

DÉCODER LES EMBALLAGES ALIMENTAIRES

GUIDE PRATIQUE POUR MENER DES ATELIERS



TABLE DES MATIÈRES

I. INTRODUCTION	3
1. Pourquoi ce guide ?	3
2. Posture de l'animateur-riche	3
3. Publics	3
II. QUE NOUS DISENT LES EMBALLAGES ?	4
1. La dénomination	5
2. Le nom commercial	5
3. La marque	5
4. Le fabricant et le service consommateurs	5
5. Le poids	6
6. Le numéro de lot	6
7. Le pays de provenance	6
8. La date de péremption	7
9. Le mode d'emploi	8
10. Le mode de conservation	8
11. Produit décongelé	8
12. La liste des ingrédients	8
13. Les allergènes	13
14. Le tableau nutritionnel	14
15. Les labels	18
16. Le marketing	22
III. ORGANISER UN ATELIER	26
1. Décoder un emballage alimentaire	27
2. Activités sur la liste d'ingrédients	28
3. Activité sur le tableau nutritionnel	32
4. Activité sur les labels	33
5. Activité sur le marketing	34
IV. RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES	35

I. INTRODUCTION

1. POURQUOI CE GUIDE ?

Être capable de décrypter les emballages fait partie des bases incontournables pour s'orienter vers une alimentation de qualité. L'origine et la liste des ingrédients, les labels, les modes d'utilisation et de conservation, la date de consommation, etc., sont autant d'éléments qui permettent de faire des choix plus sains et durables et d'éviter le gaspillage.

Un atelier sur les emballages est intéressant à plusieurs égards. Il offre :

- > un espace d'expression et de lien social,
- > la possibilité d'aborder de nombreux sujets (santé, environnement, relations Nord-Sud, etc.)
- > le renforcement mutuel des savoirs,
- > le sentiment de pouvoir agir.

2. POSTURE DE L'ANIMATEUR-RICE

Le défi de l'atelier consiste à **échanger des savoirs, sans paniquer ou culpabiliser les participant·e·s**. Pour cela :

- > trouvez le ton juste pour attirer l'attention sur les principaux pièges mais sans dramatiser ;
- > gardez toujours en tête que les changements alimentaires sont difficiles à mettre en place et que les publics plus fragilisés sont soumis à de fortes contraintes, notamment économiques ;
- > évitez à tout prix les discours normatifs et stigmatisants, en accordant notamment une large place aux échanges entre participant·e·s.

L'objectif est de susciter la réflexion et renforcer les savoirs. Laissez venir librement les envies de changement.

Si l'on adopte cette posture, humble et basée sur l'échange, il n'est **pas nécessaire de tout savoir** pour animer un atelier sur les emballages : personne ne connaît la liste des additifs par cœur par exemple. Les outils de référence sont là pour vous aider. N'hésitez pas à les consulter avec le groupe pour trouver la réponse aux questions posées. Une préparation minutieuse est toutefois recommandée pour savoir où trouver quelle information.

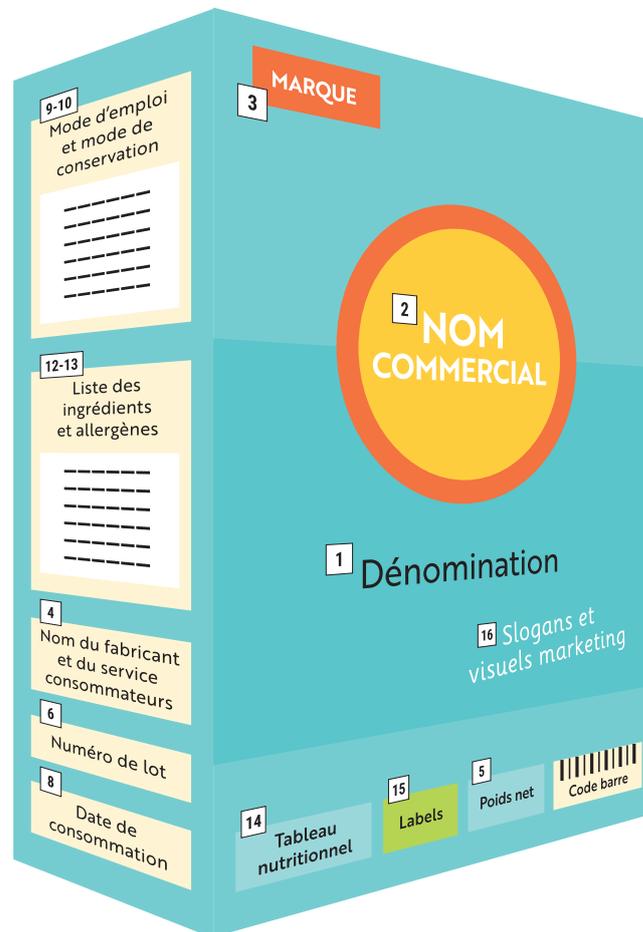
3. PUBLICS

Un atelier sur les emballages alimentaires peut prendre de nombreuses formes, tant dans son contenu que dans ses modalités de mise en œuvre. C'est cette richesse que nous voulons mettre en lumière dans ce guide.

Pour choisir les contenus sur lesquels vous allez mettre l'accent et la manière de les amener, pensez aux spécificités de votre public, par exemple :

- > pour les groupes en alphabétisation : prévoyez des impressions en grands caractères, ou des loupes, beaucoup d'images, des supports en format poster pour travailler en groupe, etc. ;
- > pour les ados : pensez au brise-glace, aux jeux, privilégiez l'humour et mettez l'accent sur le marketing dont ils sont une cible privilégiée et qui les intéresse ;
- > pour des seniors, les dégustations ont toujours du succès !

II. QUE NOUS DISENT LES EMBALLAGES ?



1. **La dénomination**
2. Le nom commercial
3. La marque
4. **Le nom du fabricant et du service consommateurs**
5. **Le poids net**
6. Le numéro de lot
7. Le pays de provenance
8. **La date de consommation**
9. Le mode d'emploi
10. Le mode de conservation
11. Le fait que le produit est décongelé (et ne peut donc plus être congelé)
12. **La liste des ingrédients**
13. **Les allergènes**
14. **Le tableau nutritionnel**
15. Les labels
16. Le marketing : les images, les allégations, les slogans, les logos et pictogrammes

Les informations en orange sont celles qui doivent obligatoirement se trouver sur un emballage alimentaire

1. LA DÉNOMINATION

Cette information nous permet de savoir de quel **type de produit** il s'agit. La description du produit doit permettre au·à la consommateur·trice d'identifier sans risque de confusion le produit qu'il achète.

La dénomination d'un produit **répond à des normes** (ingrédients et fabrication). Elle peut déjà en dire long : ce que vous prenez pour de la crème fraîche allégée peut s'appeler « spécialité laitière », du fromage fondu « préparation alimentaire » et du massepain « imitation de massepain » parce qu'ils ne répondent pas aux normes de composition d'une crème, d'un fromage ou du massepain...

2. LE NOM COMMERCIAL

C'est le nom du produit **choisi par le fabricant**. Le nom commercial et la marque peuvent être différents du fabricant.

3. LA MARQUE

Il s'agit de la **marque commerciale** du fabricant dans laquelle entre le produit. On distingue les marques « nationales », connues de tou·te·s et souvent considérées, à tort, comme un gage de qualité et les marques de distributeur·trice·s liées à une

enseigne de la grande distribution. De nombreux produits sous marques de distributeur sont exactement les mêmes que les marques nationales mais sont étiquetés différemment et sont vendus moins chers.

4. LE NOM DU FABRICANT ET LE SERVICE CONSOMMATEUR

Sur tout produit alimentaire, vous trouverez le nom de l'entreprise ou du groupe agroalimentaire responsable de sa fabrication et les coordonnées d'un service consommateur·trice·s, **obligatoires pour pouvoir signaler tout problème avec le produit**.

Vous serez surpris de constater que la majorité des produits appartiennent à quelques grands groupes.

5. LE POIDS

C'est le **poids net** qui est indiqué sur l'emballage, c'est-à-dire le poids ou la quantité contenue, sans prise en compte du conditionnement.

Pour certains produits, il est important de regarder aussi le **poids égoutté**, c'est-à-dire la quantité restante après égouttage du liquide de conservation (ex. conserves, mozzarella, etc.).

La comparaison entre poids net et poids égoutté est intéressante : certaines conserves contiennent jusqu'à 50 % de liquide de conservation, le consommateur paye alors surtout pour de l'eau salée !

EXEMPLES

Dénomination	Nom commercial	Marque	Fabricant
Saucisses de Strasbourg	Knacki	Herta	Nestlé
Soupe de cerfeuil	DéliSoup'	Liebig	Campbell
Pâte à tartiner		Nutella	Ferrero
Chips	Oven	Lay's	PepsiCo
Lait demi écrémé		Everyday	Colruyt

6. LE NUMÉRO DE LOT

Le numéro de lot permet de tracer la **filière du produit** en cas de problème ; ce système n'est pas unifié sur tous les produits.

