



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE  
ET DE LA PÊCHE

Direction Générale de l'Alimentation  
Sous-Direction de la réglementation, de la recherche et de la coordination des contrôles

# Rapport du groupe de travail PNNS sur les glucides

## Étapes 1 et 2 du mandat

**Mars 2007**

**PARTIE 2**

### 3.17. La restauration

#### 3.17.1. Les industriels fournisseurs de la restauration (GECO)

##### a) Présentation du secteur

Le GeCO est une association Loi 1901 créée en 1972, regroupant 80 industriels fabriquant des produits destinés à la restauration.

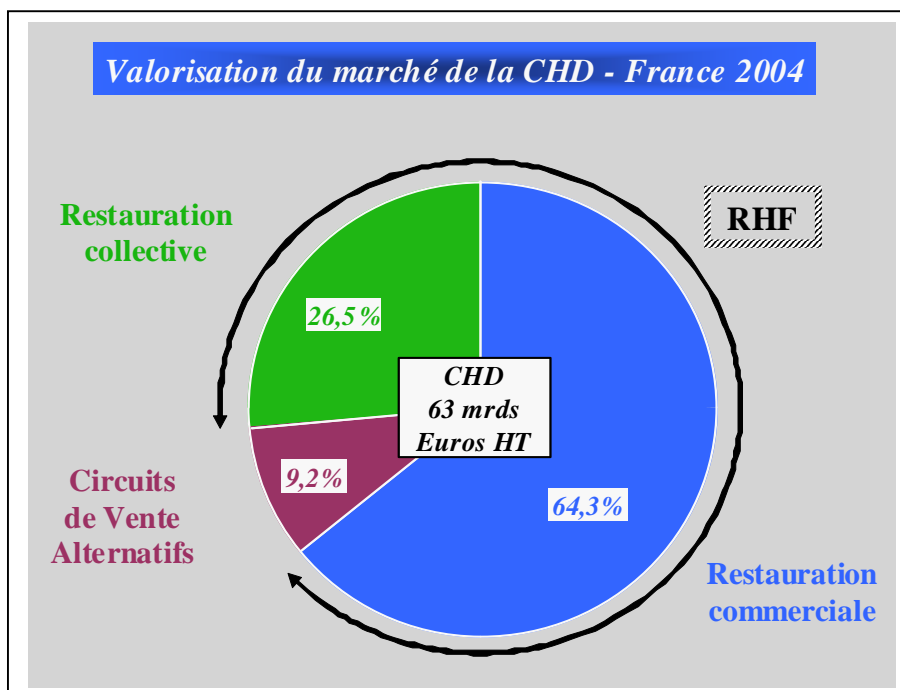
Ses objectifs :

- Développer de l'information : études et chiffres
- Favoriser les contacts entre les industriels et les professionnels de la restauration
- Commissions de travail : pratiques commerciales, nutrition, marketing, logistique, etc

