

# Nutri-Pact : une Coalition pour une meilleure alimentation 2021-2025

« Nutri-Pact : une Coalition pour une meilleure alimentation 2021-2025 » est un accord volontaire du secteur alimentaire pour faciliter des choix alimentaires plus sains pour les consommateurs.

Dans cet accord, les parties

- La Fédération de l'industrie alimentaire belge (Fevia)
- La Fédération pour le commerce et les services (Comeos)

indiquent comment elles y travailleront conjointement, chacune selon sa propre responsabilité, dans les années à venir.

## 1 CONSIDÉRANT

- Que le 'Global Burden of Disease for Belgium 2017' a dressé un inventaire des principaux problèmes de santé liés à l'alimentation en Belgique. Que les données du 'Global Burden of Disease for Belgium 2016' montrent que les 'Disability adjusted life years' en Belgique sont principalement liées à un manque de céréales complètes, de fruits, de légumes, de légumineuses, de fruits à coque et de graines et à un excès de sel.
- Que le 1<sup>er</sup> octobre 2019, le Conseil Supérieur de la Santé a publié des recommandations nutritionnelles pratiques pour les adultes en mettant l'accent sur les denrées alimentaires, à savoir les Food Based Dietary Guidelines (FBDG). Ces recommandations nutritionnelles sont basées sur les constatations de l'étude Global Burden of Disease pour la Belgique et traduisent les priorités concernant les choix alimentaires qui peuvent contribuer efficacement au maintien et à la promotion d'une bonne santé. Les FBDG prévoient également une catégorisation des « groupes alimentaires à privilégier », des « groupes alimentaires à limiter » et des « autres groupes alimentaires ». Les priorités des FBDG ont été résumées par le Conseil Supérieur de la Santé dans l'Épi alimentaire, cinq messages clés sur lesquels la plus grande attention devrait être portée afin de préserver et promouvoir la santé des Belges étant donné le lien avec le fardeau de la maladie. Ces messages clés sont les suivants : « Mangez plus de produits céréaliers complets, de fruits et légumes, de légumineuses, de fruits à coques et graines et limitez votre consommation de sel ».
- Que selon la dernière enquête de consommation alimentaire, ECA 2014-2015, pour chacune de ces cinq priorités, il y a encore du chemin à parcourir pour atteindre ces objectifs et ainsi réaliser les plus grands gains de santé pour la population belge.

- Que selon l'ECA, la consommation d'acides gras saturés et de sucres est encore trop élevée. L'apport en acides gras saturés (13 en%) est supérieur à la limite recommandée de 10 % de l'apport énergétique. La consommation de produits riches en sucre est également élevée dans tous les groupes d'âge.
- Que le surpoids et l'obésité sont des problèmes majeurs en Belgique, comme dans la plupart des pays industrialisés. En 2018, près de la moitié (49 %) de la population adulte était en surpoids (IMC  $\geq$  25) et 16 % étaient obèses (IMC  $\geq$  30).<sup>1</sup> La crise du Covid-19 a mis ces défis encore plus en évidence.
- Qu'il y a plusieurs manières pour le secteur alimentaire de faciliter des choix plus sains pour le consommateur et que tous les membres de Comeos et Fevia peuvent apporter leur contribution, par exemple :
  - En améliorant (encore) la composition des aliments, et en se concentrant spécifiquement sur la réduction de la teneur en sucre et en sel des aliments ainsi que sur l'augmentation de la teneur en fibres.
  - En améliorant encore la composition des aliments et en se concentrant sur les « groupes alimentaires à privilégier » des Food Based Dietary Guidelines. Il s'agit notamment des céréales complètes, des fruits et des légumes, des légumineuses, des fruits à coque et des graines, du lait et des produits laitiers, du poisson, des crustacés et fruits de mer, et des huiles et dérivés riches en acides gras oméga-3 et de l'huile d'olive.
  - En améliorant encore la composition des aliments et en utilisant moins de graisses ou des « meilleures » graisses.
  - En investissant davantage dans une offre et un marketing qui encouragent les consommateurs à faire des choix plus sains, y compris par le biais du 'nudging'.
  - En mettant à la disposition des consommateurs plus d'informations (que celles exigées par la loi) et en communiquant de manière transparente sur la qualité nutritionnelle des denrées alimentaires, par exemple par un système d'étiquetage FOP, par exemple par le biais d'une application volontaire d'un Nutri-Score.
  - En proposant des portions plus petites
- Que Fevia et Comeos se rendent compte qu'ils ont aussi une responsabilité dans la lutte contre les modes d'alimentation non équilibrés et qu'ils assument cette responsabilité depuis plusieurs années. Grâce à l'autorégulation, ils se sont engagés à réduire drastiquement les acides gras trans de leurs aliments. La Convention Sel (2008-2013) a permis de réduire de 10 % la consommation de sel des Belges. Avec la Convention Alimentation Équilibrée (2012-2020), Fevia et Comeos ont bien contribué à réduire l'apport calorique des consommateurs belges. Les données indépendantes d'Euromonitor confirment une tendance à la baisse du nombre de kcal achetées dans les magasins belges. Toutefois, pour avoir une vue d'ensemble des résultats, il ne suffit pas de se pencher uniquement sur le volet achat. Il est nécessaire de clarifier l'évolution nutritionnelle de l'offre alimentaire et les reformulations qui ont été faites ; nous y verrons plus clair avec Nutri-Track. En outre, une nouvelle enquête de consommation alimentaire devrait permettre de cartographier la consommation réelle de la population belge.

