

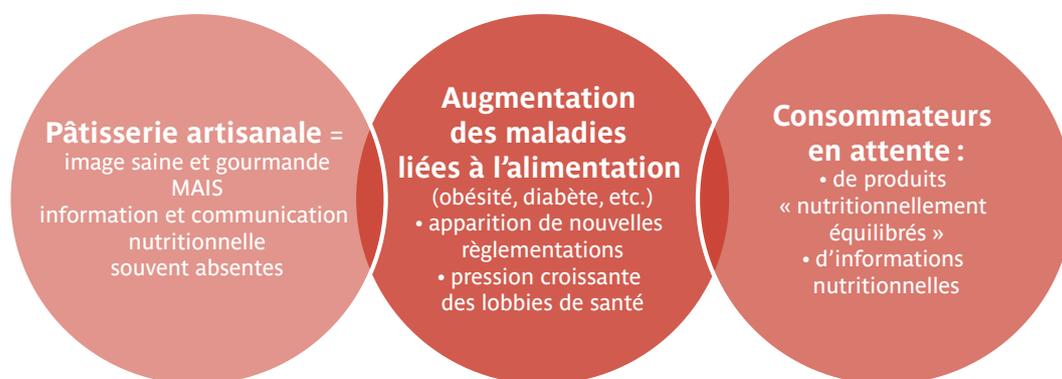
# SCORE NUTRITIONNEL DES PÂTISSERIES

## INTRODUCTION

Le terme « nutrition » est souvent perçu par les artisans pâtisseries comme antinomique avec les valeurs de fête et de gourmandise qu'ils défendent à travers leurs produits. En effet, on ne rentre pas dans une pâtisserie pour faire un régime mais pour se faire plaisir ! La nutrition représente alors pour les artisans, soit une menace, soit un domaine abstrait éloigné de leur préoccupation première qu'est le **goût**.

Cependant il est fort probable que les problématiques de santé liées à l'alimentation, telles que le diabète, l'obésité ou encore les maladies cardiovasculaires accentuent la pression faite sur les consommateurs pour bien se nourrir. Cette pression s'opérant principalement sur le « trop gras – trop sucré – trop salé », il est à prévoir un ré-étalonnage hédonique aboutissant à une palette de préférence pour des taux plus faibles en sucre notamment.

Ainsi, bien que la consommation de pâtisseries soit un faible contributeur aux problèmes de santé publique<sup>1</sup>, c'est par effet de ricochet que les artisans pâtisseries-chocolatiers-gâchiers sont susceptibles dans un proche avenir de devoir adapter leurs discours (cohérence avec leur environnement) et/ou leurs produits, tout en conservant la gourmandise et les savoir-faire artisanaux.



*Triptyque des facteurs d'influence qui lient plaisir et nutrition*

### À NOTER :

Toutes les démarches de la profession sur le terrain de la nutrition doivent nécessairement reposer sur 3 piliers fondamentaux :

1. Conserver la notion de gourmandise et le patrimoine pâtissier français
2. Travailler et valoriser des matières premières nobles et de haute qualité
3. Faire confiance au consommateur dans sa capacité à s'alimenter tout en l'informant le mieux possible

<sup>1</sup>Compte tenu des modes et fréquences de consommation, liées en partie aux coûts des produits et à leur accessibilité.

# FICHE n° 1 : Le défi du bien manger

## LES PROBLÈMES DE SANTÉ LIÉS À L'ALIMENTATION

Les maladies chroniques dites « de civilisation » liées à l'alimentation ne cessent de progresser. Si l'alimentation n'est pas le seul facteur responsable<sup>1</sup> il représente un déterminant majeur.

<p><b>Obésité</b> « le fléau du siècle »</p>	<p>En 2012, 1/3 des Français adultes de plus de 18 ans étaient en surpoids et 15 % présentaient une obésité (source : ObEpi 2012)</p> <p>76 % des Français pensent que cette pathologie s'explique par une alimentation « trop grasse et trop sucrée » (source : sondage réalisé par ViaVoice pour le Groupe Pasteur Mutualité en 2013)</p>
<p><b>Diabète</b> « le sucre en question »</p>	<p>En France, on estime à 5,1 millions de personnes atteintes, soit 8 % de la population (principalement du diabète de type 2), et entre 500 000 et 700 000 diabétiques qui s'ignorent (source : CEED, 2016).</p>

## LES STRATÉGIES PUBLIQUES POUR CONTRER L'ÉPIDÉMIE

L'impact social et économique de la progression de ces maladies est tel que des stratégies publiques ont été mises en place depuis plusieurs années. En France un vaste programme<sup>2</sup> regroupe l'ensemble des interventions de la nutrition de santé publique avec pour objectif de promouvoir une alimentation équilibrée, de même qu'une activité physique.