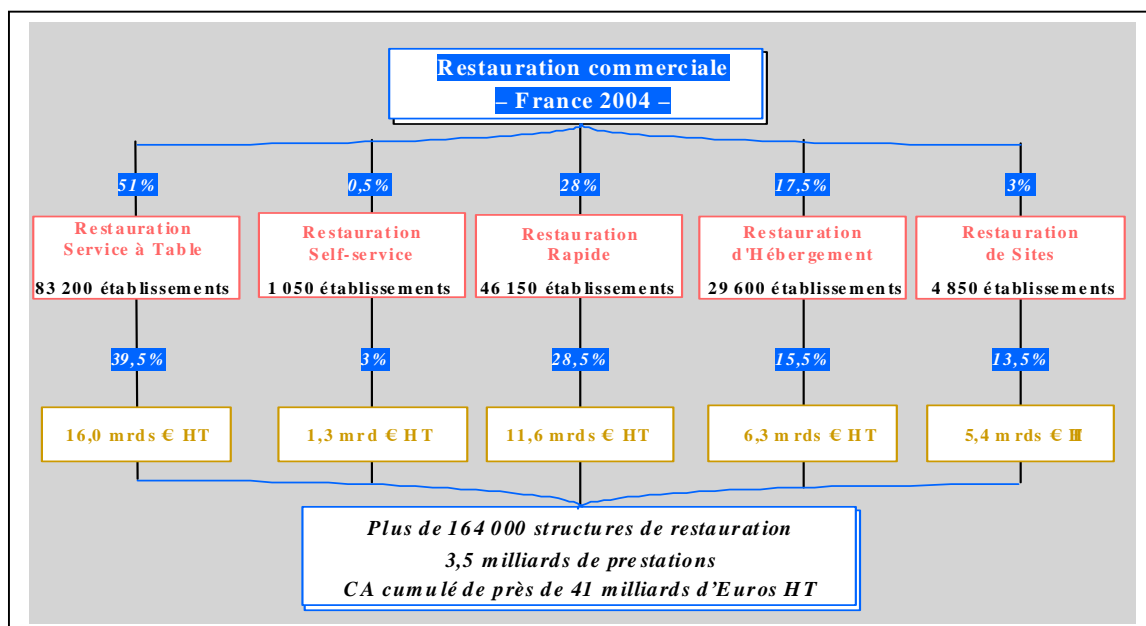
Les industriels de la restauration hors foyer réalisent en moyenne 10% de leur CA sur les marchés de la restauration avec 385 000 points de vente. L'essentiel du CA est réalisé en retail avec 10 300 points de vente. C'est un marché de professionnels hyper segmenté et avec des attentes et des besoins très disparates. Les implications nutritionnelles sont plus ou moins fortes selon les segments de marché.

L'évolution du mode de vie et les changements sociaux impactent fortement le marché. La réduction du temps de travail a favorisé la réduction du temps de repas, son développement sur le lieu de travail (bureau).

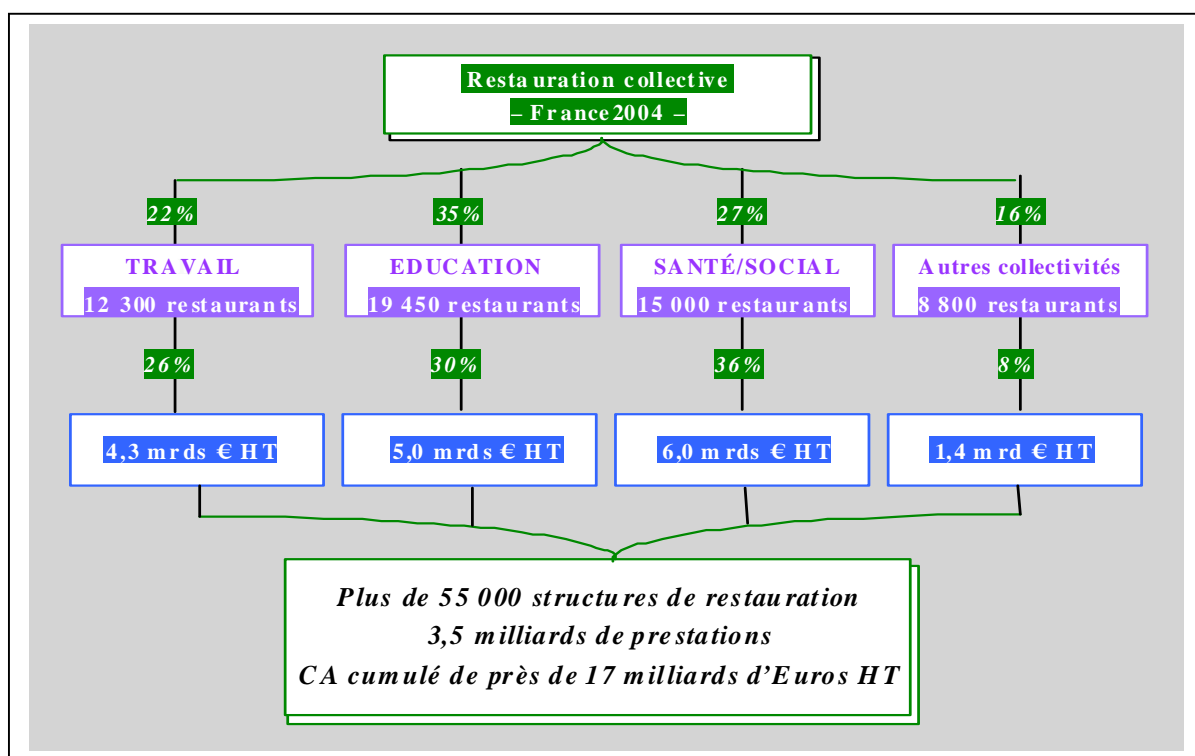
Plus de 60% du marché est constitué de professionnels indépendants, d'où des problèmes de formation en matière de nutrition.



