



Charte d'engagements volontaires de
progrès nutritionnel SCAMARK



Jean-Pierre GONTIER
Président du Comité de Direction
SCAMARK

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Jean-Pierre Gontier", is written over the text.

Noël RENAUDIN
Président du Comité de Validation des Chartes
d'engagements nutritionnels
Direction Générale de la Santé

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Noël Renaudin", is written over the text.

Fait à Paris, le

23 FEV 2009



SCAMARK incarne, depuis sa création en 1997, les combats consommateurs de l'Enseigne E.LECLERC pour un accès pour le plus grand nombre à des produits de qualité.

C'est ainsi, que SCAMARK, s'est donnée pour mission de développer des produits à Marque de Distributeur répondant aux objectifs suivants :

- La qualité pour tous au prix le plus bas,
- L'éthique, en œuvrant notamment pour la protection de l'environnement,
- L'accès pour tous à une bonne nutrition au quotidien,
- Le service et l'information des consommateurs

Compte-tenu de la position de leader de E.LECLERC sur le marché français et la part que représentent les produits à Marque De Distributeur dans les ventes de l'Enseigne, avec plus de 2 milliards d'actes d'achat annuels, SCAMARK considère avoir une responsabilité et un rôle majeur à jouer pour contribuer à l'équilibre alimentaire et à la santé de la population française.

Le programme PNNS2 est une opportunité pour SCAMARK de faire reconnaître ses initiatives, d'aller encore plus loin, et de mobiliser ses collaborateurs et ses fournisseurs autour d'un projet ambitieux, en cohérence avec les objectifs de l'entreprise, de l'Enseigne et des Pouvoirs publics.

Jean-Pierre GONTIER
Président du Comité de Direction

Synthèse des engagements pris par SCAMARK

I / Amélioration nutritionnelle des produits				
Nature de l'engagement	Détail de l'engagement	Paramètre suivi	Nombre de produits améliorés	Date d'atteinte de l'objectif
Engagement n°1 : Réduction des teneurs en sucres ajoutés des produits MR, ECO+ et Les trois Meuniers	Réduction de la teneur moyenne en sucres ajoutés de : > 10% dans les céréales pour petit déjeuner	Sucres	Dans chaque catégorie, les produits améliorés représentent au moins 2/3 des volumes de vente	Fin 2011
	> 5 à 10 % dans les biscuits, pâtisseries et barres de céréales	Sucres		Fin 2012
	> 5 à 10% dans les viennoiseries	Sucres		Fin 2012
	> 12% dans les desserts lactés contenant des sucres ajoutés	Sucres ajoutés		Fin 2011
	> 12% dans les BRSA contenant des sucres ajoutés	Sucres ajoutés		Fin 2011
Engagement n°2 : Réduction des teneurs en lipides totaux des produits MR, ECO+ et Les trois Meuniers	Réduction de la teneur moyenne en lipides totaux de : > 15% dans les plats complets	Lipides totaux		Fin 2012
	> 5 à 10 % dans les biscuits, pâtisseries et barres de céréales	Lipides totaux		Fin 2012
	> 5 à 10% dans les viennoiseries	Lipides totaux		Fin 2012
	> 15% dans les snacks salés	Lipides totaux		Fin 2012
Engagement n°2 bis : Réduction des teneurs en acides gras trans des produits MR, ECO+ et Les trois Meuniers	Huiles : ≤ 0,5% des acides gras totaux Margarines, pâtes à tartiner ou destinées à la cuisine : ≤ 1% des acides gras totaux Tous les autres produits : ≤ 1g/100g	Acides gras trans		Pas plus de 10 produits et de 1% des volumes de vente ne respectent pas ces critères
Engagement n°3 : Réduction des teneurs en sodium des produits MR, ECO+ et Les trois Meuniers	Réduction de la teneur moyenne en sodium de : > 10% dans les produits de panification	Sodium	Dans chaque catégorie, les produits améliorés représentent au moins 2/3 des volumes de vente	Fin 2012
	> 20% dans les plats complets	Sodium		Fin 2012
	> 15% dans les soupes	Sodium		Fin 2012
	> 15% dans les aliments de l'apéritif	Sodium		Fin 2012

II/ Intervention sur la consommation des produits

Nature de l'engagement	Détail de l'engagement	Objectif final	Date d'atteinte de l'objectif
<u>Engagement n°4 :</u> Contribuer à une meilleure connaissance et de meilleurs comportements vis à vis de l'équilibre alimentaire	Apposer un étiquetage nutritionnel sur les produits MR et Eco + (type 2 pour MR - type 1 au minimum pour ECO+)	TVN de type 2 pour MR et de type 1 pour ECO+ sur tous les produits disposant d'une surface suffisante et sur au moins 2/3 des produits (volume de vente)	Fin 2011
	Mise à disposition d'un service consommateurs avec des diététiciennes	Offre du service	Déjà effectif
<u>Engagement n°5 :</u> Mobiliser et accompagner l'interne vis-à-vis de l'équilibre alimentaire / activité physique	Formation à l'équilibre alimentaire et à la nutrition	Former les collaborateurs et les nouveaux arrivants	Déjà effectif
	Offre de fruits frais	Offre de fruits frais chaque semaine aux salariés pendant les 4 années d'engagement	Déjà effectif
	Participer au financement d'abonnements sportifs	Participation financière accordée à chaque salarié pendant les 4 années d'engagement	Déjà effectif

Données générales en vue de la signature d'une charte PNNS

1. Nom et raison sociale du demandeur

Le demandeur est la société SCAMARK.

SCAMARK
26 Quai Marcel Boyer
94200 Ivry-Sur-Seine

2. Description de l'activité de SCAMARK

SCAMARK est une filiale du GALEC (Groupement d'Achats des Centres Leclerc) créée en 1997. Sa mission est de développer les produits aux marques de l'enseigne (MDD) pour contribuer à la performance commerciale de l'enseigne Leclerc.

Concernant l'enseigne E.Leclerc, cette dernière compte 574 centres E. Leclerc (507 en France) et 510 adhérents. Les adhérents sont tous propriétaires de leur(s) magasin(s) et indépendants de l'enseigne E. Leclerc. Ainsi l'enseigne, et bien sûr SCAMARK, ne peuvent pas intervenir directement en magasins (sur le référencement, l'organisation des linéaires, les opérations en magasins...).

Produits fabriqués et marques utilisées

SCAMARK commercialise des produits sous 4 marques distinctes.

- La marque **Marque Repère**, créée en 1997, a pour objectif de donner un véritable repère de choix aux consommateurs. Les produits Marque Repère ont été conçus pour permettre, à qualité équivalente, une économie moyenne de 25 à 30% sur le budget consacré aux courses.

- La marque **ECO+**, créée en 1999, propose les prix les plus bas.

- La marque **Nos régions ont du talent**, créée en 1999, est issue de l'engagement de l'enseigne pour la promotion des régions et des PME indépendantes. Elaborée selon des savoir-faire des terroirs, elle met en avant les saveurs inscrites dans l'histoire des régions de France.

- La marque **Les 3 Meuniers**

Cette marque signe les produits de viennoiseries et de panification semi-finis destinés aux rayons traditionnels des magasins, où ils sont cuits et conditionnés conformément aux méthodes préconisées.



Les marques concernées par la charte PNNS sont les trois marques Marque Repère, ECO+ et Les 3 Meuniers.

En raison du faible nombre de références et de la nature des produits (produits terroirs), la marque Nos Régions ont du Talent n'a pas été incluse dans la charte.



3. Tierce partie proposée

AFNOR Certification aura la charge de vérifier le respect des engagements de SCAMARK selon les modalités définies dans le protocole de collaboration (cf. annexe).

Cet organisme intervient déjà auprès de SCAMARK depuis 2002 pour la certification ISO 9001 v2000 de son système de management de la qualité.

