



Catalogue de mesures Alimentation et santé

Le présent catalogue contient différentes mesures permettant aux entreprises de l'industrie alimentaire suisse de contribuer positivement à une alimentation saine. Les mesures se basent sur les axes d'action suivants :

- [Axe d'action « Déclaration de produit plus informative »;](#)
- [Optimisation des recettes des produits concernant les valeurs nutritives \(notamment sucre, qualité des graisses et fibres alimentaires\) ;](#)
- [Portions et emballages plus petits comme alternative à l'assortiment traditionnel ;](#)
- [Renonciation à la publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans. Conception responsable de la publicité s'adressant aux enfants ;](#)
- [Sensibilisation des consommatrices et consommateurs à une alimentation saine ;](#)
- [Promotion de la santé dans l'entreprise.](#)

Axe d'action « Déclaration de produit plus informative »

- Utilisation d'étiquetages nutritionnels simplifiés comme Nutri-Score, Guideline Daily Amount (GDA), etc.
- Déclaration systématique des « big 8 » sur les produits.
- Amélioration de la lisibilité des informations (notamment dénomination spécifique, liste des ingrédients et déclaration nutritionnelle) figurant sur les produits en veillant à la taille des caractères et au contraste.
- Indication de la quantité de nutriments par portion et des valeurs de référence pour l'apport recommandé.
- Étiquetage adéquat des produits avec moins de ou sans sucre ou sel ajouté.
- Étiquetage adéquat des produits riches en fibres alimentaires.
- Ne pas faire croire dans la publicité que les produits sont plus sains qu'ils ne le sont véritablement.
- Publication d'informations supplémentaires sur les produits sur le site web de l'entreprise (ligne pour consommateurs/-trices).

Axe d'action « Optimisation des recettes des produits concernant les valeurs nutritives »

- Examen de tous les produits de l'assortiment traditionnel en vue d'une éventuelle optimisation de la composition des nutriments.
- Optimisation de la qualité nutritionnelle des graisses.
- Réduction de la teneur en sucre.
- Optimisation de la teneur en sel.
- Augmentation de la teneur en fibres alimentaires et en blé complet.
- Conception des produits prêts à la consommation et des produits vendus comme petites collations de sorte qu'ils soient équilibrés du point de vue nutritionnel.

Axe d'action « Portions et emballages plus petits comme alternative à l'assortiment traditionnel »

- Développement de nouveaux produits à l'emporter plus petits.
- Développement d'emballages refermables pour les produits qui ne doivent pas être consommés en une fois.
- Développement de produits divisibles.
- Introduction d'emballages multiples plus petits pour les produits vendus en multi-packs.
- Examen du portionnement de tous les produits de l'assortiment traditionnel.
- Renonciation à des quantités supplémentaires gratuites pour les emballages individuels dans le cadre de ventes promotionnelles et offres attrayantes de petits emballages.

Axe d'action « Renonciation à la publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans. Conception responsable de la publicité s'adressant aux enfants. »

- Renonciation à la publicité s'adressant aux enfants de moins de 12 ans (sauf la publicité pour des produits remplissant des critères nutritionnels spécifiques basés sur les recommandations diététiques nationales et internationales applicables).
- En cas de commercialisation de produits avec des figurines de jeu ou de contes de fées concevoir celles-ci de sorte à ce qu'elles fassent des déclarations sur une alimentation saine.
- Renonciation à des actions de collecte d'images pour des produits riches en sucre et en sel.
- Formulation de directives adéquates pour les agences publicitaires et de communication (p. ex. charte de Swiss Pledge).

Axe d'action « Sensibilisation des consommatrices et consommateurs à une alimentation saine »

- Publication de recommandations alimentaires et d'informations sur les produits avec les moyens de communication à disposition.
- Élargissement de la possibilité de filtrer les produits selon leur bénéfice pour la santé dans la boutique en ligne. Offres en ligne pour aider les consommatrices et consommateurs à améliorer leur comportement alimentaire.
- Soutien financier de programmes promouvant une alimentation saine (p. ex. NUTRI-KID, Fitness for Kids, Gorilla, etc.).

Axe d'action « Promotion de la santé dans l'entreprise »

- Mettre sur pied une équipe consacrée à l'alimentation qui traite et communique des informations étayées scientifiquement sur l'alimentation pour les groupes cibles.
- Organiser des journées consacrées à la santé et mettre à la disposition des collaborateurs/-trices des contrôles de santé et des programmes informatiques pour contrôler le comportement en matière d'alimentation.
- Offre de repas conforme à une alimentation saine dans l'entreprise.
- Accès libre et gratuit à l'eau potable/minérale et/ou à des boissons sans ou avec moins de calories.

fial

La Fédération des industries alimentaires suisses fial est le groupement représentatif des associations sectorielles de l'industrie alimentaire suisse. Elle a pour but la défense des intérêts économiques et politiques communs des secteurs affiliés ainsi que de leurs entreprises. Le secteur alimentaire (sans la production agricole et le commerce de détail) emploie au total environ 97 000 personnes et génère un chiffre d'affaires de 31,5 milliards de francs, dont 3,7 milliards de francs à l'étranger.