---

<sup>1</sup> Statut pondéral - Vers une Belgique en bonne santé ([belgiqueenbonnesante.be](http://belgiqueenbonnesante.be))

- Que l'intention était d'amorcer un revirement avec les Conventions et de permettre aux consommateurs de faire plus facilement des choix plus sains. Que le secteur alimentaire constate aujourd'hui les résultats de ses efforts, mais qu'il est également bien conscient que ces efforts doivent être combinés à une communication des autorités afin d'avoir un impact positif sur les maladies de civilisation actuelles. Le secteur alimentaire veut donc continuer à assumer une part de responsabilité, main dans la main avec les autorités.
- Que l'amélioration de l'offre de produits doit souvent se faire étape par étape en raison de l'adaptation (au goût) du consommateur. Et que l'amélioration des produits prend du temps, surtout si, outre le goût, des aspects techniques et/ou de sécurité alimentaire jouent également un rôle. De plus, pour certains secteurs, il n'est pas facile de parvenir à une réduction de l'apport énergétique car, pour certains produits, tous les ingrédients contribuent à l'apport calorique. Plusieurs secteurs indiquent également qu'ils ont atteint les limites techniques de la reformulation de leurs produits et qu'ils sont donc au bout du processus de reformulation.
- Que le marché alimentaire est un marché international et que les produits importés doivent également être impliqués dans les améliorations de produit et leur monitoring.
- Que le marché alimentaire out-of-home (horeca, food-service...) contribue également de manière importante à l'apport alimentaire de la population belge et qu'il devrait également être impliqué dans l'amélioration (et son monitoring) de ses snacks et repas.
- Que la transparence sur l'engagement et les résultats de cette coalition est très importante et que, par conséquent, l'évaluation des progrès réalisés par rapport aux ambitions est une partie essentielle de l'approche.
- Qu'il est important d'impliquer le secteur alimentaire dans les politiques en matière de modes de vie et d'habitudes alimentaires plus sains, afin de parvenir à des solutions réalistes.
- Que la variation est importante dans l'alimentation et qu'il convient donc de prendre en compte l'ensemble du mode alimentaire et de ne pas se concentrer uniquement sur les aliments individuels.
- Qu'une offre plus saine en soi ne garantit pas des choix alimentaires plus sains. Que cette approche est au maximum de son efficacité lorsque les autorités persuadent en même temps les consommateurs d'opter consciemment pour un mode de vie équilibré et donc aussi pour les produits innovants commercialisés par le secteur alimentaire. Et de préférence dans le cadre d'une approche « health-in-all-policies » dans laquelle tous les domaines et niveaux d'autorité travaillent ensemble pour créer un environnement qui facilite des choix plus sains. Dans ce contexte il est important de ne pas perdre de vue que des efforts sont également nécessaires dans d'autres domaines (activité physique, vie moins sédentaire, ....).
- Que le secteur alimentaire contribue à la réalisation des ambitions et des actions du Code de conduite de l'UE par son engagement actuel. Qu'il contribue spécifiquement aux actions formulées dans le cadre du thème « *Food consumption for healthy and sustainable diets* », à savoir « *More healthy, balanced and sustainable food consumption patterns* » et « *Enhanced information, responsible marketing and empowerment* ».

