

LES ALLÉGATIONS SANTÉ ET LES PRODUITS HORTICOLES

Mise en contexte

Dans le but de protéger les consommateurs d'allégations frauduleuses, les discussions entre l'industrie et les gouvernements à propos d'allégations santé ont principalement porté sur les aspects réglementaires au cours des dernières années. Au Canada, aux États-Unis et en Europe, les gouvernements ont mis en place des procédures afin d'harmoniser les démarches d'approbation d'une allégation santé.

Ce bulletin n'a pas pour objectif d'examiner les aspects réglementaires en soi, mais plutôt d'inciter à la réflexion sur certains aspects économiques et de recherche qui se rattachent à une allégation santé. La mise en évidence d'une allégation ne se limite pas à la promotion au stade de la commercialisation, elle est le fruit de plusieurs interventions dans la filière. Il est important d'intégrer davantage les allégations santé dans les stratégies de mise en marché des fruits et légumes et d'examiner leurs répercussions sur les différents maillons de la chaîne.

Quelques allégations alimentaires

Avant d'aborder les allégations santé, une mise au point sur les différents types d'allégations s'impose. Il existe plusieurs allégations touchant les aliments; elles peuvent être de nature nutritive, nutritionnelle et santé.

L'allégation nutritive est la plus ancienne et est la plus « simple » à produire dans la mesure où elle consiste à préciser la quantité d'éléments nutritifs contenus dans l'aliment. Elle se trouve sur les emballages des produits alimentaires et elle est la plus commune (voir ci-contre).

Valeur nutritive	
par 1/2 tasse (125 mL)	
Teneur	% valeur quotidienne
Calories 70	
Lipides 0,5 g	1 %
saturés 0 g	
+ trans 0 g	0 %
Cholestérol 0 mg	
Sodium 250 mg	10 %
Glucides 13 g	4 %
Fibres 2 g	8 %
Sucres 6 g	
Protéines 2 g	
Vitamine A 1 %	Vitamine C 2 %
Calcium 0 %	Fer 4 %

Source : http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/label-etiquet/nutrition/cons/inl_main-fra.php

Quant à l'allégation nutritionnelle, elle décrit le rôle biologique que joue l'aliment, c'est-à-dire les bienfaits d'un aliment sur le fonctionnement de l'organisme. Cependant, cette allégation ne précise ni l'aspect quantitatif du nutriment contenu dans

l'aliment ni le rôle qualitatif de ce dernier. L'illustration ci-dessous montre un emballage mettant en évidence la présence d'oméga-3 dans un produit.



Source : <http://www.regime-dietetique.net/>

L'allégation santé consiste à mettre en évidence la relation entre la consommation d'un aliment et la santé, c'est-à-dire la possibilité qu'un aliment atténue et prévienne une maladie (voir illustration ci-dessous). L'utilisation de cette allégation est régie par la Loi sur les aliments et drogues (LAD).



Source : <http://www.veaudelait.com/valeur/valeur-nutritive.html>

Les allégations santé énoncent trois bénéfiques possibles, à savoir la réduction du risque de maladies, l'effet thérapeutique d'ordre fonctionnel et le maintien de la santé en général. Les allégations retenues par Santé Canada mettent en lien certaines caractéristiques de l'alimentation et les bénéfices qui peuvent en découler pour la santé :

- Une alimentation saine, pauvre en sodium et riche en potassium, et un risque réduit d'hypertension artérielle;
- Une alimentation saine, comprenant une quantité adéquate de calcium et de vitamine D, et un risque réduit d'ostéoporose;
- Une alimentation saine, pauvre en acides gras saturés et trans, et un risque réduit de maladie du cœur;

- Une alimentation saine, riche en légumes et en fruits, et un risque réduit de certains types de cancers;

- L'absence d'effet cariogène des sucres non fermentescibles présents dans la gomme à mâcher et les bonbons durs.

Le lien suivant donne accès à de plus amples informations sur les définitions des allégations par Santé Canada : <http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/label-etiquet/claims-reclam/ga-qr/claims-allegations-fra.php>

On retient ainsi cinq allégations au Canada. Aux États-Unis, il y en a 16 au total, les détails sur ces allégations figurant sur le site de la Food and Drug Administration (FDA) (l'agence américaine de réglementation des aliments et des drogues) à : <http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/ucm064919.htm>.

