

LES ACTES DU COLLOQUE



Mars 2013

Nutrition et innovation en Europe

Le colloque organisé par le SYNPA s'est tenu le 2 octobre 2012 à la Maison de la Recherche.

Il était animé par la journaliste Brigitte Milhau.

Les actes présentent une synthèse des interventions, de la table-ronde et du regard du grand témoin, Madame Françoise Grossetête.

Les textes ont été relus par les intervenants, que le SYNPA remercie.

Une introduction expose les enjeux.

En avant propos, le SYNPA présente ses recommandations.

INGREDIENTS ET INNOVATION EN NUTRITION : LES RECOMMANDATIONS DU SYNPA POUR UNE INDUSTRIE INNOVANTE, RESPONSABLE ET COMPETITIVE.

En juin 2012, un rapport¹ portant sur l'évaluation des pôles de compétitivité en France a montré une prédominance de l'industrie agroalimentaire dans les projets R&D. Mais, à y regarder de plus près, cette présence est surtout marquée par des innovations de procédés. Les auteurs de ce rapport soulignent qu'« il est nécessaire d'envisager les mesures à même d'assurer [la] commercialisation [des innovations] dans les meilleures conditions ».

- Mettre en place des procédures d'autorisation claires et prévisibles

La procédure d'autorisation pour un ingrédient innovant varie de 2 ans à ...10 ans, avec un délai moyen de 5 ans. L'expérience montre que la majorité des produits, après avoir été évaluée au niveau national, subit une deuxième évaluation redondante au niveau européen. Une évaluation unique directement centralisée au niveau européen avec des délais précis pour chaque étape de la procédure d'autorisation serait plus efficace.

- Adapter les règles d'évaluation à la nutrition et aux ingrédients

Pour les nouveaux aliments, une évaluation proportionnée au degré de nouveauté est souhaitable. Pour les nouveaux ingrédients qui sont simplement dérivés d'aliments nouveaux existants, prévoir une procédure de notification paraît plus adapté. Cette procédure de notification n'empêchera nullement la Commission et les Etats membres de demander une évaluation de la sécurité à l'EFSA en cas de besoin.

Pour les allégations de santé, l'EFSA applique le même type d'évaluation quelle que soit la force de l'allégation de santé : allégation générique, allégation spécifique ou allégation de réduction de risque de maladie. En outre, l'évaluation se focalise sur une approche pharmacologique omettant une vision plus globale, plus adaptée à la nutrition. L'évaluation devrait être proportionnelle à la force de l'allégation et la méthodologie devrait tenir compte des spécificités de la nutrition.

- Renforcer les incitations économiques à innover

La viabilité économique d'un investissement dans la recherche dépend de la garantie du retour sur investissement. C'est pourquoi le facteur temps devient un élément crucial pour établir la viabilité financière de l'innovation.

Le SYNPA souhaite que la révision du règlement « nouveaux aliments » intègre un mécanisme qui garantit au premier déposant une protection de son innovation par un accès exclusif au marché pendant dix ans. Il est important que le cadre réglementaire, tout en protégeant le consommateur, incite à l'innovation, notamment dans le cas où la protection par le brevet n'est pas possible.

- Valoriser les innovations par une communication responsable

En alimentaire, tout un arsenal législatif et réglementaire assure qu'un produit innovant présente toutes les garanties de sécurité. C'est la condition pour qu'il soit autorisé.

Dès lors les communications jouant sur la peur de la nouveauté sont à proscrire car elles entretiennent le populisme scientifique, la désinformation et la défiance vis-à-vis de l'industrie alimentaire.

Le SYNPA recommande des communications positives et objectives.

Donner au consommateur les clés pour comprendre les bénéfices apportés par les innovations et l'aider dans ses choix et comportements alimentaires en faveur d'un meilleur équilibre nutritionnel, tel est l'enjeu pour la santé publique.

Le SYNPA – Syndicat national des producteurs d'additifs et d'ingrédients de la chaîne alimentaire.

36 sociétés adhérentes. Il représente en alimentation humaine des producteurs et distributeurs d'ingrédients à vocation « santé » (vitamines, minéraux, fibres, ...) et à vocation technologique (additifs alimentaires, enzymes alimentaires). www.synpa.org



¹ « Etude portant sur l'évaluation des pôles de compétitivité » –

<http://competitivite.gouv.fr/l-evaluation-de-la-2e-phase/le-rapport-complet-de-l-evaluation-888.html>

SOMMAIRE

INNOVATION EN NUTRITION : LES ENJEUX	2
LES ATTENTES DE LA SOCIETE EN MATIERE D'INNOVATION ET DE NUTRITION	3
Intervention de Gérard Mermet, sociologue, auteur de Francoscopie	
ALIMENTATION ET INNOVATION : LE REGARD DE L'UFC-QUE CHOISIR ...	4
Intervention d'Olivier Andrault, chargé de mission alimentation à l'UFC-Que Choisir	
LA RECHERCHE EN NUTRITION : MODE D'EMPLOI	5
Intervention du Docteur Jean-Michel Lecerf, chef du service Nutrition de l'Institut Pasteur de Lille	
CHERCHEUR : LE BESOIN DE PUBLIER	6
Intervention d'Ambroise Martin, Professeur de nutrition de la faculté de médecine de Lyon-Est	
ALLEGATIONS DE SANTE : L'IMPACT DES DIFFERENTES CULTURES SCIENTIFIQUES DANS L'EVALUATION	7
Intervention du Professeur Philippe Legrand, Laboratoire de biochimie et nutrition humaine à Agro Campus Ouest	
UNE ENTREPRISE PEUT-ELLE RESTER COMPETITIVE SANS INNOVER ?	9
Intervention de Jean-François Beneux, directeur associé, D&Consultants	
TABLE RONDE : LES CLES DE L'INNOVATION EN NUTRITION	10
Avec Maître Nicole Coutrelis, Sébastien Loctin, Antoine de Saizieu et Jean-François Beneux	
Thèmes discutés :	
Connaître le cadre légal dans lequel s'inscrit l'innovation en nutrition	
Les outils de la protection des innovations	
Communiquer sur les innovations en nutrition	
LE REGARD DU GRAND TEMOIN : INTERVENTION DE FRANCOISE GROSSETETE	14

INNOVATION EN NUTRITION : LES ENJEUX

Des enjeux de santé publique à relever

La grande majorité des Français mange en quantité suffisante. Pour autant des progrès restent à faire en ce qui concerne les apports nutritionnels. A titre d'exemple, les médecins et professeurs de l'académie de médecine constatent que les apports en vitamine D sont insuffisants. Dans un rapport de mai 2012², ils recommandent d'augmenter les apports de vitamine D via la supplémentation, associée à des apports suffisants en calcium.

L'étude INCA2 (période 2006-2007) l'a observé : les apports de la population française en fibres demeurent faibles : 17,5g par jour pour les adultes et 12,6g pour les enfants, alors qu'il faudrait en consommer au moins 25g par jour. Par ailleurs, les allergies alimentaires peuvent limiter les choix alimentaires et donner lieu à des régimes déséquilibrés.

Dans les années à venir, le vieillissement de la population européenne va conduire à une augmentation des dépenses de santé. Les recherches menées au niveau national et européen concernent la réduction des facteurs de risque associés aux maladies : la dégénérescence maculaire liée à l'âge, la perte de mémoire, l'ostéoporose, les maladies des articulations. La lutte contre la dénutrition est un autre angle d'études : retrouver le plaisir de bien s'alimenter.

