (GT DGAL) sur les fibres **Initiatives :** Bilan de la charte PNNS Uncle Ben's - Guide du don alimentaire, pour développer et faciliter le don



Le Comité de Rédaction :
Magali Bocquet, Valérie Busson, Sylvie Chartron, Sarah Clisci, Marie-Pierre Kaffel, Brigitte Laurent, Sylvie Pillon, Cécile Rauzy, Philippe Reiser, Céline Richonnet, Yvette Soustre

vous souhaite de très bonnes fêtes de fin d'année.



Le point sur...

FFAS : colloque « Le modèle alimentaire français : adaptation ou disparition ? »

Le 19 Novembre 2013 le Fonds Français pour l'Alimentation et la Santé a organisé un colloque intitulé « Le modèle alimentaire français : adaptation ou disparition ? » : retour sur les points marquants de ce colloque.

Le modèle français se définit essentiellement par les modalités de ses prises alimentaires et les représentations qui y sont associées. Si ce modèle reste encore très majoritaire, on constate cependant des pratiques qui s'en éloignent progressivement.

« Le modèle alimentaire français », se caractérise par une fréquence de 3 repas par jour pris à des horaires précis et réguliers. Ces repas s'effectuent dans des lieux réservés à l'alimentation (salle à manger, restaurant), assis à table (commensalité) avec des couverts et des verres. Les convives (famille, amis, collègues...), répartis autour de la table partagent la nourriture et les plaisirs associés. Les repas sont structurés (3 ou 4 plats successifs).

Si ce modèle régule encore la majorité des prises alimentaires de la population française, on observe des évolutions progressives avec des aménagements selon les modes de vie: réduction du nombre de repas (2 voire 1) ; menus à 2 composantes (entrée + plat ou plat + dessert) voire une seule (sandwich, kebab...) ; diversification des lieux de consommation (plateaux repas, lieux publics, voiture...) ; réduction de la sociabilité (développement des prises solitaires) etc.

Si des différences selon le sexe des individus sont observées, c'est surtout l'âge qui différencie le plus les pratiques. Pratiques conditionnées également et fortement par des facteurs économiques (populations en situation de précarité), techniques (alimentation hors domicile, plats prêts à manger), sociaux (augmentation du nombre de personnes vivant seules) et culturels (métissage des pratiques alimentaires) notamment.

Face à ces tendances lourdes aux déterminants multiples, se pose la question : « **faut-il sauvegarder le modèle français et pourquoi ?** »

S'il peut y avoir un consensus sur la défense des valeurs de la sociabilité face à la montée de l'individualisme, les bénéfices nutritionnels souvent évoqués ne semblent en revanche pas complètement évidents. En effet, même si l'analyse des conséquences nutritionnelles de ces nouvelles pratiques est difficile et fournit des résultats souvent contradictoires, il ne semble pas - contrairement à des idées répandues et souvent dogmatiques - qu'elles aboutissent en elles-mêmes et systématiquement à des « horreurs nutritionnelles ».

Les déterminants, multiples, complexes et interactifs des manières de table et des choix alimentaires individuels et collectifs, associés aux facteurs contextuels eux-mêmes, peuvent fournir à chacun une certaine liberté dans les façons de se nourrir « correctement » sans pour autant oublier qu'une politique de l'offre alimentaire reste indispensable.

Préserver le modèle alimentaire français c'est :

- ne pas l'enkyster dans une vision élitiste, passéiste et immuable. Accepter la modernité qui doit pouvoir se conjuguer avec tradition, terroir et gastronomie
- s'adapter aux nouvelles formes de commerce moderne (drive, street-food, internet, etc.) qui peuvent favoriser les valeurs de ce modèle auprès du plus grand nombre
- aider les très nombreuses petites entreprises (TPE), qui caractérisent notre modèle alimentaire (variété des savoir-faire) et qui constituent la force industrielle française (70% des IAA), dans un contexte de mondialisation. Les aider notamment à investir dans le marketing au-delà de la R&D et de la qualité qu'elles maîtrisent pour faire-savoir au-delà du savoir-faire, et à adapter leur savoir-faire aux autres cultures et habitudes (et donc en sachant exporter ce modèle et le consolider)
- mais aussi responsabiliser le consommateur pour transmettre les valeurs du modèle alimentaire français aux futures générations.

Retrouver les vidéos des interventions sur : www.alimentation-sante.org/

Au menu : Le modèle alimentaire français/Claude Fischler - Le modèle alimentaire français peut-il survivre au Prêt à Manger ?/Xavier Terlet - Manger dans la rue : tendances d'une pratique qui s'amplifie et se transforme/Nadine Ribet - Les contraintes du hors domicile : manger vite ?/Jean-Pierre Corbeau - Trois repas quotidiens en région parisienne/Christine Tichit - Parcours de vie, relations interethniques, rapports sociaux et créations alimentaires à l'heure de la mondialisation/Chantal Crenn - La diffusion de nouvelles représentations et pratiques alimentaires/Céline Laisney - Les conséquences nutritionnelles des adaptations du modèle français/Bernard Guy-Grand

Pourquoi soutenir le Fonds Français Alimentation et Santé ?

Le Fonds français pour l'alimentation et la santé a rapidement fait la preuve de sa pertinence et de son efficacité en prenant le parti, sur tous les sujets abordés, d'avoir une vision objective basée sur les éléments apportés par la science. Il se veut ainsi un lieu d'expression des certitudes et incertitudes scientifiques. Sans être influencé par l'actualité médiatique ni la nourrir, il produit des données fiables et des analyses contextualisées.