Engagement n° 1 :

Réduction des teneurs en sucres ajoutés des produits Marque Repère, ECO+ et Les Trois Meuniers

Domaine d'intervention éligible : Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

Nature de l'engagement

SCAMARK s'engage à réduire la teneur moyenne en sucres ajoutés :

- De 10% dans les céréales pour le petit déjeuner
- De 5 à 10% dans les biscuits, pâtisseries et barres de céréales
- De 5 à 10% dans les viennoiseries
- De 12% dans les desserts lactés contenant des sucres ajoutés
- De 12% dans les boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA) contenant des sucres ajoutés

Les produits concernés

5 catégories de produits sont concernées par cet engagement. SCAMARK retravaillera au minimum 2/3 des produits (en volume) de chacune d'entre elles.

Les céréales :

Cette catégorie regroupe l'ensemble des céréales consommées au petit déjeuner.

Les biscuits, pâtisseries et barres de céréales :

Cette catégorie regroupe l'ensemble des biscuits, pâtisseries vendues au rayon « épicerie » et les barres céréalières.

Ces produits sont consommés principalement au moment du goûter ou de façon nomade.

Les pâtisseries fraîches et surgelées, consommées principalement comme dessert « plaisir » dans le cadre d'un repas structuré, sont exclues du périmètre.

Les viennoiseries :

Cette catégorie regroupe l'ensemble des viennoiseries de la marque « Les trois Meuniers » vendues après cuisson par les magasins et les viennoiseries du rayon épicerie vendues en l'état au rayon libre service.

Les desserts lactés contenant des sucres ajoutés :

Cette catégorie comprend des produits consommés généralement au dessert dont l'ingrédient principal est d'origine laitière :

- Yaourts, yaourts à boire, laits fermentés, fromages blancs
- Crèmes caramel, crèmes aux œufs, crèmes brûlées, flans
- Mousses
- Gâteaux de riz/semoule, riz/semoules au lait

Les produits laitiers contenant des sucres présents de façon naturelle dans les ingrédients mais pas de sucres ajoutés (produits nature, produits aux fruits avec ou sans édulcorants) sont exclus puisqu'ils ne peuvent pas être améliorés vis à vis du paramètre d'intérêt.

Cependant des actions sont engagées sur l'élargissement de l'offre de ces produits pour contribuer à la baisse des apports en sucres de la population.

Les boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA) contenant des sucres ajoutés :

Cette catégorie comprend les produits suivants :

- Sodas
- Boissons aux fruits et au thé
- Boissons lactées aux fruits
- Sirops
- Nectars
- Eaux aromatisées

Les jus de fruits et boissons light sont exclus puisqu'ils ne contiennent pas de sucres « ajoutés ». Cependant des actions sont engagées sur l'élargissement de l'offre de boissons sans sucres ajoutés et édulcorées pour contribuer à la baisse des apports en sucres de la population.

Des actions sont également menées pour diminuer la saveur sucrée des boissons édulcorées pour accompagner l'évolution souhaitée du goût des consommateurs.

La contribution des produits aux apports nutritionnels

L'un des objectifs prioritaires du PNNS est de réduire de 25% la consommation actuelle de sucres simples ajoutés.

Si SCAMARK ne dispose pas de données relatives à la contribution de ses produits aux apports en glucides simples dans la population française, le rapport du groupe de travail PNNS sur les glucides (mars 2007) nous renseigne sur les aliments qui sont les plus gros contributeurs.

Tableau 2 : contribution des aliments aux apports en glucides simples ; source CREDOC - Enquête CCAF 2004

	Enfants			Adultes	
	GS (% g/lj)	Energie (% kcal/lj)		GS (% g/lj)	Energie (% kcal/lj)
<u>Jus et nectars</u>	10,1%	2,5%	Sucre, confiture, miel, sirop...	15,9%	2,6%
<u>Sodas</u>	8,5%	2,1%	Fruits frais	15,8%	2,7%
Fruits frais	8,4%	2,1%	<u>Pâtisseries</u>	8,2%	5,6%
<u>Yaourts et laits fermentés</u>	7,9%	3,0%	<u>Yaourts et laits fermentés</u>	7,0%	2,0%
<u>Pâtisseries</u>	7,0%	6,4%	<u>Sodas</u>	5,5%	1,2%
<u>Céréales du petit déjeuner</u>	6,7%	4,1%	<u>Jus et nectars</u>	4,5%	0,9%
Sucre, confiture, miel, sirop...	6,6%	1,5%	Pains, Biscottes	4,2%	17,2%
Chocolat, barres chocolatées	5,9%	3,2%	Légumes (hors pommes de terre)	4,0%	1,4%
Boissons chaudes	5,3%	5,5%	Boissons chaudes	3,8%	2,3%
Lait	4,7%	2,7%	Plats composés	3,8%	7,4%
<u>Biscuits sucrés</u>	4,0%	3,6%	Boissons alcoolisées	3,3%	4,8%
Crèmes desserts, flans	3,1%	1,3%	<u>Crèmes desserts, flans</u>	3,2%	1,0%
Glaces, sorbets et barres glacées	2,4%	1,0%	Chocolat, barres chocolatées	2,2%	0,9%
Compotes et fruits cuits	2,4%	0,5%	Soupes	2,1%	1,6%
Plats composés	2,2%	6,6%	Riz au lait, mousse, clafoutis, tiramisu...	2,0%	0,7%
<u>Yaourts à boire et actimel</u>	2,2%	0,8%	<u>Biscuits sucrés</u>	2,0%	1,4%
Légumes (hors pommes de terre)	2,1%	1,1%	Compotes et fruits cuits	1,8%	0,3%
Confiseries de sucre	1,9%	0,5%			
	91,3%	48,5%		89,3%	54,0%

Les catégories concernées par cet engagement figurent parmi celles qui contribuent le plus aux apports en glucides simples, notamment chez les enfants.

Les autres catégories peuvent ne pas avoir été incluses dans l'engagement pour 3 raisons différentes :

- il s'agit de produits pour lesquels la réduction des teneurs en sucres ajoutés n'est pas pertinente voire pas possible (jus de fruits, fruits frais, sucre, miel, chocolat...)
- il s'agit de produits difficiles à améliorer sur le plan technologique (pains, biscottes par exemple). S'ils étaient inclus dans la charte, l'amélioration ne pourrait être que très limitée en terme de pourcentage de réduction.
- il s'agit de produits déjà améliorés pour d'autres nutriments davantage prioritaires (ex : réduction des teneurs en sel et en lipides pour les plats complets).

Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques sont les sucres ajoutés et les ingrédients de substitution qui seront utilisés.

Céréales – les sucres ajoutés sont substitués par :

- o Des céréales, de préférence des céréales complètes
- o Des glucides complexes (amidon)
- o Des fibres solubles
- o Des minéraux de façon marginale

Biscuits, pâtisseries barres de céréales et viennoiseries - les sucres ajoutés sont substitués par :

- o Des céréales, de préférence des céréales complètes
- o Des glucides complexes (amidon)
- o Des fibres solubles
- o Des minéraux de façon marginale

Desserts lactés avec sucres ajoutés - les sucres ajoutés sont substitués par :

- o De la matière sèche laitière
- o Des fruits
- o Des glucides complexes et des fibres solubles
- o Des édulcorants

BRSA avec sucres ajoutés – les sucres ajoutés sont substitués par :

- o Du jus de fruits
- o De l'eau
- o Des édulcorants

Paramètres quantifiables permettant le suivi de l'engagement

Desserts lactés et BRSA :

Lors des procédés de fabrication des desserts lactés et des BRSA, il n'y a pas de perte de matière significative. On peut donc considérer que les ingrédients mis en œuvre se retrouvent dans les mêmes proportions dans le produit proposé au consommateur.

Aussi, pour ces deux familles de produits, **le paramètre suivi sera la proportion de sucres ajoutés à la recette**, définie comme « sucre(s) et polyosides issus de l'hydrolyse de l'amidon ajoutés à la mise en œuvre en g matière sèche¹/100 g de produit à la mise en œuvre ». On considère que ces sucres ajoutés sont très majoritairement des mono et di-saccharides, la part des polyosides de type dextrines étant limitée.

¹ Les apports en sucres des sirops issus de l'hydrolyse de l'amidon seront calculés en matière sèche

Des analyses physico-chimiques seront réalisées pour évaluer l'impact des réductions sur la valeur nutritionnelle des produits finis² et leur taux de sucres.