L'innovation, cœur de métier des fabricants d'ingrédients

Le marché mondial des ingrédients alimentaires de spécialité représente environ 35 milliards d'euros en Europe, soit 40% du total mondial. Au sein de l'industrie alimentaire, ce sont les fabricants d'ingrédients alimentaires de spécialité qui sont les plus à la pointe dans le domaine de la recherche et de l'innovation : ils consacrent actuellement 3 à 8 %³ de leur chiffre d'affaires au poste de recherche et développement (R&D), loin devant le reste de l'industrie alimentaire cantonnée à 1% du chiffre d'affaires⁴.

Pour une concrétisation économiquement viable des innovations en nutrition.

De nombreux projets au sein des pôles de compétitivité, de l'INRA, de l'INSERM, des CRNH, ou encore du CNRS, sont engagés dans le domaine de la nutrition et des ingrédients innovants. Quelques exemples : les recherches sur l'effet coupe faim des protéines, les aliments probiotiques, les hydrolysats de collagène de poisson, la valorisation des pré - pro et symbiotiques dans la prévention du cancer du côlon, les fibres et le renforcement du système immunitaire. Pourtant le rapport⁵ publié en juillet 2012 sur « Les projets de R&D des pôles de compétitivité aidés dans le cadre du Fonds unique interministériel. » montre que dans le domaine agroalimentaire, seulement 6 projets ont été achevés depuis 2007. Aucun ne concerne un ingrédient innovant.

Alors comment expliquer ces faits ?

Est-il encore possible d'innover dans le domaine de la nutrition ?

L'innovation a-t-elle encore un avenir en Europe ? Et comment valoriser l'innovation auprès du consommateur ?

4 exemples d'innovation en nutrition :

La reformulation : Les recettes sont revues pour diminuer les quantités de sel, sucres et lipides. Il faut dépasser les contraintes techniques, réglementaires et d'acceptabilité gustative par le consommateur. Concrètement se pose la question de retrouver les fonctionnalités du sel, des sucres et des lipides : un goût agréable, une texture particulière et une meilleure qualité nutritionnelle.

Le lancement de nouvelles recettes avec des ingrédients sélectionnés : pour obtenir un meilleur équilibre entre les nutriments.

La voie des **procédés**, comme l'exemple du projet européen Terefiq qui comporte un axe de recherche sur la réduction des matières grasses et du sodium dans les saucisses cuites et aussi dans les saucisses sèches maturées en utilisant des technologies telles que les émulsions multiples et la cryo-cristallisation de la matière grasse.

La **recherche agronomique** : sélectionner ou développer des variétés plus intéressantes sur le plan nutritionnel, comme le projet BleNNAT.

Les **ingrédients innovants** : fruits de la R&D, ils présentent des effets nutritionnels et physiologiques bénéfiques.

² Source : <http://www.academie-medecine.fr/Upload/rapport%20vitamine%20D.%20Juin%20docx%291.pdf>

³ Source : ELC, Fédération européenne des industries alimentaires des ingrédients de spécialité. www.elc-eu.org

⁴ Source : Rapport enjeux des industries agroalimentaires, édition 2010. Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche.

⁵ Source : http://competitivite.gouv.fr/documents/commun/Documentation_poles/recueil_projets_R_D/recueil-projets-RD-FUI.pdf

Francoscopie analyse la société française. Elle décrit et décrypte la vie des Français, dans ses multiples composantes : l'individu, la famille, la société, le travail, l'argent, les loisirs. www.francoscopie.fr

LES ATTENTES DE LA SOCIÉTÉ EN MATIÈRE D'INNOVATION ET DE NUTRITION

- Intervention de Gérard Mermet, Sociologue, auteur de Francoscopie –

Le fonctionnement de la société actuelle et le changement social sont principalement induits par l'innovation. Pour le comprendre, il faut rappeler que le consommateur n'existe pas en tant que tel. Il est l'une des facettes d'un « individu » complexe et unique, même si on peut le rattacher à des groupes en termes de modes de vie, de valeurs, d'attitudes ou de comportements. Il est donc indispensable dans une démarche d'innovation de comprendre les *personnes* qui se cachent derrière les clients, réels ou potentiels, d'un produit.

On constate depuis des années que les Français sont de plus en plus méfiants envers les acteurs (politiques, économiques, sociaux...). Par ailleurs, d'une organisation verticale de la société, fonctionnant de haut en bas, nous sommes passés à un fonctionnement horizontal. Les individus se parlent entre eux, échangent leurs expériences (parfois leurs biens) sur des réseaux. Ils jugent les discours tenus par leurs « pairs » plus crédibles que ceux émis d'en haut par les institutions et entreprises. Cette méfiance explique l'exigence croissante des consommateurs, et leur recherche du « toujours plus ». Perpétuellement soumis aux stimuli publicitaires, les Français sont de plus en plus frustrés, car incapables de répondre à toutes les sollicitations, par manque de temps ou d'argent.

Dans ce contexte général, quel rapport les Français entretiennent-ils avec l'innovation ?

Ce rapport est complexe et ambigu. Les consommateurs ne possèdent pas les clefs (scientifiques notamment) pour comprendre et juger l'innovation. Ils sont en outre noyés dans l'information disponible, émanant de sources toujours plus nombreuses (médias, institutions, marques, experts...). Cette abondance d'informations souvent contradictoires nourrit la méfiance. Ainsi, les cellules souches, les OGM et autres innovations à venir dans les biotechs, infotechs ou nanotechs fascinent mais inquiètent. Ne pouvant maîtriser les risques en se raccrochant à des faits certains, le consommateur est dans l'incertitude.

Derrière cette attitude, il y a la question centrale du « progrès » et de ses conséquences, positives ou négatives, prévisibles ou imprévisibles. Si l'on adopte un point de vue quantitatif (et optimiste), notre société est toujours en progrès puisqu'elle est placée sous le signe « plus » : plus de temps, d'instruction, de confort, d'informations... Mais le point de vue « qualitatif » est plus pessimiste : la société est aussi confrontée à des « moins » : moins de visibilité, de sécurité, de certitudes, de sérénité...

Deux France s'affrontent sur ce thème central du progrès : les *Mutants*, friands de nouvelles technologies, de modernité et de globalisation, et les *Mutins*, favorables à une pause, un moratoire et à l'application stricte du principe de précaution. Ce débat est observé par un troisième groupe, les *Moutons*, qui ont pour vocation de suivre les autres...mais ne savent pas aujourd'hui qui suivre, des *Mutants* ou des *Mutins*.

Quelles sont donc les grandes attentes de notre société par rapport à l'alimentation ?

Toutes les tendances sociétales se retrouvent dans les comportements alimentaires, qui constituent un miroir fidèle de nos modes de vie. Le grand défi des 50 prochaines années consistera à nourrir le monde, tout en garantissant la sécurité sanitaire et en améliorant la qualité nutritionnelle. Mais les attentes de plaisir et de convivialité resteront très fortes. Il faudra aussi répondre à la demande d'information et de pédagogie des consommateurs. Enfin, l'accessibilité des prix sera un élément essentiel, dans un monde où chaque dépense est arbitrée.

Pour conclure, il est important de rappeler qu'il n'existe pas d'innovation sans essais et donc sans risques et sans erreurs. Si l'on veut répondre aux attentes de la société et maximiser les chances de réussite, il faudra intégrer davantage le consommateur final, dès les premières étapes du processus et (ré)concilier ainsi le principe de précaution et le principe d'innovation.