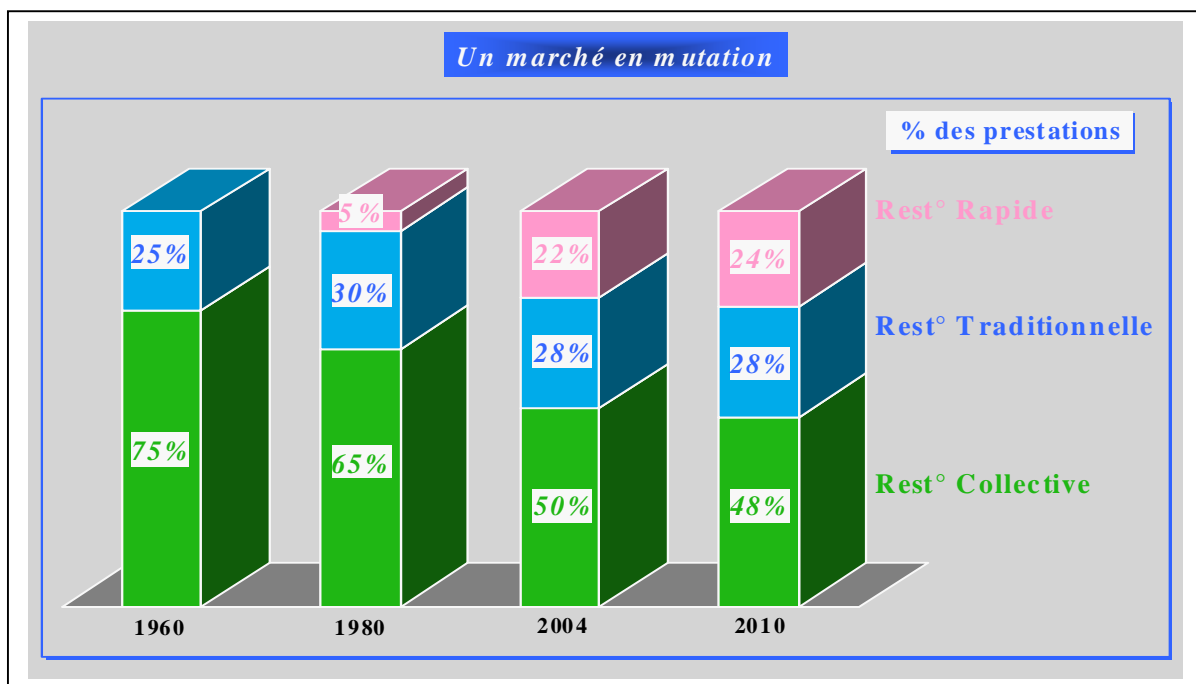
source GIRAFOODSERVICE (CHD= Consommation Hors Domicile, RHF = Restauration Hors Foyer)