Céréales, biscuits, pâtisseries, barres de céréales et viennoiseries :

Pour ces produits, du fait des procédés de fabrication mis en œuvre (cuisson, extrusion) avec transformation importante des ingrédients, et du fait de la multiplicité des ingrédients apporteurs de sucres (chocolat, miel, caramel..), la proportion de sucres ajoutés sera approchée par la teneur en sucres simples. Le paramètre suivi sera la « **teneur en sucres (mono et di-saccharides) en g/100 g de produit fini** obtenue par analyse physico-chimique par dosage quantitatif sur les produits finis ».

Modalités de quantification des améliorations

Pour définir son objectif, SCAMARK a choisi de raisonner en tenant compte des volumes de vente des produits (en tonnes), afin de mesurer l'impact réel pour les consommateurs.

Ainsi, pour chaque catégorie, on calculera **annuellement la teneur moyenne du paramètre, pondérée par le tonnage vendu de chaque produit.**

Ce calcul annuel permet de tenir compte de la saisonnalité de certains produits et de prendre en compte les améliorations de recette au fur et à mesure.

Périodes de références par famille

Pour les **céréales, les desserts lactés et les BRSA**, l'année de référence est **2007** car des actions d'amélioration ont déjà été engagées en fin d'année 2007 et début 2008. Les améliorations seront conduites de 2008 à 2011.

Pour les **autres familles**, l'année de référence est **2008** ; les améliorations de recettes seront menées de 2009 à 2012.

Objectifs finaux d'amélioration nutritionnelle

1/ Engagement global sur la teneur moyenne pondérée

Les objectifs finaux sont repris dans le tableau ci-après.

Catégorie	Année de référence T₀	Période d'application	Paramètre suivi	Réduction finale
Céréales	2007	2008-2011	Sucres	-10%
Biscuits, pâtisseries, barres de céréales	2008	2009-2012	Sucres	-5 à -10%
Viennoiseries	2008	2009-2012	Sucres	-5 à -10%
Desserts lactés	2007	2008-2011	Sucres ajoutés	-12%
BRSA	2007	2008-2011	Sucres ajoutés	-12%

² SCAMARK est conscient que les choix technologiques pour la substitution des sucres par d'autres ingrédients peut avoir une incidence sur la valeur nutritionnelle du produit (exemple la matière sèche laitière substituée au sucre dans un dessert lacté apportera du lactose)

La réflexion sur la teneur moyenne pondérée qui intègre les volumes de vente de chaque produit permet de refléter **l'impact réel** des évolutions de recettes sur les consommateurs des produits Marque Repère, ECO+ et Les 3 Meuniers.

Les impacts chiffrés sont des valeurs minimales sur lesquelles SCAMARK peut s'engager à date. Les objectifs pourraient être revus à la hausse au cours des 4 années d'engagement.

Les objectifs de réductions annoncés ont été fixés d'après :

- l'étude des produits similaires sur le marché
- l'expérience acquise sur les projets déjà initiés
- les échanges avec les fabricants sur la faisabilité technologique

Cet engagement global se décompose en un engagement sur les produits existants et en un engagement sur les nouveaux produits.

2/ Engagement sur l'amélioration des produits existants (assortiment constant)

Les produits présents à T_0 et encore présents à $T_{+4 \text{ ans}}$ seront identifiés. SCAMARK s'engage à ce que :

- la part des produits améliorés représente **au moins 2/3 des volumes de ventes** de ces produits à $T_{+4 \text{ ans}}$
- l'amélioration de ces produits conduira à une réduction de la teneur moyenne pondérée en sucres ajoutés d'**au moins 5%**.

La démarche consiste à cibler en priorité les produits les plus contributeurs par les volumes de vente et/ou les teneurs en sucres. Une attention particulière est portée aux produits destinés aux enfants.

Fidèle à la politique de l'enseigne E.LECLERC, SCAMARK s'engage à ne pas modifier sa politique de prix. SCAMARK ne profitera pas de l'amélioration nutritionnelle pour augmenter la marge faite sur les produits améliorés.

3/ Élargissement de gammes / nouveaux produits

SCAMARK intègre des critères nutritionnels dans les cahiers des charges remis aux fournisseurs. Les fournisseurs et les recettes seront sélectionnés de manière à garantir le critère global.

La mise sur le marché de nouveaux produits moins sucrés contribuera ainsi à atteindre l'objectif de réduction des teneurs en sucres ajoutés.

Les nouveaux produits seront intégrés au fur et à mesure de leur mise sur le marché dans le calcul des taux moyens pondérés. L'intervention sur les produits existants (qui sera prioritaire) et la réflexion sur les nouveaux produits permettront à SCAMARK d'atteindre l'objectif final sur lequel la société s'est engagée.

Remarques :

En aucun cas l'objectif fixé sera atteint via une seule modification de l'offre

- Un simple arrêt des produits les plus contributeurs n'est pas concevable puisque cela entraînerait une perte de part de marché importante.
- Un élargissement de l'offre via des produits sans sucres ajoutés serait sans effet sur le paramètre global puisque les produits sans sucres ajoutés sont hors champ d'application de la charte
- Par ailleurs, un lancement de nouveau produit n'est pas plus facile à réaliser qu'une modification de recette, bien au contraire.

- Enfin, SCAMARK s'engageant à ce que l'amélioration des produits existant conduise à une réduction de la teneur moyenne pondérée en sucres ajoutés d'**au moins 5%** l'objectif ne sera pas atteint via une seule modification de l'offre

Surveillance et vérification par une tierce partie

SCAMARK souhaite apporter la preuve du respect de ses engagements via une entité indépendante reconnue par le COFRAC pour ses activités d'audit tierce partie (accréditation 45011).

C'est ainsi que SCAMARK a missionné la société AFNOR Certification afin de vérifier le système d'amélioration mis en place et la réalité des résultats obtenus.

Il s'agit en particulier :

- De consulter les formulations des produits (fiches de spécifications) et les résultats d'analyses de composition (réalisées par des laboratoires indépendants sur des échantillons prélevés en magasins) pour un échantillonnage de références de chaque gamme de produits concernée ;
- De consulter les états de facturation des produits dont sont issus les volumes de vente servant aux calculs d'impact des améliorations ;
- De vérifier la conformité du pourcentage de réduction de la teneur moyenne en sucres ajoutés ;
- De suivre le nombre de produits retravaillés et de vérifier, qu'à l'issue des 4 années d'engagement, les 2/3 des produits (en volume) de l'assortiment constant de chaque catégorie aient réellement été améliorés et que l'amélioration moyenne sur ces produits soit au moins de -5%.

SCAMARK s'engage à mettre à disposition du comité d'experts et de l'Observatoire de la qualité alimentaire les résultats des analyses et les rapports de la tierce partie.

Par ailleurs, l'application effective des recettes par les fabricants des produits est vérifiée lors des audits réalisés par le service qualité de SCAMARK et lors des audits réalisés par les organismes certificateurs dans le cadre de la certification IFS des sites de fabrication.

Délais de réalisation, étapes, échéances des bilans

La démarche suivie pour les améliorations des produits existants est la suivante :

- Inventaire exhaustif des compositions nutritionnelles des produits
- Identification des potentiels d'amélioration
- Etude de faisabilité avec le fabricant en fonction des contraintes technologiques et organoleptiques
- Validation de la nouvelle recette par un test hédonique réalisé sur au moins 60 consommateurs naïfs
- Réalisation d'analyses physico-chimiques sur la nouvelle recette
- Adoption de la recette
- Modification du cahier des charges, de l'étiquetage
- Impression des emballages
- Mise en production et commercialisation
- Suivi du produit : impact sur les ventes, analyses physico-chimiques, test consommateurs

Le processus se déroule sur une période moyenne de 6 mois. Il sera éventuellement itératif pour accompagner l'évolution progressive du goût des consommateurs.

Lors du développement des nouveaux produits, la minimisation du taux de sucres est prise en compte dès la conception.

Difficultés prévisibles / Effets indésirables potentiels

Les limites identifiées à la démarche sont essentiellement liées à des contraintes technologiques et organoleptiques.

