



**CHARTRE D'ENGAGEMENTS VOLONTAIRES DE
PROGRÈS NUTRITIONNELS PROPOSEE PAR
LESIEUR
(Huiles, sauces et mayonnaises)**

Janvier 2010

Romain NOUFFERT

Directeur Général Délégué
De la Société Lesieur

Noël RENAUDIN

Président du comité de validation
des chartes d'engagements
nutritionnels
Direction Générale de la Santé



Une entreprise engagée depuis plus de 100 ans dans l'innovation

Née il y a plus de 100 ans, la société Lesieur, aujourd'hui leader sur son marché français, est une référence incontestée de l'huile aussi bien auprès du grand public que des professionnels.

De plus, appartenant directement à la filière française des huiles végétales, nous pouvons ainsi offrir aux productions oléagineuses françaises un débouché local, durable et régulier, garant d'une valorisation optimale.

Notre ambition est donc d'apporter santé, bien être et plaisir gourmand pour chacun en s'appuyant sur tous les atouts d'une filière intégrée.

Pour cela, Lesieur propose un portefeuille de produits s'appuyant sur des marques fortes (Lesieur, Isio et Puget) et une dynamique affirmée d'innovation alliant constamment évolutions culinaires et avancées scientifiques.

Face aux déséquilibres de l'alimentation des Français, notamment en termes de lipides et d'acides gras spécifiques, Lesieur a développé des produits toujours à la pointe des dernières données scientifiques. Citons par exemple : « Isio 4 », la première huile combinée évolutive offrant un rapport Oméga 6/Oméga 3 optimal ($< \text{ou} = 5$), « Fleur de Colza » la première huile naturellement riche en Oméga 3 tracée 100% française, « Cœur de Tournesol », la première huile offrant un rapport acides gras mono insaturés / acides gras poly insaturés optimal pour un usage en cuisson et friture, grâce à l'utilisation de tournesol oléique (Oléisol®), et en RHF « Frial Excellence », la première huile destinée à la friture avec une teneur en acides gras saturés $< 10\%$ et riche en oméga 3.

De plus, Lesieur a acquis le 29 septembre 2008, la société Générale Condimentaire anciennement détenue par Campbell qui bénéficiait d'une licence pour la production et la commercialisation de ses produits sous marque Lesieur (sauces salades, sauces crudités, mayonnaises et ketchup). Ce rachat va nous permettre, grâce à la réunification de la marque Lesieur, de faire bénéficier aux sauces et mayonnaises de tout notre savoir faire en terme d'innovation produit et de recherche nutritionnelle.

Directement concernée par plusieurs objectifs du PNNS, la société Lesieur se porte aujourd'hui candidate à la signature d'une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel.

En s'engageant ainsi, nous souhaitons assumer notre responsabilité d'acteur majeur sur le marché des huiles, sauces et mayonnaise et continuer à progresser autour d'objectifs de progrès ambitieux et motivant pour l'ensemble de la société et des équipes.

Romain NOUFFERT

Directeur Général Délégué de la Société Lesieur



Sommaire

Lettre d'introduction de Romain Nouffert, Directeur Général Délégué..... p 2

1. Données générales

Nom et raison sociale du demandeur	p 4
Description de l'activité	p 4
Nature des engagements.....	p 9
Objectifs du PNNS 2 et autres objectifs publics visés.....	p 11
Tierce partie proposée.....	p 11

2. Fiches descriptives des engagements

Engagement 1.....	p 13
Engagement 2.....	p 17
Engagement 3.....	p 21
Engagement 4.....	p 23
Engagement 5.....	p 35
Engagement 6.....	p 38
Engagement 7.....	p 41
Engagement 8.....	p 44



1. Données Générales

1.1. Nom et raison sociale du demandeur

LESIEUR, (SAS au capital de 36 689 936 € inscrite au RCS de Nanterre sous le numéro 457 208 619) est une société du groupe SAIPOL, leader français de la transformation des oléagineux. LESIEUR a pour filiale la société LESIEUR GENERALE CONDIMENTAIRE dont l'activité est la fabrication et la commercialisation de mayonnaises, ketchup et sauces froides. Le groupe SAIPOL est contrôlé majoritairement par SOFIPROTEOL, l'Etablissement financier de la filière française des huiles et protéines végétales.