Quelques réponses :

- Favoriser la recherche publique/privée
- Permettre l'expérimentation
- Harmoniser les réglementations
- Être transparent et pédagogue
- Pratiquer l'innovation collaborative
- Réconcilier innovation et précaution

ALIMENTATION ET INNOVATION : LE REGARD DE L'UFC-QUE CHOISIR

- Intervention d'Olivier Andrault,
Chargé de mission alimentation -

L'UFC (Union Fédérale des Consommateurs) - Que Choisir : la doyenne des associations de consommateurs en France fut créée en 1951. Elle regroupe plus de 150 associations implantées localement, qui dénombrent 250 000 adhérents.

Face aux défis que représentent les maladies chroniques - maladies cardiovasculaires, diabète, obésité et surpoids – et les conséquences des déficiences nutritionnelles en France, tel celle en calcium - environ un tiers des garçons et 43 % des filles ont des apports qui sont inférieurs aux deux tiers des apports nutritionnels recommandés. 10 % des femmes de 50 ans et 40 % des femmes de 75 ans souffrent d'ostéoporose - l'UFC-Que Choisir mène de nombreuses actions. « *Nous avons réalisé une campagne d'information et de lobby auprès des pouvoirs publics en 2008, auprès de Roselyne BACHELOT – alors Ministre de la santé, de la jeunesse et des sports - sur différents axes qui nous paraissaient importants tels que la restauration scolaire. Nous avons demandé l'équilibre des repas servis dans les cantines scolaires et l'avons obtenu.* »

Pour l'UFC-Que-Choisir, en matière de nutrition, « *la seule et l'unique référence* », c'est le programme national nutrition santé, le PNNS.

« *Le principe consiste à augmenter la consommation de fibres, de glucides complexes, de calcium et réduire les apports lipidiques totaux, les acides gras saturés, les sucres simples et le sel.* ». Il s'agit de contribuer au rééquilibrage des consommations par rapport aux déséquilibres identifiés. En termes de nutriments, les ingrédients alimentaires peuvent permettre de renforcer la présence en glucides complexes, en fibres et à l'inverse de diminuer les taux de matières grasses saturées, de sucres simples et de sel. Pour l'UFC-Que Choisir, ces utilisations vont « *dans le bon sens* ».

Biscuits riches en fibres, allégés en sucres et matières grasses :

- Réduction des sucres et des matières grasses jusqu'à 50%
- Augmentation de la teneur en fibres

Charcuteries avec une diminution de 50 % du sel : l'utilisation d'enzymes alimentaires est une piste.

Il importe de donner aux consommateurs des repères simples : lui parler d'aliment, pour éviter une « médicalisation » de l'alimentation. « *Notre objectif est donc de pouvoir contribuer à l'augmentation de la consommation de fruits et légumes, de produits laitiers, de produits céréaliers (notamment complets), des légumineuses, et à l'inverse de limiter – et non pas d'interdire – et de savoir gérer la consommation de viennoiseries, pâtisseries, charcuteries, confiseries, sodas, etc.* ». Il est urgent de renforcer les efforts pour augmenter la consommation de fruits et légumes « *en particulier chez les enfants qui représentent la catégorie de la population qui consomme le moins ce type de produits* ». Consciente de l'évolution des modes de consommation, l'UFC-Que Choisir souligne l'importance de proposer des produits pratiques. Pour en assurer la bonne conservation, les gaz d'emballage peuvent être utiles.

Par ailleurs, les populations particulières, comme les allergiques, les intolérants ou les personnes âgées, ne doivent pas voir leur offre alimentaire se réduire jour après jour, du fait de la présence d'allergènes volontairement ajoutés, de la complexification des recettes, ou encore de risques de contaminations croisées mal maîtrisés.

Les ingrédients alimentaires ont un rôle à jouer pour leur offrir des aliments diversifiés et adaptés. « *Nous attendons vos actions sur ce point pour donner aux consommateurs qui au fond, ont un choix de produits extrêmement restreint, une alimentation qui soit la plus diversifiée possible et la plus proche possible des consommateurs lambda.* »

L'UFC-Que-Choisir reste attentive au marketing alimentaire à la télévision ciblant les enfants, ainsi qu'à la composition des produits qui leur sont proposés et aux modalités de mise en œuvre de l'enrichissement des denrées, dans le respect du bon profil nutritionnel et des repères nutritionnels du consommateur.

LA RECHERCHE EN NUTRITION : MODE D'EMPLOI

- Intervention du Docteur Jean-Michel Lecerf, chef du service Nutrition de l'Institut Pasteur de Lille

L'Institut Pasteur de Lille est une fondation privée reconnue d'utilité publique. Ses activités ont trait à la recherche fondamentale, la santé publique, la formation et la réalisation d'études cliniques en nutrition.

La recherche en nutrition

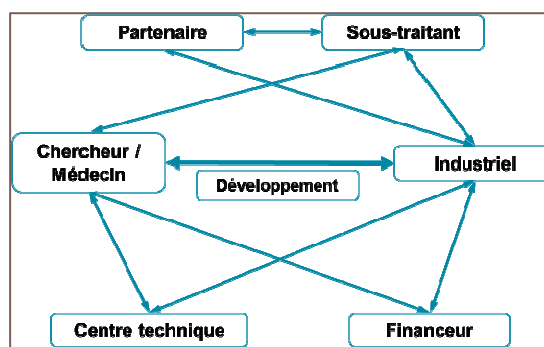
La nutrition est une science exacte, évolutive et humaine, ce qui lui confère une extraordinaire complexité : « *variabilité des préférences, mais aussi variabilité du contexte génétique, car nous sommes totalement inégaux vis-à-vis de l'alimentation.* ». La recherche en nutrition aboutit d'emblée à une augmentation des connaissances. Son objectif : « *démontrer si des hypothèses sont fausses : si ce n'est pas faux, alors c'est peut-être vrai.* »

Aujourd'hui, la recherche en nutrition répond « *exactement aux mêmes exigences que la recherche pharmacologique.* ». Les contraintes sont identiques. « *C'est la raison pour laquelle elle est complexe et coûteuse – plus coûteuse parfois que certaines études pharmacologiques, parce que l'interprétation peut être difficile.* »

Si quinze années sont nécessaires pour mettre au point un médicament, pour un aliment, le délai est plus court, environ une décennie. « *Les retours sur investissements pour l'industrie alimentaire sont moins évidents, les marges plus petites, le cycle de vie des produits plus court. En termes d'évaluation, la nutrition est peu représentée dans certaines instances, même si nous y parvenons doucement.* » Les principes d'évaluation, proches de ceux de la pharmacologie, gagneraient à évoluer pour tenir compte de la spécificité de la nutrition.

Les acteurs de la recherche en nutrition

La recherche en nutrition associe de nombreux acteurs. Le projet de recherche européen AlgoHub l'illustre bien : 14 partenaires travaillent ensemble pendant 5 ans pour développer la filière des microalgues en France, avec des applications diverses en alimentations animale et humaine, en cosmétique, en pharmaceutique.



L'Institut Pasteur de Lille est plus spécifiquement impliqué en nutrition humaine : démontrer que des œufs issus de poules nourries avec des microalgues et consommés par l'homme peuvent améliorer un certain nombre de marqueurs impliqués dans la prévention de la dégénérescence maculaire liée à l'âge.

