

Agroalimentaire: La révolution de l'étiquetage

- De nouvelles mesures sur les valeurs nutritionnelles entrent en vigueur
- Des mentions spéciales ne laissent pas de place aux vrais-faux coups de pub
- Un changement réclamé par les associations de protection des consommateurs

FAIRE ses courses de manière éclairée sans pour autant être diplômé en nutrition. Telle est l'idée derrière les nouvelles règles d'étiquetage relatives aux produits alimentaires préemballés. Lorsque l'on est amené à choisir entre deux sodas, autant opter pour le plus sain, celui qui porte la mention: «Faible teneur en sucre». Un individu souffrant d'hypertension artérielle opérerait, pour sa part, pour un produit doté de la mention: «Sans sodium». Le choix d'une consommatrice surveillant sa ligne s'orientera naturellement vers du «Sans matière grasse». Le consommateur aura enfin accès à l'information. Cette fois-ci,

fini le vrai-faux coup marketing, et autres publicités qui incitent à l'achat impulsif. Les produits alimentaires mentionneront bientôt leur véritable composition! Du côté des associations de protection des consommateurs, l'on en demande pas plus. «C'est une avancée majeure à laquelle nous nous attendions depuis un moment. Il était temps de donner au consommateur l'accès à l'information pour qu'il puisse décider de son propre chef de l'achat de tel ou tel produit», explique Ouadie Madih, président d'Uniconso. De ce fait, un aliment estampillé «0% matières grasses» auparavant, ne portera la mention «sans matières grasses» que s'il n'en contient pas plus de 0,5g sur les 100g ou par 100ml.

La transition vers un système d'étiquetage plus responsable découle, au fait, de la loi 28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires élaborée par l'ONSSA (Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires). Et c'est ce texte de loi qui a été à l'origine d'un arrêté conjoint entre le ministère de la Santé et celui de l'Agriculture et de la pêche ma-



Outre les mentions «sans sucre», «riche en fibres» ou encore «faible en matière grasse»... le tableau nutritionnel qui figure au dos de chaque produit devrait renseigner obligatoirement sur la valeur énergétique et la quantité de graisses, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel

ritime. Publié au BO N°6488, il fixe les modalités des informations nutritionnelles, délimite le champ d'action des industriels

Ce qu'il faut retenir du nouvel étiquetage...

Les produits agroalimentaires qui seront vendus au Maroc bénéficieront désormais d'une description plus approfondie de leurs composants. Ainsi, bientôt, seront obligatoirement présentés sur l'étiquette du produit, sous la forme d'un tableau, les éléments suivants*

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100 g	
Energie (kJ)	
Energie (kcal)	
Matières grasses (g)	
dont acides gras saturés (g)	
Glucides (g)	
dont sucres (g)	
Protéines (g)	
Sel (g)	

* Le tableau devra inclure également les acides gras-mono insaturés ou polyinsaturés, les polyols, l'amidon et les fibres alimentaires

D'autres indications, optionnelles, devront être mentionnées, pouvant être accompagnées de logos ou pictogrammes selon le choix du producteur. En voici quelques-unes et ce sur quoi elles renseignent réellement (les icônes ci-dessous sont uniquement données à titre d'illustration):

■ **«Sans matières grasses»:** Ne contient pas plus de 0,5g de matières grasses pour 100 grammes ou 100 millilitres.



■ **«Sans sucres»:** Ne contient pas plus de 0,5g de sucres pour 100g ou 100ml.



■ **«Pauvre en sodium ou en sel»:** Produit ne contenant pas plus de 0,12g de sel pour 100g ou 100ml.



■ **«Riche en fibres»:** Contient au moins 6g de fibres pour 100g et au moins 3g de fibres pour 100 kilocalories.



■ **«Riche en protéines»:** Au moins 20% de la valeur énergétique est fournie par des protéines.



■ **«Sans sucres ajoutés»:** Produit n'obtenant aucun ajout supplémentaire de sucre. Si le sucre est présent naturellement dans le produit, l'indication suivante doit figurer sur l'étiquette: «Contient des sucres naturellement présents».



■ **«Faible valeur énergétique»:** Contient au maximum 40 kcal (170 kilojoules) pour 100 g concernant les solides et au maximum 20 kcal (80kJ) pour les boissons.