Société LESIEUR
Adresse du Siège :
29 Quai Aulagnier
92665 ASNIERES Cedex
Site Internet : www.lesieur.fr

Représentée par
Romain Nouffert, Directeur Général Délégué

1.2. Description de l'activité

Lesieur, avec plus de 100 ans d'expertise occupe une position de leader sur le marché français des huiles. Cette société est représentée par ses 2 marques : Lesieur et Isio.

Historique de la société :

Lesieur, 100 ans au service de l'innovation et de la nutrition :

- 1908 Georges LESIEUR fonde la Société " **Georges Lesieur et ses fils** " pour continuer l'exploitation d'une huilerie savonnerie construite à Coudekerque, dans la banlieue nord de Dunkerque.
- 1909 Dépôt de logo LESIEUR : les quatre losanges rouges.
- 1924 Lancement de la première huile de table en bouteille de verre.
- 1963 Lancement de la première bouteille d'huile non consignée en matière plastique (PVC).



- 1985 Première bouteille d'huile en P.E.T.
- 1990 Lancement d'**Isio 4**, première combinaison d'huiles de graines riche en acides gras essentiels Oméga 6 et Oméga 3 et création du **Service Nutrition de Lesieur**.
- 1992 Construction du site de la Générale Condimentaire.
- 1995 Vente de la Générale Condimentaire à Bestfoods.
- 2004 Lancement de **Fleur de colza** naturellement riche en Oméga 3 et première huile tracée 100% française.
- 2005 Lancement d'**Isio 4 Olive**, première huile combinée qui associe 3 graines complémentaires et de l'huile d'olive vierge extra, riche en Oméga 6 et en Oméga 3 avec un rapport Oméga 6/Oméga 3 optimal de 5.
- 2006 Lancement de **Cœur de Tournesol** composée d'un mélange de tournesol classique et de tournesol oléique afin d'optimiser le rapport Acides gras Mono insaturés/ Acides Gras Poly-insaturés pour un usage en cuisson optimal.
- 2006 Lancement d'**Isio Mémo**, la première huile végétale enrichie en DHA grâce à l'incorporation d'huile de poisson.
- 2008 Signature de sa **charte de développement durable** et création du **Laboratoire des Saveurs** pour partager ses quatre pôles d'expertise : agriculture, science, nutrition et cuisine.
- 2008 Rachat de la Générale Condimentaire le 29 septembre.
- 2009 Lancement d'**IsioActiStérol**, la première sauce salade en dose individuelle enrichie en stérols végétaux.

Métier et activités :

Lesieur est spécialisé dans le raffinage et le conditionnement des huiles en bouteille et en vrac ainsi que, depuis septembre 2008 dans la production et la commercialisation de sauces et mayonnaises sous marque Lesieur.

Pour l'activité huiles, en 2008, Lesieur a réalisé un Chiffre d'Affaires de 800 millions d'euros, a conditionné 300 millions de litres d'huiles et a commercialisé 280 000 tonnes en vrac alimentaire.

La Générale Condimentaire produit environ 30 000 tonnes de sauces et mayonnaise principalement à base d'huiles de colza et de tournesol.



Avec un siège social à Asnières (Haut de Seine) et quatre sites de production :

- pour les huiles : Coudekerque (Nord), Bordeaux Bacalan (Gironde) et Vitrolles (Bouches du Rhône),
- et pour l'activité sauces et mayonnaises, Grande Synthe (Nord).

La société Lesieur compte près de 800 salariés dont une vingtaine est dédiée uniquement à la R&D et à la Qualité, environ 690 personnes pour l'activité huiles et près de 100 personnes pour l'activité sauces et mayonnaises.

Lesieur est présent sur 5 circuits de distribution : marques, MDD (Marque de Distributeur), RHF (Restauration Hors Foyer), export et industrie (industrie agroalimentaire et nutrition animale).

Pour l'activité huiles, Lesieur est leader sur le marché des huiles avec une part de marché en volume de 36%. (Panel distributeur Nielsen, 2009).

En 2008, Lesieur a réalisé 22 % de ses volumes en GMS, 21% en MDD, 11% en RHF, 6% à l'international (DOM/TOM, Italie, Belgique, Espagne, Islande, Afrique, Proche et Moyen Orient et Asie) et 40% vers l'industrie.

Ses principaux concurrents pour l'activité huiles, sont les marques distributeurs (MDD) (35%) et les premiers prix (23%).