- Que grâce à son engagement actuel, l'industrie alimentaire contribue également à la réalisation des objectifs et des cibles de la Fevia Integrated Sustainability Roadmap 2025. Qu'elle contribue, plus précisément, à la réalisation de trois objectifs spécifiques relevant de la rubrique « *Promoting a healthy lifestyle with more access to affordable healthy and delicious products with aligned communication* », notamment en misant sur la reformulation des produits conformément aux FBDG, sur une communication transparente et scientifiquement fondée qui facilite des choix plus sains, et via un marketing conforme au Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires. Ces objectifs seront évalués dans la Sustainability Roadmap par le biais de KPI's et d'objectifs spécifiques.

## 2 LES PARTIES SIGNATAIRES CONVIENNENT DE CE QUI SUIT :

### AMBITIONS ET ENGAGEMENTS

#### Composition des produits, taille des portions

1. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et leurs secteurs à optimiser encore davantage la qualité nutritionnelle de leurs produits alimentaires, notamment :
  - a. En contribuant encore à réduire la consommation de sel chez les Belges pour atteindre l'apport journalier moyen recommandé en sel de 6 grammes de sel par jour maximum.
  - b. En contribuant encore à réduire la consommation de sucre des Belges pour atteindre l'apport journalier moyen recommandé en sucres, à savoir 10 % maximum de l'apport énergétique total (notamment par le biais de reformulations, du développement de produits innovants...).
  - c. En contribuant encore à une augmentation de l'apport en fibres alimentaires chez les Belges pour atteindre l'apport journalier moyen recommandé en fibres alimentaires d'au moins 25 grammes de fibres par jour.
2. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et leurs secteurs à miser sur les recommandations nutritionnelles des FBDG. Cela est possible notamment en augmentant la quantité de céréales complètes, de fruits et légumes, de légumineuses, de fruits à coque et de graines dans l'offre de produits. On peut également miser sur les autres groupes alimentaires à privilégier des FBDG, à savoir le lait et les produits laitiers, les poissons, crustacés et fruits de mer, les huiles et dérivés riches en acides gras oméga-3 et l'huile d'olive.
3. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et leurs secteurs à faire en sorte que les consommateurs consomment moins d'énergie. Cette réduction de l'apport calorique peut être réalisée en réduisant la teneur en sucres des denrées alimentaires comme indiqué au point (1.b.)

et/ou en utilisant moins de graisses – en particulier des graisses saturées -, et/ou en réduisant la taille des portions (p. ex. contrôle des portions à moins de 200 kcal) ou en offrant de l'information sur les portions.

4. Fevia et Comeos demandent aux autorités fédérales de soutenir la recherche de solutions techniques permettant d'adapter la composition nutritionnelle sans compromettre le goût, la sécurité alimentaire et la qualité. Plus précisément, les fédérations demandent au gouvernement d'explorer les possibilités de rendre les investissements dans la recherche et le développement fiscalement attractifs et de poursuivre l'élimination des obstacles juridiques restants.