Le consortium européen AlgoHub :

But : création d'une filière microalgue
Soutenu par OSEO
14 partenaires
Budget de 30 millions d'euros

Le financement de la recherche en nutrition : associer public et privé

Une multitude de financements vise à soutenir la recherche en nutrition. Encore faut-il s'y retrouver.

« *Les financeurs privés et les financeurs publics possèdent tous deux des spécificités et doivent se compléter.* » La création des pôles de compétitivité a permis de renforcer le lien entre l'université et la recherche privée. Aujourd'hui, alors que de nombreux appels à projets exigent un partenariat public-privé, on constate une mise en cause de l'indépendance des personnes travaillant avec le privé. Un exemple : « *les nouvelles recommandations des experts qui travaillent auprès de l'ANSES (ex-Afssa), conduisant au fait que ceux qui ont un conflit d'intérêt ne peuvent plus être experts auprès de l'agence.* »

Pourtant, plus les personnes travaillent avec un grand nombre de partenaires, privés ou publics, plus elles acquièrent de l'expertise.

Les financements européens :

Le fonds européen de développement régional ; les programmes cadre de recherche,...

Les financements français :

OSEO ; Agence nationale de la recherche ; le FUI (Fonds Unique Interministériel) associé aux pôles de compétitivité ; Les contrats de projet Etat-région ; Les fonds privés tel le Fonds français Alimentation & Santé ;...

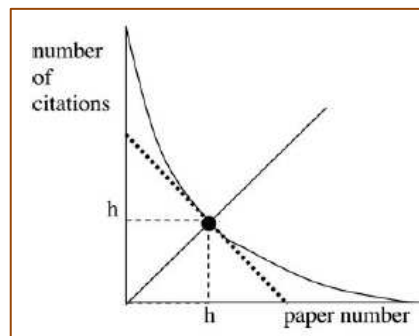
CHERCHEUR : LE BESOIN DE PUBLIER

- Intervention d'Ambroise Martin, Professeur de nutrition de la faculté de médecine de Lyon-Est -

Publier est un besoin vital tant pour le chercheur (diffusion des connaissances, reconnaissances par ses pairs...) que pour les revues (reconnaissance, survie économique...).

La vie d'un article est estimée à travers ses citations et la courbe de citations peut-être suivie par différents index qui ont évolué avec le temps.

- ❖ Le facteur d'impact de la revue compte le nombre de citations des articles d'un journal par rapport à l'ensemble des articles publiés. Le palmarès des revues est disponible sur internet. Sur ce principe, la bonne revue ferait le bon chercheur.
- ❖ Le facteur « h » cherche à quantifier, non pas la revue, mais l'excellence scientifique d'un chercheur individuel. C'est le croisement entre la courbe du nombre d'articles publiés par le chercheur et celle du nombre de citations de chaque article. L'expérience montre que pour un Prix Nobel de physique, le facteur h est compris entre 30 et 35.



Petits conseils aux enseignants-chercheurs qui voudront réussir leur évaluation :

« Votre seule et unique priorité sera d'accroître votre facteur h par tous les moyens nécessaires. »

www.contretemps.eu

Alors comment augmenter le facteur « h » ?

La vie d'un chercheur est ponctuée par du temps productif et du temps improductif par rapport au facteur h :

- Temps improductif non déléguable = membre d'un comité de l'EFSA, membre d'un comité de lecture d'une revue.
- Temps (improductif) déléguable = programmer et réaliser les expériences. Mais surtout ne pas déléguer la rédaction de l'article à partir des résultats.

Il a été démontré qu'être financé par un industriel augmente le nombre de citations – l'industrie va contribuer à diffuser l'étude - et ce, d'autant plus que les résultats de l'étude sont positifs. D'où le paradoxe pour le chercheur : si son étude fait l'objet d'un financement industriel – ce qui lui est demandé dans les appels à projet – son facteur h sera augmenté, mais sa crédibilité sera impactée.

Un autre biais impacte négativement le facteur h du chercheur. Les études financées par un industriel sont souvent soumises à des contraintes limitant la liberté de publier du chercheur. Ce report du calendrier de la publication est inclus dans les contrats et dérive des contraintes réglementaires pour l'éligibilité à la protection des données dans le cadre des dossiers sur les allégations de santé.

Quelles sont les conséquences en termes d'évaluation des données ? Aucune.

Les études sont remises à plat par les experts de l'EFSA et la qualité intrinsèque de chacune des études est analysée. « L'auteur ou le journal de publication n'inciteront pas forcément à donner du crédit à cette étude. Un journal a des objectifs et des politiques éditoriales qui ne correspondent pas forcément à nos objectifs qui sont d'évaluer une allégation destinée à promouvoir un produit commercial donné ». C'est également la raison de l'importance d'une expertise collective pondérant la totalité des données et s'appuyant sur les lignes directrices les plus actuelles sur la façon de rapporter les études.

Publication dans la revue Science d'une étude financée par la NASA sur une bactérie dont le phosphore de l'ADN était remplacé par de l'arsenic. Erreur ? Canular ? Fraude ?

Le Webjournal JIM rappelle « les dérives qui peuvent être engendrées par le besoin vital de publications pour les équipes de chercheurs et de scoops pour les grandes revues scientifiques ».

ALLEGATIONS DE SANTE : L'IMPACT DES DIFFERENTES CULTURES SCIENTIFIQUES DANS L'EVALUATION

- Intervention du Professeur Philippe Legrand, Laboratoire de biochimie et nutrition humaine à Agro Campus Ouest -

L'influence des cultures scientifiques : l'exemple des apports nutritionnels conseillés (ANC)

L'approche scientifique retenue pour construire les recommandations en termes d'apports d'acides gras donne un éclairage intéressant. Pour l'acide linoléique : 10-15% conseillés par l'American Heart Association, 4% conseillés par l'ANSES. Comment expliquer ces divergences ? Par l'approche scientifique retenue et le type d'études pris en compte pour aboutir à ces recommandations.

« Les études d'intervention, sur lesquelles se base l'American Heart Association (AHA), ne porte pas sur le seul facteur « acide linoléique » mais font varier également beaucoup d'autres acides gras comme souvent en nutrition lipidique. Elles ne permettent pas, à mon sens, de conclure isolément sur une recommandation pour l'acide linoléique comme le fait l'AHA. Leur recommandation est de ce fait caricaturale, voire dangereuse. » En effet, les bénéfices cardiovasculaires observés pour des apports de 10-15% en acide linoléique s'expliquent très bien (et mieux) par les autres variations lipidiques du régime essai, en particulier l'apport en acide α -linoléique, en EPA-DHA et l'absence d'acides gras trans.

L'ANSES a choisi du fait de ces études multifactorielles, une approche beaucoup plus globale pour la construction des ANC français, prenant par exemple en compte la compétition connue entre les voies de biosynthèses des acides gras oméga-3 et oméga-6 et les risques d'excès en oméga-6.

Pour une prise en compte des travaux sur l'animal

Concernant le lien entre acides gras oméga 3 et cancer, il existe des données sérieuses *in vivo*, *in vitro* et chez l'animal (~3000 publications) montrant que les oméga-3 versus oméga-6 ont un effet bénéfique sur l'inhibition de la croissance tumorale. Mais il n'y a, à ce jour, aucune étude d'intervention convaincante chez l'homme. « S'agissant de molécules réputées en déficit et sans limite supérieure, le principe de précaution ne devrait-il pas ici nous inciter à intégrer l'existence d'un effet réducteur sur la croissance tumorale ? ».