Les volumes en huiles commercialisés en France (GMS) se décomposent ainsi (Cumul Annuel Mobile) (données panel NIELSEN 2009) :

	CUMUL ANNUEL MOBILE (Novembre 2008-Octobre 2009) kL (Parts de Marché Volume)
Total Huiles alimentaires	229 536 (100)
Dont Lesieur	80 744 (35,1)
Total Pôle santé - Huiles combinées	31 345 (13,7)
Dont Lesieur	22 225
Isio4	20 474
Isio4 Olive	1 606
Isio Mémo	145
Dont MDD	8 521
Total Pôle Soleil - Olive	51 353 (22,3)
Dont Lesieur (Puget, HOL)	17 278
Total Tournesol	95 756 (42)
Cœur de Tournesol	13 243
Fruit d'Or	10 582
MDD/1 ^{er} Prix	71 224
Total Colza	18 743 (8,2)
Fleur de Colza	5 186
MDD/1 ^{er} Prix	13 244
Total huile de Friture	15 339 (6,6)
Frial	5 497
Autres	9 429
Total Arachide	8 991 (3,9)
Lesieur Arachide	4 255
MDD/1 ^{er} Prix	4 729

Pour les huiles à destination de la RHF en France, les volumes se répartissent ainsi (données internes):

	CUMUL ANNUEL MOBILE (kl)
Total huile	150 000
Total huile de friture	70 000
Dont total Lesieur	5 400
Dont Frial excellence	5 000



Charte d'engagements Lesieur

Pour l'activité sauces et mayonnaises, Lesieur occupe la quatrième place sur le marché avec une part de marché en volume de 13% derrière les marques distributeurs (34%), Amora (24%) et Benedicta (14,5%).

Les volumes en sauces et mayonnaises commercialisés en France (GMS) se décomposent ainsi (Cumul Annuel Mobile) (données panel NIELSEN 2009) :

	CUMUL ANNUEL MOBILE (Novembre 2008-Octobre 2009) (kg)
Total sauces froides	65 843 542
Total mayonnaises et sauces salades	53 079 678
Dont Lesieur	6 447 369
Amora	12 926 639
Maille	1 111 539
Bénédicta	7 794 281
Heintz	158 053
MDD/1 ^{er} Prix	23 285 540
Total Mayonnaise	33 318 866
Dont Total Lesieur	4 161 090
Lesieur classiques	2 680 049
Lesieur Allégées	561 531
Lesieur Spécialités	919 509
Total Amora	9 569 542
Total Bénédicta	6 143 933
Total Maille	434 870
Total Heintz	53 188
Total MDD / 1 ^{er} prix	12 219 975
Total sauces salades	19 760 812
Dont Total Lesieur	2 286 279
Total Amora	3 357 097
Total Maille	676 669
Total Bénédicta	1 650 348
Total Heintz	104 865
Total MDD / 1 ^{er} prix	11 065 565



Produits concernés par la charte :

Il s'agit des :

- Mayonnaises à marque Lesieur (classique, Fine et Douce, saveur forte et légère) vendues en GMS
- Les sauces salades et vinaigrettes à marque Lesieur vendues en GMS
- Les huiles à marque Lesieur (Cœur de Tournesol, Fleur de colza, Frial) et Isio (Isio 4, Isio 4 Olive, Isio Mémo).

Modalités actuelles de promotion, de publicité, d'étiquetage ou d'information sur le lieu de vente :

Lesieur utilise différents supports pour communiquer selon la cible : consommateurs, clients (restauration hors foyer, industrie) et professionnels de santé :

- *Communication grand public :*
Brochures produits et campagnes de presse, livrets de recettes, promotions sur lieu de vente (distribution de tracts promotionnels, mises en avant en tête de gondole ...) et publicités TV
- *Information nutritionnelle :* emballage des produits et site : www.lesieur.fr
- *Communication adressée aux professionnels de santé :* documents scientifiques, newsletters, présence aux congrès médicaux, sessions de formations nutrition et rubrique dédiée dans le site Internet : www.lesieur.fr (espace nutrition santé plaisir / rubrique pro)
- *Communication au service des clients (Restauration Hors foyer et industries) :*
www.solutionsindustriellesieur.fr

1.3. Nature des engagements de LESIEUR

- **Les engagements sur la composition nutritionnelle des produits**

Engagement 1 : Lesieur s'engage à ce que toutes ses huiles combinées sous les marques Isio et Frial soient riches en Oméga 3.