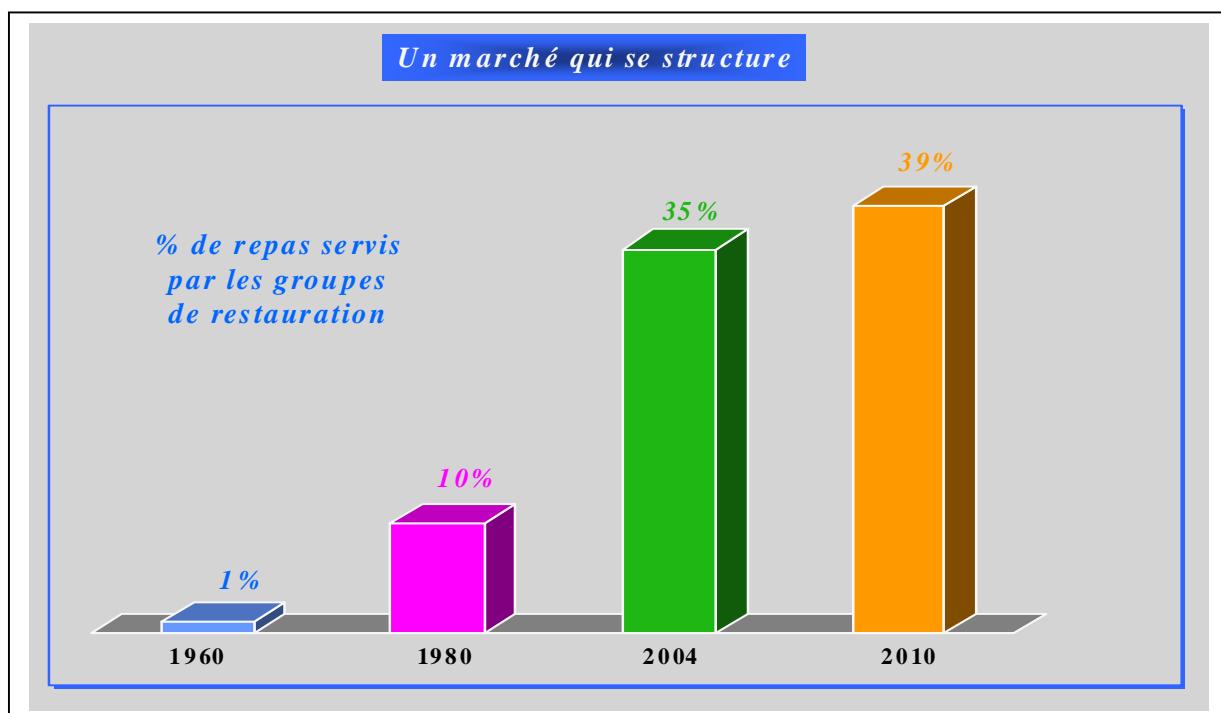
source GIRAFOODSERVICE



source GIRAFOODSERVICE



source GIRAFOODSERVICE



source GIRAFOODSERVICE

### **b) Les recommandations nutritionnelles en restauration**

Le PNNS → restauration commerciale

Le GPEM/DA → restauration sociale (Crèches, Écoles, collèges, lycées, universités, Santé, personnes âgées, Travail).

Les industriels proposent des produits dans cette démarche (par exemple : desserts inférieurs à 20g de glucides simples).

Sur le plan nutritionnel, des produits sont fabriqués spécifiquement pour ces marchés sur demande d'un acteur (ex. : fruits coupés pour McDONALD)

Mais en restauration, ce sont les professionnels qui font la demande, les volumes permettent peu de développement spécifique.