## LA MISE EN PLACE PROGRESSIVE D'UNE INFORMATION NUTRITIONNELLE OBLIGATOIRE

**P**armi les stratégies opérationnelles mises en œuvre par les états, figure l'étiquetage, considéré comme un levier pour aider les consommateurs à faire des choix de consommation plus équilibrés.

C'est ainsi que le règlement UE n° 1169/2011 (dit « INCO ») a rendu obligatoire la déclaration nutritionnelle pour tous les produits préemballés. Bien que cette évolution représente un pas important, les opérateurs économiques tout comme les consommateurs, s'accordent à dire que cette information, telle qu'elle est actuellement présentée, est difficilement compréhensible, et donc souvent inutile.

L'idée d'un affichage simplifié provient du constat que les mesures prises jusqu'alors ont trouvé leur limite. Pour garantir une information simple et accessible par tous, l'article 14 de la loi de modernisation du système de santé du 21 janvier 2016 a posé le principe d'un système synthétique. Plusieurs propositions ont été évaluées par des agences scientifiques,

<sup>1</sup>Ces maladies sont multifactorielles. Rentrent également en jeu d'autres facteurs de risque que l'alimentation tels que : les modes de vie, l'activité physique, le patrimoine génétique, l'environnement, la consommation de tabac ou encore d'alcool.

<sup>2</sup>PNNS « Plan National de Nutrition Santé » lancé en 2001 et renouvelé tous les 5 ans.

avec consultation d'un large éventail de groupes d'intérêt afin de choisir un système unique. Un rapport rédigé par l'ANSES est attendu fin février 2017 pour choisir le dispositif le plus à même d'être compris et utile pour réaliser un meilleur arbitrage lors des choix de consommation en situation d'achat. Dans un premier temps, ce système sera mis en place de manière volontaire, mais sera certainement rendu obligatoire dans les prochaines années pour assurer son déploiement.

## UNE ÉVOLUTION DANS LES PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS

Si les consommateurs ne comprennent pas l'étiquetage nutritionnel, ils sont de plus en plus nombreux à lire les étiquettes et à rechercher de l'information pour savoir si les produits sont « sains ». Cette démarche dépasse l'intérêt purement nutritionnel pour englober un souhait global de transparence, et une quête de produits plus respectueux de la nature et des hommes (produits d'origine biologique, tendance Vegan, commerce équitable, absence d'huile de palme, d'additifs, produits non raffinés...).

## LA PÂTISSERIE ARTISANALE EST-ELLE HORS DU DÉBAT ?

Bien que l'étiquetage nutritionnel soit une question délicate à appréhender pour ce secteur, une prise de conscience est en train de naître.

Selon une enquête réalisée par le CTMP, la plupart des artisans :

- ont engagé des démarches de reformulation de leurs recettes (sur le sucre notamment) mais le plus souvent sans communication,
- ne manifestent que peu d'intérêt pour connaître les valeurs nutritionnelles (« seul le goût prime »),
- préfèrent fonder leur réputation sur la qualité constante de leurs produits que sur des affichettes qui en vanteraient leurs bienfaits nutritionnels,
- insistent sur le fait qu'ils offrent du plaisir aux clients et ceci ne doit pas être corrélé à privation et restriction.

Si l'étiquetage nutritionnel reste encore éloigné des préoccupations quotidiennes, cette information va petit à petit devenir un standard pour les consommateurs. Ne pas s'y intéresser représente donc une menace à moyen terme car cette démarche nécessite d'être anticipée pour être intégrée dans la culture de l'entreprise depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'au conseil à la vente ; en passant bien évidemment par la création de nouvelles recettes.



© T. Caron

# FICHE n° 2 : Comment apprécie-t-on la qualité d'un produit ?

## PEUT-ON DÉFINIR LA QUALITÉ D'UN PRODUIT ?

De manière générale, la qualité d'un produit alimentaire passe par 4 composantes :



*Les 4 composantes de la qualité d'un aliment*

À ces 4 composantes, se rajoutent d'autres critères d'achat qui prennent de plus en plus de poids dans l'arbitrage des choix de consommation :

- le respect de l'environnement,
- le respect des circuits courts,
- le respect des conditions de travail dans lesquelles le produit a été fabriqué,
- le respect du bien-être animal,
- l'absence d'OGM, d'additifs, de pesticides, d'huile de palme...