Engagement 2 : Lesieur s'engage à ce que toutes ses huiles spéciale friture à destination des consommateurs et de la restauration hors foyer respectent les seuils suivants :

- Acides gras saturés < 10%
- Acides gras trans < 1%



- Source d'Oméga 3

Et s'engage à supprimer l'huile de palme dans toute leur composition

Engagement 3 : Lesieur s'engage à ce que toutes ses huiles combinées sous la marque Isio soit enrichie en vitamine D

Engagement 4 : Lesieur s'engage à diminuer de 15 à 20% en moyenne la teneur en chlorure de sodium de ses sauces salades, sauces crudités, vinaigrettes et mayonnaises allégées en se fixant un seuil de 1.3% pour les mayonnaises classiques, entre 2010 et 2012

- **Les engagements sur la consommation des produits et l'information du consommateur**

Engagement 5 : Lesieur s'engage à améliorer l'étiquetage de ses produits pour aider le consommateur à mieux comprendre les informations nutritionnelles pour fin 2012.

Engagement 6 : Lesieur s'engage à poursuivre le développement de l'information nutritionnelle du consommateur, de ses clients (restauration hors foyer et industriels) et des professionnels de santé

- **Les engagements complémentaires internes**

Engagement 7 : Lesieur s'engage à promouvoir les repères de consommation du PNNS auprès de ses salariés de manière à améliorer de façon globale leur état nutritionnel

Engagement 8 : Lesieur s'engage à soutenir la recherche

1.4. Objectifs du PNNS 2 visés par cette charte d'engagement (ou autres objectifs publics visés) :

1. Réduire la contribution moyenne des apports lipidiques totaux à moins de 35% des apports énergétiques journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population,
2. Réduire la consommation du chlorure de sodium à moins de 8 g/personne et par jour,



3. Promouvoir les repères de consommation et de l'activité physique,
4. Améliorer l'information du consommateur (sur les produits) et la lisibilité de l'étiquetage nutritionnel.
5. Augmenter la consommation de calcium afin de réduire de 25% la population des sujets ayant des apports calciques en dessous des apports nutritionnels conseillés, **tout en réduisant de 25% la prévalence des déficiences en vitamine D.**

1.5. Tierce partie de contrôle proposée pour la vérification annuelle des engagements

La vérification annuelle des engagements sera effectuée par l'AGRIA Lorraine, par l'analyse des critères quantifiables et des documents fournis par les organismes accrédités dans chaque engagement.

L'AGRIA Lorraine est une structure basée à Nancy qui œuvre aux côtés des industries alimentaires. Sa mission est d'accompagner les entreprises dans leurs projets de développement et de travailler en étroite collaboration avec tous les acteurs du secteur.

Un rapport reprenant la totalité des résultats et attestant le respect des engagements pris sera donc envoyé chaque année au Comité par l'AGRIA Lorraine.

AGRIA Lorraine

Mr Jean-Michel Barbier
2 avenue de la Forêt de Haye
ENSAIA - INPL
BP172
54505 Vandœuvre Les Nancy

De plus, Lesieur s'engage à communiquer ses données de composition nutritionnelle à l'observatoire de la qualité alimentaire.

2. Fiches descriptives des engagements

Voir pages suivantes



Fiche d'engagement n° 1 : OMEGA 3 (HUILES)

Domaine d'intervention éligible :
Formulation de produits innovants en substitution de produits actuels

Lesieur s'engage à ce que toutes ses huiles combinées sous les marques Isio et Frial soient riches en Oméga 3

- **Produits, marques, gammes de produits choisis**

Les produits concernés par cet engagement sont :

- Les huiles de marque Isio (Isio 4, Isio 4 olive, Isio Mémoto)
- Frial

Dont les compositions nutritionnelles sont données en annexe 1.

- **Contribution des produits aux apports nutritionnels**

Le rôle bénéfique des Oméga 3 est bien démontré sur la santé cardiovasculaire (AFSSA, juillet 2003, Acides gras de la famille Oméga 3 et système cardiovasculaire : intérêt nutritionnel et allégations).

Les apports nutritionnels recommandés sont actuellement les suivants en France :

En kcal/j		AGS	18 :2 n-6	18 :3 2n-3	AGPI LC *	Dont DHA
Homme adulte (2200 kcal/j)	g/j	19,5	10	2	0,5	0,12
	% AET	8	4	0,8	0,2	0,05
Femme adulte (1800 kcal/j)	g/j	16	8	1,6	0,4	0,1
	% AET	8	4	0,8	0,2	0,05
Sujet âgé (1700 kcal/j)	g/j	15	7,5	1,5	0,4	0,1
	% AET	8	4,4	0,9	0,4	0,1

* : Acides gras à longue chaîne de la famille Oméga 3 et Oméga 6 (Source : Apports nutritionnels conseillés pour la population française, AFSSA, 3^{ème} Edition, 2001).