« Sur ce point, la discrimination et l'élimination des études animales et des études de cohortes épidémiologiques sont contraires au principe de précaution. »

Ces constats, bien que concernant des recommandations, restent valables pour les allégations. D'une part, qu'évalue-t-on et comment ? D'autre part, quelles instances ? Pour quelles populations ?

Les limites de « l'Evidence Based Medicine » appliquée à la nutrition

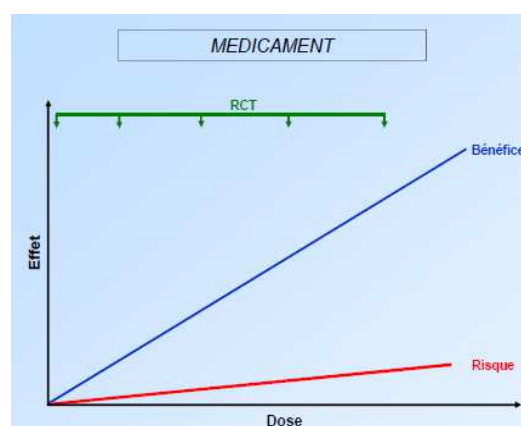
« La considération exclusive des essais cliniques randomisés (« RCT ») ne semble pas adaptée à la nutrition humaine. » Il ne faut pas confondre nutriments et médicaments. Or jusqu'à présent on a utilisé l'approche pharmacologique pour évaluer les effets des nutriments, alors qu'elle présente de nombreuses limites :

- Limites liées au type d'effet :

Par définition un médicament a de grands effets quantitatifs, est puissant et a une action souvent linéaire et précise.

Pour un médicament, le risque augmente avec la dose (courbe rouge). Les essais cliniques randomisés sont donc bien adaptés pour en évaluer l'efficacité.

A l'inverse, pour un nutriment indispensable, le risque le plus grand est de ne pas en avoir et donc de ne pas couvrir les besoins. Puis le risque est réduit, et peut réapparaître pour certains nutriments à des doses élevées. (courbe rouge - page 8)



Un nutriment prévient un dysfonctionnement résultant de son apport inadéquat et a de petits effets, une action non linéaire et une grande polyvalence (courbe bleue). Il faut distinguer le bénéfique lié à l'absence de carence d'autres bénéfiques apparaissant à des doses plus élevées.

Dès lors qu'on réalise une étude d'intervention, on se situe dans un intervalle de dose : indiqué en vert sur les graphiques. Une incertitude sur l'évaluation des doses existe.

Une partie des apports n'est pas contrôlée puisqu'elle dépend du régime alimentaire des personnes et de ce qu'elles déclarent comme consommations.

Selon la construction de l'essai clinique randomisé (RCT), il est possible de ne rien constater ou au contraire de relever un effet.

- Limites du placebo et du double aveugle

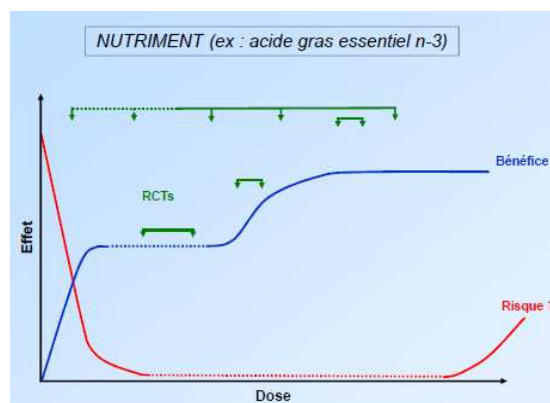
Pour un nutriment, il existe une entrave éthique à l'égard de l'étude d'intervention par nature. On ne peut ni supprimer les apports en nutriments essentiels, ni être parfaitement en aveugle quand il s'agit de produits alimentaires.

- Limites de la durée

Les nutriments sont souvent peu actifs à court terme et les différences significatives ne peuvent être observables qu'à très long terme. Ainsi, en nutrition le principe de précaution requiert d'intégrer les études chez l'animal pour le pire (toxico), **mais aussi le meilleur (bénéfices)** ! « Si un dauphin fait un malaise parce qu'il a osé manger une gélule oméga-3 contenant du méthylmercure, l'information sera diffusée largement. En revanche, le fait d'affirmer que l'on ne tiendra compte d'aucune étude animale sur oméga-6 et cancer n'est certes pas prudent. »

- Limites de l'utilisation des marqueurs

En nutrition la synergie entre les nutriments et le caractère pléiotrope des effets et des métabolismes « s'oppose » à l'usage exclusif d'un seul marqueur intermédiaire, d'un seul effet et d'une seule pathologie.



Limites de « l'Evidence Based Medicine » appliquée à la nutrition

Base

Médicament : soigne une pathologie non provoquée par l'absence du médicament
Nutriment : prévient un dysfonctionnement qui résulte de son apport inadéquat, pas de « plan B » pour les déficits de nutriments indispensables (Fer, oméga3....)

Effets

Médicament : grands effets (quantitatifs), linéarité, cible pointue, action précise
Nutriment : petits effets proches du bruit de fond, courbes en U ou sigmoïde, seulement dans un intervalle de la dose, grande polyvalence

Inclusion

Médicament : patients souffrant de la pathologie; placebo et double aveugle possibles
Nutriment : entrave éthique à l'étude d'intervention : doses nulles ou faibles (témoins et placebos) impossibles; de plus de double aveugle (l'aliment n'est pas une pilule)

Durée

Médicament : actif à court terme
Nutriment : peu actif à court terme; on peut attendre des décennies pour voir des différences significatives

98

Principe de précaution

En nutrition (aussi !) le principe de précaution requiert d'intégrer les études chez l'animal, pour le pire (toxico) et pour le meilleur (bénéfice) !

En nutrition, les RCT sont souvent contradictoires en résultat, et parfois en interprétation au sein d'une même étude.

Blumberg 2010, Hornberger 1007, Feinstein 1907, Sackett 1996....

101

Marqueurs

Nutrition : La synergie entre les nutriments et le caractère pléiotrope des effets et des métabolismes « s'opposent » à l'usage exclusif des critères des RCTs, et particulièrement

- d'un seul marqueur intermédiaire,
- d'un seul effet,
- d'une seule pathologie à prévenir.

L'usage des marqueurs intermédiaires n'est pas suffisant pour valider des charges ou des évictions de nutriments (cholestérol / mortalité) (inutilité voire dangerosité).

Quelles instances évaluent et pour quelle population ?

Prenons l'Autorité européenne, l'EFSA, qui a une approche pharmaco-réglementaire : l'évaluation des phytostérols est plus proche de celle d'un médicament que d'un nutriment. Pour les apports en lipides, l'EFSA a choisi une approche par l'évaluation du risque. Mais les recommandations émises sont incohérentes dans le cadre d'un régime normal. Elles ne permettent pas de couvrir les besoins en énergie et la bonne répartition entre macronutriments (lipides, protéines et glucides). Par ailleurs, ces recommandations ne prennent pas en compte le statut nutritionnel actuel de la population et les besoins physiologiques (ex : déficience en acides gras EPA+DHA). C'est tout le contraire de l'approche nutritionnelle de l'ANSES pour la construction des ANC, démarche originale où le besoin physiologique est primordial : il faut nourrir avant de « soigner ». « Les recommandations françaises sont en avance sur les autres expertises et sont le fruit de 4 ans de revue de la littérature complète. » Il faut bien distinguer recommandations nutritionnelles et allégations. Concernant les allégations, le choc des cultures leur aura été fatal. En théorie, il serait essentiel de partir de l'approche nutritionnelle et non pharmaco-réglementaire, ce qui n'est pas simple dans le cadre réglementaire actuel.