7. LE PAYS DE PROVENANCE

Pour certaines catégories de produits, l'emballage doit obligatoirement mentionner le **pays d'origine** : la viande, les œufs, la volaille, le poisson, les fruits et légumes frais, l'huile d'olive, le vin et le miel.

Pour les autres produits, l'indication de la provenance est facultative, souvent inexistante et parfois trompeuse.

EXEMPLE > des tomates en boîte « italiennes » peuvent être cultivées en Chine et seulement conditionnées en Italie, de la truite « belge » peut être élevée et pêchée en France et seulement fumée en Belgique, etc.

8. LA DATE DE PÉREMPTION

L'amalgame entre les **deux types de dates de consommation** est **source d'un énorme gaspillage** ! Comprendre la différence entre celles-ci est tout bénéfique tant pour l'environnement que pour le portefeuille des participant.e.s.

« **À consommer AVANT le...** »

= **date limite de consommation (DLC)**

C'est la date jusqu'à laquelle le produit peut être consommé sans risques pour la santé. Le produit ne doit pas être consommé après cette date.

Cela s'applique obligatoirement aux produits périssables : viande fraîche, poisson frais, salades, etc.

« **À consommer DE PRÉFÉRENCE avant le...** »

= **date de durabilité minimale (DDM)**

C'est la date jusqu'à laquelle le fabricant garantit la sécurité et les qualités gustatives et nutritionnelles du produit (texture, goût, couleur, vitamines, etc.).

Cela s'applique aux produits peu périssables : conserves, pâtes, lait UHT, etc.

Après cette date, la qualité du produit n'est plus garantie par le fabricant mais la santé des consommateur·trice·s n'est pas en danger, SAUF dégradation visible du produit (odeurs, moisissures, etc.). Pour les produits se conservant plus de 18 mois, seule l'année doit être indiquée.

Conservation de produits: que peut-on encore utiliser et quand?

DLC

Les produits rapidement périssables ont une **date limite de consommation ou DLC** (à consommer jusqu'au...):

ne plus utiliser après dépassement de cette date !

Par exemple : les viandes fraîches préemballées, le poisson frais préemballé, les salades, ...

point de contact
0800 13 550



DDM

Les produits ayant une plus longue durée de conservation ont une **date de conservation minimale ou DDM**

(à consommer de préférence avant le...):

Ils peuvent encore être consommés après cette date, à condition d'être conservés correctement et que leurs emballages ne soient pas endommagés.

point de contact
0800 13 550

Regardez donc si l'emballage est bien fermé, n'est pas abîmé, si les boîtes de conserves ne sont pas bombées, si le produit a encore un bel aspect, une bonne odeur et un bon goût, ...

Par exemple : les pâtes sèches, biscuits secs, boîtes de conserves, huiles végétales, chocolat, ...



9. LE MODE D'EMPLOI

La présence d'un mode d'emploi sur l'emballage est facultative pour les fabricants.

Le mode d'emploi est notamment utile pour les personnes non originaires de Belgique qui ne connaissent pas certains produits ou pour certains produits exotiques.

10. LE MODE DE CONSERVATION

Il donne des indications sur l'endroit où l'ingrédient doit être entreposé et/ou la température à laquelle il doit se conserver : "conserver à l'abri de la lumière", "conserver au sec", "après ouverture, se conserve 2 jours au réfrigérateur (max. +7°C)". Cette information est facultative et déterminée par le fabricant.

11. PRODUIT DÉCONGELÉ

Attention ! Un produit décongelé ne peut absolument pas être recongelé ! Une recongélation peut entraîner des conséquences sanitaires graves.

12. LA LISTE DES INGRÉDIENTS

La liste des ingrédients constitue **l'information clé** pour juger de la qualité d'un produit.

C'est une obligation légale pour les fabricants et les ingrédients doivent obligatoirement apparaître

dans **l'ordre décroissant de leur importance en quantité** dans la composition de l'aliment.

Cela veut dire que si l'eau, le sucre et/ou la graisse figurent parmi les premiers ingrédients dans la liste, ils sont présents en grande quantité dans le produit et ce dernier présente donc un faible intérêt nutritionnel.

EXEMPLE > Biscuits Oréo : farine de blé, sucre, huiles végétales (palme, palmiste), cacao maigre en poudre 4.6 %, amidon de blé, sirop de glucose-fructose, poudre à lever (carbonate acide de potassium, carbonate acide d'ammonium, carbonate acide de sodium), sel, émulsifiants (lécithine de soja, lécithine de tournesol), arôme vanille.

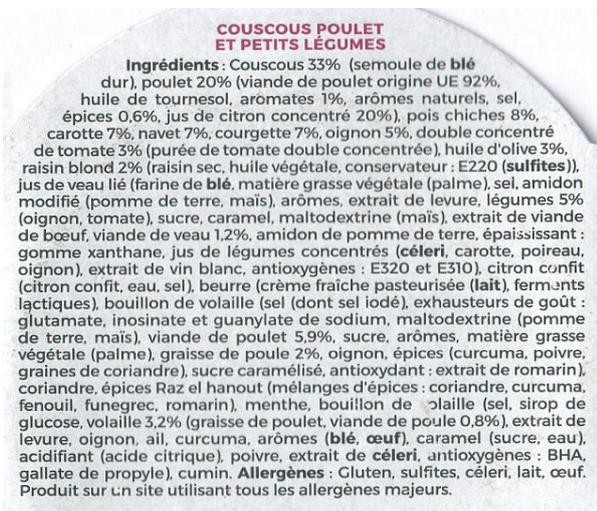
Le pourcentage des **ingrédients mis en avant dans la dénomination du produit** est également obligatoirement indiqué. Et on est souvent surpris : un soda aux agrumes peut contenir moins de 1 % d'agrumes, un bouillon de poule moins de 3 % de volaille...

EXEMPLE > Soupe au poulet Knorr (après préparation avec 200 ml d'eau) : eau, pâtes 2,1 % (farine de blé, sel), légumes 2,1 % (carotte, poireau, céleri à couper), amidon modifié de pomme de terre, sirop de glucose, sel, amidon de pomme de terre, arômes (contient de l'orge, du blé, du lait et du céleri), exhausteurs de goût : E508, E621, E627 et E631, graisse de palme, viande de poulet moulue 0,04 %, persil, épaississant : gomme de xanthane, extrait de malt d'orge, protéines de lait, antioxydants : E310 et E320.

Depuis 2016, **l'origine des graisses doit être précisée** : l'huile de palme ne peut plus se cacher derrière les mentions "huile végétale" ou "matière grasse végétale". Les graisses hydrogénées, notamment mises en cause dans les maladies cardiovasculaires, le diabète et certains cancers, sont obligatoirement mentionnées.

À RETENIR, DE FAÇON GÉNÉRALE

Plus la liste des ingrédients est longue et incompréhensible, plus le produit est transformé et probablement chargé en graisses et/ou sucre (sous toutes ses formes) et additifs potentiellement néfastes pour la santé.



INGRÉDIENTS : farine de maïs (27%), farine de blé, huile végétale,	→ E422 raffermissant
stabilisant : glycérol , gluten de	→ E450 émulsifiant
blé, sel, dextrose, poudre à lever :	→ E500 acidifiant
disphosphate disodique, carbonate	→ E471 émulsifiant
acide de sodium , émulsifiant =	→ E2020 agent conservateur
mono-et diglycérides d'acide gras,	→ E330 acidifiant
conservateur : sorbate de potassium,	
acidifiant : acide citrique	

Un additif alimentaire est une **substance non consommée comme aliment** en tant que telle et habituellement non utilisée comme ingrédient dans l'alimentation « maison » : on l'ajoute à une préparation pour en améliorer la conservation, la couleur, la texture, le goût, etc. Si certains additifs comme le sel ou l'acide citrique du citron sont utilisés depuis des siècles pour la conservation, le développement important des additifs, y compris de synthèse (chimiques), est lié à l'industrialisation de l'alimentation, pour répondre aux impératifs de la production de masse (grandes quantités, transports sur de grandes distances, stockage, etc.).

Qu'ils soient d'origine naturelle ou synthétique, **certain additifs sont responsables d'intolérances et de réactions allergiques** : manifestations cutanées, œdèmes, troubles respiratoires, désordres gastro-intestinaux ou encore céphalées (maux de tête). Certains sont même identifiés ou suspectés d'être cancérogènes ou mutagènes (qui entraînent une mutation génétique).

Pour chaque additif, les autorités européennes déterminent **la dose journalière maximale admissible**. Mais ces évaluations ne tiennent pas compte de la stature et de l'état de santé de chaque consommateur (les effets sur un enfant peuvent être plus marqués que sur un adulte) et de l'« **effet cocktail** », c'est-à-dire les effets de cumul et d'association (on mange sur une journée plusieurs produits contenant chacun plusieurs additifs). Il

A. LES ADDITIFS

Les additifs figurent obligatoirement dans la liste des ingrédients des aliments.