Charte d'engagements Lesieur

La couverture de ces besoins a été étudiée dans 3 études de consommation, les études INCA (1 et 2) et l'étude SuViMax.

Les résultats de ces études montrent des apports moyens insuffisants, estimés entre 30 et 50% des besoins recommandés.

D'après l'étude INCA 2 récemment publiée (AFSSA, février 2009), les huiles contribuent à 5% des apports énergétiques totaux (AET) chez les adultes, derrière les pains et produits de panification : 15% des AET, les pâtisseries et gâteaux : 6% des AET et les fromages : 5% des AET.

Les huiles sont les premiers contributeurs pour les lipides totaux (12% des AET) devant les fromages : 8,8% des AET et le beurre : 8,4%. Elles sont également très majoritairement consommées dans le cadre des repas.

Enfin, les huiles constituent le premier groupe vecteur d'acides gras mono insaturés (19,2 %) et poly insaturés (21,5%) et de vitamine E (21%).

Les huiles jouent donc un rôle majeur et essentiel dans l'apport alimentaire en acide α -linoléique au sein de la population française.

Lesieur s'engage donc à ce que toutes ses huiles combinées soient riches en Oméga 3 c'est-à-dire apporte au minimum 0,6g d'acide α -linoléique pour 100 ml d'huile (30% des ANC).

Cet engagement sur la composition nutritionnelle des huiles combinées influence donc de façon très sensible la consommation finale en Oméga 3.

- **Critères quantifiables de suivi de l'engagement**

Le critère quantifiable est la teneur acide α -linoléique exprimée en g/100 ml de produit fini.

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 2 : PROFIL EN ACIDES GRAS DES HUILES DE FRITURE

Domaine d'intervention éligible :
Formulation de produits innovants en substitution de produits actuels

Lesieur s'engage à ce que toutes ses huiles spéciale friture à destination des consommateurs et de la restauration hors foyer respectent les seuils suivants :

Acides gras saturés < 10%

Acides gras trans < 1%

Source d'Oméga 3

Et s'engage à supprimer l'huile de palme de toute leur composition

- **Produits, marques, gammes de produits choisis**

Les produits concernés par cet engagement sont les huiles de friture de marque Lesieur : Frial (GMS) et Frial Excellence (RHF).

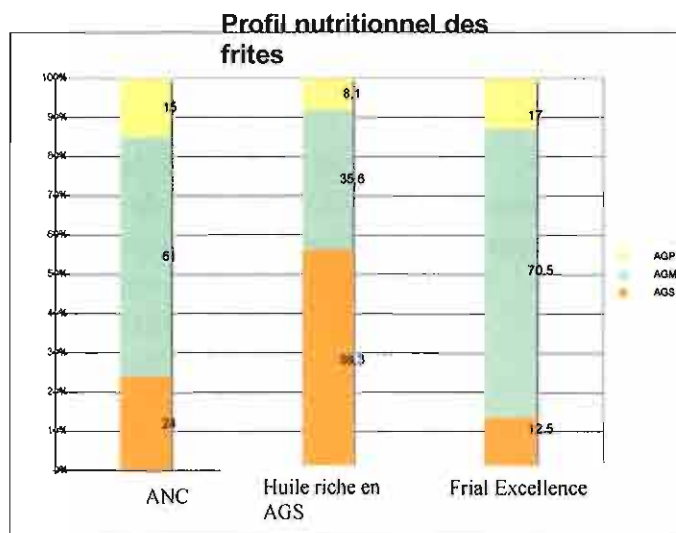
- **Contribution des produits aux apports nutritionnels**

Lesieur ne dispose pas de données permettant d'évaluer la contribution spécifique de ses huiles de friture aux apports de la population française en acides gras saturés, en acides gras trans ou en acide α -linoléique.



Néanmoins, suite à des essais réalisés en RHF, nous avons pu constater que Frial excellence :

- ↳ permet de diviser par 3 en moyenne la quantité d'AGS dans des frites en comparaison avec une huile classique contenant de l'huile de palme,
- ↳ De réduire de 5 g en moyenne les AGS par portion de frites qui correspondent à 23% des ANC par jour,



Dans le rapport AFSSA-NACRe, les acides gras saturés représentent 41% de l'apport en lipides dans la population. L'objectif du PNNS est de réduire de 25% la consommation en acides gras saturés.