UNE ENTREPRISE PEUT-ELLE RESTER COMPETITIVE SANS INNOVER ?

- Intervention de Jean-François Bieux, directeur associé D&Consultants-

Le cabinet D&Consultants a notamment construit pour les pouvoirs publics un guide pour l'accompagnement de la compétitivité des PME par l'innovation.

Pourquoi innover ?

Quel que soit le type d'innovation, celle-ci doit être une démarche proactive d'entreprise et s'inscrire dans une approche « marché ». L'innovation n'a de sens qu'à partir du moment où le produit, le service ou le procédé est au final commercialisé. Elle a pour vocation de créer de la valeur et donc de la compétitivité pour les entreprises qui ont participé à son développement.

Comment innover ?

Le processus d'innovation implique une analyse globale et complète qui prenne en compte les dimensions internes et externes du projet.

La dimension interne est constituée par la capacité de l'entreprise à identifier ses sources et ressources d'innovation au sein de l'ensemble de sa chaîne de la valeur (R & D, production, commercial, logistique, distribution, finance...). La dimension externe fait quant à elle référence à tous les acteurs de son écosystème (clients, fournisseurs, concurrents, instances réglementaires, cadres de financement...) qui, chacun à sa manière, structurent la démarche d'innovation de l'entreprise. Une fois cette analyse réalisée, l'entreprise peut définir une stratégie d'innovation.

3 types d'innovation :

- les innovations permettant de rendre des **produits/services** plus performants ou d'en inventer de nouveaux.
- les innovations **marché** ou applications : l'entreprise s'appuie alors sur son savoir-faire pour se positionner vers d'autres marchés.
- les innovations **process** permettent aux entreprises d'accroître leur productivité et d'être plus performantes dans un environnement moins contraignant.

Mettre en œuvre l'innovation

Les ressources financières des entreprises étant contraintes et programmées, il est nécessaire de formaliser les projets d'innovation, de les définir et de les hiérarchiser dans le temps.

Processus vertueux créateur de valeur, l'accompagnement à la stratégie et au processus d'innovation aide les entreprises à structurer leur démarche d'innovation et à lever les incertitudes pouvant exister dans les domaines financier, technique, organisationnel et enfin commercial.

ETAPE 1

Emergence et pré-définition du projet collaboratif dans le processus d'innovation

ETAPE 2

Orientation ou ré-orientation vers un programme de financement spécifique

ETAPE 3

Accompagnement du consortium dans le montage du projet collaboratif

Les partenariats avec des acteurs académiques ou industriels, permettent également de minimiser les risques et d'accélérer la mise sur le marché du nouveau produit/service/procédé.

Deux exemples d'accompagnement de projets :

- ❖ dans le cadre du pôle de compétitivité Vitagora : une recherche de partenaires, groupes industriels et laboratoire de recherche, puis la structuration d'un projet d'innovation collaboratif
- ❖ dans le cadre de l'accompagnement d'un industriel : une analyse du marché pour évaluer la pertinence de l'innovation, la rédaction du cahier des charges technique, la recherche de partenaires industriels potentiels, et leur qualification pour une aide à la décision finale.

Innover, une nécessité

Il est nécessaire d'innover en Europe occidentale afin de rester compétitifs ou d'accroître sa compétitivité. Le secteur agroalimentaire français n'est pas en retard en termes d'innovation. Il dispose d'entreprises et de laboratoires de premier plan qui poursuivent une R & D de haut niveau, en prenant bien en compte les contraintes de leur secteur : coût de l'assurance qualité et de la sécurité des aliments et réponse aux besoins du consommateur.

TABLE RONDE : LES CLES DE L'INNOVATION EN NUTRITION

Animée par **Brigitte Milhau**.

Trois aspects importants lors de toute innovation en nutrition ont été discutés : la contrainte réglementaire, les moyens de protection des innovations et les modalités de communication auprès des consommateurs.

Connaître le cadre légal dans lequel s'inscrit l'innovation en nutrition

Maître Coutrelis le souligne : connaître le cadre légal n'est pas le métier premier des entreprises. Pourtant c'est incontournable. *« Ce travail de conseil de cadre légal est caractérisé par la pluralité des paramètres. Il ne s'agit pas d'une loi ou d'un texte, mais bien de nombreux paramètres qui chaque fois doivent se combiner d'une manière presque unique, car de nombreuses combinaisons sont possibles en fonction du produit et de la stratégie de l'entreprise. »*

Toute innovation en nutrition doit suivre les règles de base : sécurité, hygiène, contaminants, auxiliaires technologiques... Il faut y ajouter les règles de composition : respecter les ingrédients autorisés dans telle denrée.

Améliorer l'équilibre nutritionnel des aliments peut avoir un impact sur la dénomination de vente des produits. *« En France, certains produits sont clairement définis tels que les fromages ou la charcuterie, avec des règles de composition. Or, le changement de recette peut faire perdre le droit à l'utilisation de la dénomination légale. »*

Déposer un dossier « novel food » pour tout ingrédient innovant

Le règlement « novel food » oblige depuis 1997 à demander une autorisation préalable, soumise à un dossier scientifique, pour tout nouvel aliment.

Sa sécurité doit être démontrée : condition pour obtenir le droit de le commercialiser dans l'Union européenne. Nouveau signifie que l'ingrédient ou l'aliment n'était pas consommé de façon significative au sein de l'UE avant le 15 mai 1997, et soit il provient d'un aliment exotique, soit il est obtenu grâce à un procédé innovant, ou encore il est le fruit de la R&D. L'autorisation est exclusivement accordée au pétitionnaire.

Maître Coutrelis explique : *« Ces dossiers sont très lourds et prennent des années à être évalués, le but étant de protéger la santé. Notons que dans un dossier « novel foods », les décisions sont individuelles et que le deuxième ne peut en principe pas profiter de la décision individuelle donnée au premier. »*

Mais les suivants n'ont pas besoin de déposer un dossier complet : une simple notification d'équivalence en substance suffit, ce qui est beaucoup plus simple et rapide, même si ce n'est pas toujours automatique.

« Il est inquiétant de constater que le "suiveur" peut finalement avoir largement autant de bénéfice que l'innovateur. »

Les participants :

Nicole COUTRELIS est avocate au barreau de Paris, du cabinet Coutrelis & Associés depuis 1985, entre Paris et Bruxelles. Spécialiste en droit communautaire, en droit de l'agriculture et de l'alimentation, elle a une expérience de longue date dans l'agroalimentaire et avez travaillé à l'ONIC, l'Office national interprofessionnel des céréales aux affaires européennes, a été attachée agricole à la représentation permanente en France auprès de l'Union européenne, puis au service juridique de la Commission européenne.

Sébastien LOCTIN est diplômé d'une école de commerce et après quinze ans passés chez Lesieur puis en filière agricole, a co-fondé sa PME, Biofuture. Biofuture a obtenu plusieurs prix pour des huiles alimentaires.