### À NOTER :

Concernant le prix, si souvent cité comme le premier critère d'achat dans les études de consommateurs, ce critère ne semble pas être si déterminant dans les achats plaisir telles que les pâtisseries.

## QU'EST-CE QU'UN « BON » PRODUIT D'UN POINT DE VUE NUTRITIONNEL ?

L'équilibre alimentaire est à la base de toutes les recommandations. Ces recommandations indiquent des fréquences de consommation en fonction des catégories de produits, à savoir :

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| 1. Les fruits et légumes : | au moins 5 par jour   |
| 2. Les produits laitiers : | 3 par jour (3 ou 4 pour les enfants ou les adolescents)   |
| 3. Les féculents :         | à chaque repas et selon l'appétit   |
| 4. Viande, poisson, œuf :  | 1 à 2 fois par jour   |
| 5. Matières grasses :      | à limiter   |
| 6. Produits sucrés :       | à limiter   |
| 7. Sel :                   | à limiter   |
| 8. Eau :                   | à volonté pendant et entre les repas  |
| 9. Activité physique :     | au moins l'équivalent de 30 min. de marche rapide par jour pour les adultes<br>(au moins 1 heure pour les enfants et les adolescents) |

Source: extrait p114 du guide « La santé vient en mangeant- le guide alimentaire pour tous », Document élaboré en 2002 dans le cadre du Programme National Nutrition-Santé. **Ces repères sont susceptibles d'être modifiés en fonction de l'évolution des connaissances scientifiques.**

### À NOTER :

L'équilibre alimentaire se construit sur un repas ou sur une journée. Il est également possible d'équilibrer son alimentation sur une semaine, en période de fête par exemple, lorsque quelques repas sont un peu trop riches ou déséquilibrés.

“ Il n'y a pas de mauvais aliment en soi, tout est une question d'équilibre, de proportion et de fréquence. La pâtisserie, comme d'autres produits sucrés, font partie d'un régime équilibré, à partir du moment où ils sont consommés avec modération, en privilégiant la qualité plutôt que la quantité. ”

# FICHE n° 3 : Que sait-on des modes de consommation des pâtisseries ?

Les résultats présentés ci-dessous sont issus d'une enquête menée par le CTMP en collaboration avec l'école NEGOCIA auprès d'un échantillon de consommateurs en sortie de pâtisserie artisanale sur la région parisienne. Compte tenu de la taille de l'échantillon et des modalités de réalisation de cette enquête, les résultats sont à considérer comme des tendances.

## À QUELLE OCCASION CONSOMME-T-ON DES PÂTISSERIES ?

La majeure partie des consommateurs achète des pâtisseries à l'occasion d'évènements importants tels que (dans l'ordre) :

- 1 Fêtes d'anniversaire
- 2 Noël
- 3 Jour de l'an
- 4 Mariage
- 5 Réception
- 6 Épiphanie
- 7 Fêtes religieuses

### À NOTER :

Nombreux sont ceux qui achètent des pâtisseries par gourmandise et/ou pour le goûter.

## À QUELLE FRÉQUENCE EN CONSOMME-T-ON ?

En général, les consommateurs réguliers achètent des pâtisseries une fois par semaine, plus précisément durant le week-end, temps consacré aux loisirs et plaisirs. Près d'un tiers des consommateurs sont des consommateurs occasionnels (une fois par mois ou moins). Les consommateurs quotidiens sont très marginaux (3,3 %).

## PÂTISSERIE INDIVIDUELLE OU FAMILIALE ?

Les consommateurs de pâtisserie artisanale semblent préférer les pâtisseries individuelles, dans le but que chacun puisse choisir la pâtisserie qu'il préfère. Cette tendance se matérialise en boutique par une offre plus large de produits individuels (opéra, millefeuille, tartelette, etc.).



## QUELS SONT LES CRITÈRES QUI INFLUENCENT L'ACTE D'ACHAT ?

90 %

des personnes interrogées choisissent une pâtisserie artisanale pour **le goût**.

56 %

des personnes interrogées choisissent une pâtisserie artisanale pour **la proximité**.

49 %

des personnes interrogées choisissent une pâtisserie artisanale pour **la variété de l'offre**.

40 %

des personnes interrogées choisissent une pâtisserie artisanale pour la présence de **produits traditionnels**.

L'aspect visuel des produits est également un critère important, de même que l'attractivité des vitrines (« c'est elle qui donne l'envie ou non d'entrer dans la pâtisserie ! »).

