

Charte collective de progrès nutritionnel PNNS des compotes, confitures et fruits au sirop - Résultats



En 2008, les fabricants de confitures, de compotes et de fruits au sirop du groupe Fruits de la FIAC¹ ont confirmé leur volonté de progresser en terme d'amélioration nutritionnelle en signant la 1^{ère} charte collective d'engagements de progrès nutritionnel du PNNS. Les entreprises signataires étaient alors Andros, Charles Faraud, Conserves France St Mamet, Hero France (aujourd'hui Charles & Alice) et Materne.

Cette charte comprenait 8 engagements précis et chiffrés, et les entreprises s'étaient engagées à :

- Améliorer l'offre alimentaire par la réduction du taux de sucres moyen des « compotes », « confitures », « fruits au sirop »
- Améliorer l'information du consommateur
- Mettre en œuvre une communication collective en vue de promouvoir les qualités des produits à base de fruits transformés

Le suivi des engagements a été contrôlé par le CTCPA².

L'engagement majeur en termes de progrès nutritionnel a été rempli par les entreprises engagées dans cette charte collective. Avec, désormais, une teneur moyenne totale en sucres de 15,8 g/100g pour les produits de type compote, la diminution atteint 12% entre 2006 et 2010. En rapportant aux volumes de vente considérés, 21 tonnes de sucres ont ainsi été économisées entre 2001 et 2010 sur ce segment. Cette amélioration s'étend également aux conserves de fruits, avec un abaissement significatif de la teneur moyenne en sucres pour la catégorie des fruits au sirop et une forte progression de l'offre sur le segment des fruits à moindre teneur en sucres qui représente maintenant plus de 20% des produits commercialisés à marques nationales.

Les engagements qui n'ont pas été complètement atteints portaient essentiellement sur des engagements d'augmentation de volumes de vente des produits à marques nationales, paramètre que les entreprises signataires pouvaient plus difficilement maîtriser.

¹ La Fédération des Industries d'Aliments Conservés (FIAC) est un syndicat professionnel qui regroupe 130 entreprises fabriquant des produits élaborés conservés de légumes, maïs doux, poissons, plats cuisinés, foie gras, escargots, tomates, champignons, truffes et fruits. Le Groupe Fruits de la FIAC est constitué de 36 entreprises qui produisent des compotes, confitures, conserves de fruits ainsi que des préparations à base de fruits à destination de l'industrie. La représentativité du Groupe Fruits de la FIAC est de 88% dans le secteur de la confiture, de 97% dans celui de la compote et de 80% dans celui des fruits au sirop. La FIAC est membre de l'Association Des Entreprises de Produits Alimentaires Élaborés (ADEPALE)

² Centre Technique de la Conservation des Produits Agricoles

1- Les engagements d'amélioration de l'offre alimentaire : réduction de la teneur moyenne en sucres des produits de type « compotes », « confitures » et « fruits au sirop »

- ✓ **Engagement n°1 :** diminuer d'un point le taux moyen de sucres des produits de type « compotes » grâce à la croissance sur l'allégé et le « sans sucres ajoutés ».

Engagement n°2 : abaisser la teneur en sucres des confitures des marques engagées, et ceci en fonction des fruits concernés.

- ✓ **Engagement n°3 :** en 2010, faire en sorte que 90% des volumes des fruits au sirop à marques nationales se situent à la limite inférieure du taux de sucres réglementaire.

BILAN :

Produit	Teneur* en sucres en 2006	Teneur* en sucres en 2010
Compotes	17,9g/100g	15,8g/100g
Fruits au sirop	100% entre 17-18,5	89% entre 17,3-17,6

*Teneurs moyennes en sucres sur l'ensemble des produits concernés par les engagements.

Compotes	
Progrès annoncé	Progrès réel
-1% de sucres	-12% de sucres

Les engagements sur les compotes et fruits au sirop ont été tenus et même largement atteints pour les compotes. L'engagement relatif aux confitures n'a pas pu aboutir, dû notamment à des contraintes techniques complexes (rôle de conservateur des sucres).

2- Engagements sur l'amélioration de l'information du consommateur

- ✓ **Engagement n°4 :** d'ici 2010, 100% des produits de type compotes et fruits au sirop, à marques nationales, commercialisés en GMS, portent un étiquetage nutritionnel, dont 75% un étiquetage de type 2 (énergie, protéines, glucides dont sucres, lipides dont acides gras saturés, fibres, sodium) et 25% de type 1 (énergie, protéines, glucides, lipides)

En 2010, 97% des produits portaient un étiquetage nutritionnel et 96% portaient un étiquetage de groupe 2. Les produits ne portant pas d'étiquetage nutritionnel en 2010 ont été modifiés sur l'année 2011.

Les compotes

Télécharger

Imprimer

Valeurs nutritionnelles moyennes pour 100g		Énergie (kcal)	Protéines (g)	Glucides (g) dont sucres (g)	Lipides (g) dont AGS (g)	Fibres (g)	Vitamine C* (mg)
Pomme fraîche sans peau (USDA)		48 kcal	0,3 g	11,5 g 10,1 g	0,1 g 0,02 g	1,3 g	4 mg
«Compote classique»	Pommes**	90 kcal	0,3 g	21,2 g 20,6 g	0,5 g traces	1,9 g	10 mg
	Fruits divers**	84 kcal	0,4 g	19,3 g 19 g	0,3 g traces	1,5 g	de 10 à 18 mg
«Compote allégée»	Pomme nature et pomme vanille**	74 kcal	0,3 g	17,1 g 15 g	0,5 g 0,1 g	1,6 g	9,5 mg
	Fruits divers**	71 kcal	0,4 g	16,5 g 15,2 g	0,4 g 0,02 g	1,2 g	12,8 mg
«Compote sans sucres ajoutés»	Pomme nature**	57 kcal	0,3 g	12,1 g 10,9 g	0,6 g 0,1 g	1,6 g	10 mg
	Fruits divers**	57 kcal	0,5 g	12,6 g 11,4 g	0,5 g 0,1 g	1,7 g	16,3 mg

* La vitamine C n'est pas donnée pour toutes les références, la moyenne concerne environ la moitié des références

** Valeurs nutritionnelles selon les données 2008 des fabricants français & CIQUAL

- ✓ **Engagement n°5 :** mettre en œuvre une communication collective dans le but de promouvoir la qualité des produits à base de fruits transformés, de manière à aller dans le sens d'une augmentation globale de la consommation de fruits et légumes, sous toutes leurs formes (recommandations PNNS).