Nous pouvons les reconnaître par leur **code E** suivi de 3 chiffres (ex. : E412, E309, etc.). Le « E » signifie qu'ils ont été approuvés par l'Union Européenne. Au total, plus de **300 additifs sont autorisés** en Europe.

Les codes E n'ayant plus la cote auprès des consommateurs, les additifs sont de plus en plus souvent mentionnés en toutes lettres dans les listes d'ingrédients. Quand un mot est incompréhensible et ne correspond pas à un aliment connu, vous pouvez être sûr(e) qu'il s'agit d'un additif (ex. : disulfite de potassium, lutéine, gomme xanthane, etc.).

n'est donc pas possible aujourd'hui d'assurer que la consommation de certaines de ces substances soit absolument sans danger, ce qui devrait nous amener à recourir au « principe de précaution » (tant qu'on n'est pas sûr du caractère inoffensif, on évite d'en consommer).

La consommation de produits enrichis en additifs et arômes a également petit à petit modifié les saveurs et conduit à une **standardisation des goûts** et de la consommation. En conséquence, les repas « faits maison » paraissent plus fades (alors qu'ils sont généralement beaucoup plus sains) et les consommateurs ont tendance à se tourner de plus en plus vers des produits industriels et des plats préparés qui leur semblent plus savoureux.

EXEMPLE >

M&M's : Sucre, cacahuètes, pâte de cacao, lait écrémé en poudre, lactose et protéines de lait, beurre de cacao, matière grasse de palme, beurre concentré (lait), amidon, sirop de glucose, matière grasse de karité, émulsifiant (lécithine de soja), stabilisant (gomme arabique), colorants (E100, E120, E133, E160a, E160e, E171), dextrine, agent d'enrobage (cire de carnauba), huile de coco, sel, arômes.

Aïki Noddles : Nouilles frites 91 % (eau, farine de blé, graisse de palme, sel, poudre à lever (E500, E451), antioxydant (E306), légumes (tomate, oignon, poivron), graisse de palme, sirop de glucose, arômes de poulet, persil, arômes (lait, blé, orge, céleri), exhausteurs de goût (E621, E627, E631), protéine de lait, piment de Cayenne, émulsifiant (E471), sel.

LES DIFFÉRENTS TYPES D'ADDITIFS ALIMENTAIRES

- **Les colorants** : codes E1XX.
Ils renforcent ou donnent de la couleur.
- **Les conservateurs** : codes E2XX.
Ils empêchent la prolifération de micro-organismes indésirables, les moisissures, etc.
- **Les antioxydants** : codes E3XX
Ils diminuent l'oxydation, c'est-à-dire qu'ils empêchent les matières grasses de rancir, les fruits de « brunir » une fois coupés, etc.
- **Les agents de texture** : codes E4XX
Ils donnent une structure et une consistance à un aliment. Ils rassemblent les émulsifiants, les stabilisants, les épaississants et les gélifiants.
- **Les acidifiants** : codes E5XX
Ils permettent de corriger l'acidité d'un aliment.
- **Les exhausteurs de goût** : codes E6XX
Ils renforcent et améliorent le goût.
- **Les édulcorants** : codes E9XX
Ils permettent de remplacer le sucre classique en apportant une saveur sucrée non calorique.

La question des additifs intéresse souvent les participants des ateliers mais elle est complexe parce qu'il y a de **fortes divergences de points de vue selon les sources consultées**. Pour pouvoir alimenter et cadrer les discussions avec le groupe, n'hésitez pas à vous procurer des outils de référence (cf. les ressources en fin de document). Vous trouverez aussi de nombreuses informations sur internet - parfois croustillantes ! - mais soyez attentif.ve à la fiabilité des sources et **recoupez les infos clés**.

Taillefine 0 % MG Fraise Danone



► **INGRÉDIENTS**
Lait écrémé, fraise (12 %), lait écrémé concentré ou en poudre ; agent de charge : polydextrose (fibres) ; épaississants : amidon transformé, pectine, gomme guar, carraghénanes, gomme xanthane, protéines de lait, jus de carotte pourpre et de carotte concentré, jus de citron concentré, arômes, édulcorants : acésulfame K, sucralose, ferments lactiques, concentré de carotte, vitamine D.

► **NOMBRE D'ADDITIFS : 8**
Polydextrose E1200, pectine E440, gomme de guar E412, carraghénanes E407, gomme xanthane E415, acésulfame K E950, sucralose E955, amidon transformé E1400 [12 sortes d'amidon transformé (ou amidon modifié) sont autorisées en Europe. Quel est l'amidon utilisé ici ? On ne le sait pas.]

B. LES ARÔMES

Depuis des siècles, on utilise des épices et d'autres produits naturels pour améliorer les caractéristiques des aliments (meilleure saveur, texture plus agréable, couleur plus jolie, etc.). L'industrie agroalimentaire, quant à elle, utilise toutes sortes d'arômes (naturels ou synthétiques) pour rendre ses produits plus attractifs, pour intensifier la saveur mais aussi pour compenser les pertes aromatiques dues aux procédés de fabrication ou encore pour créer de nouveaux goûts.

Il existe des arômes naturels et des arômes artificiels.

Un arôme naturel est un arôme qui existe dans la nature. L'arôme naturel est extrait au moyen de différentes techniques et provient directement de l'aliment. **L'arôme naturel de synthèse**, quant à lui, est fabriqué par des techniques chimiques qui reproduisent la substance aromatique qui existe déjà dans une source naturelle. La réglementation autorise l'appellation « d'arôme naturel » car la structure de la molécule produite est identique à la molécule naturelle.

Un arôme artificiel est produit de manière chimique et n'existe pas dans la nature mais donne le même goût que la molécule naturelle identifiée dans l'aliment.

EXEMPLE >

Les Apéricubes, déclinés en 29 saveurs (du jambon aux fines herbes en passant par le foie gras) sont souvent exempts de toute trace de viande, légume ou poisson : seuls les arômes chimiques leur confèrent leurs goûts. Bien que ces substances soient ajoutées au produit, les arômes ne sont pas considérés comme des additifs alimentaires.

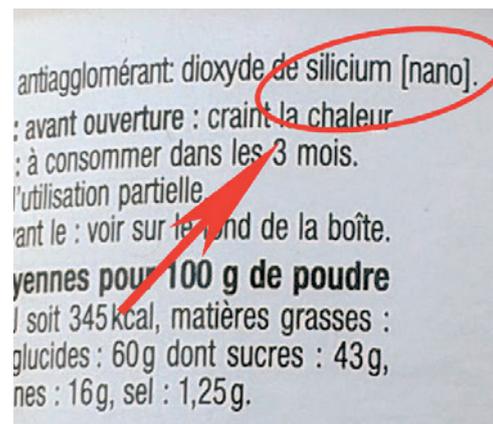


LISTE DES INGRÉDIENTS > Lait écrémé réhydraté (origine : France), **fromages** (bleu 13 % dans la variété Bleu), **beurre**, protéines de lait, sels de fonte : polyphosphates, citrates de sodium, acide citrique, diphosphates et phosphates de sodium, olives vertes 7 % dans la variété Olive verte, sel, basilic et arôme naturel de basilic avec autres arômes naturels dans la variété Basilic, arômes, exhausteur de goût : glutamate monosodique, épaississants : carraghénane et farine de graine de caroube, conservateurs : sorbate de potassium et nisine, arômes de fumée.

C. LES NANO INGRÉDIENTS

Les ingrédients présents sous forme de nano particules (c'est-à-dire de particules extrêmement petites) doivent être accompagnés de la mention « nano » placée entre crochets ([nano]) dans la liste des ingrédients. Ils concernent essentiellement certains additifs : des agents de texture (ex. chlorure de calcium), des colorants (ex. dioxyde de titane, oxyde de fer) et des antiagglomérants (ex. différentes formes de silice).

Comme pour les additifs, les scientifiques ont beaucoup trop peu de recul pour être certains de leur innocuité sur la santé humaine à long terme. Ici aussi, c'est le principe de précaution qui devrait prévaloir...



13. LES ALLERGÈNES

L'étiquetage des aliments doit mentionner la présence de substances fréquemment responsables d'allergies ou d'intolérances alimentaires. Depuis 2015, **14 substances allergènes doivent obligatoirement être mentionnées** si elles sont présentes ou potentiellement présentes dans le produit. Pour un public allergique, **cette information peut être vitale !**

Elles peuvent être en gras, soulignées ou en majuscules dans la liste des ingrédients.

EXEMPLE > Biscuits Choco Prince : céréales 49,1 % (farine de blé 46.8 %, farine de seigle 4.3 %), Sucre, Matière grasse végétale, Cacao maigre en poudre 4.5 %, Sirop de glucose, Amidon de blé, Lactose et protéines de lait, Poudre à lever : carbonate acide d'ammonium, carbonate acide de sodium, diphosphate disodique, Lait entier (0.29 %), lait écrémé (0.27 %), lait en poudre (5.1 %), Émulsifiant : lécithine de soja, Sel, Arôme : vanilline.

