

Communiqué de presse du 31 mai 2011

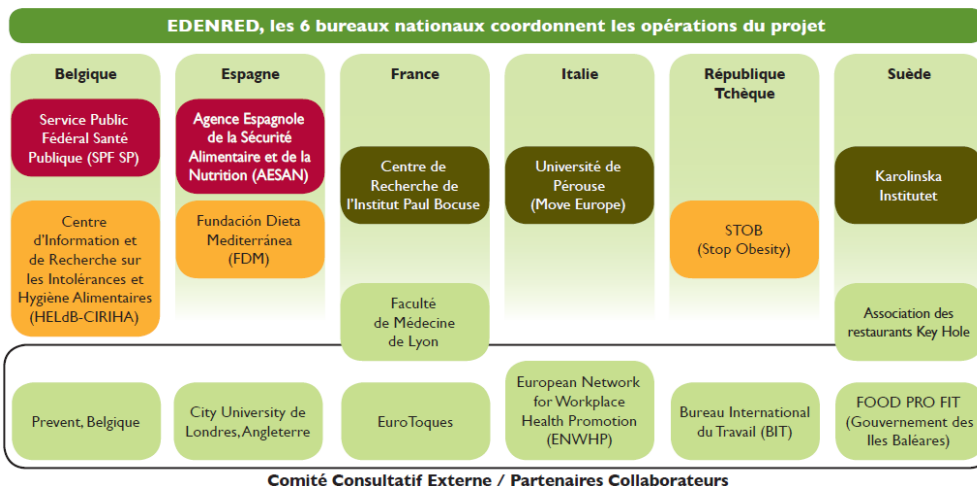
Des acteurs publics et privés renouvellent leur engagement en faveur de la prévention de l'obésité au Parlement européen

Des spécialistes européens de la nutrition et de la santé publique se sont réunis le 31 mai 2011 au Parlement européen. Ils ont échangé sur les habitudes alimentaires des salariés et examiné les outils innovants et ludiques mis en œuvre par le projet européen FOOD afin de promouvoir une alimentation équilibrée auprès des restaurateurs et des salariés. Un appel a été lancé pour que de nouvelles expertises rejoignent le Consortium.

Constitué en consortium public-privé et coordonné par Edenred, le projet FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand) s'attache au problème croissant de l'obésité en Europe. Son approche originale consiste à s'intéresser au monde professionnel, que ce soit du côté des restaurateurs ou de celui des salariés. Des experts issus de six pays (Belgique, Espagne, France, Italie, République tchèque et Suède) ont ainsi collaboré durant plus de deux ans afin de promouvoir l'alimentation équilibrée.

Partenaires

Académies
 Ministères de la Santé Publique
 Nutritionnistes
 Partenaires Collaborateurs



Les partenaires du projet FOOD durant la phase pilote (2009-2011)

Au terme de la première phase pilote, les 25 partenaires publics et privés* initiaux ont exposé le bilan de leurs travaux le 31 mai 2011, retraçant les **cinq étapes du projet**.

I - Inventaire des besoins

Après un recensement des programmes faisant la promotion de l'alimentation équilibrée en Europe, **deux enquêtes ont été lancées en 2009** :

- Une étude quantitative sur la base de deux questionnaires ; l'un à destination des restaurateurs, l'autre des salariés, conçue par le CIRIHA, le Centre d'information et de recherche sur les intolérances et l'hygiène alimentaire, et le Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse. Conduite par Edenred dans chacun des 6 pays participants, les résultats ont ensuite été analysés en France par l'Institut Paul Bocuse.
- Une étude qualitative a également été menée auprès de 45 restaurateurs dans 12 pays.

Ces enquêtes ont notamment mis en lumière des **idées reçues**, sur l'équilibre alimentaire de la part des consommateurs comme des restaurateurs, telles que : l'alimentation saine serait plus chère, plus longue et compliquée à préparer ; elle manquerait de goût et s'apparenterait à un régime ; enfin, l'équilibre alimentaire ne fait pas partie de la tradition culinaire, il s'agirait d'une tendance éphémère.

Malgré tout, **les chefs reconnaissent largement leur rôle à jouer (90%)**. Un restaurateur sur deux souhaite d'ailleurs bénéficier de formations, **considérant pour 44% que la demande des clients en matière d'alimentation équilibrée est croissante**.