Antoine de SAIZIEU est mandataire en brevet. Il a travaillé vingt ans dans l'innovation en industrie, dont sept ans en R & D chez Roche, en pharmacologie. Pendant 4 années, il a été responsable d'une plate-forme en charge de la recherche de nouveaux actifs nutritionnels. Il est en reconversion depuis 2009 pour devenir mandataire européen en brevet, en charge de la protection de l'innovation. Il travaille chez le fabricant d'ingrédients DSM Nutritional Products.

Jean-François BENEUX est économiste de formation. Associé et Directeur du bureau de Lyon du cabinet D & Consultants. Il accompagne les entreprises en marketing et stratégie dans le financement de leurs innovations.

Comment savoir si un dossier « novel food » doit être déposé ?

La manière la plus sûre est d'interroger l'Administration pour avoir son avis. Or, l'Administration s'est décentralisée à cette première étape, et des avis différents peuvent être donnés selon les Etats de l'Union européenne.

Pour un extrait végétal, l'extrait peut être considéré comme « nouveau », s'il est tellement différent de ce que nous avons l'habitude de consommer. *« Un équilibre existe entre l'interprétation réglementaire et la science. Ces dossiers sont extrêmement complexes. »*

Autre exemple, un ingrédient autorisé comme additif alimentaire, du fait de sa fonction technologique. S'il est utilisé pour ses propriétés nutritionnelles, il peut être nécessaire de demander une autorisation « novel food ». L'exemple le plus connu : les boules de gomme constituées de gomme arabique. Maître Nicole Coutrelis revient sur ce cas d'école : *« Ce produit était classé comme additif. Un intérêt nutritionnel, son rôle de fibre, lui a été découvert il y a vingt ans. L'AFSSA (maintenant ANSES) a reconnu l'intérêt fibre. Puis la DGCCRF a précisé que le produit était autorisé comme additif, et que s'il était désormais utilisé comme ingrédient nutritionnel, alors il changeait de catégorie, devenant « novel food » pour cette utilisation. N'étant pas autorisé comme tel, il fallait donc mettre en œuvre une procédure « novel food ». Le cas de la gomme arabique était quasiment caricatural, tout le monde connaît les boules de gomme. Le problème a finalement été résolu lorsque des certificats prouvant l'antériorité d'usage en alimentation, admis partout, ont été retrouvés en Angleterre. Les Administrations ont reconnu que ce produit était sur le marché avant 1997. Il a toutefois fallu œuvrer durement afin de trouver la preuve de la consommation alimentaire. »*

Le choix de la stratégie « novel food »

Certaines entreprises ont une stratégie « novel food », car elles connaissent le marché ou savent que leurs concurrents sont relativement loin derrière. La stratégie d'entreprise peut consister à déposer directement un dossier novel food. *« Le terrain est ainsi occupé, et les concurrents ne peuvent pas aller sur le marché tant que le dossier est en demande, il est présumé être nouveau et n'est de fait pas encore autorisé. Ainsi, tout le monde est bloqué. Une fois l'autorisation accordée, les autres se devront de prouver qu'ils sont substantiellement équivalents à ce produit, ce qui n'est pas toujours aisé. »*

Longueur des procédures d'autorisation

Aujourd'hui, les procédures « novel food » sont des procédures décentralisées. L'évaluation de la sécurité de l'ingrédient innovant est d'abord réalisée au niveau national. L'évaluation du bénéfice nutritionnel (dossier « allégation ») est effectuée au niveau de l'EFSA, donc au niveau européen.

Un participant témoigne : *« Nous notons quelques difficultés à voir évaluer en parallèle le dossier « novel food » et le dossier « allégation ». Dans la majorité des cas, les dossiers novel food passent d'abord au niveau national et ensuite au niveau européen – ils sont évalués une deuxième fois. Nous attendons donc impatiemment la révision du règlement « novel food » avec une procédure centralisée qui conduira à une meilleure efficacité du système. »*

Les outils de protection des innovations

Les brevets

Le brevet confère à une entreprise, non un droit de commercialisation, mais le droit d'exclure un concurrent sur un territoire déterminé, pour la fabrication et l'utilisation d'un produit, à partir d'une certaine date et pour une durée limitée à vingt ans. En contrepartie de ce monopole, le déposant doit partager ses données.

La publication est indispensable pour permettre la recherche d'antériorité, c'est-à-dire s'assurer que l'invention est bien nouvelle. Telle est la philosophie du brevet : bénéficier d'un « monopole » en échange d'un « partage » de la connaissance, publiée de façon à stimuler l'innovation.

Pour Antoine de Saizieu, *« breveter est la seule façon d'obtenir une protection solide. » « Actuellement, le prix d'une couverture incluant une quinzaine de pays sur vingt ans s'élève à environ 250 000 euros. »*

« Dans le domaine des ingrédients, il n'est pas possible de breveter un extrait naturel en tant que tel, l'extrait étant déjà connu. « *En revanche, nous allons chercher à protéger le procédé de fabrication pour obtenir cet extrait, le purifier et l'enrichir ou le fabriquer. Son utilisation pour une indication préventive particulière est également brevetable en soi.* »

La marque

La PME Biofuture a développé des huiles formulées spécifiquement pour les enfants, pour les femmes enceintes et allaitantes, et pour les plus de 50 ans. « *Nous avons formulé une huile très complète permettant de couvrir pour chaque population les besoins en oméga-3, oméga-6, oméga-9, en vitamine E et en DHA.* »

Pour protéger son innovation, Sébastien Loctin, co-fondateur de l'entreprise explique avoir opté pour la protection par la marque.

« *La marque représente bien une barrière lorsqu'elle porte une innovation, qu'elle est la première, que celle-ci est bien communiquée et que le consommateur se l'approprie – ce qui reste la première des protections.* »

La question du brevet s'est posée, chaque formule étant unique. Toutefois, il n'est pas possible de breveter une formule.

Le secret

Pour éviter de publier leurs données en cas de dépôt de brevet, certaines entreprises préfèrent ne pas breveter et garder leur savoir-faire secret. « *Elles protègent leur innovation en se donnant tous les moyens de garder ce savoir-faire secret qu'il est possible par la suite de valoriser.* »

Le brevet : la solution miracle ?

Les deux limites du brevet notées par les intervenants sont l'obligation de publier et la protection limitée à certains pays. Qui dit brevet, dit obligation de publier l'invention. Un brevet n'est déposé en général (en raison des coûts) que dans un nombre limité de pays. « *Aussi des suiveurs peuvent intervenir dans des pays où le brevet n'a pas été déposé par exemple.* » Dans les pays où le brevet ne s'applique pas, l'entreprise n'est donc pas protégée et s'expose à moyen terme à un concurrent qui utilisera les données publiées.

« *Dans le domaine des ingrédients, certains ont le monopole pendant un nombre d'années défini sur un ingrédient parce qu'ils ont été les premiers à obtenir un brevet. Dès que le brevet tombe, leurs clients se voient offrir des produits bien moins chers parce qu'entre-temps, les concurrents ont préparé les génériques pour les mettre sur le marché dès l'expiration du brevet. Ils ont pu le réaliser d'autant plus facilement que tout est publié dans un dossier de brevets.* »

Le brevet : réservé aux grands groupes ?

Jean-François Beneuve écarte cette idée. « *Oséo propose des aides couvrant la partie juridique. Certes, le support d'Oséo ne couvrira pas tous les pays sur le long terme, mais il permet une première démarche de protection.* ».