ALLERGÈNES OBLIGATOIREMENT INDIQUÉS

1. Céréales contenant du **gluten**, à savoir **blé** (inclus épeautre et blé de Khorasan), seigle, orge, avoine ou leurs souches hybridées, et produits à base de ces céréales
2. **Crustacés** et produits à base de crustacés
3. **Œufs** et produits à base d'œufs
4. **Poissons** et produits à base de poissons
5. **Arachides** et produits à base d'arachides
6. **Soja** et produits à base de soja
7. **Lait** et produits à base de lait (y compris le lactose)
8. **Fruits à coque** : amandes, noisettes, noix, noix de cajou, noix de pécan, noix du Brésil, pistaches, noix de Macadamia et produits à base de ces fruits
9. **Céleri** et produits à base de céleri
10. **Moutarde** et produits à base de moutarde
11. **Graines de sésame** et produits à base de graines de sésame
12. **Lupin** et produits à base de lupin
13. **Mollusques** et produits à base de mollusques
14. **Anhydride sulfureux et sulfites en concentrations** de plus de 10 mg/kg ou 10 mg/litre exprimées en SO₂

14. LE TABLEAU NUTRITIONNEL

Depuis fin 2016, l'information nutritionnelle est **obligatoire sur la majorité des produits**.

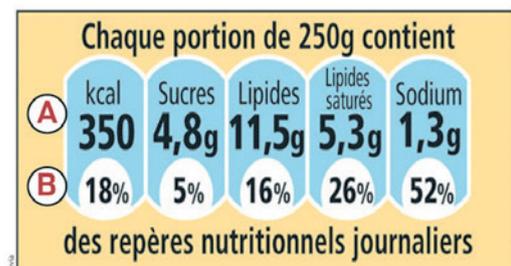
Il existe **deux systèmes d'étiquetage** offrant chacun des indications différentes.

1 - Le traditionnel **tableau nutritionnel** qui indique habituellement les proportions

- > de protéines,
- > de glucides,
- > de lipides,
- > la valeur calorique pour 100 g ou 100 ml d'un produit donné ou encore par portion ou unité.

NOS INFORMATIONS NUTRITIONNELLES		
	<input type="radio"/> Pour 100 g	<input type="radio"/> Par portion de 30 g
ENERGIE	1647 kJ 389 kcal	494 kJ 117 kcal
MATIÈRES GRASSES	2,5 g	0,8 g
dont acides gras saturés	1 g	0,3 g
GLUCIDES	85 g	26 g
dont sucres	35 g	11 g
FIBRES ALIMENTAIRES	2 g	0,6 g
PROTÉINES	5,5 g	1,7 g
SEL	0,75 g	0,23 g
VITAMINES :	(% AR)	(% AR)
D	4,2 µg (83)	1,3 µg (25)
THIAMINE (B1)	0,91 mg (83)	0,28 mg (25)
RIBOFLAVINE (B2)	1,2 mg (83)	0,35 mg (25)
NIACINE (B3/PP)	13,3 mg (83)	4,0 mg (25)

2 - Les **Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ)** qui indiquent les quantités de calories et de certains nutriments (généralement les matières grasses, matières grasses saturées, sucre et sel) contenues dans 100 g et/ou dans une portion du produit.



A Valeur énergétique (nombre de calories) dans une portion usuelle. Ici, chacune contient 350 calories (ou kcal d'énergie).
B Pourcentage de l'apport calorique dans une portion. Dans ces exemples, la portion couvre 18% des besoins nutritionnels quotidiens recommandés sur un total de 2000 calories.

S'il est un peu plus facile à exploiter, ce système présente aussi deux pièges :

- > on mange rarement l'équivalent d'une portion (rares sont ceux qui referment un paquet de chips à moitié entamé pour le terminer le lendemain...),
- > les chiffres sont calculés pour un adulte en bonne santé et pratiquant de l'activité physique ; ils ne sont dès lors pas valables pour les enfants, les adolescents, les seniors, les personnes malades, ... bref pour beaucoup d'entre nous.

De façon générale, il est illusoire de penser que nous pouvons faire le bilan des apports nutritifs tout au long d'une journée. Cela nous demanderait beaucoup de temps et d'énergie et gâcherait le plaisir de manger !

Pour tendre à une alimentation équilibrée et comprendre les tableaux nutritionnels, il est cependant utile de connaître quelques principes de base.

A. LES MACRONUTRIMENTS

En résumé, il existe **trois grands groupes de nutriments** à partir desquels l'organisme se construit et tire son énergie : les glucides, couramment appelés « sucres », les lipides, ou « matières grasses » et les protéines.

1. LES GLUCIDES (OU « SUCRES »)

Les glucides sont le « carburant du corps » : ils constituent notre principale source d'énergie. Ils se trouvent **dans un très grand nombre d'aliments**, mais **certains glucides sont meilleurs que d'autres pour notre santé**, cela dépend de

leur origine et de leur forme. **Le sucre ajouté est probablement l'ingrédient le moins sain de toute l'alimentation moderne.** Il est en partie responsable de plusieurs maladies de société actuelles, notamment les maladies cardiaques, le diabète de type 2 et la maladie d'Alzheimer. Le sucre se trouve sous de nombreuses formes et dénominations dans presque tous les aliments transformés ; souvent mangé à notre insu, **nous ne nous rendons pas compte de la véritable quantité de sucre que nous ingérons sur la journée.**

Déclarations nutritionnelles	Pour 100 g	Pour 30 g	Par portion de 30g de céréales + 120ml lait écrémé
Énergie	1654 kJ 392 kcal	496 kJ 118 kcal	681 kJ 161 kcal
Matières grasses	6,7 g	2,0 g	2,1 g
dont acides gras saturés	3,9 g	1,2 g	1,2 g
Glucides	70,2 g	21,1 g	27,5 g
→ dont sucres	16,3 g	4,9 g	11,0 g
Fibres alimentaires	7,9 g	2,4 g	2,4 g
Protéines	8,8 g	2,6 g	7,0 g
Sel	0,94 g	0,28 g	0,45 g

FORMES ET DÉNOMINATIONS DU SUCRE

Acésulfame de potassium / acésulfame K / E950 (édulcorant)
Agave
Amidon
Aspartame (édulcorant)
Cassonade
Concentré de jus de fruit
Dextrine
Dextrose
Extrait de malt d'orge
Fructose
Glucose
Isomalt (édulcorant)
Isomaltulose hydrogéné (édulcorant)
Jus de canne à sucre
Lactitol (édulcorant)

Lactose
Maltodextrine
Maltose
Mannitol (édulcorant)
Mélasse
Miel
Néotame (édulcorant)
Saccharine (édulcorant)
Saccharose
Sirop
Sirop d'agave
Sirop d'amidon
Sirop de canne à sucre évaporé
Sirop de fructose
Sirop de maïs
Sirop de malt
Sirop de riz
Sirop de sorbitol (édulcorant)

Sirop de sorgho
Sirop de polyglycitol (édulcorant)
Sirop d'érable
Sorbitol (édulcorant)
Sucralose (édulcorant)
Sucre de Turbinado (édulcorant)
Sucre inverti
Xylitol (édulcorant)
Xylose

S'il n'est pas possible de retenir tous ces noms, on peut facilement repérer tous les « sirops » et les mots qui se terminent en « ose » (glucose, fructose, lactose, saccharose, etc.).

2. LES LIPIDES (OU « GRAISSES »)

Notre corps a besoin de graisse pour fonctionner correctement, nous avons besoin d'un apport régulier en acide gras. Mais toutes les graisses ne se valent pas.

En bref, il existe quatre types d'acides gras présents dans les aliments que nous consommons : **monoinsaturés, polyinsaturés, saturés et trans.**

A – Les acides gras monoinsaturés et polyinsaturés ou non saturés

Ces acides gras, et les fameux oméga-3 dont on entend souvent parler, se trouvent dans les **huiles végétales** (huile d'olive, de colza, etc.), les **poissons gras** (sardine, maquereau, saumon, etc.) et certaines **noix**. Ils sont à **privilégier** puisqu'ils sont considérés comme propices pour la santé, notamment leur tendance à diminuer les risques de maladie du cœur.

B – Les acides gras saturés et trans

A l'inverse, les acides gras saturés et trans sont reconnus pour augmenter le taux de « mauvais » cholestérol et diminuer le « bon » dans le sang, deux facteurs nuisibles à la santé.

Le gras trans se trouve principalement dans les **produits industriels à base d'huile hydrogénée**. Les huiles « hydrogénées » sont chauffées à très haute température et, combinées à l'hydrogène, se transforment en gras semi-solide. Elles sont surtout utilisées pour leurs propriétés de conservation, mais aussi pour donner une texture moelleuse à certains produits alimentaires. On les trouve **principalement dans les biscuits, les pâtes à tartiner, les margarines et les pâtisseries indus-**

trielles. On peut facilement les repérer dans les listes des ingrédients puisque **leur mention est désormais obligatoire**.