## LES CARACTÉRISTIQUES NUTRITIONNELLES D'UNE PÂTISSERIE

Les produits qu'on trouve en pâtisserie-chocolaterie-glacerie assument un positionnement gourmand. Ils ne présentent donc que très rarement d'intérêt nutritionnel mais un intérêt lié au plaisir que les produits sucrés procurent. S'ils sont consommés de manière ponctuelle, leur consommation ne pose donc pas de problème et rentre tout à fait dans le cadre d'un régime alimentaire équilibré.

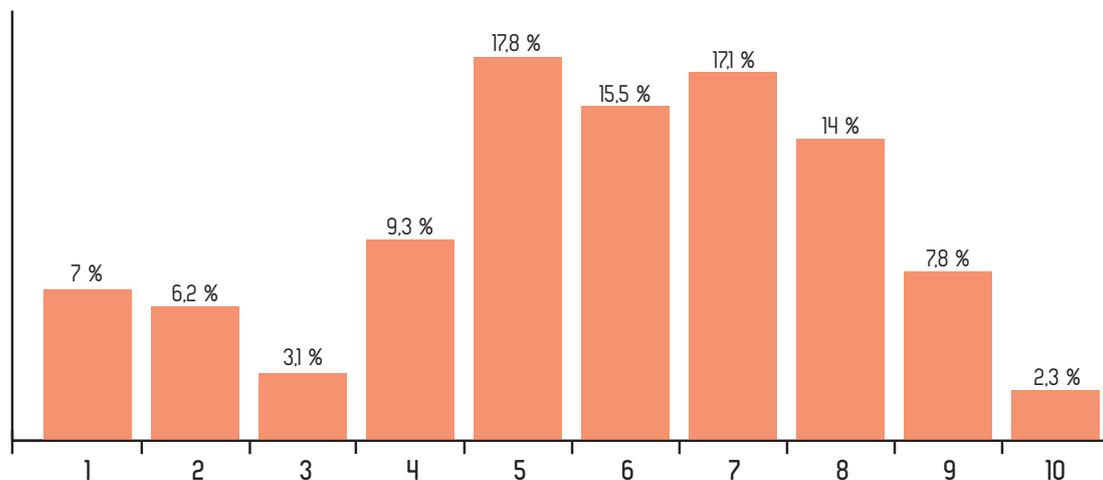
On peut néanmoins citer la présence de nutriments à fort intérêt nutritionnel comme les fibres (présents dans les fruits, les farines), les acides gras mono et poly-insaturés dont les omega 3 (présents dans les amandes et noisettes), la vitamine C (présents dans les fruits), le calcium (présent dans les produits laitiers) ou encore le magnésium (présent dans le chocolat).

### À NOTER :

Les nutriments positifs contenus dans certaines pâtisseries ne suffisent cependant pas pour justifier la consommation de pâtisseries au regard des recommandations nutritionnelles : « on ne mange pas un éclair au chocolat pour avoir son apport en magnésium, mais pour se faire plaisir ».

## LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE POURRAIT-ELLE INFLUENCER L'ACTE D'ACHAT DES CONSOMMATEURS ?

Les résultats sont à nuancer car ils dépendent beaucoup des personnes interrogées. Ce qui est sûr, c'est que la réponse n'est pas tranchée et que ce critère est important pour près de la moitié des personnes. Cependant, il faut noter qu'il y a souvent chez les consommateurs un malentendu entre qualité nutritionnelle et jugement de valeur global sur un aliment (influencé par d'autres facteurs tels que la présence de pesticides, d'additifs...).



(1 : pas important – 10 : important)

*Influence des caractéristiques nutritionnelles sur l'acte d'achat d'une pâtisserie*

D'autre part, certains consommateurs semblent faire leur achat de manière raisonnée par rapport à la notion de santé. En effet, ils sont

**23 %** à accorder de l'importance à la composition nutritionnelle des produits lors de l'achat (composition en sucre et en matière grasse) et plus de la moitié à considérer que la nutrition joue un rôle dans leur acte d'achat.

Enfin, le ressenti d'un manque d'information chez les artisans ressort de cette enquête. Pour plus de

**65 %** des consommateurs, l'information nutritionnelle et allergènes sur les produits de pâtisserie artisanale est insuffisante, ce qui montre que les consommateurs sont de plus en plus exigeants et désireux de connaître dans le détail ce qu'ils consomment ; même chez les artisans.

## L'IMAGE DE LA PÂTISSERIE ARTISANALE CHEZ LES CONSOMMATEURS

« Achat plaisir » est l'expression qui caractérise le mieux l'achat de pâtisserie artisanale, pour plus de 86 % des consommateurs. 100 % des consommateurs interrogés ont une image « bonne à très bonne » de la pâtisserie artisanale. Dans leur esprit, les pâtisseries artisanales sont gage de qualité, d'accueil chaleureux, de côté « familial » et de tradition. Pour eux, les ingrédients utilisés dans la fabrication de pâtisseries artisanales sont de qualité supérieure par rapport aux pâtisseries industrielles.

