

Une communication transparente sur les valeurs nutritionnelles

Nous souhaitons que la communication sur la valeur nutritionnelle de nos produits soit la plus transparente possible. Nous aimerions que davantage d'entreprises mettent plus d'informations extralégales à disposition du consommateur afin que le consommateur puisse plus facilement choisir des aliments et des boissons équilibrés.



Quel est notre objectif à l'horizon 2025 ?

Nous devons nous assurer que le consommateur dispose des informations appropriées pour pouvoir faire un choix éclairé. Voilà pourquoi nous nous efforçons de communiquer en toute transparence sur la valeur nutritionnelle des denrées alimentaires et des boissons que nous proposons aux consommateurs.

À cet égard, nous dépassons largement le cadre de l'étiquetage nutritionnel fixé par la législation, à savoir le règlement "Food Information to Consumers" (information des consommateurs sur les denrées alimentaires). L'objectif est une tendance à la hausse : que davantage d'entreprises mettent plus d'informations extralégales à la disposition des consommateurs pour un plus grand nombre d'aliments et de boissons qu'elles commercialisent.

Comment allons-nous réaliser cet objectif ?

Nous souhaitons partager des informations supplémentaires sur les aliments et boissons que nous commercialisons, et ce par le biais de différents canaux :

- Fevia se concerte avec NUBEL et GS1 sur (les modalités de) la mise à disposition des données des entreprises.
- Via un groupe de travail ad hoc, nous collaborons avec GS1 et le secteur de la distribution afin de mettre en œuvre les dispositions du règlement "Food Information to Consumers" sur la vente à distance et de convenir de la mise à disposition d'informations extra-légales.
- En adaptant l'étiquetage de nos boissons et aliments.
- Via des informations supplémentaires sur nos propres sites web.
- Via des articles "Food.be Snacks" sur le site web de Fevia.

Où en sommes-nous aujourd'hui ?

Fevia examinera périodiquement (annuellement ou bisannuellement) les informations nutritionnelles extralégales que les entreprises mettent à disposition et les canaux d'information qu'elles utilisent pour informer les consommateurs sur la composition de leurs produits. À cette fin, Fevia a établi une mesure de référence via un questionnaire adressé à ses membres en 2022. Fevia a relancé son questionnaire en 2023 pour

comparer l'évolution des initiatives des entreprises. 82 entreprises y ont répondu en 2023 (91 en 2022)
Voici les grandes tendances et les évolutions :

- 37% (34% en 2022) des répondants reprennent une forme d'expression complémentaire de l'étiquetage nutritionnel sur leurs étiquettes (traffic light, Nutri-Score, Apports de Référence ou Reference Intakes), dont 24% (35% en 2022) le font pour toutes leurs marques.
- 29% (33% en 2022) des répondants répètent la valeur énergétique sur la face avant de leurs étiquettes.
- 17% (15% en 2022) des répondants transmettent des infos nutritionnelles extra-légales à NUBEL. Parmi ceux-ci, 8% (58% en 2022) le font pour les teneurs en fibres.
- 25% (42% en 2022) des répondants transmettent des informations nutritionnelles extra-légales à GS1. Parmi ceux-ci, 29% (quasi la moitié en 2022) transmet le Nutri-Score ou les informations pour le calculer, tandis que 32% (42% en 2022) le font pour les fibres.
- 25% (40% en 2022) des répondants mentionnent des allégations nutritionnelles sur leurs emballages. A titre illustratif : source d'acides gras oméga-3, riche en fibres, source de protéines, teneur réduite en sel, riche en calcium, pauvre en calories.

Quelles sont nos actions concrètes en tant que secteur ?

- Fevia informe ses membres par sa newsletter hebdomadaire, lors de réunions du groupe de travail "Food Information to Consumers" et via l'organisation de séances d'information avec les autorités belges. Ce sont ces mêmes canaux qui permettent à Fevia de sensibiliser ses membres à la valeur ajoutée d'informations nutritionnelles supplémentaires fournies sur base volontaire.
- Via la plate-forme en ligne "[My Product Manager](#)" de GS1, l'organisation qui développe des normes internationales pour l'identification, la saisie et le partage de données. Sur cette plateforme, nous partageons des données sur la composition de nos aliments et boissons, comme les ingrédients et les valeurs nutritionnelles.
- Nous pouvons relier la plate-forme de GS1 à nos propres sites web. Les consommateurs qui achètent en ligne peuvent ainsi retrouver tant les informations obligatoires (dispositions de la législation européenne "Food Information to Consumers") que des informations fournies volontairement.
- Via la banque de données de noms de marque NUBEL. Cette ASBL gère l'information nutritionnelle scientifique relative aux aliments et aux boissons qui constituent l'alimentation courante en Belgique. La banque de données reprend des informations nutritionnelles sur plus de 7.000 denrées alimentaires et produits de marque.
- Sur les emballages, en intégrant des informations nutritionnelles extra-légales dans l'étiquetage nutritionnel, par exemple le Nutri-Score ou les apports de référence.
- Fevia se concerta avec ses membres pour développer des points de vue communs. C'est ainsi qu'en août 2020, Fevia a publié une position commune sur l'étiquetage nutritionnel. Celle-ci reflète notre volonté de mettre des informations nutritionnelles extra-légales à la disposition du consommateur.

Qu'avons-nous fait depuis le lancement de la roadmap ?

- Le 18 octobre 2022, Fevia a organisé, en collaboration avec les autorités belges, un webinaire sur le contexte du « Food Information to Consumers ». Environ 300 personnes y ont participé. L'étiquetage nutritionnel (sur la face avant de l'emballage) était notamment à l'ordre du jour.