Avec ses instances, le Fonds a mis en place des procédures rigoureuses pour que chacune de ses décisions soit l'expression de la compétence de ses membres, de leur indépendance et de leur impartialité. Ces précautions étaient nécessaires pour

inscrire l'action du Fonds dans le sens de l'intérêt général et en faire l'instrument phare de la RSE des entreprises donatrices.

Depuis sa création, le Fonds a financé cinquante trois projets de recherche et programmes d'éducation alimentaire, organisé une trentaine de colloques et conférences scientifiques. Il a créé la « Semaine Alimentation & Santé » et lancé des « Etats des lieux scientifiques », le premier ayant concerné l'huile de palme.

Il a encore beaucoup de défis à relever. Le premier est de promouvoir la connaissance et l'information du public sur les comportements alimentaires favorables

à la santé. C'est un processus long et multi-acteurs. Les efforts des entreprises sur la composition des aliments n'auront de sens que si les consommateurs sont en mesure de faire des choix raisonnés. Le second consiste à poursuivre le travail sur la compréhension des comportements alimentaires, leurs déterminants et leurs conséquences. Le troisième est celui d'un partenariat durable avec les Pouvoirs publics. Il a été amorcé avec le haut patronage du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la pêche accordé à la Semaine Alimentation & Santé. Il a vocation à s'amplifier.»

Pour en savoir plus :

<http://www.alimentation-sante.org/>

Quoi de neuf ?

Publicités télévisées : signature d'une nouvelle charte

La nouvelle **Charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision** a été signée le jeudi 21 novembre 2013, pour cinq nouvelles années. La précédente charte, signée en 2009 pour 5 ans, prenant fin en Décembre 2013.

Six ministres sont signataires de cette charte : Ministres des Affaires sociales et de la Santé ; de la Culture et de la Communication ; des Sports et de la Jeunesse ; de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire ; des Outre-mer et de l'Education nationale. Le document réuni 33 signataires dont l'ANIA, l'UDA (Union des Annonceurs) et l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).

Par cette charte les annonceurs de l'agro-alimentaire s'engagent à :

- Renforcer la démarche responsable de la publicité concernant le contenu des publicités alimentaires, y compris en outre-mer.
- Financer régulièrement des programmes courts d'éducation adaptés au jeune public pour favoriser les bons comportements de vie, d'alimentation et d'activité physique (films « Trop la pêche »).

L'introduction précise que « L'ensemble des partenaires de cette charte a conscience qu'une longue période est nécessaire pour faire évoluer les mentalités et les modes de vie. C'est pourquoi les partenaires sont disposés à souscrire à une nouvelle charte plus ambitieuse pour une durée de cinq ans, **dès lors que le cadre législatif et réglementaire demeure identique à celui en vigueur au moment de la signature de celle-ci.** »

Pour en savoir plus <http://www.ania.net/signature-de-la-charte-alimentaire>

Avancée du Groupe de Travail (GT DGAL) sur les fibres

Le GT « Fibres » lancé par Guillaume Garot dans le cadre des GT ingrédients arrivait le 2 décembre à la fin de ces travaux. De nombreux acteurs (opérateurs économiques, instituts de recherche, organismes publics, pôle de compétitivité etc..) se sont mobilisés autour des pouvoirs publics pour partager et échanger sur : 1. L'état des connaissances scientifiques sur les fibres (définition, méthode d'analyse, bénéfices nutritionnels..) ; 2. L'état de la consommation, les aliments vecteurs et les recommandations nutritionnelles ; 3. L'état de l'offre alimentaire source de fibres, sa diversité, sa valorisation ; 4. Les freins et les leviers pour augmenter la consommation de fibres et des aliments vecteurs, les leviers pour rendre plus attractifs les fibres et les aliments en contenant ; 5. L'état des connaissances des professionnels de santé concernant les fibres. Le GT devrait finaliser début janvier ses recommandations et le rapport sera alors remis au Ministre.

Initiatives des industries alimentaires

Bilan de la charte PNNS Uncle Ben's

En 2011, Mars Food a signé, pour la marque Uncle Ben's, la charte d'Engagements Volontaires de Progrès Nutritionnels. A travers cette initiative, la marque s'est engagée à réduire de -24% en moyenne la teneur en sodium de la gamme Uncle Ben's Express et de -18% en moyenne la teneur en sodium de la gamme Sauces Uncle Ben's. Chaque recette a été reformulée afin de garantir une baisse significative du sodium sans compromettre le goût du produit. Le rapport final, publié sur le site du ministère, fait état de résultats allant bien au-delà des engagements : une diminution moyenne de -38,7 % de la teneur en sodium sur les produits de la gamme Uncle Ben's Express et de -24,3 % sur les produits de la gamme Uncle Ben's Sauces.

* *moyenne pondérée d'abaissement en sodium (résultats d'analyses laboratoire EUROFINs – février 2013)*

Guide du don alimentaire, pour développer et faciliter le don

Pour répondre à l'appel des associations caritatives qui expriment leurs besoins croissants de dons en nature, l'ANIA, la FCD, la FNSEA et l'association SOLAAL ont publié une version actualisée du Guide du don alimentaire.

Ce guide est principalement destiné aux opérateurs économiques souhaitant contribuer à l'aide alimentaire. Il détaille les différentes possibilités de dons, les interlocuteurs clefs et les principales étapes du don en nature, quels que soient les produits ou les volumes.

Le guide permet aux acteurs non seulement d'inscrire leurs activités et salariés dans une démarche solidaire, mais également de lutter contre le gaspillage.

<http://www.ania.net/guide-du-don-alimentaire-pour-developper-et-faciliter-le-don>