Lesieur contribue donc significativement à la réalisation de cet objectif.

Dans son rapport de février 2009 concernant l'estimation des apports en acides gras trans de la population française, l'AFSSA considère que les apports moyens estimés dans la population française (1-1.5% de l'apport énergétique total) sont aujourd'hui inférieurs au seuil de 2% fixé en 2005, et ce quelque soit l'âge et le sexe, aussi bien chez l'enfant que chez l'adulte.

L'AFSSA encourage l'effort de réduction de l'utilisation des acides gras trans d'origine technologique notamment en alimentation humaine afin de réduire le risque d'exposition.

Lesieur participe donc à cet objectif en limitant à moins de 1% les acides gras trans dans ses recettes.

Enfin, dans son rapport de Juillet 2003, compte tenu de la déficience dans l'alimentation humaine en Oméga 3, notamment en acide α -linoléique, l'AFSSA encourage l'enrichissement des aliments en acides gras essentiels n-3.

Par l'incorporation d'huile de colza dans ses huiles de friture, Lesieur contribue donc à améliorer le statut en oméga 3 de la population française.



- **Critères quantifiables de suivi de l'engagement**

Les critères quantifiables sont les teneurs en acides gras saturés, acides gras trans et acide α -linoléique.

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 3 : VITAMINE D (HUILES)

Domaine d'intervention éligible :
Formulation de produits innovants en substitution de produits actuels

Lesieur s'engage à ce que toute sa gamme huiles Isio soit enrichie en vitamine D.

- **Produits, marques, gammes de produits choisis**

Les produits concernés par cet engagement sont les huiles à marque Isio : Isio 4, Isio 4 olive et Isio mémo.

- **Contribution des produits aux apports nutritionnels**

Les apports recommandés en vitamine D sont estimés à 5 µg/j (AFSSA, Apports nutritionnels conseillés, 3^{ème} édition, 2001).

Cependant, les femmes enceintes ou allaitantes ainsi que les personnes âgées de plus de 75 ans ont des besoins supérieurs en vitamine D : ils sont estimés à 10µg/j.

Or, d'après les résultats de l'étude INCA 2 publiés en février 2009, les apports alimentaires quotidiens en vitamine D sont estimés à environ 2 µg/j chez l'adulte et 1,9 chez l'enfant ce qui correspond à une situation de subcarence au sein de la population générale.

Afin de contribuer à améliorer le statut nutritionnel en vitamine D au sein de la population générale, l'enrichissement des huiles végétales est possible depuis 2002.

Lesieur a donc enrichi Isio 4, la première combinaison d'huiles de graines riche en acides gras essentiels, en vitamine D dès 2003, puis Isio 4 olive en 2005 et Isio Mémo en 2006.

L'enrichissement en vitamine D de toute la gamme huiles Isio permet donc à Lesieur de contribuer à améliorer le statut en vitamine D de la population française.



- **Critères quantifiables de suivi de l'engagement**

Pour les produits de la gamme Isio, le critère quantifiable est la teneur en vitamine D en µg/100g de produit fini.

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 4: SEL (CONDIMENTS)

Domaine d'intervention éligible :
Formulation de produits innovants en substitution de produits actuels

Lesieur s'engage à diminuer de 15 à 20 % en moyenne la teneur en chlorure de sodium de ses sauces salades, sauces crudités, vinaigrettes et mayonnaises légères en se fixant un seuil de 1,3 % pour les mayonnaises classiques, entre 2010 et 2012.

- **Produits, marques, gammes de produits choisis**

Les produits concernés par cet engagement sont tous les produits à marque Lesieur :

- Mayonnaise aux œufs frais, Mayonnaise Fine et douce, mayonnaise Saveur Forte et mayonnaises extra légères
- Les sauces salades et sauces crudités
- Les vinaigrettes

Dont les compositions nutritionnelles actuelles sont données en annexe 2.

La réalisation de ces objectifs est dépendante des contraintes technologiques et organoleptiques exposés dans cet engagement.

- **Contribution des produits aux apports nutritionnels**

Lesieur ne dispose pas de données permettant d'évaluer la contribution spécifique de ses produits aux apports de la population française en sel.