- Pour les produits secs, en particulier les familles « biscuits, pâtisseries, barres de céréales » et « viennoiseries », où les sucres contribuent fortement à l'apport en matière sèche, les contraintes technologiques sont très importantes. Il est donc difficile de s'engager sur des réductions supérieures à 10% d'autant plus qu'il convient de limiter également l'apport en matières grasses. (cf. engagement n°2)

- SCAMARK confiant la fabrication de ses produits à des industriels sélectionnés, elle se trouve tributaire des aptitudes technologiques de ses fabricants et de leur capacité à innover.

- SCAMARK a identifié un risque potentiel de rejet par les consommateurs des recettes améliorées au profit d'autres produits du marché moins qualitatifs sur le plan nutritionnel.

- Par ailleurs, les produits de la famille « biscuits, pâtisseries, barres de céréales » ont des teneurs en sucres très variables selon les recettes (présence de chocolat, de fourrages sucrés). De ce fait, la teneur moyenne pondérée en sucres de la famille sera fortement influencée par les évolutions possibles des gammes et de leurs ventes.

Progrès déjà réalisés / premiers progrès qui seront réalisés

Certaines catégories ont fait l'objet d'améliorations en 2007 et 2008. Il s'agit des céréales, des desserts lactés et des BRSA, en particulier des produits s'adressant aux enfants.

L'impact annuel estimé des **62** améliorations abouties depuis 2007 représente **971** tonnes de sucres ajoutés en moins pour les desserts lactés et les BRSA et de **59** tonnes de sucres pour les céréales (chiffres arrêtés au 02/02/2009).

Engagement n° 2 :

Réduction des teneurs en lipides totaux et en acides gras trans des produits Marque Repère, ECO+ et Les Trois Meuniers

Domaine d'intervention éligible : Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

Nature de l'engagement

Cet engagement comporte deux volets :

1/ Réduction des teneurs en lipides totaux

SCAMARK s'engage à réduire la teneur moyenne en lipides totaux :

- de 15% dans les plats complets
- de 5 à 10% dans les biscuits, pâtisseries et barres de céréales
- de 5 à 10% dans les viennoiseries
- de 15% dans les snacks apéritifs

2/ Réduction des teneurs en acides gras trans

SCAMARK s'engage à réduire la teneur en acides gras trans dans les produits Marque Repère, ECO+ et Les Trois Meuniers afin de respecter les teneurs maximales suivantes :

- Dans les huiles : AG trans $\leq 0,5$ % des AG totaux
- Dans les margarines, pâtes à tartiner ou destinées à la cuisine : AG trans ≤ 1 % des AG totaux
- Dans tous les autres produits : AG trans ≤ 1 g / 100 g

Les produits concernés

1/ Réduction des teneurs en lipides totaux

4 catégories de produits sont concernées par cet engagement. SCAMARK retravaillera au minimum 2/3 (en volume) des produits de chacune d'entre elles.

Plats complets

Cette catégorie regroupe les plats cuisinés appertisés, surgelés ou frais et les produits à base de pâte destinés à constituer l'élément principal d'un repas (pizzas, quiches, sandwiches...).

Les biscuits, pâtisseries et barres de céréales :

Cette catégorie regroupe l'ensemble des biscuits, pâtisseries vendues au rayon « épicerie » et les barres céréalières.

Ces produits sont consommés principalement au moment du goûter ou de façon nomade.

Les pâtisseries fraîches et surgelées, consommées principalement comme dessert « plaisir » dans le cadre d'un repas structuré, sont exclues du périmètre.

Viennoiseries

Cette catégorie regroupe l'ensemble des viennoiseries de la marque « Les trois Meuniers » vendues après cuisson par les magasins et les viennoiseries du rayon épicerie vendues en l'état au rayon libre service.

Snacks apéritifs

Cette catégorie regroupe les biscuits salés consommés au moment de l'apéritif et lors de consommations nomades.

2/ Réduction des teneurs en acides gras trans

Cet engagement concerne l'intégralité des produits alimentaires commercialisés sous les marques Marque Repère, ECO + et Les Trois Meuniers, à l'exclusion des produits ne contenant pas de lipides ou contenant exclusivement des matières grasses animales issues de ruminants.

La contribution des produits aux apports nutritionnels

1/ Contribution aux apports en lipides totaux

SCAMARK ne dispose pas de données relatives à la contribution de ses produits aux apports en lipides totaux dans la population française.

Toutefois, le rapport AFSSA « Acides gras alimentaires et cancers » (2003) nous indique que les catégories sur lesquelles SCAMARK s'engage (les plats complets, les pâtisseries et viennoiseries notamment) sont de forts contributeurs aux apports en lipides, quel que soit l'âge et le sexe considéré.

	Hommes		Femmes		Garçons		Filles	
	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports
Plats composés	5	6,7	6	6,5	5	7	6	6,5
Pizzas, quiches...	8	3,7	9	3,7	12	3,3	13	3,3
Pâtisseries	7	5,1	7	5,7	8	4,7	7	5,4
Viennoiseries	10	3,3	8	3,8	7	6	8	5,4
TOTAL		18,8		19,7		21		20,6

Figure 1 : Contribution des groupes d'aliments aux apports en lipides totaux
rapport AFSSA Acides gras alimentaires et cancer (2003)

Rq : d'autres aliments sont de plus gros contributeurs ; ils ne sont pas concernés par l'engagement car il s'agit d'aliments pour lesquels l'amélioration nutritionnelle n'est pas pertinente (beurre, charcuteries, fromages et viandes notamment).

De plus, les catégories d'aliments sur lesquelles SCAMARK s'engage sont de plus de forts contributeurs aux apports en acides gras saturés, rendant le projet d'amélioration nutritionnelle doublement intéressant et pertinent.

	Hommes		Femmes		Garçons		Filles	
	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports
Plats composés	6	5,7	6	5,6	7	6,1	8	5,5
Pizzas, quiches...	9	3,3	9	3,3	13	2,9	13	2,9
Pâtisseries	5	6,6	3	7,3	8	5,6	6	6,4
Viennoiseries	7	3,8	8	4,5	6	6,5	7	5,8
TOTAL		19,4		20,7		21,1		20,6

Figure 2 : Contribution des groupes d'aliments aux apports en acides gras saturés rapport AFSSA Acides gras alimentaires et cancer (2003)

SCAMARK s'engage également sur les snacks apéritif bien qu'ils ne figurent pas parmi les plus gros contributeurs étant donné que ces produits présentent une teneur moyenne en matière grasse élevée.

Par ailleurs, nous pouvons raisonnablement supposer que les populations défavorisées, davantage touchées par les problèmes d'obésité, sont de gros consommateurs de ces produits relativement bon marché.

2/ Contribution aux apports en acides gras trans

SCAMARK ne dispose pas de données relatives à la contribution de ses produits aux apports en acides gras trans dans la population française.

Néanmoins, le rapport AFSSA « Risques et bénéfices pour la santé des acides gras trans apportés par les aliments » (2005) nous indique que les acides gras trans d'origine industrielle contribue de façon non négligeable à l'apport en acides gras trans dans la population française et, ainsi, que l'amélioration de la qualité des matières grasses ajoutées aura un réel impact.

Les produits de panification industrielle, viennoiseries industrielles et biscuits sont les seconds contributeurs (après les produits d'origine laitière) et apportent respectivement 18% et 30% des acides gras trans chez les adultes et les enfants.

Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques sont les matières grasses totales, les matières grasses partiellement hydrogénées et les ingrédients de substitution utilisables.

- Les matières grasses totales seront substituées par d'autres ingrédients, qui selon les produits, pourront être de l'eau, des matières protéiques, des glucides complexes, des fibres.
- L'élimination des acides gras trans conduira à substituer les matières grasses hydrogénées par :
 - o Des huiles végétales non-hydrogénées
 - o Des huiles hydrogénées obtenues selon des procédés non-générateurs d'acides gras trans

Paramètres quantifiables permettant le suivi de l'engagement

Les paramètres suivis seront les teneurs en lipides totaux et en acides gras trans (en g / 100 g de produit fini), obtenus par analyse quantitative et profil chromatographique des acides gras.

Les analyses seront effectuées, avant et après amélioration nutritionnelle de chaque produit, par les laboratoires avec lesquels SCAMARK travaille habituellement. Les systèmes qualité de la majorité de ces laboratoires sont reconnus par le COFRAC, via des accréditations.