### FOCUS : UNE BONNE IMAGE À ENTREtenir

Dans un article publié dans *M Le Monde*, daté du 14 octobre 2016, intitulé « Les dessous de la pâtisserie de luxe », les auteurs reprochent aux pâtisseries leur manque de transparence, l'utilisation de sucres en abondance, de colorants et autres additifs. Il est donc primordial que les artisans jouent la carte de la transparence en ayant pris soin, au préalable, de faire un état des lieux exhaustif de leurs matières premières pour s'assurer d'être fidèles à ce que les consommateurs attendent d'un produit artisanal.

# FICHE n° 4 :

## L'intérêt du Score nutritionnel pour le secteur des produits gourmands

### CONTEXTE

Depuis 2008, le CTMP conduit un programme d'actions autour de la nutrition afin de sensibiliser les artisans à cette problématique, les aider à anticiper la réglementation et les accompagner à transformer ce qui pourrait sembler être une contrainte en opportunité d'innovation.

Grâce au logiciel Nutri-info ([www.nutri-info.org](http://www.nutri-info.org)), de plus en plus d'artisans calculent les valeurs nutritionnelles de leurs recettes, soit pour étiqueter des produits préemballés, soit pour un usage interne. Cependant, le constat est le même que pour l'ensemble des acteurs : la déclaration nutritionnelle « INCO » parle difficilement aux artisans ou à leurs clients. La démarche entamée par les artisans doit donc être poursuivie pour aboutir sur un système utile à la fois pour le pâtissier pour l'aider à reformuler et pour les vendeuses pour mieux conseiller leurs clients.

### POURQUOI METTRE EN PLACE UN SYSTÈME NUTRITIONNEL SIMPLIFIÉ ?

Les objectifs d'une déclaration nutritionnelle simplifiée sont variés, parmi lesquels on distingue :

- **l'enjeu lié à la composante individuelle** : orienter les consommateurs dans leur choix, dans le cadre d'une démarche globale visant à éduquer les consommateurs et à changer leur comportement,
- **l'enjeu lié à la composante environnementale** : agir sur l'offre en incitant les professionnels à améliorer la qualité nutritionnelle (encourager les reformulations de la part des exploitants).

Il existe aujourd'hui deux grands types de système simplifié :

- **type Interprétatif** : expression synthétique de la qualité globale de l'aliment par un score unique. Ce score permet de situer dans l'absolu la qualité nutritionnelle d'un aliment et permet ainsi les comparaisons d'un aliment à un autre (de manière transversale ou par catégorie),
- **type Descriptif** : permet à l'aide de symbole ou de graphique de rendre plus explicite une valeur, nutriment par nutriment.

#### FOCUS : UNE ÉTUDE TOUJOURS EN COURS POUR CHOISIR LE MEILLEUR AFFICHAGE SIMPLIFIÉ

Plusieurs études scientifiques et rapports ont été réalisés par des agences de l'état (rapport ANSES<sup>1</sup> – avis du HCSP<sup>2</sup>) pour évaluer les différents systèmes déjà existants dans d'autres pays de l'Europe, ou créés spécifiquement pour la France. Ces évaluations portent à la fois sur :

- la faisabilité (technique du point de vue des opérateurs économiques et réglementaire dans le contexte du règlement INCO notamment),
- la compréhension par les consommateurs,
- la pertinence par rapport aux recommandations,
- ou encore l'impact sur les comportements d'achat.

Une étude grandeur nature a été lancée au deuxième semestre 2016 sur plus de 40 magasins tests et 20 magasins témoins des enseignes Auchan, Carrefour et Casino situés dans quatre régions.

<sup>1</sup>Publié en mars 2015 sur l'évaluation de la faisabilité du calcul d'un score nutritionnel tel qu'élaboré par Rayner et al.

<sup>2</sup>Publié juin 2015 sur les qualités intrinsèques de 12 systèmes d'information nutritionnels (existant en France et en Europe), les potentialités de leurs mises en œuvre (acceptabilité, compréhension et impact sur les comportements d'achat) et leur cohérence avec les politiques de santé publique.