Les acides gras saturés, quant à eux, se trouvent principalement dans les **graisses d'origine animale**, comme les viandes grasses, le beurre et le fromage, mais aussi dans des **huiles végétales saturées** comme l'huile de palme et l'huile de noix coco (appelées aussi graisse de palme et graisse de coco). Les huiles de palme et de coco sont des corps gras qui restent solides à température ambiante. Elles ne sont pas foncièrement mauvaises pour la santé si elles sont consommées modérément. Les acides gras saturés sont moins néfastes que les acides gras trans mais il est tout de même **conseillé de limiter leur consommation**.

3. LES PROTÉINES

Les protéines peuvent être considérées comme les « briques » de l'organisme. Elles sont nécessaires à nos os, nos muscles, nos cheveux, nos ongles, notre peau, mais aussi nos hormones, les enzymes et les anticorps de notre système immunitaire. Les principales sources de protéines sont les **produits d'origine animale** (viande, poisson, œufs et produits laitiers) ainsi que certains produits d'origine végétale comme **les légumineuses** (lentilles, pois, fèves, haricots, etc.), **les noix et les graines** ainsi que les **céréales**. Pour obtenir des protéines aussi complètes que dans les produits d'origine animale, il est cependant nécessaire de combiner légumineuses et céréales (par ex. riz et lentilles, semoule et pois chiches, pâtes et fèves, etc.).

B. LES MICRONUTRIMENTS

A côté des macronutriments, notre organisme ne peut pas fonctionner sans les **micronutriments** que sont **les vitamines et les minéraux** (fer, calcium, etc.). On les appelle « micro » parce qu'on en a besoin en quantités beaucoup plus faibles mais ils sont tout aussi **indispensables à notre santé** que les macronutriments.

Ces micronutriments sont **présents dans les produits « bruts »**, c'est-à-dire tels qu'ils viennent de la nature. Une alimentation simple et variée permet d'en assurer les apports nécessaires. Malheureusement, à force de chauffage, de transport, de raffinage, etc. **les procédés industriels en détruisent la plupart...** C'est un des problèmes importants de l'alimentation hautement transformée d'aujourd'hui.

Conscients de l'importance accordée à la santé par les consommateurs, les entreprises agroalimentaires ont pris l'habitude d'**ajouter des vitamines et des minéraux** à leurs produits. Mais il s'agit avant tout d'**une stratégie marketing** puisque la capacité d'assimilation de ces substances artificielles par le corps est mise en doute par une partie des scientifiques et certaines études évoquent même une possible toxicité. Une alimentation variée et principalement basée sur des produits frais et de la cuisine maison est nettement préférable à ces compléments, tant pour la santé que pour le portefeuille.

C. LE SEL (OU SODIUM)

Utilisé dans l'alimentation humaine depuis des millénaires, le sel remplit plusieurs fonctions : c'est un puissant **exhausteur de goût** mais également un excellent **agent conservateur**. Il est toutefois maintenant bien établi que **trop de sel est nocif pour la santé**, une consommation excessive pouvant provoquer notamment de l'hypertension et des maladies cardiovasculaires. Or, les produits industriels en contiennent de (trop) grandes quantités. Si certains aliments sont extrêmement salés, tels que les plats préparés, les quiches, les pizzas, les tartes salées, les sauces toutes faites ou les biscuits apéritifs et autres chips, le problème vient aussi de sa présence dans la majorité des produits, y compris sucrés, tels que les viennoiseries, certains biscuits, certaines céréales de petit-déjeuner, etc. Comme pour le sucre et l'huile de palme, son omniprésence dans les produits transformés induit des doses journalières généralement beaucoup trop élevées. 75 à 80 % du sel que nous consommons proviendrait des produits industriels.

EXEMPLE

Une pizza peut contenir 2,5 g de sodium, autrement dit 100 % du sel qu'on peut manger sur une journée !

15. LES LABELS

Pour s'y retrouver dans les milliers de produits que proposent les supermarchés, les labels sont très utiles aux consommateur-trice-s. Encore faut-il savoir faire le tri et **distinguer les labels sérieux et fiables** des autres...

Pour qu'un label soit intéressant, il doit garantir :

- > que le produit est issu d'une **filière de « qualité différenciée »** (c'est-à-dire avec une vraie plus-value à la production et/ou à la transformation par rapport aux produits conventionnels) ;
- > qu'il est **certifié et contrôlé par des organisations indépendantes** du-de la producteur-trice et/ou du-de la fabricant-e.

Ci-dessous une **sélection de labels qui valent la peine** d'être connus et choisis parce qu'ils offrent de réelles garanties de qualité sur la filière de production.

A. LES LABELS « BIO »

« Bio » et « biologique » sont des termes **protégés par la loi** et leur utilisation est strictement contrôlée dans le secteur de l'alimentation. Un-e fabricant-e, un-e commerçant-e ou un-e restaurateur-trice ne peut pas annoncer des produits bio à ses client-e-s s'il-elle n'est pas certifié-e par un organisme reconnu.

LE LABEL BIO EUROPÉEN



Tout produit bio mis sur le marché de l'Union européenne doit

suivre un règlement et un cahier des charges qui édicte des conditions strictes applicables à la production, la transformation, la distribution et la vente des produits bio. En voici les aspects clés :

Pour la production végétale

- > Utiliser des semences et des plants labellisés bios et qui ne sont pas issus d'OGM.
- > Ne pas utiliser de pesticides et d'engrais chimiques.
- > Favoriser les rotations de cultures.
- > Favoriser la culture d'engrais verts, le recyclage et le compostage des matières organiques, de préférence produites localement.
- > L'agriculture hors-sol est interdite.

Pour l'élevage

- > Les animaux doivent être nés sur l'exploitation ou provenir d'une exploitation en agriculture biologique ou doivent passer par une période de conversion.
- > L'élevage hors sol est interdit.
- > La taille des élevages est limitée.
- > Les animaux doivent être nourris avec au moins 50 % d'aliments produits sur l'exploitation ou en coopération avec des opérateurs de la même région.
- > 100 % de l'alimentation doit être issue de l'agriculture biologique.
- > Le gavage est interdit.
- > La santé des animaux est basée principalement sur la prévention, avec des méthodes d'élevage stimulant les défenses naturelles.

Pour la transformation

- > « Au moins 95 % des ingrédients d'origine agricole (hors eau, sel et additifs) d'un produit labellisé doivent eux-mêmes porter ce label ».

- > Les arômes ajoutés doivent être naturels.
- > Seuls des additifs spécifiés par la réglementation sont autorisés.
- > Jusqu'à 0,9 % d'OGM sont admis dans la composition des aliments (ce pourcentage représente la présence fortuite d'OGM accidentel ou techniquement inévitable par contamination).

L'application de ce cahier des charges est contrôlée par des **organismes de contrôle indépendants** et agréés par les autorités.

Beaucoup de défenseur-se-s et de producteur-trice-s bios émettent des **critiques au sujet de ce label** européen qu'ils considèrent trop peu exigeant et soumis aux pressions de l'industrie agroalimentaire. Par ailleurs, ce label ne prend en compte que les aspects techniques et ne promeut pas le bio comme démarche globale (respect des producteurs, rémunération juste, conditions de travail décentes, solidarité Nord/Sud, etc.). S'il est perfectible, c'est malgré tout un **label de base**, facile à trouver et auquel on peut se fier.

LES LABELS BIOS PRIVÉS

En complément du label de l'Union Européenne, obligatoire sur les produits biologiques, les produits peuvent porter d'autres labels bio, tels que les labels publics nationaux ou des labels privés. Comme la réglementation européenne interdit aux Etats membres d'établir des normes supplémentaires et plus strictes sur leur territoire que la base européenne, seules les labellisations privées, créées par des associations, reprennent des **critères supplémentaires**.

LABELS PRIVÉS



Nature & Progrès : La charte de Nature & Progrès constitue un projet de société en soi, basé sur des relations de respect entre les humains et leur milieu. La charte prend en compte des aspects environnementaux, sociaux et économiques. Il s'agit donc d'un label plus exigeant que le label européen.



Demeter : Le label Demeter satisfait aux exigences du règlement européen sur l'agriculture biologique et, en plus, répond au cahier des charges spécifique de la biodynamie et recommande d'apporter un soin particulier aux animaux.



Bio Cohérence : Bio Cohérence est un label français plus exigeant également que le label européen. Par exemple, un produit transformé ne doit contenir aucun ingrédient non biologique, alors que le label européen admet que 5 % des ingrédients soient non biologiques. Il intègre également des critères sociaux.



Bio Garantie : Bio Garantie est un label belge qui impose des critères de durabilité supplémentaires au label européen (consommation en eau/énergie, gestion des déchets, développement de la biodiversité par les agriculteurs, commerce équitable via les entreprises agro-alimentaires, etc.).