Modalités de quantification des améliorations

1/ Réduction des teneurs en lipides totaux

Pour définir son objectif, SCAMARK a choisi de raisonner en tenant compte des volumes de vente des produits (en tonnes), afin de mesurer l'impact réel pour les consommateurs.

Ainsi, pour chaque catégorie, on calculera annuellement la teneur moyenne du paramètre, pondérée par le tonnage vendu de chaque produit.

Ce calcul annuel permet de tenir compte de la saisonnalité de certains produits et de prendre en compte les améliorations de recette au fur et à mesure.

L'année de référence sera 2008 ; les améliorations de recettes auront un impact à partir de 2009.

2/ Réduction des teneurs en acides gras trans

L'indicateur suivi est le nombre de produits qui ne satisfont pas les limites maximales suivantes :

- Dans les huiles : AG trans \leq 0,5 % des AG totaux
- Dans les margarines, pâtes à tartiner ou destinés à la cuisine AG trans \leq 1 % des AG totaux
- Dans tous les autres produits : AG trans \leq 1 g / 100 g

Objectifs finaux d'amélioration nutritionnelle

1/ Engagement global sur la teneur moyenne pondérée

Les objectifs finaux sont repris dans le tableau ci-après.

Catégorie	Sous-catégorie	Réduction intermédiaire	Réduction finale
Plats complets	Pizzas-sandwichs-assimilés	-10%	-15%
	Plats cuisinés	-12,5%	
Biscuits, pâtisseries, barres de céréales		/	-5% à -10%
Viennoiseries	Viennoiseries LS	/	-5% à -10%
	Viennoiseries à cuire	/	
Snacks apéritifs		-7%	-15%

La réflexion sur la teneur moyenne pondérée qui intègre les volumes de vente de chaque produit permet de refléter l'**impact réel** des évolutions de recettes sur les consommateurs des produits Marque Repère, ECO+ et Les 3 Meuniers.

Les impacts chiffrés sont des valeurs minimales sur lesquelles SCAMARK peut s'engager à date. Les objectifs pourraient être revus à la hausse au cours des 4 années d'engagement.

Les objectifs de réductions annoncés ont été fixés d'après :

- l'étude des produits similaires sur le marché
- l'expérience acquise sur les projets déjà initiés
- les échanges avec les fabricants sur la faisabilité technologique

Cet engagement global se décompose en un engagement sur les produits existants et en un engagement sur les nouveaux produits.

Réduction des teneurs en acides gras trans

L'objectif est qu'avant la fin 2011, les produits Marque Repère, ECO+ et Les Trois Meuniers concernés par l'engagement satisfassent les critères définis ci-dessus. Pour des raisons technologiques, certains produits pourraient ne pas respecter ces critères. SCAMARK s'engage à ce que ces produits ne soient pas plus de 10 en nombre et ne représentent pas plus de 1% des volumes de vente.

L'objectif intermédiaire est le recensement des teneurs en acides gras trans de l'ensemble des produits des familles concernées. Il sera atteint avant fin 2009.

2/ Engagement sur l'amélioration des produits existants (assortiment constant)

Les produits présents à T_0 et encore présents à $T_{+4 \text{ ans}}$ seront identifiés. SCAMARK s'engage à ce que :

- la part des produits améliorés représente **au moins 2/3 des volumes de ventes** de ces produits à $T_{+4 \text{ ans}}$
- l'amélioration de ces produits conduira à une réduction de la teneur moyenne pondérée en lipides d'**au moins 5%**.

La démarche consiste à cibler en priorité les produits les plus contributeurs par les volumes de vente et/ou les teneurs en lipides. Une attention particulière est portée aux produits destinés aux enfants.

Fidèle à la politique de l'enseigne E.LECLERC, SCAMARK s'engage à ne pas modifier sa politique de prix. SCAMARK ne profitera pas de l'amélioration nutritionnelle pour augmenter la marge faite sur les produits améliorés.

3/ Élargissement de gammes / nouveaux produits

SCAMARK intègre des critères nutritionnels dans les cahiers des charges remis aux fournisseurs. Les fournisseurs et les recettes seront sélectionnés de manière à garantir le critère global.

La mise sur le marché de nouveaux produits moins gras contribuera ainsi à atteindre l'objectif de réduction des teneurs en lipides totaux.

Les nouveaux produits seront intégrés au fur et à mesure de leur mise sur le marché dans le calcul des taux moyens pondérés. L'intervention sur les produits existants (qui sera prioritaire) et la réflexion sur les nouveaux produits permettront à SCAMARK d'atteindre l'objectif final sur lequel la société s'est engagée.

Remarques :

En aucun cas l'objectif fixé sera atteint via une seule modification de l'offre

- Un simple arrêt des produits les plus contributeurs n'est pas concevable puisque cela entraînerait une perte de part de marché importante.
- Par ailleurs, un lancement de nouveau produit n'est pas plus facile à réaliser qu'une modification de recette, bien au contraire.
- Enfin, SCAMARK s'engageant à ce que l'amélioration des produits existant conduise à une réduction de la teneur moyenne pondérée en lipides totaux d'**au moins 5%** l'objectif ne sera pas atteint via une seule modification de l'offre

Surveillance et vérification par une tierce partie

SCAMARK souhaite apporter la preuve du respect de ses engagements via une entité indépendante reconnue par le COFRAC pour ses activités d'audit tierce partie (accréditation 45011).

C'est ainsi que SCAMARK a missionné la société AFNOR Certification afin de vérifier le système d'amélioration mis en place et la réalité des résultats obtenus.

Il s'agit en particulier :

- De consulter les formulations des produits (fiches de spécifications) et les résultats d'analyses de composition (réalisées par des laboratoires indépendants sur des échantillons prélevés en magasins) pour un échantillonnage de références de chaque gamme de produits concernée ;
- De consulter les états de facturation des produits dont sont issus les volumes de vente servant aux calculs d'impact des améliorations ;
- De vérifier la conformité du pourcentage de diminution de la teneur en lipides totaux ;
- De suivre le nombre de produits retravaillés et de vérifier qu'à l'issue des 4 années d'engagement, les 2/3 des produits (en volume) de l'assortiment constant de chaque catégorie aient réellement été améliorés et que l'amélioration moyenne sur ces produits soit au moins de -5%.

SCAMARK s'engage à mettre à disposition du comité d'experts et de l'Observatoire de la qualité alimentaire les résultats des analyses et les rapports de la tierce partie.

Délais de réalisation, étapes, échéances des bilans

La démarche suivie pour les améliorations des produits existants est la suivante :

- Inventaire exhaustif des compositions nutritionnelles des produits
- Identification des potentiels d'amélioration
- Etude de faisabilité avec le fabricant en fonction des contraintes technologiques et organoleptiques
- Validation de la nouvelle recette par un test hédonique réalisé sur au moins 60 consommateurs naïfs
- Réalisation d'analyses physico-chimiques sur la nouvelle recette
- Adoption de la recette
- Modification du cahier des charges, de l'étiquetage
- Impression des emballages
- Mise en production et commercialisation
- Suivi du produit : impact sur les ventes, analyses physico-chimiques, test consommateurs

Le processus se déroule sur une période moyenne de 6 mois. Il sera éventuellement itératif pour accompagner l'évolution progressive du goût des consommateurs.

Lors du développement des nouveaux produits, la minimisation du taux de lipides est prise en compte dès la conception.

Difficultés prévisibles / Effets indésirables potentiels

- Pour obtenir des propriétés rhéologiques et organoleptiques voulues, certains produits nécessitent le recours à des matières grasses solides à température ambiante.

Le procédé d'hydrogénation des acides gras, qui permet d'augmenter le point de fusion des huiles, est potentiellement générateur d'acides gras trans.

Une des alternatives consiste à substituer les matières grasses hydrogénées par de l'huile de palme, saturée naturellement et offrant un point de fusion élevé. Cette alternative sera dans la mesure du possible évitée et l'huile de palme substituée par une matière grasse de meilleure qualité nutritionnelle (moins riche en acides gras saturés). De plus l'utilisation d'huile de palme contribue à l'augmentation de sa demande sur le marché et à l'extension des cultures de palmiers à huile au détriment de la forêt tropicale.

