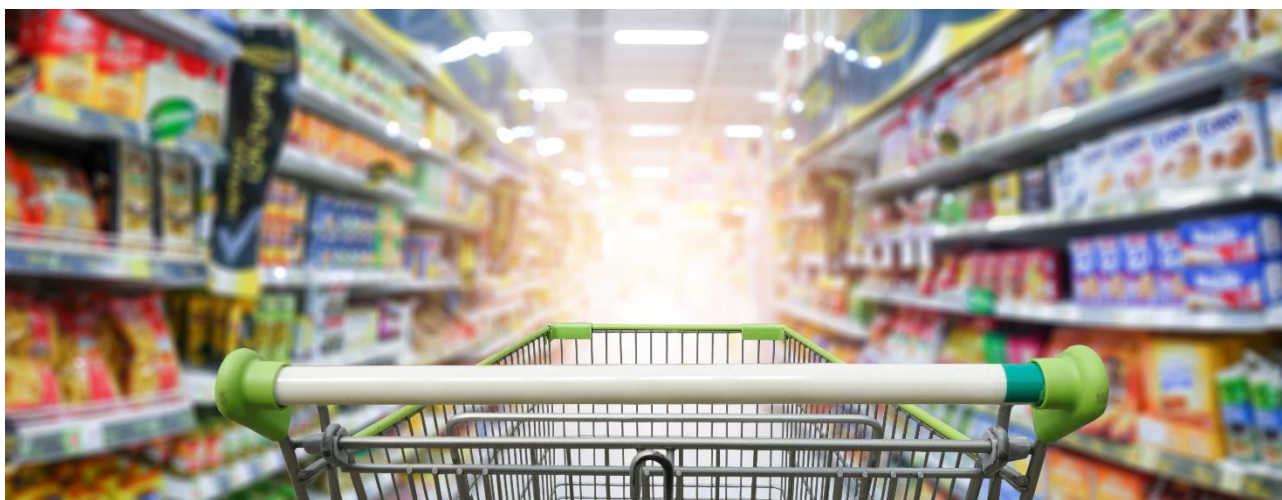




DOSSIER DE PRESSE

# Bilan des enquêtes alimentation CLCV (2017-2021)

Emballage et composition des produits :  
l'information du consommateur à revoir



© nonnie192- stock.adobe.com

19 janvier 2022

## SOMMAIRE

Nos principaux constats .....	3
Nos demandes.....	4
Méthodologie .....	5
Des produits pour enfants à éviter !.....	6
1. Nos constats .....	6
2. Nos demandes.....	6
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	7
Des emballages plus marketing qu’informatifs .....	8
1. Nos constats .....	8
2. Nos demandes.....	8
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	8
Santé, bien-être ... : méfiez-vous des allégations .....	9
1. Nos constats .....	9
2. Nos demandes.....	9
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	9
Des produits truffés d’additifs.....	10
1. Nos constats .....	11
2. Nos demandes.....	11
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	11
Viande, poisson, végétaux : l’ingrédient principal en quantité insuffisante .....	13
1. Nos constats .....	13
2. Nos demandes.....	13
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	14
Des symboles français pour des ingrédients d’origine inconnue .....	15
1. Nos constats .....	15
2. Nos demandes.....	15
3. Le top 3 des « mauvais élèves » .....	16

## Nos principaux constats

### Le Nutri-Score de plus en plus présent

- ➔ Au fil de nos enquêtes, nous avons constaté **une augmentation constante du Nutri-Score sur les produits étudiés**. Il est présent sur 4.5 % des plats à base de bœuf de notre étude de 2018 et 33 % des yaourts et desserts lactés enquêtés 2021. En 2020, le Nutri-score était présents sur 50 % des produits alimentaires (Santé Publique France).

### Des produits pour enfants à éviter

- ➔ Dans nos enquêtes, nous avons porté une attention particulière à la composition des produits dont l'emballage cible les enfants. **Certains sont à éviter car très sucrés et moins bons que les produits non ciblés enfants**. Bien souvent, ils n'affichent pas le Nutri-Score, qui permettrait en un coup d'œil de connaître la qualité nutritionnelle globale du produit et de les comparer aux autres produits de la même famille.

### Des emballages trompeurs

- ➔ De nombreux produits mettent en avant des ingrédients sur leur emballage mais quand on y regarde de plus près, **on n'en trouve qu'une quantité très faible voire inexistante !** On a aussi parfois l'effet inverse : un **ingrédient** (ex : la pomme) **utilisé en grande quantité car peu cher n'est pas représenté sur l'emballage**. Nous considérons cette pratique comme trompeuse pour le consommateur, qui s'attend à retrouver une quantité non négligeable de l'ingrédient mis en avant sur l'emballage dans le produit.