### Approche concrète pour les reformulations de produits

5. Toute entreprise peut mettre sur le marché belge des produits reformulés qui contribuent aux ambitions de cet engagement. Tous les produits de marque et de marque de distributeur sont donc éligibles. Toutefois, ils doivent remplir les conditions cumulatives suivantes:
  - a. La modification de la composition nutritionnelle ne constitue pas une infraction aux dispositions légales applicables au produit concerné et à la sécurité alimentaire ;
  - b. La modification de la composition nutritionnelle n'a pas ou peu d'incidences en termes de technologie de production ou de qualité sensorielle (goût, couleur, texture, etc.) du produit; et
  - c. La modification de la composition nutritionnelle ne doit pas entraîner une réduction globale de la qualité nutritionnelle.
6. La mesure dans laquelle les membres de Fevia et Comeos peuvent contribuer aux ambitions de reformulation est en partie déterminée par la mesure dans laquelle ils ont la décision sur la composition des produits (marques A, marques de distributeur) et par la mesure dans laquelle ces produits ou catégories de produits sont vendus.
7. Fevia et Comeos demandent à leurs entreprises et secteurs de contribuer à une réduction de la consommation de sel et de sucre par le consommateur belge par le biais de l'approche suivante :
  - a. Fevia et Comeos tenteront de mieux comprendre la variabilité de la teneur en sel et en sucre des différentes catégories de produits sur le marché belge. Et ce, en utilisant la base de données Nutri-Track de Sciensano (ou équivalent) comme base. Des sources supplémentaires peuvent être consultées pour une interprétation et clarification plus poussées (e.a. les données de monitoring des secteurs) ;
  - b. Ensuite, Fevia et Comeos comparent la teneur en sel et en sucres des catégories de produits du point (7.a.) avec le marché européen, afin de voir comment ces catégories de produits se comparent au marché européen en termes de teneur en sucre et en sel. Pour cela, la base de données mise au point dans le cadre du projet EUREMO (ou équivalent) sera utilisée.
  - c. Les résultats des points (7.a) et (7.b) sont discutés, selon la pertinence, entre le secteur concerné et Comeos et/ou au sein du groupe de travail Nutrition et du COVAL de Fevia et/ou au sein du groupe de travail Alimentation et santé de Comeos. Les groupes de travail feront appel à Sciensano pour ses conseils et son expertise.
  - d. Sur la base de ces discussions, les catégories de produits à traiter seront définies par les entreprises et les sous-secteurs. Ceci est fait en consultation avec Fevia et Comeos respectivement.

- e. Si possible, les entreprises détermineront les teneurs maximales recommandées en sel et en sucre pour les catégories de produits définies au point (7.d.) en collaboration avec leur sous-secteur. Ils utiliseront autant que possible ces niveaux maximaux comme critères pour la reformulation de leur(s) produit(s).
  - f. La consommation de sucres et de sel peut être réduite non seulement par la reformulation des produits, mais aussi par la réduction de la taille des portions et une meilleure sensibilisation sur ce sujet.
8. Fevia et Comeos demandent à leurs entreprises et secteurs de contribuer à une plus grande consommation de fibres par le consommateur belge par le biais de l'approche suivante :
- a. Les entreprises de Fevia/Comeos déterminent, en concertation avec leur sous-secteur concerné, quel(s) produit(s) de leur gamme de pains ou de produits céréaliers elles souhaitent rendre plus équilibré(s) en ce qui concerne la teneur en fibres et/ou de quels produits elles veulent stimuler la consommation (par exemple encourager les consommateurs à faire le choix plus sain du pain gris/complet plutôt que du pain blanc).
  - b. Les entreprises et leurs sous-secteurs se fixent un objectif par catégorie de produits pour augmenter la teneur moyenne en fibres du pain ou d'autres produits céréaliers.
  - c. Les catégories de produits et les objectifs sont validés respectivement par le groupe de travail de Fevia et de Comeos.
  - d. Les produits applicables aux points (8.a.), (8.b.) et (8.c.) sont soumis aux conditions définies dans le point (5).

*Encourager les consommateurs à faire des choix alimentaires plus sains, par exemple par le biais du nudging*

9. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et secteurs à inciter le consommateur belge à avoir une alimentation plus équilibrée. Le nudging peut être un outil utile à cet égard, afin de guider le consommateur vers une direction plus saine. Fevia et Comeos développent, avec l'aide d'un expert en nudging, un projet pilote sur le nudging et compilent un rapport sur les meilleures pratiques qu'ils mettent à la disposition de leurs membres.
10. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et leurs secteurs à investir davantage dans un marketing qui incite les consommateurs à faire des choix plus sains.
11. Fevia et Comeos poursuivent leurs initiatives en matière de marketing responsable. A cet égard, le Nouveau Code de Publicité pour les denrées alimentaires est la ligne directrice pour les membres de Fevia et Comeos en termes de marketing responsable à la fois pour les adultes et les enfants.
12. Fevia et Comeos encouragent leurs entreprises et secteurs à fournir des informations supplémentaires (plus que ce qui est légalement requis) afin de communiquer de manière transparente aux consommateurs concernant la qualité nutritionnelle de leurs produits alimentaires. Cela peut se faire, par exemple, par un front-of-pack nutrition labelling volontaire, comme le Nutri-score, ou par d'autres formes d'étiquetage. Cela peut également se faire en mettant les données nutritionnelles des aliments à la disposition de NUBEL/GS1. Les membres de Fevia et Comeos peuvent également suivre une stratégie propre à l'entreprise et, par exemple, fournir des informations supplémentaires par le biais de dépliants, sur le lieu de vente, dans des magazines ou sur des sites web.

13. Fevia et Comeos demandent aux autorités fédérales de s'engager à communiquer, en concertation avec les communautés, au sujet des recommandations nutritionnelles des FBDG, et notamment celles qui présentent les plus grands avantages pour la santé de la population belge. En outre, les fédérations demandent au gouvernement fédéral de continuer d'informer le grand public belge sur l'interprétation correcte du Nutri-Score, afin de faciliter un choix alimentaire plus sain dans une certaine catégorie de produits.
14. Fevia et Comeos sont prêts à donner de la visibilité aux initiatives de communication et de sensibilisation des autorités dans la mise en œuvre de (13).
15. Fevia et Comeos demandent au gouvernement fédéral de les consulter régulièrement (3-4x/an) au sujet des dernières adaptations, de la gouvernance ou d'autres évolutions du logo front-of-pack volontaire Nutri-Score, tant en Belgique qu'en Europe. Idéalement, ces informations sont publiées régulièrement sur le site web des autorités.

## MONITORING

16. La durée de cet engagement s'étend de sa signature jusqu'au 31 décembre 2025. La situation en 2020 sera prise comme base de référence pour la composition nutritionnelle des produits de marque et de marque de distributeur concernés. Le rapport final aura lieu en 2026.
17. Les membres de Fevia et Comeos ont la possibilité de collaborer avec Sciensano pour l'échange de données de leurs produits, dans le cadre du monitoring Nutri-track. Cet échange de données a lieu en consultation individuelle entre les membres engagés et Sciensano, avec ou sans accords supplémentaires. Sciensano peut intégrer ces données dans sa base de données Nutri-Track.
18. Les données obtenues à partir de la banque de données Nutri-Track de Sciensano seront utilisées pour le monitoring de cet engagement, en particulier pour vérifier l'évolution de la composition nutritionnelle des produits de marque et de marque de distributeur concernés.
19. Les enquêtes de consommation alimentaire de Sciensano seront également utilisées pour vérifier si les ambitions ont été atteintes. Fevia et Comeos demandent au gouvernement fédéral d'explorer la possibilité d'organiser l'enquête de consommation alimentaire ou une enquête alternative sur une base plus régulière (que tous les 10 ans).
20. Fevia et Comeos demandent aux autorités fédérales de fournir à Sciensano les moyens financiers nécessaires
  - a. Pour compléter et effectuer un suivi de la base de données Nutritrack sur une base annuelle ;
  - b. Pour réaliser régulièrement des enquêtes de consommation alimentaire.

## ACTIONS CONCRÈTES POUR LA MISE EN ŒUVRE DU NUTRI PACT : UNE COALITION POUR UNE MEILLEURE ALIMENTATION

21. Fevia et Comeos établiront une plateforme numérique sur laquelle leurs membres pourront publier leurs engagements pour la mise en œuvre du Nutri Pact.
22. Au début de la durée de ce Nutri-Pact, Fevia organisera une table ronde sur les ambitions définies dans ce Nutri-Pact. Fevia invitera différentes parties prenantes, y compris des experts indépendants et le gouvernement. Ils entameront un dialogue sur l'état d'avancement de ces ambitions et sur les prochaines étapes qu'ils peuvent entreprendre, chacun en fonction de ses propres responsabilités, pour un avenir plus sain.

---

Dominique Michel  
CEO Comeos

---

Bart Buysse  
CEO Fevia