II - Elaboration de recommandations nationales

Des recommandations ont été conçues pour les **restaurateurs** afin d'améliorer la qualité nutritionnelle des plats proposés, sans coût supplémentaire : privilégier les modes de cuisson nécessitant peu ou pas d'ajout de matières grasses (vapeur, rôtisserie, grillade), ne pas mettre de salière sur la table (Belgique), proposer systématiquement une carafe d'eau (France), proposer les plats en deux portions (Italie), élargir l'offre de salades/crudités, notamment assaisonnées à l'huile d'olive ou de pépins de raisin (République tchèque), identifier clairement les plats les plus sains de la carte (Espagne), utiliser « le modèle du plateau » pour informer sur la composition d'un repas équilibré (Suède)...

Côté **salariés**, plusieurs conseils ont également été formulés : goûter les aliments avant d'ajouter du sel et/ou essayer d'autres condiments, limiter la consommation de matières grasses et privilégier les huiles végétales, remplacer les graisses saturées (qui augmentent les risques cardio-vasculaires) par des graisses insaturées, comme l'huile d'olive, afin de faire baisser le niveau de lipides dans le sang, manger au moins cinq portions de fruits et légumes par jour, choisir un dessert à base de fruits frais, en alternance, de temps en temps, avec un produit laitier, choisir des modes de cuisson nécessitant peu ou pas d'ajout de matières grasses (vapeur, rôtisserie, grillade), privilégier l'eau comme boisson de table...

III - Diffusion d'outils de sensibilisation

Différents outils ont été développés pour faciliter la mise en œuvre des recommandations visant à promouvoir une alimentation équilibrée, que ce soit à l'intention des restaurants (chefs cuisiniers, restaurateurs, personnels) ou des entreprises (salariés) : un site web paneuropéen, à partir duquel tous les outils peuvent être téléchargés gratuitement (www.food-programme.eu), des brochures, des fiches de recommandations, des certificats envoyés à tous les restaurants affiliés au réseau FOOD,

qui s'engagent à mettre en pratique les recommandations formulées, un calendrier des fruits et légumes de saison, des insertions dans les carnets de Ticket Restaurant®, des animations (jeux, leçons de cuisine)...

Au total, **85 initiatives de communication** ont été initiées, permettant de sensibiliser **350 000 restaurants** et plus de **4 000 000 de salariés bénéficiaires**.

IV - Évaluation des pilotes

En 2010, une deuxième enquête a été réalisée auprès des mêmes 52 000 salariés et 5 000 restaurants. 6 100 salariés et 325 restaurants ont répondu aux deux questionnaires élaborés par le Karolinska Institutet et le Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse, qui en a également analysé les résultats.

Côté salariés, l'enquête a révélé que **58 % des répondants estiment manger plutôt sainement**. Dans l'ensemble, les Espagnols, les Suédois et les Italiens sont plus nombreux que leurs homologues à considérer leur régime alimentaire comme sain. L'enquête 2010 révèle que **75 % des salariés font une pause-déjeuner tous les jours**, contre 78,8 % en 2009. Or, l'estimation de l'IMC révèle que 43 % des salariés interrogés présentent une surcharge pondérale pouvant aller jusqu'à l'obésité.

Dans tous les pays, **67 % des répondants vont au restaurant pendant leur pause déjeuner**; en Espagne, cette proportion atteint 88 %. Les salariés qui ne déjeunent pas à l'extérieur avancent trois grandes raisons : ils apportent leur propre repas, préparé à domicile ; il n'existe pas de restaurant ou de cafétéria à proximité de leur bureau ; ils n'ont pas le temps de sortir. **La rapidité de service** est le principal critère de sélection des établissements fréquentés par les salariés. Viennent ensuite la variété de la carte et la proximité avec le lieu de travail. Le prix n'arrive qu'en cinquième position, suivi de la qualité nutritionnelle des plats/menus proposés. La capacité du personnel à renseigner les clients, sa disponibilité pour l'aider à choisir et la présence d'information nutritionnelle écrite sont les critères les moins importants. En dernier ressort, les clients choisissent d'abord ce qu'ils mangent **en fonction de leurs préférences alimentaires**, même si ce facteur est légèrement moins important qu'en 2009. **L'équilibre alimentaire des plats/menus** proposés constitue leur **deuxième critère de choix (39,3 % des sondés, soit 11,5 % de plus qu'en 2009)**.