Bref aperçu réglementaire

Les allégations suscitent toujours une inquiétude du point de vue réglementaire. C'est dans le but de protéger le public des fraudes que Santé Canada a émis plusieurs directives visant à encadrer les démarches à suivre et les informations à fournir pour faire approuver une allégation santé relative aux aliments. La Loi sur les aliments et les drogues (LAD) a également précisé la définition des différentes allégations afin de renforcer les démarches de protection du public. Dans le document *Vers une modernisation du cadre de gestion des allégations santé des aliments au Canada* (2007), l'allégation santé est définie comme « toute représentation dans l'étiquetage et la publicité qui énonce, suggère ou suppose qu'il existe une relation entre la consommation d'aliments ou de constituants alimentaires et la santé ».

Ce qui est important dans la définition, c'est qu'elle inclut les principaux éléments de promotion des produits alimentaires. D'où l'importance d'examiner les opportunités économiques qui s'associent à l'allégation.

Potentiel et répercussion économique d'une allégation santé

Une allégation santé est souvent communiquée aux consommateurs soit par l'emballage du produit lui-même, soit par les moyens de promotion au moment de la mise en marché. Ainsi, l'allégation constitue un élément indissociable d'une stratégie de marketing. L'intérêt des consommateurs pour un aliment ayant des attributs particuliers représente une demande spécifique pour les producteurs et les vendeurs de ces produits.

La mise en marché des fruits et légumes est déjà accompagnée par de nombreuses campagnes de promotion. Au Québec, ces dernières sont plutôt axées sur la promotion de la consommation de produits locaux, avec l'indication des marchés et des dates de disponibilité. En effet, la promotion de la production locale permet de réduire les kilomètres alimentaires, de préserver l'environnement, d'aider nos producteurs à se tailler une place sur le marché, etc.

Il existe d'autres promotions basées sur les recommandations du guide alimentaire canadien, encourageant à manger une certaine quantité de fruits et légumes (de 5 à 10 portions par jour) telle que « J'aime 5 à 10 portions par jour ». C'est donc une promotion qui vise la quantité, qui pourrait être complémentaire à la promotion axée sur l'origine du produit.

Est-ce qu'une allégation ferait augmenter davantage la consommation de fruits et légumes ?

Une étude réalisée par JRG Consulting en 2008, intitulée *Nature et ampleur des*

activités économiques, commerciales et marchandes générées dans la chaîne de valeur agricole et agroalimentaire par les allégations santé, a confirmé l'hypothèse que les allégations santé influent positivement sur la croissance des marchés. Les produits étudiés se rattachaient aux aliments suivants : les protéines de soya, les fibres solubles et les acides gras oméga-3. Un résumé de cette étude se trouve en ligne à : <http://www4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/display-afficher.do?id=1235655305654&lang=fra>.

Cette étude fait état d'augmentation des volumes de vente, d'exportation et d'importation à la suite de l'introduction d'une allégation santé.

En ce qui touche les fruits et légumes, l'allégation santé a trait au cancer avec l'énoncé « une alimentation saine riche en fruits et légumes réduit le risque de certains types de cancer ». Cette allégation pour les fruits et légumes a-t-elle contribué à une augmentation de la demande des fruits et légumes au Canada ?

Selon la Société canadienne du cancer (SCC), 470 cas de cancer sont diagnostiqués chaque jour au pays. Cela signifie qu'environ 171 000 cas seront diagnostiqués en 2009. Selon la même source, les probabilités d'être un jour atteint d'un cancer sont de 40 % chez les Canadiennes et 45 % chez les Canadiens. Grâce aux campagnes répétées de sensibilisation à cette maladie, la population est plus consciente de la nécessité de prendre des mesures pour réduire les risques d'être atteinte par cette maladie. La présence de l'allégation santé à propos des fruits et légumes comme moyen de réduire les risques de certains types de cancer peut encourager la population – particulièrement les individus à risque – à consommer davantage de fruits et légumes.

Allégation santé, croissance de vente et nouveaux produits

L'allégation santé a permis, selon plusieurs études citées dans l'étude de JRG Consulting, la mise en marché de nombreux sous-produits. Une allégation santé peut donner lieu à une augmentation de 10 % des ventes du produit visé. L'approbation de l'allégation santé donne naissance à un nouveau produit avec un autre cycle de vie sur le marché. Une étude dans le *Consumer Magazine*, rapportée par JRG Consulting, démontre que la vente au détail des produits à base de soya a augmenté de 17 % à la suite de l'introduction des allégations santé.

