

L'Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali) :

étude de la composition nutritionnelle et de l'étiquetage des produits alimentaires transformés

Dumas C.¹, Gillot N.¹, Ménard C.¹, Labarbe B.¹, Goglia R.², Spiteri M.², Combris P.², Soler L.G.², Volatier J.L.¹

(1) : Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Afssa), Centre d'information sur la qualité des aliments (Ciqua), Maisons-Alfort, France

(2) : Institut national de la recherche agronomique (Inra), Unité Alimentation et sciences sociales (Aliss), Ivry-sur-Seine, France

www.oqali.fr

Contexte

Dans le contexte actuel d'efforts d'amélioration de l'état nutritionnel de la population, de débat sur les relations entre prix et qualité nutritionnelle et de discussions sur les allégations et l'étiquetage nutritionnel, disposer d'un outil d'information et d'étude est un besoin clé pour les pouvoirs publics, les professionnels et les consommateurs.

L'Oqali, créé en 2008 dans le cadre du 2^e Programme National Nutrition Santé, vise à suivre au cours du temps la composition nutritionnelle et l'étiquetage des aliments transformés vendus en France, et leurs caractéristiques économiques (prix moyens, parts de marché).

Objectifs

Pour chaque secteur suivi (biscuits et gâteaux, céréales du petit-déjeuner, produits laitiers...), l'objectif est d'étudier la variabilité nutritionnelle et la diversité des étiquetages (étiquetage nutritionnel, allégations, pictogrammes, recommandations de consommations).

Cette étude a été menée par famille de produits et segment de marché : marques nationales (MN), hard-discount (HD) et marques de distributeurs (MDD) en distinguant les produits d'entrée de gamme (premier prix PP).

L'exemple du secteur des produits laitiers frais (PLF) est développé ici.

Méthode

- Aliments génériques sélectionnés parmi les ultra-frais et les entremets et élaboration d'un plan d'échantillonnage distinguant ou non les segments de marché selon la contribution des aliments génériques sélectionnés aux apports nutritionnels des Français (données INCA2). De 1 à 4 échantillons composites ont donc été créés par aliment.
- Sélection des 430 références aux plus fortes parts de marché pour couvrir au moins 80 % du marché (données TNS WorldPanel 2004) de chaque aliment générique considéré.
- Analyses nutritionnelles sur 85 échantillons composites constitués de 430 références prélevées et poolées en proportions représentatives des parts de marché.
- Saisie de toutes les données étiquetées des 430 PLF, en distinguant chaque parfum d'un assortiment (n=707)
- Répartition des produits en 7 familles : yaourts et assimilés nature ou aux fruits/aromatisés, en distinguant les 0%, desserts lactés, fromages frais et laits/boissons lactées.

Résultats

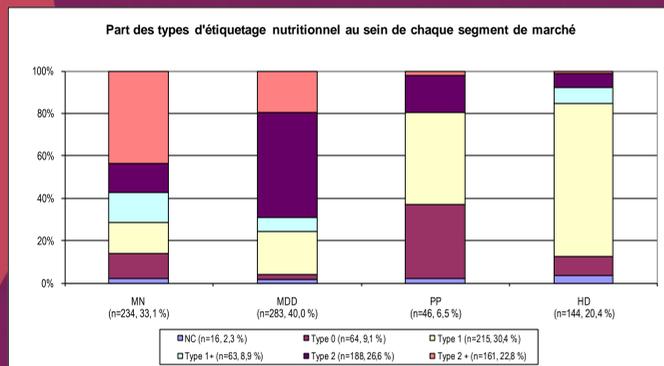


Fig. 1 : Répartition des types d'étiquetage nutritionnel par segment de marché (NC : étiquetage non communiqué – emballage incomplet)

- Les données d'étiquetage ont été étudiées de manière non poolée. Sur les 707 produits, 627 présentaient un étiquetage nutritionnel.
- La représentation du segment MDD (40 %) était la plus forte (33,1% MN, 20,4% HD, 6,5 % PP).
- Les 4 segments de marché se distinguaient par la fréquence et le type d'étiquetage nutritionnel (Fig. 1)
- Les produits MDD étaient très représentés parmi les produits étudiés avec allégations nutritionnelles (53,9%), repères nutritionnels sous forme de pictogrammes (75,0 %) et recommandations de consommation (85%), contrairement aux produits PP et HD prélevés.