AB : label bio français

EKO : label bio néerlandais

Naturland : label bio allemand

B. LES LABELS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Fairtrade



Anciennement Max Havelaar, le label privé Fairtrade est sans doute le **label de commerce équitable le plus connu**. Tout comme le label européen, il est critiqué par les acteur-trice-s les plus engagé-e-s, notamment parce qu'il intègre des produits issus de grandes plantations et/ou appartenant à de grands groupes multinationaux. Il reflète bien la tension permanente de tout label entre critères exigeants d'une part, et accessibilité du système aux producteur-trice-s et large connaissance du public d'autre part. Il est en tout cas préférable aux produits conventionnels et a du sens pour quatre produits de très grande consommation qui ne sont produits qu'au Sud : café, thé, bananes et cacao.

« Symbole des Producteurs Paysans » ou SSP



Label créé et géré par les producteur-trice-s eux-mêmes, il est **exclusivement ouvert aux petit-e-s producteur-trice-s** organisé-e-s au sein de structures collectives (organisations de producteur-trice-s, coopératives).

Ecocert Equitable



Label français associant l'agriculture biologique, la responsabilité sociétale des entreprises et le commerce équitable.

C. D'AUTRES LABELS DE QUALITÉ DIFFÉRENCIÉE

Label Rouge

Label français qui concerne **principalement les productions animales** (œufs, volailles, viandes, charcuteries, produits de la mer et produits laitiers). Sans aller aussi loin que le bio, il garantit une qualité supérieure aux productions conventionnelles (qualité de la nourriture animale, bien-être animal, etc.). Puisqu'il est moins exigeant que le bio, il est plus accessible financièrement.



MSC/ASC

MSC (Marine Stewardship Council) et ASC (Aquaculture Stewardship Council) sont regroupés dans un label de qualité créé en 1997 par la multinationale Unilever et le WWF pour garantir une **pêche durable**.



Ce label est critiqué par certain-e-s qui lui reprochent de cautionner des pêcheries industrielles destructrices de l'environnement et de tolérer des pratiques nocives. Toutefois, ce sont les seuls labels faciles à trouver sur les produits de la mer.

Appellation d'origine protégée (AOP)

Cette appellation protégée par l'Union européenne garantit uniquement l'origine d'un pays, d'une région ou d'un terroir (climat, savoir-faire, etc.). Elle s'applique à des produits pour lesquels l'origine géographique impacte la qualité : vins, fromages, charcuteries, fruits, miel, etc.



A côté des labels de qualité différenciée, les emballages alimentaires comportent souvent d'**autres logos qu'il est intéressant de connaître** pour ne pas les prendre pour ce qu'ils ne sont pas.

D. LES PICTOGRAMMES

Certains pictogrammes sont utilisés comme arguments commerciaux.

Cercle de Moebius



Intéressant seulement si le chiffre au centre, indiquant la part de produits recyclés utilisée, est élevé. Le même cercle sans chiffres (le plus fréquent) n'a aucun intérêt puisqu'il garantit que le produit ou l'emballage est recyclable, pas recyclé. Toutes les entreprises doivent cotiser à un système global de tri sélectif.

Préserve la couche d'ozone



Le logo indique que le produit ne contient pas de chlorofluorocarbones (gaz contribuant à la destruction de la couche d'ozone), totalement interdits depuis des années...

À jeter



Ce logo encourage seulement le consommateur à jeter l'emballage dans une poubelle plutôt que par terre. Il ne garantit aucunement un engagement environnemental de la fabricant-e.

E. LES LABELS MARKETING

Il existe de nombreux labels qui relèvent du marketing et **ne garantissent pas la qualité du produit** puisqu'ils ne sont pas soumis à un cahier des charges et des contrôles indépendants. Ils sont souvent décernés par des jurys d'industriels et de spécialistes marketing. Par exemple : « Élu produit de l'année », « Saveur de l'année », « Filière Qualité Carrefour », etc.



16. LE MARKETING

L'industrie agroalimentaire a plus d'un tour dans son sac pour se donner une bonne image et nous pousser à la consommation. On a tendance à penser qu'une bonne alimentation est une question de choix individuel. Or, la publicité et le monopole détenu par quelques entreprises jouent un grand rôle dans la manière dont nous consommons. Par exemple, énormément de moyens sont investis dans la publicité.

« Le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) a comparé les dépenses mondiales nécessaires pour traiter certains maux tels que la famine, le manque d'accès à l'eau potable, l'absence de soins de base, la lutte contre les épidémies curables, et les dépenses annuelles de publicité tous secteurs confondus.

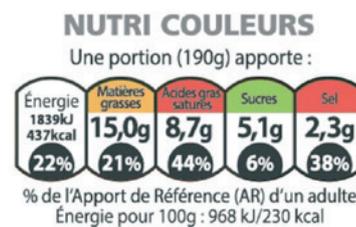
Pour combattre l'indignité humaine, il suffirait de quelque 80 milliards de dollars par an. On dépense 5 à 10 fois plus annuellement pour les dépenses publicitaires !

Quant à la publicité agroalimentaire mondiale, elle absorberait 40 milliards de dollars par an. »¹

L'industrie agroalimentaire investit également beaucoup d'argent et de moyens dans le « lobbying » c'est-à-dire les actions de pression menées sur les responsables politiques pour les influencer. En 2017, la France a initié le Nutri-Score, système d'étiquetage qui résume en une seule lettre – de A (le meilleur score) à E (le plus mauvais) – la valeur nutritionnelle d'un produit. Il s'accompagne de codes couleur allant du vert au rouge. Il s'agit d'une signalétique accessible et facile à décoder.



Mais les géants de l'agroalimentaire (comme Mars, Nestlé ou Coca-Cola) ont obtenu que le système reste facultatif, et essayent d'imposer un système alternatif qu'ils ont eux-mêmes conçu et qui est plus conforme à leurs intérêts notamment parce qu'il est moins compréhensible pour le consommateur : le NutriCouleurs.



Selon l'ONG Corporate Europe Observatory (CEO), l'industrie agroalimentaire a dépensé au moins un milliard d'euros en *lobbying* auprès des institutions européennes pour faire échouer le projet, avec succès puisque le système reste optionnel. Pas étonnant lorsqu'on sait que : « Pour le groupe Mars, 100 % des aliments de la firme figurant sur Open Food Facts sont classés en orange ou en rouge ; pour Mondelez, c'est 86 % de leurs produits présents dans la base ; 55 % pour Nestlé ; 54 % pour Coca-Cola ; 52 % pour Unilever et 46 % pour PepsiCo. »²

De plus, lorsqu'on se balade dans un supermarché, nous avons l'impression qu'un choix et une diversité de produits s'offrent à nous. Et c'est vrai ! En 1960, une épicerie proposait 2 000 produits différents, alors qu'un supermarché actuel en pro-

1 Jeu de la Ficelle, Rencontre des Continents

2 <http://multinationales.org/Comment-les-geants-de-la-malbouffe-ont-sape-et-continuent-a-saper-l-etiquetage>



© 2012 convergencealimentaire.info

pose plus de 15 000. Pourtant lorsqu'on observe les marques les plus connues présentes dans les rayons, on se rend rapidement compte qu'elles appartiennent à seulement quelques dizaines d'entreprises.

Alors que la population mondiale et la consommation alimentaire ne cessent d'augmenter, le nombre d'entreprises actives dans le secteur alimentaire, quant à lui, diminue. Afin d'accroître leur pouvoir (parts de marché, influence sur les politiques publiques, influence sur les prix, etc.), **les géants de l'agroalimentaire accaparent et dominent le marché de l'alimentation.** Il est intéressant d'avoir ces informations en tête lorsqu'on fait ses courses.

Débusquer quelques pièges marketing avec les participant-e-s lors d'un atelier est ludique et permet de renforcer le sentiment de pouvoir agir.

A. LES ARGUMENTS SANTÉ

La santé constitue un argument particulièrement efficace pour vendre.

Qui ignore aujourd'hui qu'il faut « manger équilibré », « manger cinq fruits et légumes par jour », « ne pas consommer trop d'aliments gras », « boire un litre et demi d'eau par jour », « manger des oméga 3 », « respecter la pyramide alimentaire » et qu'« une surcharge pondérale nuit à la santé » ?

Les normes concernant l'alimentation et la santé sont largement diffusées par les pouvoirs publics et les médias. Pour la plupart, elles sont désormais inscrites dans l'inconscient collectif.

Les marques s'appuient sur ces recommandations socialement reconnues et utilisent des allégations

de santé et nutritionnelles, parfois sous le couvert d'une autorité scientifique, pour leur publicité.

Une « **allégation** » est un message figurant sur certains emballages alimentaires ou accompagnant le produit (publicité, site internet) qui **annonce des propriétés sanitaires et/ou nutritionnelles** des aliments ou de leurs composants présents dans le produit.