Dans le milieu de l'horticulture (fruits et légumes), plusieurs processus de transformation et de mise en marché se sont développés au fil du temps et se développent toujours davantage. L'intégration des allégations santé dans les activités de promotion des produits transformés pourrait entraîner une augmentation des ventes, à l'instar des produits à base de soya.

Commerce international et allégation santé

Dans le cadre des échanges commerciaux, l'élément clef est l'approbation des allégations nationales par les partenaires commerciaux. L'exemple de produits dérivés du soya, rapporté dans l'étude de JRG Consulting, fait état d'une augmentation des exportations vers les pays qui entretiennent des liens commerciaux avec les États-Unis. Dans le même contexte, le Canada a exporté de ces produits vers des pays qui ont approuvé des allégations santé. Les exportations vers certains de ces pays étaient nulles avant l'approbation des allégations santé. Parmi les pays ou groupes de pays qui ont approuvé des allégations santé, on peut

citer le Japon, les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Afrique du Sud, le Brésil, la Malaisie, les Philippines, etc.

Approbation d'une allégation

Santé Canada a émis des lignes directrices quant à l'approbation de l'allégation santé d'un produit alimentaire afin d'assurer la conformité aux exigences à respecter pour utiliser une allégation. Le principe de base consiste à fournir la preuve scientifique de l'effet de l'aliment sur les maladies. Vous trouverez les détails sur ces lignes directrices en ligne à http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/legislation/guide-ld/health-claims_guidance-orientation_allegations-sante-fra.php.

Aux États-Unis, un guide portant sur l'approbation et l'affichage des allégations est en ligne sur le site de la FDA à <http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/ucm064919.htm>. Sur le plan des exigences, les procédures américaines sont plus souples que celles du Canada. C'est surtout la fourniture de preuves scientifiques qui est plus sévère du côté canadien.

En Europe, la dernière mise à jour de la version 2008 du règlement sur les allégations partage les grandes lignes de la réglementation canadienne. Cependant, il présente plus de souplesse en ce qui a trait à la formulation des demandes d'approbation. D'ailleurs, l'autorité européenne de sécurité des aliments a tenu au mois de juin dernier des discussions avec des scientifiques sur les aspects touchant les allégations et les nutriments. Leurs principales interrogations portaient essentiellement sur les procédures de conformité et sur certains contenus d'aliments et leurs effets sur la santé. Pour plus d'info :

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:109:0011:0016:FR:PDF>

Quelques pistes

Le souci de bien manger et la volonté de se maintenir une bonne santé sont à la base d'une demande sélective d'aliments. Les études prouvent que les allégations santé ont des répercussions sur le marché. La question est jusqu'à quel point ces allégations sont valorisées et intégrées dans les stratégies commerciales ?

L'approbation des allégations santé chez les partenaires commerciaux influe sur les volumes et la nature des échanges de certains produits. Quels sont les suivis des démarches entreprises dans les pays en voie d'approuver des allégations santé ?

Référence et liens

Agriculture et Agroalimentaire Canada
http://www.agr.gc.ca/index_f.php

Autorité européenne de la sécurité des aliments.
<http://www.efsa.europa.eu>
http://www.efsa.europa.eu/EFSA/efsa_local_e-1178620753816_1211902583744.htm

http://www.efsa.europa.eu/EFSA/ScientificPanels/NDA/efsa_locale-1178620753816_1178684448831.htm

Autorité de régulation professionnelle de la publicité
http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/Allegations_sante.pdf

Santé Canada
http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/label-etiquet/claims-reclam/position_papere-nonce_position-fra.php

http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/alt_formats/hpfb-dgpsa/pdf/label-etiquet/man-gest_health_claims-allegations_sante-fra.pdf

Food and Drug Administration
<http://www.fda.gov/>
La société canadienne du cancer
http://www.cancer.ca/Quebec.aspx?sc_lang=fr-CA

Journal officiel de l'Union européenne
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:109:0011:0016:FR:PDF>

Ministère de la Justice Canada
<http://laws.justice.gc.ca/fr/showtdm/cs/F-27>

**Par Salah Zoghalmi, M. Sc., agronome
Coordonnateur de l'Observatoire
horticole
salahzoghalmi@upa.qc.ca
450 679-0540, poste 8832**