Côté restaurateurs, dans tous les types de restaurants étudiés, **les travailleurs/professionnels représentaient l'essentiel de la clientèle (82,5 %)** ; 64 % des établissements proposaient une formule « déjeuner » (plat, menu ou offre spéciale), avec un menu fixe dans 57 % des cas. 24 % des restaurants interrogés font état d'une progression tant de la demande que de la vente de plats plus équilibrés, associée à une hausse de la demande de portions plus petites.

V – Développement du programme et diffusion des meilleures pratiques

À l'issue de la période de financement et de soutien de la Commission européenne (avril 2011), les partenaires ont décidé de **poursuivre le projet**. De nouveaux partenaires devraient prochainement rejoindre le consortium. La Slovaquie a d'ores et déjà adhéré au projet en février 2011, via l'Autorité de santé publique de la République slovaque et le bureau national d'Edenred.

Contacts presse

Marie Cordiez - Tél. : +32 (2) 678 28 46 / E-mail : marie.cordiez@edenred.com

Un Groupe au cœur d'une relation unique

Edenred, **inventeur de Ticket Restaurant® et leader mondial des services prépayés aux entreprises**, imagine et développe des solutions facilitant la vie des salariés et améliorant l'efficacité des organisations. C'est dans un esprit de progrès commun qu'Edenred accompagne les populations des 40 pays où il est implanté, en répondant aux besoins de première nécessité ou plus sophistiqués, selon le développement démographique, économique et social et les aspirations des consommateurs, notamment des classes moyennes. Chaque jour, **près de 35 millions de personnes** dans le monde bénéficient des solutions proposées par Edenred dans le domaine de l'alimentation, du transport, de la santé, de la formation, de l'aide à la personne...

Le Groupe construit ainsi une relation avec l'ensemble de ses parties prenantes : **les entreprises et les collectivités**, soucieuses d'être des employeurs attractifs, de motiver leurs équipes et d'optimiser leurs performances ; **les bénéficiaires**, qui apprécient l'usage simple et pratique des cartes et titres de services pour faciliter leur vie quotidienne ; **les prestataires affiliés**, désirant accroître leur chiffre d'affaires, fidéliser leur clientèle et sécuriser leurs transactions ; **les pouvoirs publics**, qui souhaitent améliorer l'efficacité de leurs politiques sociales et économiques, les diffuser et garantir une traçabilité des fonds distribués.

Un engagement pérenne en faveur de l'alimentation équilibrée

Depuis son origine, Edenred contribue au **progrès social** grâce à ses titres de services. Ainsi, avec l'invention de Ticket Restaurant® dans les années soixante, le Groupe a participé à la démocratisation de la pause-déjeuner des salariés. Suite à l'apparition des problèmes liés à l'obésité dans les pays développés, Edenred a mis à profit son positionnement unique pour véhiculer des messages de santé publique autour de l'équilibre alimentaire.



En 2005, le **programme « Alimentation et équilibre »** a été développé en France puis dans 12 autres pays. Objectif de ce programme représenté par la mascotte Gustino : permettre aux bénéficiaires de Ticket Restaurant®, via les restaurateurs affiliés, d'identifier facilement les plats qui respectent les règles d'une alimentation variée et équilibrée.

Tirant profit de cette première expérience, Edenred coordonne 25 partenaires autour du **projet FOOD** (Fighting Obesity through Offer and Demand) depuis 2008 afin de promouvoir l'équilibre alimentaire en utilisant des axes de communication novateurs. Au sein d'un consortium public-privé, le Groupe assure le déploiement du projet auprès de ses différentes cibles.

Dans les pays où il est implanté, Edenred met en place des actions spécifiques. En France, le Groupe soutient par exemple depuis 2009 **l'étude Nutrinet-Santé** en relayant les informations relatives au programme sur les supports de communication de Ticket Restaurant®. Cette étude porte sur une population de plus de 500 000 internautes adultes volontaires (les « nutrinautes ») suivie pendant 5 ans sur le plan nutritionnel.