- > Une **allégation nutritionnelle** fait référence à la teneur d'un nutriment dans l'aliment.
EXEMPLE > « riche en calcium » ou « représente 30 % des AJR en vitamine C ».
- > Une **allégation de santé** met en avant un lien entre un nutriment ou un aliment et l'état de santé.
EXEMPLE > les omégas 3 participent à la prévention des maladies cardiovasculaires.

Les publicités mettent spécifiquement en avant l'existence d'un **principe actif contenu dans le produit**. Elles font un lien direct entre le produit alimentaire et un bienfait sur l'organisme clairement ciblé.

EXEMPLE > les yaourts réputés faciliter le transit intestinal ou renforcer les défenses immunitaires.



Les publicités mettent aussi en avant la **teneur particulière de certains éléments** contenus dans le produit.



EXEMPLE > « Les fibres alimentaires facilitent le transit intestinal », etc.



Certaines publicités ne font pas de liens explicites entre le produit alimentaire et la santé. **Ce lien apparaît toutefois en filigrane**, par le biais de l'image essentiellement. Le produit alimentaire est mis en scène de sorte qu'il induise l'idée de santé.



B. D'AUTRES ARGUMENTS MARKETING FRÉQUEMMENT UTILISÉS

LA NATURE ET L'ENVIRONNEMENT

Certains emballages comportent aussi une référence implicite à l'environnement (des feuilles, des fleurs, des arbres, un paysage de nature, etc.), alors qu'ils sont très peu écologiques et naturels...



UNE FABRICATION ARTISANALE

Combien d'emballages font référence à une « fabrication artisanale » alors qu'ils sont entièrement industriels ? (ex. charcuteries, fromages, soupes, etc.).

La poêlée « rustique » La Parisienne (Bonduelle) comporte cinq additifs, dont deux à l'effet controversé pour la santé : le E250 (nitrite de sodium) et le E450 (diphosphates).



III. ORGANISER UN ATELIER

Avant d'approfondir l'un ou l'autre aspect, le décodage des infos clés d'un emballage constitue la base de tout atelier sur ce thème.

BISBROUILLE DANS LA TAMBOUILLE

SOLIDARIS (2016)

Kit pédagogique pour des animations sur l'accès à l'alimentation de qualité à destination des adultes



Le guide de l'animateur proposé dans ce kit pédagogique relève plusieurs conseils pratiques (pp.11-15) qui aideront toute personne qui souhaite organiser une activité sur l'alimentation à se poser les bonnes questions et à adopter une posture adéquate avec un public adulte et peu sensibilisé.

Brochure 42 pages

Téléchargeable : <https://bit.ly/2bwmXU5>

2 ACTIVITÉS SUR LA LISTE D'INGRÉDIENTS

OBJECTIF

Identifier les informations à maîtriser pour lire une liste d'ingrédients sur un emballage.

A - DE QUEL PLAT S'AGIT-IL ?

MATÉRIEL

Une liste d'ingrédients issue d'un emballage.
Exemple : hachis Parmentier industriel

DÉROULEMENT

Les participant-e-s reçoivent chacun-e un exemplaire de la liste d'ingrédients.
Ils-elles doivent deviner de quel plat il s'agit.
Lorsque tou-te-s les participant-e-s ont lu la liste, demandez qui a deviné l'« énigme ».

ANALYSE DE LA LISTE

- > Pourquoi cet ordre ?
- > Pourquoi des pourcentages ?
- > Pourquoi du gras, du sel, du sucre ?
- > Quels mots ne comprenez-vous pas ? Pourquoi des additifs ?
- > Pour ceux-celles qui ont déjà cuisiné ce plat, votre liste d'ingrédients est-elle la même ? Si non, en quoi est-elle différente ?
- > Etc.

DÉBRIEFING DE L'EXERCICE

Est-ce un exercice difficile ? Pourquoi ?
Qu'est-ce qui vous a interpellé-e, étonné-e... ?

LE BON VÉGÉTAL STEAK SOJA ET BLÉ HERTA

Protéines de soja et blé réhydratées, eau, huiles végétales (tournesol, colza), oignon, amidon de maïs, stabilisants : E461, E407 ; sel maltodextrine, extrait de levure, arômes, oignon en poudre, ail en poudre, extrait de malt d'orge, caramel, maltodextrine fumée, épices, acidifiant : E330.

2 ACTIVITÉS SUR LA LISTE D'INGRÉDIENTS

B - A LA DÉCOUVERTE DES ADDITIFS !

OBJECTIF

Donner des explications et des informations clefs sur les additifs présents dans nos aliments.

MATÉRIEL

Emballages avec de nombreux additifs dans les listes d'ingrédients.

DÉROULEMENT

Chaque participant-e reçoit un emballage. Ils-Elles sont invité-e-s à identifier les additifs présents dans la liste des ingrédients et à deviner à quoi ils servent.

L'animateur-trice leur dévoile leur fonction (en se basant sur le livre des additifs par exemple, ou via des sites Internet spécialisés sur cette question, cf. Ressources en fin de guide)

Quelques questions pour initier ou relancer la discussion :

- > Qu'est-ce qu'un additif ?
- > Citez des exemples d'additifs qu'on utilise depuis la nuit des temps (sel, sucre, etc.).
- > Pourquoi y a-t-il tant d'additifs dans les produits analysés ?
- > À votre avis, pourquoi certains sont-ils écrits en toutes lettres et d'autres avec leur code EXXX ?

POUR ALLER PLUS LOIN

Proposer une petite liste des additifs à éviter absolument (et des applications GSM pour ceux qui le souhaitent).

2 ACTIVITÉS SUR LA LISTE D'INGRÉDIENTS

C - DÉGUSTATION À L'AVEUGLE

MATÉRIEL

3 ou 4 produits transformés ou plats préparés de même nature et qui possèdent une liste d'ingrédients suffisamment longue pour pouvoir aborder différents éléments relatifs à la liste des ingrédients (longueur, présence d'additifs, ordre des ingrédients, etc.).

EXEMPLE > Les soupes

A. Soupe aux légumes verts Delhaize

1,95 € /litre

Légumes 48,4 % dont 18,7 % de légumes verts (pommes de terre 12,6 %, céleri-rave 8 %, haricots verts 7,5 %, oignons réhydratés 7,6 %, brocolis, 4,2 %, poireaux 3,3 %, épinards 2,8 %, cresson, 0,9 %, carottes), eau, lait écrémé reconstitué, amidon modifié de maïs, beurre, sel, cerfeuil, arôme naturel, extrait de levure, arôme naturel de poivre.

B. Suprême de légumes Royco

1,99 € /800 ml

Eau, légumes 13 % (tomate, poireau, chou de Milan, carotte, épinards, poivron, oignon, haricots verts, céleri à couper), pomme de terre, amidon de pomme de terre, croutons 1,1 % (farine de blé, graisse de palme, sel, levure, antioxydant : extrait de romarin), graisse de palme, sel, persil, sirop de glucose, exhausteurs de goût : E508, E621, E631, arôme (contient de l'orge ou du céleri), lactose, protéines de lait, émulsifiants : E471, stabilisants : E340, E450 et E452, curcuma, colorant : riboflavine.

C. Liebig soupe brocoli ciboulette

3,55 € /litre

Eau, légumes 30 % (25 % brocoli, oignon, courgette), amidon modifié, crème, ciboulette 0,7 %, beurre concentré, sel, exhausteur de goût : E621, arômes.

D. Soupe maison

2,15 € /litre

1 litre d'eau, 500 grammes de courgette, eau, 1 oignon, bouillon de légumes, quelques feuilles de menthe

Des récipients pouvant contenir les aliments pour chaque participant.e. Les récipients doivent être reconnaissables par l'animateur-trice, par exemple avec un marquage neutre A, B, C, D.

A



B



C



D





DÉROULEMENT

Dans notre exemple, les participant-e-s reçoivent chacun-e 4 gobelets marqués A, B, C, D.

Ils-elles reçoivent deux ou trois gorgées de chacune des quatre soupes, les goûtent et notent leurs observations à propos de chaque échantillon (salé, crémeux, savoureux, onctueux, etc.).

Décodage de l'exercice

- > De quel plat s'agit-il ?
- > Quelles différences avez-vous constatées entre les échantillons ?
- > Quel échantillon avez-vous préféré ? Pourquoi ?

Analyse de la liste des ingrédients

Après avoir dévoilé la liste des ingrédients de tous les plats goûtés (la liste peut être distribuée aux participant-e-s ou affichée en grand sur un tableau).

- > Pourquoi cet ordre des ingrédients ?
- > Pourquoi des pourcentages ? Qu'en pensez-vous ?
- > Pourquoi des graisses, du sel, du sucre ?
- > Quels mots ne comprenez-vous pas ? Pourquoi des additifs ?

- > Pour ceux qui ont déjà cuisiné ce plat, votre liste d'ingrédients est-elle la même ? Si non, en quoi est-elle différente ?