Recommandations nutritionnelles du GPEM/DA :

2001	2006
Toute population confondue	Enfants de +3 ans, ados, adultes
Diminuer les apports en lipides à 35% de l'AET	Diminuer les apports en lipides à 35% de l'AET Rééquilibrer les AG : 8 à 10% des AGS et le rapport Oméga 6/Oméga 3
Augmenter les apports en calcium (1/3 des ANC apportés par le déjeuner, soit l'équivalence calcique de 150mg de calcium/portion)	Augmenter les apports en calcium (1/3 des ANC apportés par le déjeuner, soit l'équivalence calcique de 150mg/portion)
Augmenter les apports en fer	Augmenter les apports en fer
Augmenter les apports en fibres et vitamines par une consommation régulière de fruits et légumes	<b>Augmenter la consommation de fruits et légumes</b>
	<b>Augmenter la consommation de féculents (légumes secs, pdts céréaliers complets)</b>
	<b>Diminuer la consommation de glucides simples</b>

Suite au GPEM/DA 2001, de nouveaux produits prenant en compte les recommandations ont été développés (exemple : poisson pané avec rapport P/L >2), mais avec un succès limité, car la prise en compte du GPEM/DA est très lente.

Il existe différents freins au développement de la nutrition sur les marchés de la restauration sociale et surtout sur les marchés publics qui représentent 65% du marché de la restauration sociale. En effet, les acheteurs intègrent peu la nutrition dans leur cahier des charges. L'achat est encore souvent fait au moins cher et avec la peur du contrôle et les acheteurs ne bénéficient pas de formations adéquates ou de service nutrition.

Les petites collectivités :

- Ne peuvent allouer par manque de volumes
- Globalisent leurs besoins en différents produits
- Passent un marché global
- Pas de comparaison par famille de produits
- Achat global chez un distributeur, selon les familles par mode de distribution :

**Épicerie** Conserves de légumes,  
Fonds de sauce,

Compotes

**Frais** Viandes,  
Produits laitiers, Pâtisseries

**Surgelés** Viandes,  
Légumes

En restauration commerciale :

- 35% du marché est structuré. Les grands acteurs se mobilisent, il s'agit essentiellement :
- d'offres de formules sur des menus équilibrés,
  - de conseils,
  - d'orientation sur certains produits.

→ Les restaurateurs indépendants représentent 65% du marché. La nutrition passe après le chiffre d'affaire et la rentabilité.

**c) Données sur les repas en restauration**

**Distinguer les moments de restauration**

La restauration de WE correspond au plaisir, convivialité, détente.

La restauration de semaine : restauration fonctionnelle pour les actifs. Les critères de choix sont :

Le temps (durée et proximité) détermine le choix du repas

Le prix

**Enquête IFOP Base déjeuner à midi 100% ( IFOP – 993 actifs – 2003)**

• **Quel est le lieu où vous déjeunez le plus fréquemment en semaine ?**

**Ensemble des Actifs**

**Au domicile 38%**

**Hors Domicile 62%**

- **Sur votre lieu de travail, un déjeuner emporté de la maison 15%**
- **Dans votre restaurant d'entreprise 13%**
- Dans un restaurant public traditionnel 9%
- Dans une sandwicherie 5%
- Dans une cafétéria 4%
- Dans un café ou une brasserie 4%
- **Sur votre lieu de travail, un déjeuner acheté tout fait 4%**
- Dans un lieu de restauration rapide de hamburger 3%
- Autre 5%

**Le repas des actifs :**

*Nombre moyen de composantes repas :*

- 2,5 en restauration d'entreprise
- 2 en restauration commerciale

**Le grand succès des crudités et salades en entrée ou en plat principal :**

- Citées comme étant le plat le plus consommé en restaurant d'entreprise par 92% des actifs
- 76% de ceux fréquentant la restauration commerciale