- Les contraintes technologiques à la substitution de la matière grasse sont très importantes pour les familles «biscuits, pâtisseries, barres de céréales» et «viennoiseries». Il est donc difficile de s'engager sur des réductions supérieures à 10% d'autant plus qu'il convient de limiter également l'apport en glucides simples pour ces familles. (cf. engagement n°1)

- SCAMARK confiant la fabrication de ses produits à des industriels sélectionnés, elle se trouve tributaire des aptitudes technologiques de ses fabricants et de leur capacité à innover.

- SCAMARK a identifié un risque potentiel de rejet par les consommateurs des recettes améliorées au profit d'autres produits du marché moins qualitatifs sur le plan nutritionnel.

Progrès déjà réalisés / premiers progrès qui seront réalisés

L'optimisation du taux de lipides totaux est déjà prise en compte par SCAMARK depuis plusieurs années lors du développement des nouveaux produits.

La présente démarche va permettre une systématisation des actions et la remise en cause des produits existants.

Les actions d'amélioration des produits existants seront priorisées en fonction des contributions des produits par leurs volumes de vente et/ou leur teneur en lipides totaux et en acides gras trans.

Engagement n° 3 :

Réduction des teneurs en sodium des produits Marque Repère, ECO+ et Les Trois Meuniers

Domaine d'intervention éligible : Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

Nature de l'engagement

SCAMARK s'engage à réduire la teneur moyenne en sodium :

- de 10% dans les produits de panification
- de 20% dans les plats complets
- de 15% dans les soupes
- de 15% dans les aliments de l'apéritif

Les produits concernés

4 catégories de produits sont concernées par cet engagement. SCAMARK retravaillera au minimum 2/3 des produits (en volume) de chacune d'entre elles.

Aliments de l'apéritif

Cette catégorie regroupe les graines salées et les biscuits salés consommés au moment de l'apéritif et lors de consommations nomades.

Plats complets

Cette catégorie regroupe les plats cuisinés appertisés, surgelés ou frais et les produits à base de pâte destinés à constituer un élément principal d'un repas (pizzas, quiches, sandwiches...).

Soupes

Cette catégorie regroupe les soupes à consommer en l'état stérilisées ou pasteurisées et les soupes en sachet destinées à être reconstituées par dilution.

Produits de panification

Cette catégorie regroupe l'ensemble des pains surgelés de la marque « Les Trois Meuniers » vendues après cuisson par les magasins et les produits de panification fraîche (pains de mie) et sèche (biscottes, pains grillés) vendus en l'état au rayon épicerie en libre service.

La contribution des produits aux apports nutritionnels

SCAMARK ne dispose pas de données relatives à la contribution de ses produits aux apports en sodium dans la population française.

Toutefois, le rapport AFSSA « Rapport sel : évaluation et recommandation » de 2002, nous indique les plus gros contributeurs aux apports en sel et justifie ainsi le choix des catégories effectué par SCAMARK.

GROUPE D'ALIMENTS	Quantité consommée (en g/j)		Sodium consommé (en mg/j)		Sel consommé (en g/j)			
	Moyenne	P95	Moyenne	P95	Moyenne	P95	% du produit dans l'apport total en sel	% cumulé
Pain, biscottes	122,58	280,71	780	1830	1,97	4,66	25,1%	25,1%
Charcuterie	38,4	100,71	410	1090	1,03	2,76	13,1%	38,3%
Soupes *	86,37	328,57	320	1230	0,81	3,13	10,3%	48,6%
Fromages	39,25	100,71	270	750	0,69	1,91	8,8%	57,4%
Plats composés	79,62	228,57	270	810	0,67	2,06	8,5%	65,9%
Pizzas, quiches et pâtisseries salées	23,57	89,29	120	460	0,31	1,18	4,0%	69,9%
Sandwiches, casse-croûte	13,8	74,29	90	490	0,24	1,24	3,1%	73,0%
Viennoiseries	17,34	85,71	90	430	0,23	1,09	2,9%	75,9%
Condiments et sauces	9,68	24,7	90	270	0,22	0,68	2,8%	78,7%
Pâtisserie	35,82	122,43	80	260	0,2	0,67	2,6%	81,3%

Figure 3 : Aliments vecteurs de sodium et de sel dans l'enquête Inca

Pain et biscottes, soupes et plats préparés figurent parmi les dix plus gros contributeurs aux apports en sel.

SCAMARK a également choisi de travailler sur les aliments de l'apéritif ; ces aliments présentant des teneurs en sodium élevées. Par ailleurs, nous pouvons raisonnablement supposer que les populations défavorisées, davantage touchées par les problèmes d'obésité, sont de gros consommateurs de ces produits relativement bon marché.

Certains produits n'ont pas été inclus dans cet engagement en raison de l'importance de la présence de sel pour ces derniers.

C'est par exemple le cas des charcuteries, le sel étant un ingrédient incontournable intervenant dans la fabrication mais aussi dans la conservation des produits.

Les fromages sont également exclus, le sel correspondant à une étape clé de la technologie de fabrication. De cette utilisation dépend en effet le devenir du fromage et son évolution, au cours de l'affinage, vers les caractéristiques identitaires du produit fini et son innocuité.

Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques sont principalement le sel ajouté et autres sources de sodium ajouté comme le glutamate.

Le sodium (élément chimique) sera quantifié par analyse sur les produits proposés à la vente ; marginalement le taux de sodium sera approché pour certains produits via le dosage des chlorures.

On substituera au besoin le sel par des ingrédients non-sources de sodium conférant les propriétés voulues à l'aliment (organoleptiques, technologiques) comme le chlorure de potassium ou des composés minéraux issus du lait.

Paramètres quantifiables permettant le suivi de l'engagement

Le paramètre suivi sera la teneur en sodium des produits (en g/100g de produit fini), obtenue par analyse.

Les analyses seront effectuées, avant et après amélioration nutritionnelle de chaque produit, par les laboratoires avec lesquels SCAMARK travaille habituellement. Les systèmes qualité de la majorité de ces laboratoires sont reconnus par le COFRAC, via des accréditations.

Modalités de quantification des améliorations

Pour définir son objectif, SCAMARK a choisi de raisonner en tenant compte des volumes de vente des produits (en tonnes), afin de mesurer l'impact réel pour les consommateurs.

Ainsi, pour chaque catégorie, on calculera annuellement la teneur moyenne du paramètre, pondérée par le tonnage vendu de chaque produit.

Ce calcul annuel permet de tenir compte de la saisonnalité de certains produits et de prendre en compte les améliorations de recette au fur et à mesure.

L'année de référence sera 2008 ; les améliorations auront un impact à partir de 2009.

Objectifs finaux d'amélioration nutritionnelle

1/ Engagement global sur la teneur moyenne pondérée

Les objectifs finaux sont repris dans le tableau ci-après.

Catégorie	Sous-catégorie	Réduction finale
Aliments de l'apéritif	Graines	-15%
	Snacks apéritifs	
Panification	Pains précuits	-10%
	Panification LS	
Plats complets	Pizzas-sandwichs-assimilés	-20%
	Plats cuisinés	
Soupes	Soupes prêtes à consommer	-15%
	Soupes déshydratées	

La réflexion sur la teneur moyenne pondérée qui intègre les volumes de vente de chaque produit permet de refléter l'**impact réel** des évolutions de recettes sur les consommateurs des produits Marque Repère, ECO+ et Les 3 Meuniers.

Les impacts chiffrés sont des valeurs minimales sur lesquelles SCAMARK peut s'engager à date. Les objectifs pourraient être revus à la hausse au cours des 4 années d'engagement.

Les objectifs de réductions annoncés ont été fixés d'après :

- l'étude des produits similaires sur le marché
- l'expérience acquise sur les projets déjà initiés
- les échanges avec les fabricants sur la faisabilité technologique

Cet engagement global se décompose en un engagement sur les produits existants et en un engagement sur les nouveaux produits.

2/ Engagement sur l'amélioration des produits existants (assortiment constant)

Les produits présents à T_0 et encore présents à $T_{+4 \text{ ans}}$ seront identifiés. SCAMARK s'engage à ce que :

- la part des produits améliorés représente **au moins 2/3 des volumes de ventes** de ces produits à $T_{+4 \text{ ans}}$
- l'amélioration de ces produits conduira à une réduction de la teneur moyenne pondérée en sodium d'**au moins 5%**.

