

Effets des engagements et pratiques des entreprises agroalimentaires belges en matière nutritionnelle

16 septembre 2021

Publiée en août 2021, une étude évalue les engagements et pratiques des entreprises agroalimentaires belges en faveur de la prévention de l'obésité et de l'amélioration de la nutrition de la population. Elle a été conduite dans le cadre du projet [BIA-Obesity](#) (*Business Impact Assessment on Obesity and Population Nutrition*), développé par un réseau de chercheurs travaillant sur les environnements alimentaires dans une quarantaine de pays ([INFORMAS](#)).

Pour cette première application en Belgique, 31 entreprises ont été retenues, représentant 44 % de parts de marché pour les denrées pré-emballées, 50 % pour les boissons non alcoolisées, 49 % pour la grande distribution et 52 % pour la restauration rapide. Dans six domaines clés (figure ci-dessous), la transparence, l'exhaustivité et la spécificité des pratiques et engagements (recensés au 31/10/2020) ont été évaluées, en utilisant divers indicateurs et sources de données permettant le calcul d'un score sur 100. Par exemple, des photographies des produits présentant un Nutri-Score en face avant, prises en 2019, ont été utilisées pour le volet relatif à l'étiquetage nutritionnel.

Les six domaines évalués et leur pondération pour chaque secteur

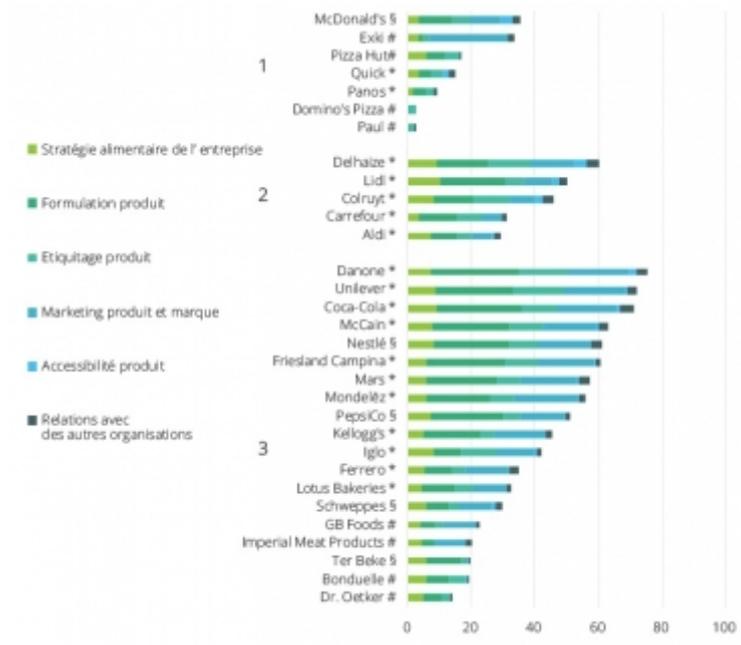
Domaine	Fabricants d'aliments emballés et de boissons non alcoolisées	Restaurants à service rapide	Super-marchés
STRAT: Stratégie alimentaire entreprise	10%	10%	10%
FORM: Formulation produit	30%	25%	25%
LABEL: Etiquetage produit	20%	15%	15%
PROMO: Marketing produit et marque	30%	25%	25%
ACCESS: Accessibilité produit	5%	20%	20%
RELAT: Relations avec d'autres organisations	5%	5%	5%

Source : Sciensano

Les résultats sont déclinés par entreprise, secteur et domaine. De manière générale, les meilleures performances concernent la stratégie alimentaire de la structure et les plus mauvaises l'accessibilité des produits. Si le score médian est de 35 %, il varie de 15 % pour la restauration rapide à 45 % pour les producteurs de denrées pré-emballées et de boissons non alcoolisées, et à 46 % pour les supermarchés. La

figure ci-dessous présente le classement des entreprises.

Scores (totaux et par domaine) obtenus pour les entreprises étudiées à partir du BIA-Obesity



Source : Sciensano

Lecture : en 1, la restauration rapide ; en 2, la grande distribution ; en 3, les producteurs de denrées pré-emballées et de boissons non alcoolisées. * : collaboration au processus (N=18) ; # : participation refusée (N=8) ; § : participation acceptée, mais contributions non reçues à temps (N=5) ; pour # et § : évaluation basée sur des informations disponibles publiquement.

Enfin, diverses pistes d'amélioration sont identifiées : mentionner le contenu énergétique (aliments, repas) sur les menus pour les fast-foods, élaborer une politique marketing détaillée applicable aux enfants, etc. Selon les auteures, dans un pays où un adulte sur deux et un adolescent sur 7 sont en surpoids ou obèses, et où un tiers des apports énergétiques provient de produits ultra-transformés, le rôle des entreprises et de l'évolution de leurs pratiques est déterminant. Cette étude a ainsi vocation à être régulièrement répliquée.

Julia Gassie, Centre d'études et de prospective

Source : [Sciensano](https://www.sciensano.be/)