Le brevet demeure une stratégie de protection, parmi d'autres. « *Ce sont des choix de stratégie à réaliser en fonction du produit, du positionnement de l'entreprise, de son marché immédiat et potentiel, de sa propre évaluation ainsi que de la culture du secret de chacune des entreprises.* »

Communiquer sur les innovations en nutrition

Une fois l'innovation en nutrition développée et mise sur le marché, la question de la valoriser auprès du consommateur par une communication adaptée se pose. La communication sur les bénéfices santé et nutritionnels s'inscrit dans un cadre réglementaire : celui du règlement « allégations nutritionnelles et de santé » (règlement (CE) n°1924/2006). *« L'allégation nutritionnelle se rapporte au contenu du produit et l'allégation santé, à l'effet. »*

Des allégations nutritionnelles déguisées ?

Dans tous les cas, l'allégation doit apporter un bénéfice au consommateur.

Un des problèmes qui se pose est de savoir si certaines allégations telles que « contient » ou « sans », qui ne sont pas dans la liste allégations nutritionnelles autorisées, ne constituent pas des allégations nutritionnelles déguisées. L'avocate Nicole Coutrelis précise *« Certaines allégations sont plus complexes, « sans » sous-entendant que ce n'est pas dangereux. Prenons le cas des allégations « sans aspartame ». Nous sommes en droit de nous demander si dans l'esprit de ceux qui communiquent ainsi, il ne s'agirait pas d'une allégation nutritionnelle déguisée. L'absence d'aspartame étant présentée comme un bénéfice, cela insinue que l'aspartame serait dangereux. »*

Une question se pose : *« Où commence l'allégation nutritionnelle implicite qui finalement n'est pas autorisée ? »*

PME et utilisation des allégations génériques

Le témoignage de Biofuture montre qu'utiliser une allégation générique, c'est-à-dire accessible à tout produit alimentaire dès lors qu'il remplit les conditions d'utilisation, est plus adapté pour une PME. *« Posséder une allégation utilisable dans tous les pays de l'Union européenne est formidable, car il est désormais envisageable de pouvoir communiquer sur le DHA partout en Europe. Néanmoins, il faut avoir les moyens de se déplacer, d'exporter et d'adapter le produit aux contextes locaux. »*

Déposer un dossier pour obtenir une allégation spécifique à son produit est un processus trop long et trop coûteux. *« Nous n'avons pas les moyens en tant que TPE/PME de nous offrir des allégations spécifiques.*

Nous nous rendons compte que l'innovation n'offre pas un parcours aisé pour les multinationales, elle est coûteuse et sans garantie de succès. En outre, les règles d'évaluation ne sont pas toujours claires. Certaines multinationales ont retiré leur dossier à une certaine époque. Pour notre part, nous profitons des opportunités d'allégations génériques. »

La compréhension du message nutritionnel s'améliore

Une autre question se pose : le consommateur comprend-il le sens des messages ?

De nombreux efforts ont été consacrés à la justification des allégations et très peu à la recherche sur l'impact des allégations. Une revue générale faite par un chercheur belge en 2009 concluait que les consommateurs ne font pas vraiment la différence entre une allégation nutritionnelle, une allégation de santé et une allégation de risque de maladie. Il ressortait que l'allégation nutritionnelle était très crédible ; l'allégation de réduction de risque maladie était nettement moins crédible. Ce phénomène changera-t-il ?

Il faut considérer l'allégation dans un processus dynamique. L'exemple de la communication autour du cholestérol montre que la pédagogie fonctionne. Ambroise Martin témoigne : *« Il y a trente ans, le consommateur ne voyait pas ce que représentait le cholestérol. Aujourd'hui, un discours éducatif a été émis, qu'il soit publicitaire ou non. Sans qu'il sache parler du métabolisme du cholestérol, le consommateur appréhende les enjeux par rapport à sa santé. »*

LE REGARD DU GRAND TEMOIN : INTERVENTION DE FRANCOISE GROSSETETE

Député européen -

« Oui l'innovation en nutrition a un avenir au niveau européen »

« Je crois particulièrement à l'innovation. Lorsque nous parlons de la compétitivité ou de l'économie, nous savons que l'économie européenne ne peut se développer qu'à partir de recherches qui débouchent sur l'innovation et sur du développement. »

« Pour de nombreuses personnes, l'innovation dans le domaine de la nutrition engendre des inquiétudes. Cette innovation sous-entend une notion artificielle, car opposé à ce qui est naturel, donc dangereux.

Je dénonce à ce stade le populisme scientifique qui me paraît être un frein dangereux au progrès et à l'innovation. Malheureusement, cette vision se retrouve également dans l'esprit de certains de mes collègues députés européens, ce qui me paraît particulièrement dangereux.

La peur du progrès et de l'avenir plane. Cette question nous ramène au problème général de la désindustrialisation et de l'affaiblissement de la croyance dans le progrès scientifique et technique.

C'est également l'affaiblissement de l'esprit d'entreprise, de l'innovation et de la culture du risque, ces éléments étant très liés. »

« Pourtant, et je l'affirme parce que j'en suis convaincue, l'innovation en nutrition est essentielle parce qu'il faut répondre à de nombreux défis relevant du domaine de la santé : le vieillissement de nos populations, la lutte contre l'obésité infantile ou la prise en compte des allergies alimentaires par exemple.

À travers ces points, notons que la charge de travail est considérable.

Au niveau européen, il existe un programme de recherche Nu-Age de la Commission européenne qui s'intègre dans le 7^e programme-cadre de recherche et qui cherche à identifier les bonnes recettes pour le bien vieillir.

30 partenaires interviennent : instituts de recherche, entreprises, associations et professionnels de l'agroalimentaire de 17 pays européens – dont la France évidemment – ont débuté des travaux. Il s'agit d'un projet de 9 millions d'euros qui porte sur l'identification des besoins nutritionnels de ces catégories spécialisées que sont les personnes âgées et sur l'effet d'un régime alimentaire pour prévenir les maladies liées à la vieillesse : l'athérosclérose ou le diabète de type 2. »

Quelles sont les évolutions nécessaires ?

« Il faut dans un premier temps lutter contre ce populisme scientifique, multiplier les partenariats public/privé, puis améliorer le dialogue entre les agences sanitaires et le monde industriel et améliorer la communication du secteur industriel sur l'enjeu de l'innovation, mettre en place des stratégies de recherche pour combler le déficit de connaissance sur les habitudes alimentaires, et enfin, relever les défis des maladies chroniques et de la sécurité alimentaire. »

« En tout état de cause, nous relevons que ces points sont de plus en plus délicats à traiter dans notre mission au sein du Parlement européen. Deux camps s'opposent toutefois : d'un côté, celui qui regroupe les personnes favorables à l'innovation, aux progrès scientifiques estimant qu'il est nécessaire d'essayer.

Le principe de précaution ne doit pas être appliqué systématiquement, il ne doit pas être un frein au progrès et ne doit s'appliquer qu'à bon escient.

D'autre part, une partie importante de la commission au Parlement amalgame innovation nutritionnelle et danger, partant du principe que tout ce qui n'est pas naturel peut se révéler dangereux.

Un travail de communication est à réaliser.

Les allégations nutritionnelles et de santé sont fondamentales. Dans un premier temps, il serait primordial d'effectuer ce travail de communication auprès des députés européens afin d'avancer. Cette question constitue une part très importante de notre économie européenne, c'est pourquoi nous devons œuvrer tous ensemble de la meilleure manière que ce soit. »