## LE SYSTÈME 5C

Le système 5C, élaboré par l'équipe du professeur Serge Hercberg a été proposé au Ministre de la santé<sup>3</sup>. Basé sur un dispositif anglais (score de Rayner<sup>4</sup>), le système 5C introduit la notion de qualité globale avec une approche transversale (tous produits confondus) permettant ainsi une comparaison entre les produits de différentes familles mais aussi à l'intérieur d'une même famille, voire même entre produits proches mais de différentes marques.

Ce système est construit à partir :

- d'un algorithme (le « moteur ») : il est basé sur l'agrégation de données nutritionnelles qui vont permettre de donner une note globale et unique,
- le Logo 5C (la « carrosserie ») : Il s'agit d'une couleur (dont la valeur sémantique interprétative est forte) associée à une lettre définie en fonction du score.

### FOCUS : COMMENT EST CALCULÉE LA NOTE DU SCORE 5C ?

Le score est calculé à partir de 2 composantes :

- une composante dite « négative » : énergie, sucres simples, acides gras saturés et sodium. Ces nutriments sont en effet considérés comme favorisant les risques,
- une composante « positive » : fibres, protéines et % de fruits et légumes et fruits à coque<sup>5</sup>. Ces nutriments sont considérés comme réduisant les risques.

Pour chaque nutriment, l'algorithme définit des seuils et des points associés qui vont permettre le calcul d'une note négative « A » et d'une note positive « C ».

### À NOTER :

La prise en compte des protéines dépend du score négatif. Si celui-ci est supérieur à 11 alors et que le % de fruits & légumes est < 80 % on ne prend pas en compte le score positif lié aux protéines.

	Seuil aliment solide <sup>6</sup>	Score
Catégorie 1	min à -1	A
Catégorie 2	0 à 2	B
Catégorie 3	3 à 10	C
Catégorie 4	11 à 18	D
Catégorie 5	19 à max	E

Seuils du score 5C révisés par le HCSP en juin 2015 (cas général des aliments solides)

<sup>3</sup>« Propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique » (15 novembre 2013).

<sup>4</sup> À l'initiative du score de Rayner, l'objectif est de décider de l'autorisation ou non de la publicité pour les enfants en Angleterre (si score Rayner < 4 OK sauf Boisson < 1).

<sup>5</sup>Cette donnée ne fait pas partie de la déclaration nutritionnelle, et doit donc être appréciée par les opérateurs à partir de la recette. Pour en savoir plus, se référer au rapport de l'ANSES publié en mars 2015 (p13). Le calcul est d'autant plus complexe qu'il doit prendre en compte le fait que les fruits & légumes sont séchés (\*2) et exclut par exemple les fruits à coque en poudre...

<sup>6</sup>Le rapport du HCSP publié en juin 2015 a proposé une modification des seuils, et des adaptations pour des catégories spécifiques dont les scores étaient en contradiction avec les recommandations du PNNS, tels que les fromages, les matières grasses ajoutées et les boissons.

## LES INCONVÉNIENTS DU 5C POINTÉS PAR LES DÉTRACTEURS QUI DÉNONCENT UN SYSTÈME SIMPLISTE ET RÉDUCTEUR

De nombreuses personnalités et organisations professionnelles se sont mobilisées pour pointer du doigt les défauts du système 5C. Parmi les principales limites relevées :

- la couleur verte se rapproche d'une allégation santé, tandis que la couleur rouge est stigmatisante et fait inconsciemment penser à l'interdit ou au danger et déclenche la pensée suivante « je devrais essayer de ne pas manger ce produit ». Or aucun aliment n'est mauvais en soi, tout est une question de fréquence/quantité de consommation. Ce système risquerait donc de remettre en cause l'équilibre alimentaire qui se fait sur la durée,
- le risque d'incohérence pour certains produits plaisir présentant une note « négative » tout en affichant un label qualité tel que le label AOP,
- l'absence de référence à la portion qui est importante pour les consommateurs,
- la difficulté à estimer le % fruits et légumes qui n'apparaît pas toujours sur l'étiquette (et les questions qui se posent comme : qu'inclut-on et qu'exclut-on ? Le poids est-il rapporté au poids à la mise en œuvre ou sur le produit fini ?...),
- l'impact économique d'un nouveau changement d'emballage (coût de refonte),
- la difficulté technique d'accès à certaines informations (% de fibres notamment qui n'est pas exigée par le règlement INCO et dont l'analyse a un coût),
- la non prise en compte des habitudes de consommation (le produit est étiqueté sans considérer la manière dont il va être préparé : par exemple une cuisson avec de l'huile, du pain qui va ensuite être tartiné avec du beurre...),
- le risque lié aux problématiques de libre circulation en Europe, ou d'incompatibilité avec le règlement INCO qui fixe des exigences pour la mise en place d'affichage synthétique (article 35),
- la distorsion de concurrence avec les produits non préemballés (pour lesquels aucune exigence de déclaration nutritionnelle n'est prévue),
- l'apparition d'effets pervers : incitation à manger deux fois plus que nécessaire des produits étiquetés « vert », et ne plus consommer de produits rouge alors qu'ils peuvent potentiellement être vecteurs de nutriments intéressants.