**Structure du repas du midi en semaine (RHF Conseil pour Cogesal – 2003)**

- Plat principal : 100%
- Entrée : 56%
- Dessert : 35%
- Fromage : 12%

**L'entrée concurrente du dessert :**

*Entre fromage et dessert, que privilégiez-vous ?*

Fromage : 20%

Dessert : 32%

*Entre entrée et dessert, que privilégiez-vous ?*

Entrée : 53%

Dessert : 27%

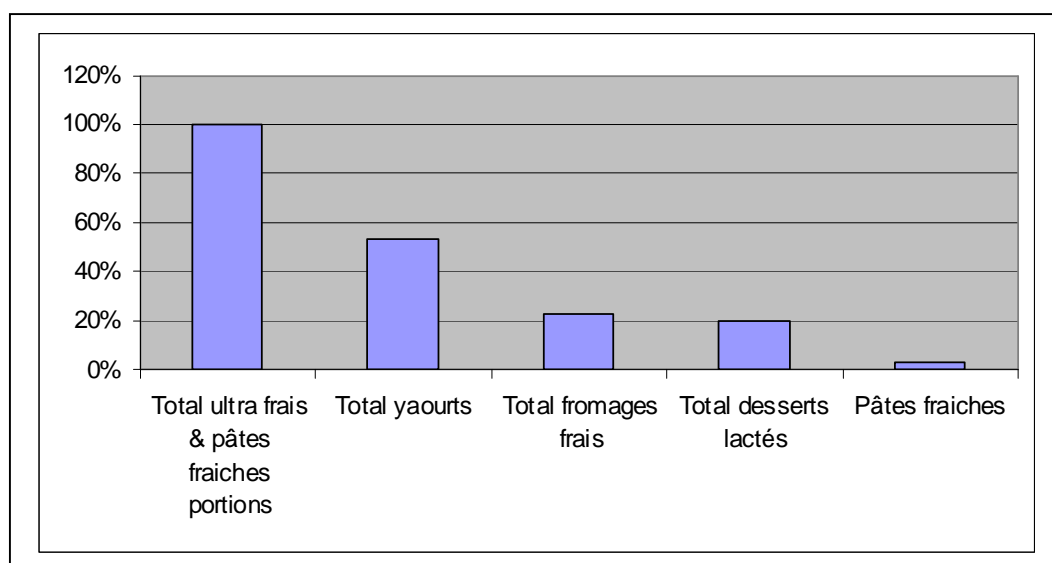
La part des glucides simples est surtout présente dans les achats d'impulsion sous forme de confiseries, boissons et glaces. Leur part n'est pas prépondérante en restauration (la semaine).

La diminution du nombre de composantes semble en faveur de l'entrée.

Les achats progressent en denrées mais chutent en boissons. Respectivement +6% et -20% entre 2002 et 2004.

**d) Données sur les desserts**

**Ventes yaourts et desserts lactés**



<u>Total Yaourts</u>	<u>100,00%</u>
<u>Yaourts fermes</u>	<u>61,00%</u>
<u>Y t F non aromatisés</u>	<u>74,00%</u>
<u>fermes nature</u>	<u>58,00%</u>
<u>fermes sucrés</u>	<u>37,00%</u>
<u>fermes maigres</u>	<u>0,50%</u>
<u>Y t F aromatisés</u>	<u>26,00%</u>
<u>Yaourts aux fruits</u>	<u>18,00%</u>
<u>Yaourts brassés</u>	<u>5,00%</u>
<u>Yaourts santé</u>	<u>6,00%</u>
<u>Yaourts 125-140g</u>	<u>7,00%</u>
<u>Yaourts 150-180g</u>	<u>3,00%</u>