### Santé, bien-être, nutritionnelle : méfiez-vous des allégations

- ➔ Nos enquêtes montrent que de nombreux produits présentent des **allégations nutritionnelles ou de santé sur leurs emballages alors que les produits sont parfois aussi riches en matières grasses, sucre ou sel**. Et cela, l'emballage ne nous le dit pas !

### Les additifs : ingrédients stars

- ➔ Nos enquêtes ont mis en avant que dans toutes les familles de produits étudiées, les recettes peuvent être très différentes d'une marque à l'autre. **Certains produits contiennent peu d'additifs quand d'autres en sont remplis !** Un constat qui montre que pour une même famille de produits, les industriels peuvent améliorer leur recette en réduisant le nombre d'additifs.

### Des produits qui ne méritent pas leur nom

- ➔ Nos enquêtes ont mis en évidence des **recettes surprenantes** : des poissons panés qui ne contiennent que 35 % de poisson, des raviolis au bœuf qui n'en comptent que 4 %, des steaks de soja avec 12.5 % de soja. Nous avons pointé du doigt qu'un prix plus élevé ne garantit pas une quantité plus importante de l'ingrédient qui devrait être l'ingrédient principal de la recette.

### Des symboles français pour des ingrédients d'origine inconnue

- ➔ Dans nos études, de nombreux produits mettent en avant un drapeau français, souvent accompagné de mentions comme « conditionné en France », « entreprise française », « fabriqué dans le Sud-ouest », ...Alors que bien souvent, **l'origine des ingrédients reste inconnue**.

## Nos demandes

### Généraliser le Nutri-Score

- ➔ La CLCV encourage les industriels à **s'engager dans la démarche du Nutri-Score**. Ceci, afin de permettre aux consommateurs d'être mieux informés sur la qualité nutritionnelle des produits qu'ils achètent et de comparer rapidement les produits alimentaires entre eux.

### Améliorer les recettes des produits pour enfants

- ➔ La CLCV demande aux industriels de **réduire la quantité d'additifs, d'arômes, de sel, de matières grasses et de sucre** dans les produits pour enfants afin qu'ils soient au moins de même qualité nutritionnelle que les produits équivalents non ciblés enfants.

### Mieux encadrer l'utilisation d'images et mentions sur l'emballage

- ➔ Nous réclamons **un renforcement de la réglementation d'étiquetage afin qu'il ne soit plus possible de représenter un ingrédient sur l'emballage si celui-ci n'est pas présent en tant que tel dans le produit**. Nous demandons la mise en place d'un seuil minimum pour mettre en avant des images de d'ingrédients sur l'emballage et l'indication sur la face avant du pourcentage des ingrédients représentés sur l'emballage.
- ➔ La CLCV demande un **encadrement de l'utilisation des allégations nutritionnelles et de santé et autres mentions positives** en fonction du profil nutritionnel global du produit afin qu'il ne soit plus possible d'utiliser par exemple l'allégation « source de fibres » pour un produit trop sucré ou trop gras (Nutri-Score D ou E).

### Réduire les additifs

- ➔ Nous incitons les industriels à **réduire l'utilisation d'additifs** dans leurs produits, y compris pour les produits bio.
- ➔ Nous demandons à l'Anses et aux pouvoirs publics de réévaluer les effets à long terme sur la santé des additifs afin de mettre à jour régulièrement la liste des additifs autorisés.

### Imposer un seuil minimum de l'ingrédient attendu dans le produit

- ➔ Nous demandons la **mise en place de seuils minimums** pour certains ingrédients et catégories de produits : 60 % de poisson dans le poisson pané, 10 % de viande de bœuf dans les lasagnes et raviolis au bœuf, 30 % d'ingrédients d'origine végétale (hors eau) : légumineuses, céréales, ... dans les plats appelés « steak végétal », « galette végétale » ou toute autre dénomination mettant en avant l'aspect « végétal ».

### Améliorer la transparence sur l'origine des ingrédients

- ➔ La CLCV demande aux industriels et distributeurs de s'engager. Nous encourageons les industriels à privilégier l'indication de la liste des pays plutôt que des mentions comme « UE », « non UE » ou même « UE/non UE », qui restent floues pour les consommateurs.

## Méthodologie

Chaque année, la CLCV réalise des études de composition de différentes familles de produits alimentaires. Pour chacune d'entre elles, nous décryptons les emballages : la liste d'ingrédients, la qualité nutritionnelle, les allégations et mentions, les images représentées, l'origine des ingrédients et le prix. Sur les cinq dernières années, nous avons passé au crible les emballages des familles suivantes :

- ➔ 2017 - Les **céréales petit-déjeuner** destinées aux enfants :  
<https://www.clcv.org/communiqués-de-presse/notre-enquete-cereales-pour-petit-dejeuner-destinees-aux-enfants-trop-de-sucre-pas-assez-de-cereales>
- ➔ 2018 - Les **plats préparés à base de bœuf** :  
<https://www.clcv.org/non-categorise/plats-prepares-a-la-viande-de-boeuf-notre-enquete-sur-156-produits>
- ➔ 2019 - Les **poissons panés** :  
<https://www.clcv.org/alimentation-enquetes/enquete-poissons-panes-du-poisson-en-quantite-variable-et-beaucoup-dadditifs>
- ➔ 2020 - Les **biscuits/barres de céréales/gâteaux aux fruits** :  
<https://www.clcv.org/alimentation-enquetes/enquete-biscuits-gateaux-et-barres-de-cereales-des-fruits-surtout-sur-lemballage>
- ➔ 2020 - Les **produits végétariens et végan** :  
<https://www.clcv.org/alimentation-enquetes/enquete-que-valent-les-produits-vegetariens-et-vegan>
- ➔ 2021- Les **boissons énergisantes** :  
<https://www.clcv.org/communiqués-de-presse/communiqué-de-presse-boissons-energisantes-un-encadrement-est-necessaire>
- ➔ 2021- Les **jus de fruits/smoothies/thés glacés/eaux aromatisées** :  
<https://www.clcv.org/alimentation-enquetes/enquete-jus-de-fruits-smoothies-thes-glaces-des-aliments-faux-amis>
- ➔ 2021- Les **yaourts/desserts lactés** :  
<https://www.clcv.org/alimentation-enquetes/enquete-au-lait-animal-ou-vegetal-les-yaourts-et-desserts-frais-au-banc-dessai>

Au regard de nos constats, nous avons décidé de mettre en lumière et dénoncer les pratiques les plus courantes utilisées par les fabricants qui induisent le consommateur en erreur.

Pour illustrer ces pratiques, nous avons sélectionné 18 produits qui sont cités dans ce dossier. Leurs emballages ont été relevés en magasin au mois d'août 2021, certains produits ont pu voir leur offre évoluer. Au préalable de la publication de notre bilan, nous avons envoyé des courriers à chacune des entreprises dont la marque est citée. Sur les 15 marques citées, nous avons reçu à la date de publication de notre dossier de presse, une réponse de 6 d'entre elles. Nous publions dans ce rapport les éléments de réponse apportés par les industriels.

# Des produits pour enfants à éviter !

## 1. Nos constats

Dans nos enquêtes, nous avons porté une attention particulière à la composition des produits dont l'emballage cible les enfants. **Certains sont à éviter car très sucrés et moins bons que les produits classiques.** Bien souvent, ils n'affichent pas le Nutri-Score, qui permettrait en un coup d'œil de connaître la qualité nutritionnelle globale du produit et de les comparer aux autres produits de la même famille.

Bien souvent, les produits ciblés enfants présentent des mentions positives ou allégations nutritionnelles sur leur emballage : « sans conservateur », « sans arômes artificiels », « 100 % d'ingrédients d'origine naturelle », « riche en fruits », ... Ces mentions donnent au produit une image positive alors que son profil nutritionnel n'est pas forcément bon et qu'ils sont donc à consommer de façon occasionnelle.

17% des poissons panés ciblés **enfants** sont notés **A**

53% des poissons panés **classiques** sont notés **A**



Une étude de Santé Publique France publiée en juin 2020<sup>1</sup> a permis de quantifier l'exposition des enfants et des adolescents aux publicités télévisées pour les produits gras, sucrés, salés. Résultat : elle s'élève à 1h30 par jour. 53,3 % des publicités alimentaires vues par les enfants et 52,5 % par les adolescents sont des publicités pour des produits au Nutri-Score D et E. Autre enseignement, les programmes jeunesse qui font actuellement l'objet d'interdiction de publicité sur les chaînes publiques et de mesure d'autorégulation de la part des industriels de l'agroalimentaire, représentent moins de 0,5 % des programmes vus par les enfants. Un rapport de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) atteste que ces publicités sont des facteurs de risque pour l'obésité infantile.

## 2. Nos demandes

La CLCV demande aux industriels de réduire la quantité d'additifs, d'arômes, de sel, de matières grasses et de sucre dans les produits pour enfants afin qu'ils soient au moins de même qualité nutritionnelle que les produits équivalents non ciblés enfants.

La CLCV encourage les industriels à s'engager dans la démarche du Nutri-Score. Ceci, afin de permettre aux consommateurs d'être mieux informés sur la qualité nutritionnelle des produits qu'ils achètent à leurs enfants et de comparer rapidement les produits entre eux.

La CLCV demande l'interdiction de la publicité pour les aliments riches en matières grasses, en sucres et en sel (Nutri-Score D et E) à destination des enfants et adolescents à la télé, radio, sur les réseaux sociaux et plateformes de partage vidéo.

<sup>1</sup> <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/documents/rapport-synthese/exposition-des-enfants-et-des-adolescents-a-la-publicite-pour-des-produits-gras-sucres-sales>



### 3. Le top 3 des « mauvais élèves »



Les biscuits Lulu l'oursion fraise sont « riches en fruits » mais aussi en sucre : un biscuit de 30 g contient l'équivalent de presque 2 morceaux de sucre. Dommage que la marque n'affiche pas le Nutri-Score ! Pour ce produit, la note calculée est D, ce qui reflète

notamment la quantité élevée de sucre. L'emballage indique également « sans conservateur – sans colorant ». Mais cela ne doit pas faire oublier la présence de 9 additifs ! La marque, qui a répondu à notre courrier, nous assure que ces additifs présentent tous un intérêt dans la recette : « le développement des gâteaux pendant la cuisson s'opère par l'utilisation de poudres levantes [...] » ; « la texture moelleuse aérée [...] s'obtient par l'utilisation de stabilisants et émulsifiants » ; « le fourrage fruit requiert l'emploi de gélifiant et correcteurs d'acidité » et « la viscosité de la pâte [...] doit être ajustée par l'utilisation d'un épaississant ».

Les céréales Frosties de Kellogg's sont « riches en vitamine D » et « sans colorant ni arômes artificiels » mais elles contiennent 37 % de sucre, soit l'équivalent de 2 morceaux de sucre par portion de 30 g de céréales. Malheureusement, la réduction de sucre n'est pas pour tout de suite. En effet, Kellogg's répond à notre courrier que : « pour l'instant, nous nous concentrons sur la réduction de sucres dans nos céréales pour enfants. Frosties n'est pas une marque pour enfants, ces céréales sont consommées très majoritairement par les (jeunes) adultes [...] »



Bonnes nouvelles cependant : elles ne contiennent aucun additif et le Nutri-Score apparaîtra prochainement sur le paquet puisque la marque, qui s'est engagée dans la démarche en janvier 2020, dispose de 2 ans pour mettre en œuvre cet engagement.



La boisson Oasis pocket orange est « 100 % d'ingrédients d'origine naturelle » mais une bouteille de 250 ml contient 2 additifs et presque l'équivalent de 4 morceaux de sucres ! Dans la réponse à notre courrier, la marque nous précise : « Sur notre boisson Oasis Pocket Orange spécifiquement, nous avons ainsi diminué de plus de 18% le taux de sucre par rapport à 2006 en réalisant 4 baisses progressives et sans compensation par des édulcorants » et « Nous nous sommes fixés de réduire encore de 16% la teneur en sucre moyenne sur l'ensemble de nos boissons d'ici 2024 par rapport à 2015 ».

**Attention !** Les emballages indiquent souvent les valeurs nutritionnelles pour une portion que les industriels définissent eux-mêmes (150 ml, un biscuit de 25 g, 30 g de céréales...). La portion peut être différente selon les marques ! Elle ne correspond pas à la quantité réelle mangée par les enfants et adolescents qui ne se limitent pas à un seul biscuit ou 30 g de céréales.

# Des emballages plus marketing qu'informatifs

## 1. Nos constats

Certains emballages mettent en avant des ingrédients comme un fruit par exemple... Mais si vous y regardez de plus près, il peut n'y en avoir qu'une quantité très faible voire inexistante ! Il y a aussi parfois l'effet inverse : un fruit, comme la pomme, très souvent utilisé en grande quantité car peu cher n'est pas représenté sur l'emballage. Dans presque toutes nos enquêtes sur les produits contenant des fruits, nous avons trouvé des exemples frappants : des framboises sur l'emballage d'un yaourt mais aucune trace de fruit dans le produit, des fraises sur l'emballage de barres céréales qui ne contiennent que des morceaux de fruit « saveur fraise », ...

Nous considérons cette pratique comme trompeuse pour le consommateur, qui s'attend à retrouver une quantité non négligeable de l'ingrédient mis en avant dans le produit.

## 2. Nos demandes

Nous demandons l'interdiction de représenter un ingrédient sur l'emballage si celui-ci n'est pas présent dans le produit (s'il contient que des arômes y compris naturels par exemple).

Nous demandons la mise en place d'un seuil minimum pour mettre en avant l'image d'un ingrédient sur l'emballage et l'indication sur la face avant de l'emballage du pourcentage de cet ingrédient.

## 3. Le top 3 des « mauvais élèves »



Le jus « **ananas, citron vert et gingembre** » de Monoprix Gourmet contient majoritairement ...**du jus de pomme et de raisin (53.4 %)** ! L'ananas est mis en avant sur l'emballage mais quid des pommes et du raisin qui représentent plus de la moitié des ingrédients ? Selon la marque qui a répondu à notre courrier : « *Les jus de pomme et de raisin présents dans le produit sont des ingrédients utilisés comme base neutre en goût. Ce sont des jus de fruits qui n'apportent pas de saveur particulière au produit* ».

Idem pour le smoothie **myrtille framboise** Nu qui contient **40 % de pomme** et plus de **16 % de banane** mais pas de trace de pomme ni de banane à l'avant de l'emballage ! Dans son courrier, la marque nous apporte les précisions suivantes : « *Le concept de smoothie est le mélange de cette purée de fruits, à un diluant qui est dans notre cas du jus de fruit. [...] Ainsi, ces aliments (jus de pomme et banane) ont pour rôle de diluer, d'améliorer la consistance de la purée de fruits qui est la base du smoothie* ».



À l'inverse, ne vous laissez pas avoir par les **belles framboises** représentées sur les yaourts de la marque Malo... vous n'en trouverez **pas une trace** ! Soyez plutôt attentif au mot « saveur » précédant le mot « framboise » qui indique que le fruit n'est pas présent dans le produit en tant que tel. Le yaourt contient en fait un arôme naturel de framboise.



## 1. Nos constats

Nos enquêtes ont montré que de nombreux produits présentent des allégations sur leurs emballages. Il peut s'agir d'allégations nutritionnelles ou de santé, qui sont encadrées par la réglementation européenne (« source de fibres », ...) ou non (« riche en fruits », « antioxydant », ...). Ces allégations mettent en avant le côté sain du produit alors que sur d'autres aspects nutritionnels c'est loin d'être le cas.

Il y a des allégations sur l'emballage de

**91%** des jus de fruits, smoothies et thés glacés

**80%** des produits végétariens

**78%** des yaourts et desserts lactés

**30%** des biscuits aux fruits

Dans notre enquête, nous avons épinglé des biscuits affichants « riche en fibres » car ils répondent aux critères fixés par la réglementation (minimum 6g de fibres pour 100g), qui sont aussi riches en sucre et en matières grasses. Et cela, l'emballage ne nous le dit pas !

Nous considérons que cette pratique peut induire le consommateur en erreur en donnant un aspect positif à des produits qui sont à consommer de façon occasionnelle car ils contiennent des teneurs élevées en nutriments à limiter (matières grasses, sucre, sel).

## 2. Nos demandes

La CLCV demande un encadrement de l'utilisation des allégations nutritionnelles et de santé et autres mentions positives en fonction du profil nutritionnel global du produit afin qu'il ne soit plus possible d'utiliser par exemple l'allégation « source de fibres » pour un produit trop sucré ou trop gras (Nutri-Score D ou E).

Nous encourageons les industriels à déployer le Nutri-Score sur l'ensemble de leurs produits. Une information complémentaire à l'allégation pour indiquer au consommateur que oui, par exemple le produit contient des fibres, mais aussi beaucoup de sucre, sel ou de matières grasses.

## 3. Le top 3 des « mauvais élèves »



Le yaourt HiPro myrtille de Danone est « **0% de matière grasse et riche en protéines** » mais il est aussi **riche en additifs : 7** dont 2 édulcorants qui remplacent le sucre. La marque nous répond que tous ces additifs ont un rôle dans la recette : « [...] les additifs utilisés permettent de préserver la texture des aliments ou encore de réguler l'acidité de certains produits » et ajoute que « les modifications de recette en sont d'autant plus complexes » car le produit n'est pas uniquement destiné au marché français mais à

plusieurs pays européens dont les consommateurs ont des « *attentes parfois différentes en termes de goût et de texture* ».

Les barres chocolat orange de la marque diététique Gerlinéa sont, selon elle, des « **encas équilibrés** », « **riches en protéines** », « **sans édulcorant** » et avec « **moins de 50 % de matières grasses** ». Pourtant, elles sont très sucrées : elles contiennent l'équivalent de **2 morceaux de sucre** pour une barre d'environ 30 g et sont notées D sur l'échelle du Nutri-Score. Elles sont plus sucrées que les barres céréales classiques au chocolat de notre étude sur les biscuits/barres de céréales/gâteaux aux fruits ! Et en prime elles ont **4 additifs** et de l'**huile de palme**.



D'après la marque qui a répondu à notre courrier, la recette du produit a récemment été modifiée. Ainsi : « *les commentaires [...] ne sont plus d'actualité sur la nouvelle recette : la quantité de sucre a été révisée et abaissée [...], la nouvelle recette permet au produit d'être riche en fibres et en protéine, de contenir 67% de matières grasses en moins par rapport à la moyenne des barres chocolatées du marché [...]* Ce sont autant de qualités nutritionnelles qui justifient son Nutri-Score en B ». Autres bonnes nouvelles : la marque nous indique que l'huile de palme est substituée par l'huile de tournesol et que le Nutri-Score apparaît progressivement sur les produits de la marque Gerlinéa.



Cette boisson au Cranberry a tout l'air d'un jus sain : « **riche en vitamine C** » et « **antioxydant** » nous dit l'emballage. Mais il s'agit d'un des jus de fruits les plus sucrés de notre enquête sur les jus de fruits/smoothies/thés glacés/eaux aromatisées avec l'équivalent de plus de **2 morceaux de sucre** pour un verre de 150 ml. C'est pourquoi il est noté **E** sur l'échelle du Nutri-Score.

**Attention !** Aucun produit de notre top 3 n'affiche le Nutri-Score sur l'emballage, ce qui indiquerait au consommateur du profil nutritionnel global de ces produits.

## Des produits truffés d'additifs

## 1. Nos constats

Nos enquêtes ont mis en avant que pour une même famille de produits étudiés, les recettes peuvent être très différentes d'une marque à l'autre. Certaines contiennent peu d'additifs quand d'autres en sont remplis ! Ces résultats montrent que pour une même famille de produits, les industriels peuvent améliorer leur recette en réduisant le nombre d'additifs.

Le nombre moyen d'additifs dans les familles de produits étudiés est :

**6** dans les biscuits aux fruits

**6** dans les boissons énergisantes

**3** dans les thés glacés et eaux fruitées

**2,3** dans les yaourts et desserts lactés

**1,5** dans les produits végétariens

Certains additifs font beaucoup parler d'eux. Les données sur leurs effets à long terme sur la santé et les effets cocktail (interaction de plusieurs additifs entre eux ou avec d'autres ingrédients) restent peu connus. S'il n'y a pas de raison de s'inquiéter parce que vous consommez occasionnellement un produit contenant un édulcorant ou un colorant de synthèse, il vaut mieux privilégier une alimentation à base de produits peu transformés afin d'éviter les multiples additifs ou arômes artificiels.

Dans une étude publiée en 2021 dans la revue Science Reports réalisée sur plus de 100 000 participants<sup>2</sup>, les chercheurs concluent que nous ingérons en moyenne 150 mg d'additifs par jour et par kilo de poids corporel. L'équivalent de 3.7kg par an pour une femme d'un poids moyen de 67 kg et 4,4 kg par an pour un homme d'un poids moyen de 81 kg. Parmi les 50 additifs les plus ingérés, plusieurs sont suspectés d'être néfastes pour la santé. Il s'agit par exemple des lécithines (86.6 % des consommateurs en consomment), des mono- et diglycérides d'acides gras (78.1 %), carraghénanes (77.5 %), du nitrite de sodium (73.9 %), et des polyphosphates (70.1 %).

## 2. Nos demandes

Nous incitons les industriels à réduire l'utilisation d'additifs dans leurs recettes.

Nous demandons à l'Anses et aux pouvoirs publics de réévaluer les effets à long terme sur la santé des additifs afin de mettre à jour régulièrement la liste des additifs autorisés.

## 3. Le top 3 des « mauvais élèves »

<sup>2</sup> <https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/TOXALIM-PPCA/hal-03376892v1>



L'île gourmande sans œufs de Yoplait ne contient pas moins de **13 additifs** ! Selon la marque, qui a répondu à notre courrier : « *Les additifs utilisés pour ce produit [...] ont tous une fonction technologique nécessaire que ce soit au moment de la fabrication ou pour garantir sa stabilité jusqu'au moment de sa consommation* ». Toutefois, ne serait-il pas possible de réduire ce nombre d'additifs qui paraît démesuré ?

Ces saucisses végétales de la marque Herta renferment **6 additifs**, plus que la moyenne des produits végétariens « imitations viande » que nous avons analysés dans notre enquête sur les produits végétariens et végan (en moyenne 1.8 additifs). En plus, elles ont la quantité de protéines végétales la plus faible parmi les produits étudiés de la même famille. Dans la réponse à notre courrier, la marque précise qu'elle est engagée dans « *une démarche d'amélioration progressive et rationnelles de réduction du nombre d'additifs [...] sans aucun compromis sur la sécurité alimentaire et sur les qualités organoleptiques de nos produits. [...] Ainsi nous avons par exemple retiré l'oxyde de fer et les carraghénanes de notre recette depuis 2018* ».



Les barres céréales Special K aux fruits présentent **8 additifs** alors que les barres céréales de notre enquête sur les biscuits/barres de céréales/gâteaux aux fruits en contiennent en moyenne 5. Et ce n'est pas tout : on trouve aussi des ingrédients issus du cracking (sirop de glucose, dextrose) et de l'huile de palme.

# Viande, poisson, végétaux : l'ingrédient principal en quantité insuffisante

## 1. Nos constats

Nos enquêtes ont montré des recettes parfois très décevantes. Par exemple, les poissons panés ciblés pour les enfants contiennent en moyenne moins de poisson que les panés classiques (59 % contre 65 %). La quantité peut descendre très bas : seulement 35 % de poisson dans un des produits de l'enquête ! Même constat pour les plats préparés à base de bœuf. Notre enquête a mis en avant que pour un même type de plat, la quantité de viande va du simple au quintuple. Certains raviolis ne présentent que 4 % de viande quand d'autres marques en ont 25 %. Un autre exemple concerne les plats végétariens et vegan. Ils contiennent en moyenne 39 % d'ingrédients d'origine végétale (hors eau) mais avec une très grande disparité selon les marques. Ainsi, certains steaks de soja n'ont dans leur recette que 12.5 % alors que d'autres atteignent 67 %.

Dans le cas des raviolis, le [Code des usages n°82](#) « Conserves de pâtes farcies » impose bien un minimum de viande, mais il est très faible : la farce doit comporter au minimum 4 % de viande ! Pour les poissons panés et les plats végétariens et vegan, aucune réglementation ne fixe de seuil minimum de poissons ou de végétaux. Dans tous les cas, en l'absence de réglementation stricte et suffisamment exigeante, les quantités sont parfois si faibles que l'on se pose la question de savoir si le plat mérite encore son appellation !

Nos études montrent qu'un prix plus élevé ne garantit pas une quantité plus importante de ces ingrédients dans la recette. Le choix est donc difficile pour le consommateur qui ne dispose pas toujours d'une information fiable pour faire des choix éclairés en matière de qualité et de prix. Il nous paraît essentiel de renforcer l'information sur la quantité de certains ingrédients auxquels l'appellation du produit renvoie et de faire évoluer la réglementation en mettant en place des seuils minimums de l'ingrédient attendu dans un produit (viande dans des raviolis, poisson dans des poissons panés...)

## 2. Nos demandes

Nous demandons la mise en place de seuils pour certains ingrédients et catégories de produits :

- qu'un produit appelé « poisson pané » contienne au minimum 60 % de poisson (pourcentage moyen dans l'échantillon étudié en 2019 : 63%).
- qu'un plat appelé « lasagnes » ou « raviolis » contienne au minimum 10 % de viande (pourcentage moyen dans l'échantillon étudié en 2018 : 12%).
- qu'un plat appelé « steak végétal », « galette végétale » ou toute autre dénomination mettant en avant l'aspect « végétal » contienne au minimum 30 % d'ingrédients d'origine végétale (hors eau) : légumineuses, céréales, ... (pourcentage moyen dans l'échantillon étudié en 2020 : 39%).



### 3. Le top 3 des « mauvais élèves »



Les raviolis bœuf de Jardin Bio ne contiennent que **4.2 % de bœuf**, bien en dessous de l'ensemble des raviolis de notre étude sur les plats préparés à base de bœuf qui en présentent en moyenne 11 %. Dans la réponse à notre courrier, la marque reconnaît que la quantité de bœuf est plus faible que celle des raviolis à la bolognaise « *qui ne sont pas soumis aux mêmes règles [...] et qui imposent une teneur de 15% en bœuf* ». Ils ont pris en compte notre demande d'augmenter la quantité de bœuf dans leur produit mais ils nous répondent qu'en pratique, cela est difficile en mettant en avant l'excuse du prix du bio : « *Néanmoins notre engagement à faire des produits biologiques en privilégiant des approvisionnements et transformations locales rendent plus complexes l'augmentation de la part de bœuf tout en maintenant un produit de qualité gustative à un prix accessible* ».

Les « Croque Baby fromage » de la marque Cité Marine n'ont que **35 % de poisson** alors que pour l'ensemble des poissons panés de notre enquête, la quantité est en moyenne à 63 % ! Comme nous l'a fait remarquer la marque Cité Marine, les produits ne sont pas dénommés « filet de ... ». Il s'agit en fait d'un « produit pané à base de fromage et de poisson ». Pas forcément évident pour les consommateurs de s'y retrouver ! Notons que le produit a été amélioré depuis notre étude de 2019 puisqu'il contenait seulement 29% de poisson. Mais la quantité nous paraît encore bien faible.



Le « steak gourmand soja, poivre et persil » de la marque Herta contient **12.5 % de soja**. Les autres steaks de soja de notre enquête en ont en moyenne 24 %, Dans son courrier de réponse, Herta nous précise que « *les étiquetages des steaks de soja présents sur le marché renseignent dans la plupart des cas un pourcentage de protéines de soja sous forme réhydratées et non concentrées. [...] Ainsi, il ressort que le steak de soja poivre et persil contient un pourcentage de protéines de soja réhydratées de 48,2% similaire aux autres produits du marché* ».



# Des symboles français pour des ingrédients d'origine inconnue

## 1. Nos constats

Nos études pointent du doigt de nombreux produits qui affichent un drapeau français, souvent accompagné de mentions comme « conditionné en France », « entreprise française », « fabriqué dans le Sud-ouest », ...dont l'origine des ingrédients n'est pas indiquée.

Si l'origine du lait et de la viande est très souvent indiquée par les industriels, celle des ingrédients végétaux l'est beaucoup moins. En effet, 82% des plats végétariens et 65% des yaourts et desserts végétariens ne précisent pas l'origine des ingrédients.

Si les consommateurs souhaitent soutenir les producteurs français en achetant des produits fabriqués en France, ils souhaitent également réduire l'impact de leur alimentation sur l'environnement en choisissant des produits intégrant dans leur recette des ingrédients les plus locaux possibles.

**24%** des produits végétariens présentent un drapeau français (ou la mention d'une région) **mais...**

moins de la moitié d'entre eux précise l'origine des ingrédients !

Depuis le 1er avril 2020<sup>3</sup>, les industriels doivent indiquer l'origine de l'ingrédient principal<sup>4</sup> d'un produit alimentaire avec une mention géographique sur l'emballage (drapeau français, mention d'une région, d'un pays « fabriqué en France », ...). Le but est de protéger le consommateur d'éventuelles informations trompeuses laissant supposer une origine autre que son origine réelle. Le règlement impose plus de transparence mais il reste des zones d'ombre. Les industriels ont la possibilité d'indiquer sur l'emballage « UE » ou « Non UE » au lieu du pays exact d'origine de l'ingrédient primaire de la recette.

La loi EGALIM 2 promulguée le 19 octobre 2021 restreint l'utilisation du drapeau français. Il ne sera plus possible de faire figurer un drapeau français, une carte de France ou tout symbole représentatif de la France sur les emballages alimentaires lorsque les ingrédients principaux ne sont pas d'origine France. C'est une très bonne nouvelle mais nous resterons vigilants quant à l'application de cette mesure.

## 2. Nos demandes

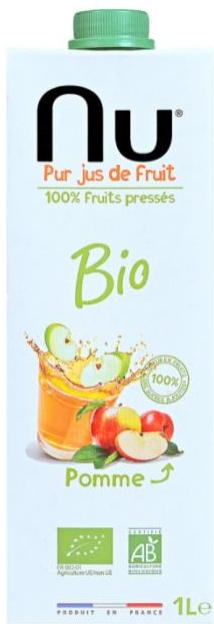
La CLCV demande aux industriels et distributeurs de s'engager à plus de transparence sur l'origine des ingrédients. Nous encourageons les industriels à privilégier l'indication de la liste des pays plutôt que des mentions comme « UE », « non UE » ou même « UE/non UE », qui restent floues pour les consommateurs. Nous encourageons fortement les industriels à suivre les recommandations émises par le Conseil national de la consommation (CNC)<sup>5</sup> dans le cadre du groupe de travail sur « l'étiquetage de l'origine des denrées alimentaires et de leurs ingrédients ». Ces recommandations visent à renforcer l'information des consommateurs concernant l'origine des ingrédients.

<sup>3</sup> Règlement d'exécution (UE) 2018/775 de la Commission du 28 mai 2018.

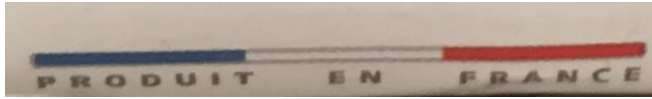
<sup>4</sup> Les ingrédients primaires sont ceux qui composent plus de 50 % du produit ou qui sont habituellement associés à une recette par les consommateurs.

<sup>5</sup> [https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/cnc/origine-ingredient-aliment-transforme/avis\\_origine\\_denrees.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/origine-ingredient-aliment-transforme/avis_origine_denrees.pdf)

### 3. Le top 3 des « mauvais élèves »



Le jus de pomme bio de la marque NU est « **produit en France** » mais quand on regarde de plus près l'origine des ingrédients sous le logo AB, on peut lire « **origine UE/non UE** » !



Le jus de pomme Hugo le maraîcher est « **conditionné en France** » mais on ne trouve aucune indication de l'origine des fruits. En réponse à notre courrier, la marque nous a répondu qu'elle allait retirer le drapeau français sur les emballages mais conserver la mention « conditionné en France » : « *Nous laisserons la mention [...] sur laquelle nous sommes conformes à la réglementation. Notre produit étant un produit de marque de PME française, conditionnée dans une unité d'embouteillage en France* ».



La face avant de l'emballage des steaks au soja de Super U, présente la mention « **Entreprise de France** » et au dos, il est écrit en petits caractères à la suite de la liste des ingrédients : « certains ingrédients de ce produit ne proviennent pas de France ». Dans son courrier de réponse, la marque U nous indique vouloir « *donner de la visibilité et de l'information aux consommateurs* » et que les « *mises à jour se font au fur et à mesure de l'évolution du packaging de nos marques* ». Ainsi, une modification de l'emballage de ce produit est prévue pour fin 2022. Espérons que les pays d'origine des ingrédients seront plus clairement indiqués aux consommateurs

#### Ingrédients

Protéines de soja réhydratées 62%, purée de tomate double concentré 7%, huile de colza, poivrons jaunes 6%, poivrons rouges 6%, oignons pré-frits (oignons, huile de tournesol), sauce soja (eau, soja, blé et sel), ail 1%, basilic, épaississant : méthylcellulose, sel, thym.  
**Certains ingrédients de ce produit ne proviennent pas de France.**  
 Traces éventuelles de céleri, œufs, poissons, lait, mollusques, crustacés, moutarde.