Autres spécifications:

■ **«Allégé/Light» ou «Réduit en "nom du nutriment"»:** La teneur en nutriment ou autre est d'au moins 30% plus faible que dans les produits similaires.

■ **«Naturel/Naturellement»:** A rajouter à l'une des indications citées ci-dessus uniquement si le produit remplit ces conditions naturellement (exemple: «pauvre en sel naturellement»). □

H.W.

ANALYSE

Agroalimentaire: La révolution de l'étiquetage

en matière d'étiquetage. A coup sûr, cette mesure implique des coûts supplémentaires en terme de packaging, impression... Ainsi, le tableau nutritionnel qui figure au dos de chaque produit devrait renseigner obligatoirement sur la valeur énergétique et la quantité de graisses, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel... «La valeur nutritionnelle permet aux consommateurs de comparer les denrées entre elles et de choisir les aliments adaptés à leur pouvoir d'achat et ce, sur la base d'une information qu'ils détiennent», précise le membre d'une association de protection des consommateurs.

Pour verrouiller le dispositif d'étiquetage, d'autres indications, complémentaires viendront s'ajouter aux informations obligatoires. Il s'agit notamment, de la quantité d'acide gras mono-insaturés, polyinsaturés, fibres alimentaires ou encore la consistance en vitamines.

Des mesures destinées à orienter les consommateurs vers des comportements alimentaires plus favorables à leur santé et

enrayer au même titre, les maladies liées à la malnutrition. De nombreux travaux scientifiques ont mis en évidence le rôle des agents nutritionnels dans la détermination de maladies chroniques, à savoir, le diabète, maladies cardiovasculaires, obési-

té, voire des cancers. Le fait d'estampiller les produits de ce type de «commentaires» améliorera nettement la qualité du panier de la ménagère.

En facilitant l'accès à l'information, le Maroc ne fait que s'aligner sur des

normes internationales en vigueur depuis des années en Europe. La France à titre d'exemple est pionnière en la matière. L'Hexagone a adopté depuis peu un système de signalétique, simple et intuitif, qui informe les consommateurs sur la qualité nutritionnelle du produit (voir encadré). A partir du 1er janvier 2017, l'origine des viandes et du lait dans les produits transformés devrait y être également indiquée.

En dehors des procédures réglementaires, le retard qu'accuse le pays sur ce volet n'est que la conséquence directe du peu d'intérêt que porte les consommateurs à un enjeu, pourtant, sociétal. Il n'y a qu'à recenser ceux d'entre eux qui lisent l'emballage avant de consommer le produit. Une culture censée être vulgarisée à travers les habitudes de consommation. Renforcer le dispositif d'étiquetage, c'est bien! Encore faut-il parcourir des yeux l'emballage, le temps de lire la petite mention. □

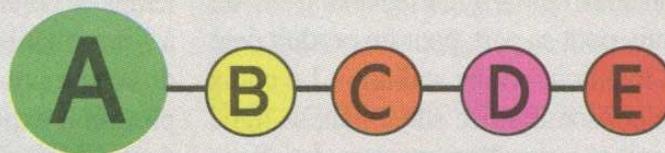
A.I.L.

Le modèle français: Un code couleur simple et efficace

RÉSULTANT d'un intense bras de fer entre l'industrie agroalimentaire et les acteurs

de la santé publique, plusieurs signalétiques ont été mises en place, en Europe, pour informer les consommateurs sur les valeurs nutritionnelles des denrées alimentaires. Selon une étude menée par 8 chercheurs français, sur près de 12.000 personnes, le système à cinq couleurs défendu par plusieurs sociétés de santé publique françaises, serait le plus efficace. En effet, ce code couleur aurait les conséquences les plus positives sur la qualité nutritionnelle du caddy, avec des teneurs en graisses (lipides et acides gras saturés) et en sel plus faibles comparé à une situation d'achat sans logo.

Parmi les autres signalétiques adoptées en Europe, l'on retrouve un système dit de «coche verte» (utilisé dans certains pays scandinaves et aux Pays-Bas); un système type «feu tricolore» (utilisé en Grande-Bretagne); ou encore des repères nutritionnels journaliers (déjà utilisés en France par certains industriels). □



Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com