Néanmoins, à partir des données issues de l'étude INCA 2 (2006-2007) et publiées en février 2009, les sauces et condiments contribuent à environ 8,6% de l'apport en sodium chez les adultes de 18 à 79 ans et à 7,6% chez les enfants de 3 à 17 ans.

Les sauces et condiments constituent le 3^{ème} groupe d'aliments vecteurs de sodium chez les adultes et le 4^{ème} chez les enfants.



Les premiers vecteurs de sodium restent le pain et la panification sèche (respectivement 26,1% et 17,4% chez les adultes et les enfants) et la charcuterie (respectivement 11,3% et 10,9% chez les adultes et les enfants).

Source : Etude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2 (INCA 2), (2006-2009) Rapport AFSSA, Février 2009

A l'échelle du consommateur, l'impact d'une diminution de la teneur en sel dans la catégorie sauces et condiments peut donc avoir un impact non négligeable.

- **Critères quantifiables de suivi de l'engagement**

Les critères quantifiables de suivi de l'engagement seront soit la teneur en chlorure soit la teneur en sodium (transposée par la suite en chlorure de sodium). Il s'agit d'analyses effectuées au laboratoire qualité de Lesieur Générale Condimentaire.

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 5 : ETIQUETAGE

Domaine d'intervention éligible :
Intervention sur la consommation (fréquence, quantité, population cible) des produits

Lesieur s'engage à améliorer l'étiquetage de ses produits pour aider le consommateur à mieux comprendre les informations nutritionnelles pour fin 2012.

- **Produits, marques, gammes de produits choisis**

Tous les produits à marque Lesieur sont concernés par cet engagement.

- **Contribution des produits aux apports nutritionnels**

Non applicable

- **Critères quantifiables de suivi de l'engagement**

Les critères de suivi seront les emballages modifiés.

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne...) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 6 : Information du consommateur

Domaine d'intervention éligible :
Intervention sur la consommation (fréquence, quantité, population cible) des produits

Lesieur s'engage à poursuivre le développement de l'information nutritionnelle du consommateur, de ses clients (restauration hors foyer et industriels) et des professionnels de santé

- **Produits, marques, gammes de produits choisis :**
Tous les produits de la gamme Lesieur sont concernés par cet engagement.
- **Contribution des produits aux apports nutritionnels :**
Non applicable pour cet engagement
- **Variables technologiques et commerciales :**
Non applicable pour cet engagement
- **Evolution de la composition nutritionnelle des produits :**
Non applicable pour cet engagement
- **Difficultés prévisibles et effets indésirables**
Non applicable pour cet engagement
- **Demande d'utilisation de la mention**
Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »
 - Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne...) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
 - Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 7

Domaine d'intervention éligible :
Actions internes à l'entreprise

Lesieur s'engage à promouvoir les repères de consommation du PNNS auprès de ses salariés de manière à améliorer de façon globale leur état nutritionnel.

- **Produits, marques, gammes de produits choisis :**
Non applicable pour cet engagement
- **Contribution des produits aux apports nutritionnels :**
Non applicable pour cet engagement
- **Variables technologiques et commerciales :**
Non applicable pour cet engagement
- **Chiffrage des objectifs intermédiaires et de l'objectif final**
Non applicable pour cet engagement
- **Demande d'utilisation de la mention**
Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »
 - Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
 - Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Fiche d'engagement n° 8

Domaine d'intervention éligible :
Soutien à la recherche

Lesieur s'engage à soutenir la recherche

- **Demande d'utilisation de la mention**

Lesieur demande l'utilisation de la mention : « Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS) »

- Sur ses supports de communication institutionnelle (site Internet, brochures, dossiers de presse communication à destination des professionnels de santé, support de Relations Presse, rapports d'activité, communication interne....) relatifs aux produits concernés par cet engagement.
- Sur les emballages des produits concernés par cet engagement



Annexe 1 : Huiles Lesieur : Composition en acides gras et composants mineurs – Septembre 2009