**Indice de progression des ventes globales (Desserts, pâtisseries, biscuits, confiseries), en volume :**

- 2003/2002 : -7,8%
- 2004/2003 : -2,4%
- 2005/2004 : -0,9%

**e) Conclusion**

- Difficile d'aborder la restauration dans sa globalité sur le plan nutritionnel :
- Distinguer :
  - o La restauration sociale (GPEM/DA) et la restauration commerciale
  - o La restauration de loisirs et la restauration fonctionnelle : les actifs
- Former : les restaurateurs indépendants et les collectivités autogérées (qui représentent 65% du marché)
- Des facteurs à prendre en compte :
  - Le facteur économique est encore plus important en restauration :
    - o Marchés publics
    - o Restauration indépendante en difficulté
  - Le facteur temps a une influence de plus en plus considérable sur le choix du mode de restauration
- Sur le plan des glucides simples peu de données globales

**3.17.2. La restauration rapide : exemple de Mc Donalds**

Les membres du groupe ont souhaité aborder un cas concret de restauration rapide pour envisager les actions qui pouvaient être menées dans ce cadre. Avec le développement de l'offre de salades et sachets de fruits, Mc Donald's apparaissent comme un acteur intéressant à auditionner.

Mc Donald's est implanté depuis 25 ans en France, représente 3% de la restauration commerciale (1024 lieux). Son offre « à la française » diffère de celle des USA : les Français consomment essentiellement aux heures des repas (3-4 heure par jour), viennent en moyenne une fois par mois (les plus fidèles une fois par semaine). Toutes les catégories de population s'y rendent.

Son offre a évolué en fonction de la demande : introduction du yaourt (1993), des salades, de l'eau minérale. Plus récemment, introduction de l'eau gazeuse, eau aromatisée, des carottes en bâtonnet, compotes, jus de fruits et autres fruits sous forme de paquet de friandises pour attirer les petits... et offre alternative aux hamburgers. Ses offres de salades (5 à 8% des ventes) concernent des nouveaux consommateurs (les accompagnateurs) plutôt que des transferts de consommation. Du fait de l'élargissement de l'offre avec ces aliments, « l'empreinte nutritionnelle » (la composition nutritionnelle liée à l'apport énergétique) diminue : une mesure a été effectuée en particulier sur le Happy Meal.

Une information nutritionnelle est mise à disposition au travers du napperon, des brochures ou encore des bornes internet et sur le site internet (calcul personnalisé), avec un étiquetage (système GDA) sur des menus, système partagé avec ses concurrents. Des fontaines d'eau vont être installées.

Concernant l'évolution des recettes, un important travail est réalisé sur la qualité des huiles avec un programme de culture en France de colza « high oleic » pour les huiles de friture mais aussi les différents ingrédients utilisés et jusque chez les fournisseurs. De manière générale, pour améliorer la qualité nutritionnelle (spécificité de Mc Donald's Europe), il est plus facile de travailler sur l'élargissement de la gamme, à la recherche de produits plus « naturel » (pain naturellement riche en fibres) plutôt que l'enrichissement au sens strict, et en cherchant à garder le goût du produit (« profil gustatif »). Ainsi la gamme de salades s'est diversifiée et a évolué pour constituer un repas en tant que tel. Les boissons et yaourts sans sucre vont être privilégiés.

L'activité physique est également encouragée, 95% des restaurants possèdent des aires de jeux.

En matière de publicité, un code de déontologie plus strict que celui du BVP a été mis en place, interdisant notamment la publicité lors des programmes où l'enfant est seul devant la télé.

Les pistes d'actions envisageables sont :

- Poursuivre l'optimisation de la composition nutritionnelle des menus et aliments, au regard des matières grasses, sel et sucres
- Installer des fontaines à eau, ou mettre à disposition des carafes d'eau
- Distinguer GS des GC dans l'étiquetage nutritionnel

### **3.17.3. La restauration scolaire (DGESCO)**

Dans le cadre de la politique de santé des élèves, l'éducation à la nutrition et la prévention des problèmes de surpoids et d'obésité a une place prépondérante, qui a nécessité un réel travail partenarial avec les différents départements ministériels concernés, notamment, le ministère chargé de la santé au sein du Programme national Nutrition Santé (PNNS).