Débriefing de l'exercice

- > Après analyse, quel était leur échantillon préféré/le moins aimé ? Pourquoi ?
- > Est-ce un exercice difficile ? Pourquoi ?
- > Qu'est-ce qui vous a interpellé-e, étonné-e... ?
- > Etc.

La dégustation est un dispositif polyvalent et peut remplir différents objectifs en adaptant la forme de l'animation.

EXEMPLE

- > Faire réaliser que le goût est personnel, relatif et subjectif.
- > Souligner les impacts de la marque et du marketing sur le prix et le décalage important potentiel entre marque et garantie de qualité (les marques nationales ne sont pas forcément les plus saines et les plus savoureuses).
- > Souligner les impacts du « packaging » (esthétique de l'emballage) sur le prix.

3

ACTIVITÉ SUR LE TABLEAU NUTRITIONNEL

QU'EST-CE QU'UN TABLEAU NUTRITIONNEL ?

OBJECTIF

Comprendre ce qu'est un tableau nutritionnel et quelles informations sont intéressantes à maîtriser.

MATÉRIEL

- > Tableaux nutritionnels issus d'emballages divers.
- > Tableaux nutritionnels de deux produits similaires.

NB: Les sites de vente en ligne des grandes enseignes les reprennent pour la plupart des produits ; ça peut être une piste pour les avoir en grand sans devoir les scanner.

DÉROULEMENT

Questions pour initier la discussion

- > Savez-vous ce qu'est-ce un tableau nutritionnel ?
- > Faites-vous attention à cette information lors de vos achats ?
- > Que regardez-vous en premier dans un tableau nutritionnel ?
- > Est-ce facile à comprendre ?

Décoder un tableau nutritionnel

- > Quelles sont les informations présentes sur le tableau ?
- > Quel est le lien avec la liste d'ingrédients ?
- > Que doit-on retenir de ce tableau-ci ?

Comparer deux tableaux nutritionnels

- > Quelles sont les similitudes et les différences ?
- > Quel produit choisiriez-vous ?

INFOS À RETENIR !

Le tableau nutritionnel n'est pas très utile parce que personne ne passe sa journée à calculer l'addition de toutes ses consommations. Il peut cependant être intéressant de regarder certains pourcentages des nutriments à éviter ou à privilégier (exemples : 102 % des apports journaliers de sodium dans une pizza surgelée, présence de fibres, etc.).

4 ACTIVITÉ SUR LES LABELS

À LA DÉCOUVERTE DES LABELS

OBJECTIFS

- > Reconnaître les principaux labels présents sur le marché belge.
- > Différencier les labels « sérieux » et intéressants des labels purement commerciaux.

MATÉRIEL

- > Des images de labels
- > Des emballages portant ces labels

DÉROULEMENT

Questions pour initier la discussion

- > Quels labels connaissez-vous ?
- > À quels labels vous fiez-vous lorsque vous faites vos courses ? Pourquoi ?

Observer des labels

- > Reconnaissez-vous ces images ?
- > Qu'est-ce que c'est ? À quoi servent les labels ?
- > Que garantissent les labels ?

Rechercher ces labels sur nos emballages

- > Quels produits portent ces labels ?
- > Y a-t-il des labels que l'on n'a pas retrouvés sur ces emballages ? Lesquels ? Pourquoi à votre avis ?
- > Etc.

5 ACTIVITÉ SUR LE MARKETING

CONTOURNER LES PIÈGES DU MARKETING ET DE LA PUBLICITÉ

L'ASBL Cultures&Santé a réalisé un outil pédagogique intitulé « Des slogans dans nos assiettes ». Ce support propose une série d'animations dont les objectifs visent à décrypter les stratégies publicitaires et éveiller le regard critique des participant-e-s sur le marketing alimentaire.

La partie « marketing » du présent guide est largement inspirée de cet outil, qui est téléchargeable gratuitement :

www.cultures-sante.be/nos-outils/outils-education-permanente/item/54-des-slogans-dans-nos-assiettes

Pour organiser une activité sur le marketing et la publicité alimentaires, nous vous invitons à utiliser ce très bon outil et consulter les autres supports pédagogiques et méthodologiques de cette association sur la thématique de l'alimentation.

Cultures & Santé anniversaire 40 ans! 17 MAR AVR

VOUS ÊTES ICI : ACCUEIL > NOS OUTILS > EDUCATION PERMANENTE > LES CENTRES PUBLICS D'ACTION SOCIALE (CPAS)

Des slogans dans nos assiettes

Imprimer

OUTILS CULTURES&SANTÉ

Mots clés
Chercher...

Thématique
- Choix: Thématique -

Supports
- Choix: Supports -

Publics
- Choix: Publics -

CHERCHER

SE PROCURER NOS OUTILS

La majorité de nos outils est disponible en téléchargement. Les kits d'animation sont également disponibles en location dans notre centre de documentation. Vous pouvez vous procurer certains outils gratuitement selon quelques conditions et dans la limite des stocks disponibles.

Contactez le centre de documentation

02 558 88 11 tous les jours entre 9h30 et 16h30 sauf le jeudi matin
ou par mail cdoc@cultures-sante.be

Cet outil d'animation et de réflexion invite les participants à poser un regard critique sur les publicités alimentaires et particulièrement sur celles utilisant des arguments de santé afin de séduire le consommateur.

L'outil est destiné aux professionnels des champs de la culture, du social, de l'insertion socio-professionnelle souhaitant développer des

IV. RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

A. DOCUMENTATION

- > *Guide d'achat pour bien manger. 500 produits décryptés*, Dr Jean-Michel Cohen, FIRST Editions, 2015.
- > *Le nouveau guide des additifs. Ceux qui sont sûrs, ceux qui ne le sont pas*, Anne-Laure Denans et *La Nutrition*, Thierry Souccar Editions, 2017.
- > *Savoir acheter. Le guide des étiquettes*, Marie-Paule Dousset, Marabout, 2007.

B. ORGANISATIONS

CEO

<https://corporateeurope.org/>

Corporate Europe Observatory (CEO) est une ONG qui étudie la manière dont les lobbies des grandes entreprises multinationales influencent les stratégies et la réglementation européennes, parfois au détriment des équilibres sociaux, sociétaux et environnementaux. Cette ONG plaide pour une plus grande transparence et régulation des activités de lobbying.

Les études réalisées sont disponibles sur le site en anglais.

CULTURES&SANTÉ

<http://www.cultures-sante.be/>

Cultures&Santé est une ASBL de promotion de la santé, d'éducation permanente et de cohésion sociale.

Cultures&Santé a développé une expertise dans la communication adaptée aux publics multiculturels et/ou peu scolarisés en collectif. Elle conçoit des outils et démarches pédagogiques en vue d'augmenter la puissance d'agir et l'esprit critique des populations.

ECOCONSO

<http://www.ecoconso.be/fr>

Ecoconso est une ASBL qui encourage des choix de consommation et des comportements respectueux de l'environnement et de la santé. Des dossiers sur diverses thématiques liées à l'alimentation sont téléchargeables gratuitement sur le site.

FOODWATCH

<https://www.foodwatch.org/fr>

Foodwatch est une association qui défend les droits des consommateurs et qui décrypte régulièrement toutes sortes d'étiquettes.

OPEN FOOD FACTS

<https://fr.openfoodfacts.org/>

Open Food Facts est un projet collaboratif en ligne dont le but est de constituer une base de données libre et ouverte sur les produits alimentaires du monde entier. Cette base de données est accessible via un site web et une application mobile.

OXFAM

<https://www.oxfam.org/fr>

Oxfam est une ONG de coopération au développement qui a notamment réalisé un rapport intitulé « La face cachée des marques ». Dans ce rapport, Oxfam évalue les politiques sociales et environnementales des dix plus grandes entreprises du secteur alimentaire et des boissons. Ce document est disponible gratuitement sur leur site : <https://www.oxfam.org/fr/rapports/la-face-cachee-des-marques>

RENCONTRE DES CONTINENTS

<http://rencontredescontinents.be/>

Rencontre des Continents est une association d'éducation à l'environnement, à la citoyenneté et aux relations Nord/Sud qui a créé l'outil « Le Jeu de la Ficelle ». Ce jeu de rôles permet de représenter par une ficelle les liens, implications et impacts de nos choix alimentaires. Il est téléchargeable gratuitement sur le site : <http://www.jeudelaficelle.net/>

Contenus : Sarah Bahja, Hafid Boussouira, Catherine Closson, Laurence Holzemer, Anne Pelsser, Nathalie Pitsaer, Noëlla Winant

Rédaction : Sarah Bahja & Catherine Closson

Mise en page : Marie-Hélène Grégoire

Ce guide d'animation a été réalisé dans le cadre du projet de recherche action participative Falcoop, en partenariat entre BEES coop et le Centre d'Études Économiques et Sociales de l'Environnement (Université libre de Bruxelles), avec le soutien d'Innoviris, dans le cadre de l'appel à projets Co-Create 2015.

Décembre 2018



Avec le soutien de :