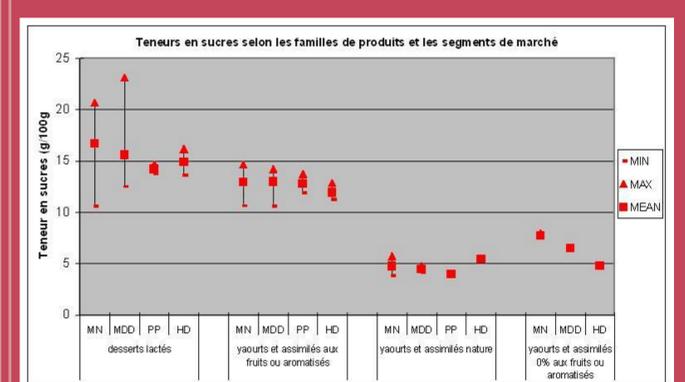


Fig. 3 : Comparaison des teneurs moyennes en sucres des échantillons et de la variabilité par famille de produits et segment de marché

Desserts lactés MN (n=9), MDD (n=8), PP (n=2), HD (n=8) ; yaourts et assimilés aux fruits ou aromatisés MN (n=4), MDD (n=3), PP (n=2), HD (n=4) ; yaourts et assimilés nature MN (n=2), MDD (n=2), PP (n=1) HD (n=1) ; yaourts et assimilés 0% aux fruits ou aromatisés MN (n=3), MDD (n=1), HD (n=1)

- Les données analytiques poolées ont été étudiées par famille de produit et segment de marché, par ex. pour les sucres (i.e. la somme des teneurs en glucose, fructose, maltose, galactose, saccharose, lactose) (Fig. 3)

- L'étude graphique par nutriment étudié a montré des différences nutritionnelles significatives plus fréquentes entre famille de produits qu'entre segment de marché.

- Sur les 430 références constituant les échantillons, 363 portaient un étiquetage nutritionnel, du groupe 1 (énergie, protéines, glucides, lipides) ou 2 (indication, en plus, des sucres, des saturés, des fibres et du sodium).
- L'étude graphique par nutriment étudié (Fig. 2) a montré une variabilité (écart par rapport à la moyenne) parfois importante entre produits.

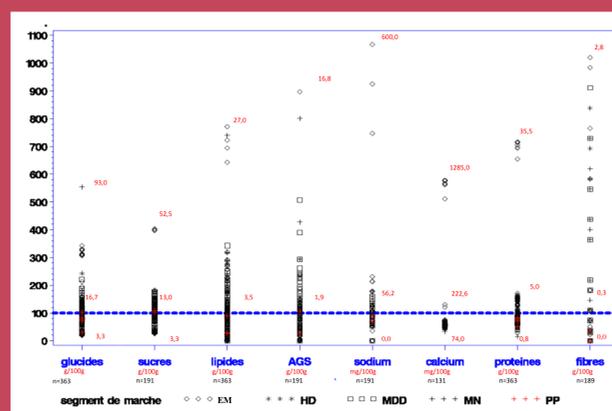


Fig. 2 : Variabilité des données nutritionnelles à partir des données d'étiquetage (EM : ensemble du marché)

Conclusion

La composition nutritionnelle des produits étudiés ne semble pas varier significativement selon le segment de marché, contrairement aux fréquences et types d'informations nutritionnelles étiquetées. Dans un objectif de santé publique et pour considérer l'ensemble de l'offre alimentaire, cette analyse sera poursuivie et approfondie sur d'autres secteurs de produits, dont les études seront publiées au premier semestre 2010.

Bibliographie

Oqali (2008) Etude du secteur des produits laitiers ultra-frais. Résultats. www.oqali.fr

Directive du Conseil du 24 septembre 1990 modifiée relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE)