

# Autodiscipline et Communication nutritionnelle

**ania**  
Association Nationale des  
Industries Alimentaires

## Autodiscipline et communication nutritionnelle contexte

**ania**  
Association Nationale des  
Industries Alimentaires

- Un consommateur de plus en plus attentif aux préoccupations nutritionnelles
- Etude SOFRES
  - Comportements importants pour préserver sa santé : 83 % : « une alimentation saine et équilibrée »
  - Un repas doit avant tout être
    - « sain et équilibré » 51%
    - « convivial » 19%
    - « savoureux » 16%

## Autodiscipline et communication nutritionnelle contexte

**ania**  
Association Nationale des  
Industries Alimentaires

- L'industrie alimentaire à l'écoute des consommateurs :
  - des produits adaptés aux attentes nutritionnelles
  - une communication qui met de plus en plus en valeur les promesses nutritionnelles
- Mais une industrie accusée d'être responsable des dérèglements des comportements des consommateurs et de la montée de l'obésité.

## Autodiscipline et communication nutritionnelle contexte

**ania**  
Association Nationale des  
Industries Alimentaires

- La montée de l'épidémie d'obésité provoque des réactions à l'encontre de l'industrie alimentaire
  - des pouvoirs publics, qui veulent réglementer, taxer, prohiber...
  - des médias,
  - des organisations de consommateurs,
  - des scientifiques...

## Autodiscipline et communication nutritionnelle

contexte



### Réactions des pouvoirs publics :

#### vis-à-vis de la communication des entreprises :

publicité enfant mise en cause, messages sanitaires sur les publicités, réglementation des allégations

#### vis-à-vis de l'offre :

interdiction des distributeurs dans les écoles, pressions sur la composition nutritionnelle des aliments, discrédit jeté sur certains ingrédients (sel, sucre, gras), projets de taxation des produits sucrés...

## Autodiscipline et communication nutritionnelle

contexte



Si l'industrie alimentaire ne veut pas rester dans une position défensive et subir réglementations inutiles, prohibitions et taxations :

elle doit montrer qu'elle a effectivement pris conscience de sa responsabilité

et qu'elle agit en acteur responsable, c'est-à-dire qu'elle s'autodiscipline

## Autodiscipline et communication nutritionnelle



### Les outils d'autodiscipline

## Autodiscipline et communication nutritionnelle

Outils d'autodiscipline



Le BVP fournit déjà le cadre d'une autodiscipline de la publicité.

- Mais le champ de la communication nutritionnelle est en même temps plus spécifique et plus large.
- En particulier, l'emballage est un vecteur de communication important.

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**La commission de déontologie**

- **Objectif** : faire respecter par la profession les règles d'une communication nutritionnelle respectant la réglementation et l'intérêt général, c'est-à-dire :
  - ne trompant pas le consommateur
  - fixant les limites dans lesquelles s'exerce la concurrence

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**La commission de déontologie**

- **Conditions**
  - impartialité
  - crédibilité
- **Composition**
  - personnalités extérieures à la profession
  - ayant compétence dans les domaines de la communication et de la nutrition

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**La commission de déontologie**

- **Composition** :
  - un comité technique composé de nutritionnistes, de juristes, d'un sociologue et de professionnels de l'alimentaire
  - un comité des sages composé d'un parlementaire, d'un nutritionniste, d'un publicitaire, d'un haut fonctionnaire et d'un industriel émérite

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**La commission de déontologie**

- **Fonctionnement** :
  - étude de cas, avec premier examen par le comité technique, puis par le comité des sages qui statue
  - échange avec les organisations professionnelles et les industriels concernés
  - la commission émet des avis, qui sont communiqués à l'industriel concerné. Débat quant à leur publication.

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**La commission de déontologie**

Bilan après quelques mois de fonctionnement expérimental :

- difficultés du fait de la concurrence entre industriels
- manque d'un corps de doctrine connu des industriels

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**Le guide bonnes pratiques de communication nutritionnelle**

• **objectifs :**

- fixer les règles déontologiques pour permettre l'autodiscipline
- permettre aux entreprises de communiquer dans le respect de l'intérêt général
- fonder le travail de la commission de déontologie

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**Le guide bonnes pratiques de communication nutritionnelle**

- Un travail de longue haleine : depuis 2002
- Un guide évolutif
- Un document pratique, facile à comprendre, illustré d'exemples concrets
- Complétant les règles et recommandations existantes
  - code de la consommation, règlements européens, règles du BVP, code de la CIAA...

**Autodiscipline et communication nutritionnelle**  
Outils d'autodiscipline



**Le guide bonnes pratiques de communication nutritionnelle**

• **champ d'application :**

- tous les produits alimentaires
- toute communication publicitaire et promotionnelle destinée au consommateur, sur tout support

Autodiscipline et communication nutritionnelle  
Outils d'autodiscipline



« Lors de la réflexion marketing sur un aliment, il convient de s'interroger sur la pertinence de développer une communication axée sur les aspects nutritionnels et de santé et de choisir les axes de communication cohérents avec la nature du produit »

Autodiscipline et communication nutritionnelle  
Outils d'autodiscipline



4 objectifs :

- clarté
- véracité
- objectivité
- loyauté

Autodiscipline et communication nutritionnelle  
Outils d'autodiscipline



- Une nouvelle version de ce guide vient d'être adoptée par la profession, éclairée par le travail de la commission de déontologie.
- Il va faire l'objet d'une large diffusion auprès des entreprises : plan de communication et de formation.

Autodiscipline et communication nutritionnelle  
Outils d'autodiscipline



Le choix de l'autodiscipline est exigeant.  
Se soumettre à une réglementation serait plus facile.  
Mais l'autodiscipline  
responsabilise les entreprises  
permet de fixer des règles adaptées et opérationnelles  
et donc, donne de meilleures garanties au consommateur