De nombreuses actions ont été réalisées entre 2008 et 2010 via l'AFIDEM (interprofession des fruits destinés à l'industrie), dont le groupe « Fruits » de la FIAC est membre. Ces actions de communication étaient destinées à la fois à sensibiliser les professionnels de santé via la presse, mais également à toucher un public plus large à travers le développement du site internet Avant tout du fruit (avanttoutdufruit.com) et la diffusion de conseils scientifiques et nutritionnels.

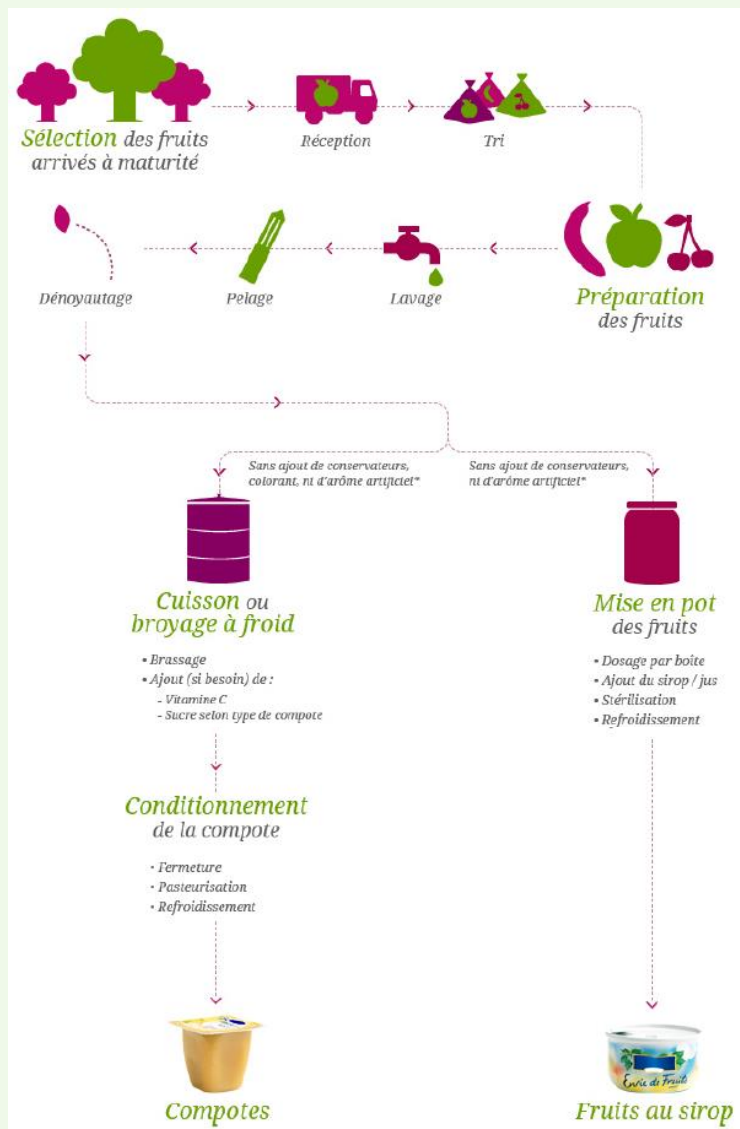


Schéma de fabrication des compotes et fruits au sirop
(Source : avanttoutdufruit.com)

3- Les engagements sur le développement de la consommation de fruits transformés

- ✓ **Engagement n°6 :** d'ici 2010, développer les fruits au sirop léger, très léger, au jus et au naturel de manière à atteindre 18% de la production en volume des produits à marques engagées, contre 13% en 2007.

Les produits à moindre teneur en sucres représentaient donc, en 2010, 22% du volume total de la marque engagée contre 13% en 2007. L'objectif de 18% est donc pleinement atteint.

Engagement n°7 : Augmenter la consommation de produits à marque de type « compotes » : passer le cap des 100 000 tonnes de produits à marques consommés (en 2006 : 90 000 tonnes).

La consommation des produits de type compotes poursuit son augmentation depuis 2006, avec une augmentation de 9% entre 2008 et 2010, contribuant ainsi à l'atteinte de l'objectif « consommation de fruits » du PNNS. Cependant ces augmentations de volumes sont dues à des augmentations de vente sur les produits à marques distributeurs et non à marques nationales.

Engagement n°8 : sur les confitures allégées : soutenir la communication des confitures allégées à marques nationales et développer leur part de marché qui devra atteindre 15% en 2010, contre 13,7% en 2006

En 2010, on observe une diminution des volumes de vente des confitures dans leur ensemble (-7,5% en volume). Malgré cela, les volumes de vente de confitures allégées sont stables depuis 2009, leur part relative dans l'univers confiture a donc augmenté. L'objectif PNNS recherché (diminution de la consommation de sucres) est donc atteint puisque les ventes de produits allégés se stabilisent alors même que les ventes de confitures en général sont en diminution depuis 2006.