Malgré l'ensemble de ces remarques, toutes pertinentes mais discutables, le système 5C reste un outil puissant et fiable pour caractériser de manière globale la qualité nutritionnelle d'un produit et ainsi permettre à la fois un choix éclairé des consommateurs, tout en poussant les opérateurs à réfléchir à leur positionnement et à leurs recettes.

## FAUT-IL ANTICIPER LA MISE EN PLACE D'UN SYSTÈME SIMPLIFIÉ POUR LE SECTEUR DE LA PÂTISSERIE ?

Compte tenu du fait que d'un point de vue réglementaire, les artisans ne sont pas (a priori) concernés par la déclaration nutritionnelle<sup>7</sup>, ils ne sont donc pas concernés par la problématique du score nutritionnel. L'intérêt de travailler sur ce sujet pourrait donc paraître faible voire pas stratégique car le profil des pâtisseries est souvent négatif (composition riche en calories, en matières grasses et en sucres) et que leur contribution aux problèmes de santé est mineure.

Pour autant, des signaux faibles commencent à apparaître tant du côté des consommateurs (cf. résultats de l'étude citée dans la fiche n° 3) que du côté des artisans qui perçoivent l'intérêt pour ce genre d'information. Il faut également considérer que c'est l'offre d'information qui va encourager la demande d'information.

<sup>7</sup>Cf. Annexe V du règlement INCO - DENRÉES ALIMENTAIRES AUXQUELLES NE S'APPLIQUE PAS L'OBLIGATION DE DÉCLARATION NUTRITIONNELLE, notamment le point 19 : « Les denrées alimentaires, y compris de fabrication artisanale, fournies directement par le fabricant en faibles quantités au consommateur final ou à des établissements de détail locaux fournissant directement le consommateur final ».

## SIMULATION DU SCORE 5C POUR DES PRODUITS TYPE DE PÂTISSERIE

Produit	Score 5C	NutriScore
Baba au rhum 	10	
Mille-feuille 	15	
Éclair 	12	
Croissant au beurre 	17	
Brioche traditionnelle 	14	
Biscuit sec au beurre 	20	
Chocolat blanc 	26	
Chocolat au lait 	25	
Chocolat noir 70 % 	16	

De manière prévisible, le score 5C des produits de pâtisserie varie entre D et E. Son intérêt semble donc limité pour permettre de comparer des produits entre eux. Cependant, si on regarde dans les détails les scores de chaque nutriment (cf. annexe), cet outil devient alors très utile en interne pour aider les artisans pâtisseries à détecter plus facilement, recette par recette, les nutriments qui impactent positivement ou négativement sur le score final.

Intégré au logiciel Nutri Info, ce système pourrait donc devenir une source de réflexion/reformulation/innovation, tant sur l'analyse des recettes existantes ou nouvelles, que sur l'analyse des matières premières. En outre, le projet pourrait dans l'idéal permettre à chaque artisan de se positionner par rapport à des valeurs moyennes sur une même catégorie de produit (valeurs statistiques issues du logiciel).

## FAUDRAIT-IL METTRE EN PLACE UN SYSTÈME PROPRE À LA PÂTISSERIE ?

Dans un objectif d'orienter plus facilement les clients, il est tentant de s'intéresser à des systèmes qui prendraient davantage en compte les spécificités des produits de pâtisserie, notamment sur les calories, les matières grasses ou le sucre ; permettant d'informer de manière ciblée les consommateurs soucieux de trouver des produits adaptés à leur régime.

Mis en place de manière interne, ce système n'aurait pas pour objectif de figurer sur les emballages de produits préemballés, mais pourrait être à disposition du personnel de vente, ou sur des supports en magasin.

Exemple de système coloriel neutre pour la « Teneur en sucre » par portion :



Les classes pourraient être basées sur le % des apports de référence ou sur une échelle 0-100, qui pourrait également rejoindre la problématique du goût avec une intensité du goût sucré.

Exemple de système coloriel basé sur les couleurs du traffic light anglais pour l'apport énergétique (par portion) :

-  Moins de 50 calories
-  Entre 50 et 100 calories
-  Entre 100 et 200 calories
-  Plus de 200 calories

Grâce aux technologies numériques (type smartphone), l'information pourrait également être accompagnée de recommandations sur la fréquence de consommation ou tout autre message pouvant servir à un meilleur équilibre et comportement alimentaire.