La recherche Santé	Acides gras											Rapport $\omega 6/\omega 3$	Vitamine E Total * mg/100g	Vitamine D $\mu\text{g}/100\text{g}$
	Saturés %	Mono insaturés %	Poly insaturés %	Palmitique C 16:0 %	Stéarique C 18 :0 %	Oléique C 18:1 %	Linoléique C 18:2 %	Linoléique C 18:3 %	DHA C 22:6 %	Rapport				
										Linoléique C 18:2 %	Linoléique C 18:3 %			
Isio 4	8.3	60.6	31.1	5.0	2.2	59.5	25.8	5.3	-	-	4.9	60 à 70	5.0	
Isio 4 Olive	9.7	57.7	32.6	6.4	2.4	56.4	27.2	5.4	-	-	5.0	40 50	5.0	
Isio Mémo	7.4	69.2	23.4	4.3	1.9	67.8	17.0	6.1	0.3	0.3	2.8	50 à 70	5.0	
Fleur de Colza	7.7	62.4	29.9	5.0	1.6	60.7	21.2	8.7	-	-	2.4	40 à 50	-	
Frial	10.5	39.5	50.0	6.3	3.1	38.7	48.0	2.0	-	-	24.0	75 à 85	-	
Frial excellence	8.0	71.0	21.0	3 - 6	1 - 3	69 - 78	16	5.0	-	-	3,2	70	-	

Correspond à la somme des activités vitaminiques des différents tocophérols naturels ($\alpha, \beta, \gamma, \delta$), exprimée en UI (Unité Internationale = mg d' α -tocophérol). Par convention, 1mg d' α -tocophérol + 1,5 IU.

Annexe 2 : Valeurs nutritionnelles moyennes des sauces et mayonnaises Lesieur – Septembre 2009

	ENERGIE		PROTEINES	GLUCIDES	dont sucres	LIPIDES	AGS	AGMI	AGPI	Oméga 6	Oméga 3	Fibres	Total sel	
	KJ/100g ou 100 ml	Kcal/100g ou 100 ml												
Mayonnaise														
		2750	670	1	7,5	3,3	70,4	5,7	43,1	21,2	15,5	5,8	0,0	1,40
	Mayonnaise aux œufs frais (pot en verre, squeeze, tube)													
		2750	670	1	6,0	2,3	71,0	5,8	43,4	21,5	15,6	5,8	0,0	1,55
	Mayonnaise fine et douce (pot en verre)													
		2660	650	1	3,0	2,6	70,6	5,8	43,1	21,4	15,6	5,8	0,0	1,70
	Mayonnaise saveur forte (squeeze)													
		1130	275	1,6	9,5	5,0	25,5	2,4	15,4	7,1	5,0	2,0	0,0	2,80
	Mayonnaise extra légère (squeeze)													
		1070	259	0,9	9,6	5,2	24,1	2,2	14,5	7,4	5,5	1,9	0,1	3,10
Sauces salades														
		373	90	0,1	9,6	6,8	5,7	0,5	3,8	1,4	1,0	0,4	0,2	2,33
	Sauce salade fraicheur d'été													
		760	185	0,7	8,0	5,0	16,5	1,2	10,5	4,8	3,3	1,5	0,0	3,30
	Sauce salade extra légère moutarde													
		760	185	0,7	7,9	5,0	16,6	1,2	10,5	4,8	3,3	1,5	0,0	3,30
	Sauce salade extra légère à nature à la moutarde de Dijon													
		700	170	0,2	6,0	4,0	16,0	1,9	12,0	2,0	1,5	0,5	0,2	3,00
	Sauce salade extra légère à l'huile d'olive et au citron													
		715	175	0,2	7,0	4,3	16,0	1,2	10,3	4,7	3,3	1,5	0,2	3,10
Sauce salade extra légère ciboulette persil														
	725	175	0,2	7,5	5,0	16,0	1,2	10,3	4,7	3,3	1,5	0,0	3,10	
Sauce salade extra légère échalotes fines herbes														
	740	180	0,5	8,6	5,0	16,2	1,2	10,3	4,7	3,3	1,4	0,0	3,15	
Sauce crudité nature extra légère														
	735	180	0,5	8,0	5,5	16,0	1,2	10,3	4,7	3,3	1,4	0,0	3,10	
Sauce crudité extra légère à la moutarde à l'ancienne														
	740	180	0,5	8,0	5,0	16,0	1,2	10,2	4,7	3,3	1,5	0,0	3,10	
Sauce crudités extra légère ciboulette concombre														
	850	205	1,3	12,1	8,0	16,8	1,4	10,5	4,8	3,4	1,5	0,0	3,30	
Sauce cocktail extra légère														
	1045	253	0,4	5,7	3,5	25,4	2,2	14,6	8,5	6,8	1,6	0,0	2,45	
Vinaigrette légère nature aux 4 huiles à la moutarde de Dijon														



Charte d'engagements Lesieur