#### ***a) Enquête relative à l'application de la circulaire « restauration scolaire » de 2001, pilotée par l'AFSSA en lien avec la DGESCO, la DGS et le MAP.***

La circulaire de 2001 visait à rénover la circulaire de l'écolier datant de 1971, pour y intégrer des recommandations nutritionnelles (issues du GEMPDA) et des aspects relatifs à la sécurité sanitaire suite au problème de l'ESB. Un questionnaire a été envoyé auprès d'un échantillon de 1200 établissements (lycées et collèges) de l'Education Nationale et à l'ensemble des 240 établissements agricoles publics. Le traitement des réponses permet de connaître la connaissance et les actions menées pour appliquer la circulaire et un 4-pages a été diffusé par l'AFSSA début 2007. L'analyse des menus, qui permettra de connaître la mise en œuvre des recommandations nutritionnelles, est en cours et le rapport final pourrait être diffusé en 2007.

**b) Note de l'Education nationale du 25 mars 2004 suite à l'avis de l'AFSSA sur la collation matinale**

Une note adressée le 25 mars 2004, aux recteurs pour diffusion à l'ensemble des écoles définit les principes généraux qui doivent présider à la collation en milieu scolaire en matière d'organisation, d'horaires et de contenu, ainsi que les autres prises alimentaires.

La note rappelle que la collation matinale à l'école n'est *ni systématique ni obligatoire*. Cependant, compte tenu des conditions de vie des enfants et des familles qui peuvent entraîner des contraintes diverses, il peut être envisagé de proposer aux élèves une collation dès leur arrivée à l'école maternelle ou élémentaire et, dans tous les cas, au minimum deux heures avant le déjeuner.

**c) Interdiction des distributeurs automatiques par la loi de santé publique de 2004 au 1<sup>er</sup> septembre 2005.**

De nombreuses demandes ont été faites à la DGESCO pour tenir compte du besoin de boissons chaudes des élèves en particulier dans les régions aux hivers rigoureux, ou pour avoir un avis sur la distribution par d'autres voies. L'application de la loi de santé publique doit s'adapter aux spécificités de certains établissements dans le respect de son objectif.

**d) Projet de circulaire d'ici la fin de l'année sur l'éducation alimentaire et nutritionnelle et l'offre alimentaire, la lutte contre la stigmatisation de l'obésité.**

Ce projet est quasiment finalisé, il a été élaboré par la DGESCO, la DGS et la DGAL, pour rappeler les différents éléments relatifs à la fois à l'éducation alimentaire, notamment ceux cités précédemment et donner des outils pédagogiques aux enseignants en renforçant l'aspect de prise en charge des enfants en surpoids et obèses, sans nier le rôle prépondérant des familles.

L'évolution des programmes, qui se fait tous les 5 ans environ, est complexe, mais peut permettre de mieux intégrer ces dimensions. Par ailleurs, les enseignants ont la maîtrise de leurs enseignements qui s'inscrivent dans des programmes. Un recensement des enseignements en lien avec l'alimentation et la nutrition a été fait dans le cadre du PNNS qui montre que diverses occasions existent pour aborder ces thèmes. Il existe des actions ponctuelles (ex : la semaine du goût) qui doivent être relayées tout au long de l'année par des actions éducatives en lien avec les enseignements. Un comité d'éducation à la santé et à la citoyenneté (CESC) est obligatoire dans chaque établissement, il doit proposer un programme d'actions qui est ensuite validé par le chef d'établissement.

En 2005 le guide PNNS pour les ados a été diffusé à tous les élèves de 5<sup>ème</sup> (750 000) dans le cadre du programme de sciences et vie de la Terre, et une enquête en cours par BVA montre que le guide a été utilisé par 90 à 95% des enseignants. Différents outils sont mis à disposition sur les sites : [www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr) et [www.eduscol.education.fr/nutrition](http://www.eduscol.education.fr/nutrition).