# ANNEXE

Produit	Composante négative					Composante positive					pts_ FLN	pts_ fib	pts_ prot	pts_ na	pts_ ags	pts_ gius	pts_ kj	pts_ A score	Nutriscore
	KJ	GLUS	AGS	Na	Prot	Fib	FLN												
Baba au rhum	983	18,5	5,71	44,3	3,2	0,76	0	2	4	5	0	1	1	0	11	10	C		
Mille-feuille	1230	26,4	5,27	227	4,2	0,24	0	3	5	5	2	2	0	0	15	15	D		
Éclair	1260	13,7	7,13	147	4,66	1,63	0	3	3	7	1	2	2	0	14	12	D		
Croissant au beurre artisanal	1820	5,22	16,8	471	7,8	2,92	0	5	1	10	5	4	4	0	21	17	D		
Brioche de boulangerie traditionnelle	1570	0	8,51	528	9,6	2,55	0	4	0	8	5	5	3	0	17	14	D		
Biscuit sec au beurre, sablé, galette ou palet	2040	24,5	12,2	313	7,55	3,5	0	6	5	10	3	4	4	0	24	20	E		
Chocolat blanc	2300	57,1	19,6	55	8	0	0	6	10	10	0	4	0	0	26	26	E		
Chocolat lait	2280	50,5	18,9	50,9	7,68	1,2	0	6	10	10	0	4	1	0	26	25	E		
Chocolat noir 70 %	2370	21,3	30,6	4,14	9,25	12,6	0	7	4	10	0	5	5	0	21	16	D		

Données nutritionnelles moyennes de produits sucrés issues des tables CIQUAL

Légende	
KJ	Énergie en KJ
GLUS	Sucres (g)
AGS	Acides gras saturés (g)
Na	Sodium (mg)
Prot	protéines (g)
Fib	Fibres (g)
FLN	% de fruits et légumes

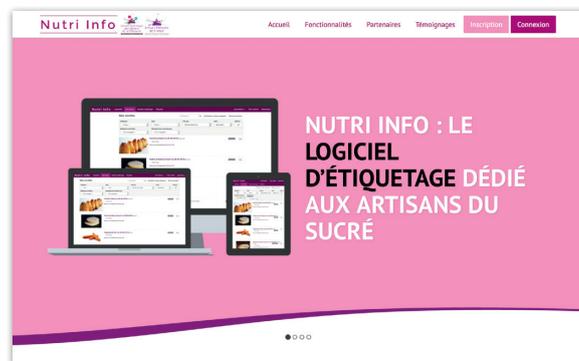
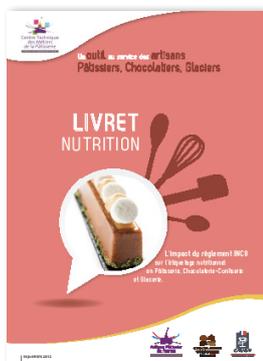
# CONCLUSION

Les actions menées par le CTMP sur le volet nutritionnel ont pour objectif de sensibiliser les artisans pâtissiers (à la fois sur la reformulation et sur l'information du consommateur). Ces actions sont nécessaires car elles permettent au secteur de répondre à la demande sociétale de transparence et d'anticiper l'évolution de la réglementation.

Si la mise en place d'un logo simplifié de type 5C pour le secteur de la pâtisserie semble de prime abord contradictoire avec l'état d'esprit des consommateurs quand ils rentrent dans une pâtisserie, cette démarche s'inscrit dans un environnement global où le consommateur cherche de la transparence et de la cohérence. La création d'un système d'information différent serait alors interprétée par les consommateurs comme une volonté de « cacher des choses » et induirait donc de la défiance.

Dans tous les cas, les démarches d'information nutritionnelle devront être accompagnées d'une communication spécifique pour le secteur du Sucré et être complétées par d'autres indicateurs de qualité pour permettre de faire valoir la valeur ajoutée des produits artisanaux et de les distinguer des produits industriels par exemple.

Pour en savoir plus sur la nutrition et la déclaration nutritionnelle obligatoire, commander le Livret Nutrition sur le site : [www.ctmp.org](http://www.ctmp.org) et découvrez le logiciel Nutri Info : [www.nutri-info.org](http://www.nutri-info.org)



Le CTMP est membre du réseau des pôles d'innovation pour l'artisanat et les petites entreprises, soutenu par la Direction Générale des Entreprises (DGE).