La démarche consiste à cibler en priorité les produits les plus contributeurs par les volumes de vente et/ou les teneurs en sodium. Une attention particulière est portée aux produits destinés aux enfants.

Fidèle à la politique de l'enseigne E.LECLERC, SCAMARK s'engage à ne pas modifier sa politique de prix. SCAMARK ne profitera pas de l'amélioration nutritionnelle pour augmenter la marge faite sur les produits améliorés.

3/ Élargissement de gammes / nouveaux produits

SCAMARK intègre des critères nutritionnels dans les cahiers des charges remis aux fournisseurs. Les fournisseurs et les recettes seront sélectionnés de manière à garantir le critère global.

La mise sur le marché de nouveaux produits moins salés contribuera ainsi à atteindre l'objectif de réduction des teneurs en sodium.

Les nouveaux produits seront intégrés au fur et à mesure de leur mise sur le marché dans le calcul des taux moyens pondérés. L'intervention sur les produits existants (qui sera prioritaire) et la réflexion sur les nouveaux produits permettront à SCAMARK d'atteindre l'objectif final sur lequel la société s'est engagée.

Remarques :

En aucun cas l'objectif fixé sera atteint via une seule modification de l'offre

- Un simple arrêt des produits les plus contributeurs n'est pas concevable puisque cela entraînerait une perte de part de marché importante.
- Par ailleurs, un lancement de nouveau produit n'est pas plus facile à réaliser qu'une modification de recette, bien au contraire.
- Enfin, SCAMARK s'engageant à ce que l'amélioration des produits existant conduise à une réduction de la teneur moyenne pondérée en sodium d'**au moins 5%** l'objectif ne sera pas atteint via une seule modification de l'offre

Surveillance et vérification par une tierce partie

SCAMARK souhaite apporter la preuve du respect de ses engagements via une entité indépendante reconnue par le COFRAC pour ses activités d'audit tierce partie (accréditation 45011)

C'est ainsi que SCAMARK a missionné la société AFNOR Certification afin de vérifier le système d'amélioration mis en place et la réalité des résultats obtenus.

Il s'agit en particulier :

- De consulter les formulations des produits (fiches de spécifications) et les résultats d'analyses de composition (réalisées par des laboratoires indépendants sur des échantillons prélevés en magasins) pour un échantillonnage de références de chaque gamme de produits concernée ;
- De consulter les états de facturation des produits dont sont issus les volumes de vente servant aux calculs d'impact des améliorations ;
- De vérifier la conformité du pourcentage de diminution de la teneur en sodium;
- De suivre le nombre de produits retravaillés et de vérifier qu'à l'issue des 4 années d'engagement, les 2/3 des produits (en volume) de l'assortiment constant de chaque catégorie aient réellement été améliorés et que l'amélioration moyenne sur ces produits soit au moins de -5%.

SCAMARK s'engage à mettre à disposition du comité d'experts et de l'Observatoire de la qualité alimentaire les résultats des analyses et les rapports de la tierce partie.

Par ailleurs, l'application effective des recettes par les fabricants des produits est vérifiée lors des audits réalisés par le service qualité de SCAMARK et lors des audits réalisés par les organismes certificateurs dans le cadre de la certification IFS des sites de fabrication.

Délais de réalisation, étapes, échéances des bilans

La démarche suivie pour les améliorations des produits existants est la suivante :

- Inventaire exhaustif des compositions nutritionnelles des produits
- Identification des potentiels d'amélioration
- Etude de faisabilité avec le fabricant en fonction des contraintes technologiques et organoleptiques
- Validation de la nouvelle recette par un test hédonique réalisé sur au moins 60 consommateurs naïfs
- Réalisation d'analyses physico-chimiques sur la nouvelle recette
- Réalisation d'une étude de vieillissement pour les produits pour lesquels le sel joue un rôle bactériostatique pour évaluation de l'impact sur la durée de vie
- Adoption de la recette
- Modification du cahier des charges, de l'étiquetage
- Impression des emballages
- Mise en production et commercialisation
- Suivi du produit : impact sur les ventes, analyses physico-chimiques, test consommateurs

Le processus se déroule sur une période moyenne de 6 mois. Il sera éventuellement itératif pour accompagner l'évolution progressive du goût des consommateurs.

Lors du développement des nouveaux produits, la minimisation du taux de sel est prise en compte dès la conception.

Difficultés prévisibles / Effets indésirables potentiels

Les limites identifiées à la démarche sont essentiellement liées à des contraintes technologiques et organoleptiques.

- Le sel joue un rôle important pour la conservation des aliments par son effet inhibiteur du développement microbien. Une attention particulière sera portée aux produits frais avec une évaluation de l'impact des réductions en sel sur le développement microbien, notamment de *Listeria monocytogenes*.
- SCAMARK confiant la fabrication de ses produits à des industriels sélectionnés, elle se trouve tributaire des capacités technologiques de ses fabricants.
- SCAMARK a identifié un risque potentiel de rejet par les consommateurs des recettes améliorées au profit d'autres produits du marché moins qualitatifs sur le plan nutritionnel.

Progrès déjà réalisés / premiers progrès qui seront réalisés

L'optimisation du taux de sel est déjà prise en compte par SCAMARK depuis plusieurs années lors du développement des nouveaux produits.

La présente démarche va permettre une systématisation des actions et la remise en cause des produits existants.

Les actions d'amélioration des produits existants seront priorisées en fonction des contributions des produits par leurs volumes de vente et/ou leur teneur en sodium.

Engagement n° 4 :

Contribuer à une meilleure connaissance et de meilleurs comportements des consommateurs vis à vis de l'équilibre alimentaire

Domaine d'intervention éligible : Intervention sur la consommation des produits

Nature de l'engagement

1/ SCAMARK s'engage à :

- Apposer un tableau des valeurs nutritionnelles (TVN) de type 2 sur les emballages des produits Marque Repère
- Apposer au minimum un TVN de type 1 sur les produits Eco + et à le remplacer progressivement, au rythme des modifications d'emballages et des créations de produits, par un TVN de type 2

2/ SCAMARK s'engage à mettre à disposition des consommateurs **un service consommateurs avec des diététiciennes** pour répondre aux questions d'ordre nutritionnel.

Détail de l'engagement

1. Système d'information nutritionnelle

SCAMARK a conscience que les consommateurs sont demandeurs d'information nutritionnelle (enquête CLCV, DGAL 2006).

Fort de ce constat, SCAMARK a pris la décision de faire progresser son étiquetage nutritionnel en apposant, progressivement, un TVN sur les produits Marque Repère et ECO+.

2. Service consommateurs comprenant des diététiciennes

Depuis 2001, SCAMARK met à disposition de ses clients un service consommateurs composé, aujourd'hui, de 5 télé-conseillers et de deux diététiciennes. Du lundi au vendredi, de 9 h à 18 h, ces diététiciennes ont pour mission de répondre aux questions portant sur l'équilibre alimentaire et la nutrition.

En cas de suspicion de toxi infection alimentaire ou de problème dermatologique, liée à la consommation d'un produit commercialisé par SCAMARK, le consommateur peut demander à être recontacté par un médecin afin d'être rassuré et conseillé.

Les produits concernés

L'ensemble des denrées alimentaires commercialisées sous les marques Marque Repère et ECO+, à l'exception des aliments pour animaux domestiques, des vins et alcools, sont concernées par l'engagement relatif à l'apposition d'un tableau des valeurs nutritionnelles.

Les variables technologiques ou commerciales

Les variables commerciales sont les tableaux des valeurs nutritionnelles et l'existence du service consommateurs, incluant notamment deux diététiciennes.

Objectifs intermédiaires et finaux d'amélioration nutritionnelle

SCAMARK s'engage à proposer ces 2 services aux consommateurs, afin qu'ils disposent d'une information nutritionnelle largement accessible.

Concernant l'étiquetage :

- SCAMARK s'engage à apposer un TVN de type 2 sur tous les produits alimentaires Marque Repère disposant d'une place suffisante et, dans tous les cas, sur au moins 2/3 de ces produits (en volume) d'ici fin 2011.
- SCAMARK s'engage à apposer un TVN de type 1 sur tous les produits alimentaires ECO+ disposant d'une place suffisante et, dans tous les cas, sur au moins 2/3 de ces produits (en volume) d'ici fin 2011. Le TVN de type 1 sera progressivement remplacé par un TVN de type 2.

Critères quantifiables permettant le suivi de l'engagement

SCAMARK souhaite apporter la preuve du respect de ses engagements via une entité indépendante reconnue par le COFRAC pour ses activités d'audit tierce partie (accréditation 45011).

C'est ainsi que SCAMARK a missionné la société AFNOR Certification afin de vérifier le respect de l'engagement.

Il s'agit en particulier :

- De vérifier la progression programmée d'apposition des éléments sur l'étiquetage sur un échantillonnage de maquettes d'étiquetage des produits concernés (« documents d'exécution » pour l'impression des emballages),
- De vérifier l'accessibilité au service consommateurs (test de mise en relation, rapport mensuel de l'ensemble des questions portant sur la nutrition et l'équilibre alimentaire)

SCAMARK s'engage à mettre à disposition du comité d'experts et de l'Observatoire de la qualité alimentaire les résultats des analyses et les rapports de la tierce partie.

Délais de réalisation, étapes, échéances des bilans

Le service consommateurs est déjà mis en place à date, la majorité des produits Marque Repère dispose à date d'un TVN de type 2 et les produits Eco + d'un TVN de type 1. Pour ECO+, l'apposition d'un TVN de type 2 se fera progressivement, au rythme des changements, et création de nouveaux produits.

Difficultés prévisibles / Effets indésirables potentiels

Concernant les tableaux des valeurs nutritionnelles, la taille des emballages et l'évolution de la réglementation en matière d'étiquetage peuvent être des freins.

Progrès déjà réalisés / premiers progrès qui seront réalisés

Systeme d'information nutritionnelle

En 2004, SCAMARK a pris la décision d'apposer un TVN de type 2 sur ses produits Marque Repère et en 1999, des TVN de type 1 sur ses produits ECO+. Concernant cette seconde marque, une démarche a été mise en place pour remplacer le tableau de type 1 par un tableau de type 2 dès modification d'un emballage (modification de recette,...), innovation produit...

12% des produits ECO+ ont un TVN de type 2 à date.

Engagement n° 5 :

Mobiliser et accompagner l'interne vis-à-vis de l'équilibre alimentaire / activité physique

Domaine d'intervention éligible : Actions internes à l'entreprise, concrètes et conformes au PNNS

Nature de l'engagement

SCAMARK s'engage à :

1. Offrir aux collaborateurs une **formation visant à les sensibiliser à l'équilibre alimentaire et à la nutrition**
 - o une demi-journée en 2008 pour les 140 salariés du siège
2. Proposer gratuitement **des fruits frais** aux salariés Scamark
3. Inciter à la pratique **d'activité physique** en participant financièrement à l'abonnement des salariés dans un club / fédération sportive

Détail de l'engagement

1. Offrir aux collaborateurs une **formation visant à les sensibiliser à l'équilibre alimentaire et à la nutrition**

En septembre 2008, SCAMARK organisera une demi-journée de formation à la nutrition rassemblant ses 140 collaborateurs (sur 2 jours).

Cette demi journée débutera par une session plénière, animée par un médecin nutritionniste, posant les grandes bases de la nutrition et de l'équilibre alimentaire. Elle se poursuivra par des ateliers pratiques afin de favoriser les échanges entre collaborateurs et la mise en pratique des enseignements.

A la fin de cette matinée, des guides sur la nutrition seront remis aux salariés.

2. Proposer gratuitement des fruits frais

Tous les jours SCAMARK met à disposition de ses salariés une sélection de fruits frais à consommer sur place.

3. Inciter à la pratique d'activité physique

SCAMARK, par l'intermédiaire de son comité d'entreprise, propose aux salariés une participation financière pour l'inscription à un club de sport.

L'objectif est triple :

- Eduquer les collaborateurs à l'équilibre alimentaire et les inviter à diffuser l'information dans leur entourage.
- Contribuer à la santé et au bien être des collaborateurs
- Rendre les collaborateurs participant au développement des produits plus sensibles et pertinents dans le cadre des démarches engagées pour l'amélioration nutritionnelle des produits.

Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

1. Formation à la nutrition

La variable est le budget alloué en 2008 à la formation

2. Proposition de fruits frais

La variable est notamment la quantité de fruits proposés chaque semaine aux salariés.

3. Incitation à la pratique d'une activité physique

La variable est le budget alloué à ce service.

Objectifs intermédiaires et finaux d'amélioration nutritionnelle

Les objectifs finaux sont :

- Former les 140 salariés SCAMARK à la nutrition et l'équilibre alimentaire en 2008. Afin de toucher plus durablement les salariés, les grandes bases de la nutrition seront expliquées à chaque nouveau collaborateur via un document papier qui lui sera remis à son arrivée dans l'entreprise.
- Proposer gratuitement chaque semaine des fruits frais pendant les 4 années d'engagement (2008 – 2011)
- Inciter les salariés à la pratique d'une activité physique en participant financièrement à l'abonnement des salariés dans un club / fédération sportive pendant les 4 années d'engagement (2008 – 2011)

Critères quantifiables permettant le suivi de l'engagement

SCAMARK souhaite apporter la preuve du respect de ses engagements via une entité indépendante reconnue par le COFRAC pour ses activités d'audit tierce partie (accréditation 45011).

C'est ainsi que SCAMARK a missionné la société AFNOR Certification afin de vérifier le respect de l'engagement.

Il s'agit en particulier :

- De vérifier les éléments confirmant la réalisation effective en septembre 2008 d'une session de formation sur le thème de l'équilibre alimentaire à destination des collaborateurs.
- De vérifier la présence effective de fruits frais mis gratuitement à disposition des salariés ainsi que le budget et la quantité de fruits proposés chaque année
- De vérifier la réalité de la participation financière du Comité d'Entreprise pour l'incitation des salariés à la pratique d'une activité physique

SCAMARK s'engage à mettre à disposition du comité d'experts et de l'Observatoire de la qualité alimentaire les résultats des analyses et les rapports de la tierce partie.

Délais de réalisation, étapes, échéances des bilans

La formation à la nutrition sera effectuée en septembre 2008. Les deux autres engagements sont déjà effectifs à date ; SCAMARK s'attachera à poursuivre pendant les 4 années

d'engagement la mise à disposition des fruits ainsi que la participation financière pour l'inscription à un club / fédération sportive (2008 à 2011).

Progrès déjà réalisés / premiers progrès qui seront réalisés

Les fruits sont mis à disposition des salariés depuis avril 2008.

La subvention sportive existe depuis début 2006. La participation par salarié a progressé en 2007 de plus de 25%.

Utilisation d'une mention

SCAMARK, dans un souci de transparence vis-à-vis tant des consommateurs que des relais d'opinion et des institutions, souhaite pouvoir communiquer sur cette démarche d'amélioration nutritionnelle.

- Dans le cadre de sa communication interne, SCAMARK souhaite pouvoir utiliser la mention « Marque engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'état (PNNS) ».
- Sur le site Internet de la marque mère (E. Leclerc) et sur ceux des marques filles (Marque Repère, ECO+), SCAMARK souhaite pouvoir utiliser la mention « Marque engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'état (PNNS) ».
- Dans le cadre de ses relations publiques et presse, SCAMARK souhaite pouvoir mentionner que la société et ses marques filles (Marque Repère, ECO+, 3 Meuniers) sont engagées dans « une démarche nutritionnelle encouragée par l'état (PNNS) ».
- Dans le cadre de ses campagnes publicitaires institutionnelles et produit (lorsque les produits mis en avant ont été améliorés sur le plan nutritionnel), en presse, radio, affichage, TV, web, SCAMARK souhaite pouvoir utiliser la mention « Marque engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'état (PNNS) ».
- Sur les emballages des produits ayant été améliorés sur le plan nutritionnel, SCAMARK souhaite pouvoir apposer la mention « Marque engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'état (PNNS) ».