Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel

HERTA

Paris, le 11 janvier 2010

M. Olivier Bergère

Directeur Général
HERTA S.A.S – groupe Nestlé

M. Noël Renaudin

Président du Comité de Validation des Chartes d'Engagement Nutritionnel PNNS.

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4

1.1 Nom et raison sociale du demandeur 5

1.2 Description de l'activité de Herta 5
1.2.1 Produits fabriqués 5
1.2.2 Modalités actuelles de promotion, de publicité, d'étiquetage ou d'information sur le lieu de vente 5
1.2.3 Caractéristiques des produits concernés 6

1.3 Nature des engagements 8
1.3.1 Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants 8
1.3.2 Création de produits de substitution 8
1.3.3 Tableau récapitulatif des engagements 8

1.4 Objectifs visés 9

1.5 Tierce partie proposée 9

1 ENGAGEMENT N° 1 : REDUCTION DE LA TENEUR EN SEL 10

1.1 Domaine d'intervention éligible 10

1.2 Nature de l'engagement 10

1.3 Les produits concernés 10

1.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels 10

1.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits 11

1.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie 11

1.7 Objectifs finaux d'amélioration 12

1.8 Difficultés prévisibles et effets indésirables potentiels 12

1.9 Progrès déjà réalisés 12

1.10 Demande de mention et modalité d'utilisation 13

2 ENGAGEMENT N° 2 : REDUCTIONS DE LA TENEUR EN LIPIDES 14

2.1 Domaine d'intervention éligible 14

2.2 Nature de l'engagement 14

2.3 Les produits concernés 14

2.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels 14

2.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits 15

2.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie 15

2.7 Objectifs intermédiaires et finaux d'amélioration 15

2.8 Composition nutritionnelle initiale et finale des produits améliorés 16

2.9 Difficultés prévisibles et effets indésirables potentiels 16

2.10 Progrès déjà réalisés 16

2.11 Demande de mention et modalité d'utilisation 16

3 ENGAGEMENT °3 : REDUIRE LA TENEUR EN ACIDES GRAS TRANS DES PATES TOUTE PRETES 17

3.1 Domaine d'intervention éligible 17

3.2 Nature de l'engagement 17

3.3 Les produits concernés 17

3.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels 17

3.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits 18

3.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie 18

3.7 Objectifs finaux d'amélioration 19

3.8 Composition nutritionnelle initiale et finale des produits améliorés 19

3.9 Progrès déjà réalisés 19

3.10 Demande de mention et modalité d'utilisation 19

4 ENGAGEMENT N°4 : FORMULATION DES NOUVEAUX PRODUITS SELON UN CAHIER DES CHARGES NUTRITIONNEL SPECIFIQUE 20

4.1 Domaine d'intervention éligible 20

4.2 Nature de l'engagement 20

4.3 Les produits concernés 20

4.4 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie 21

4.5 Difficultés prévisibles 21

Introduction

Depuis 2001, Herta s'est engagé dans une démarche pour la sécurité et la qualité de ses produits de charcuterie et de ses produits traiteurs. Les engagements pris concernent toute la filière, de l'élevage au point de vente : sélection des matières premières, traçabilité, réduction des taux de sel et de matières grasses, information des consommateurs...

En ce qui concerne l'exigence nutritionnelle, elle est au coeur du développement des produits et des marques de Herta. Nous avons toujours considéré la nutrition comme relevant de notre responsabilité d'entreprise leader de l'industrie alimentaire. Nous adaptons donc nos recettes et nos technologies afin de proposer des produits qui répondent aux besoins nutritionnels des consommateurs et aux préoccupations de santé publique.
Notre stratégie Nutrition s'appuie sur 4 piliers :

- la qualité des produits, notre première responsabilité, avec une rénovation du portefeuille de produits engagée dès 2000 et accélérée depuis 2006 avec des innovations porteuses de bénéfices nutritionnels
- l'information des consommateurs pour mieux le guider dans leur recherche d'équilibre alimentaire
- la formation des collaborateurs afin d'élever le niveau de connaissances de l'ensemble des salariés
- la recherche et le développement au service de l'innovation nutritionnelle

La charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel que nous proposons dans le présent document s'inscrit dans la continuité de la démarche de Herta. Elle traduit notre volonté de poursuivre nos travaux en cohérence avec les préoccupations des pouvoirs publics pour améliorer les consommations alimentaires de la population française. Nous avons déjà fait beaucoup depuis 2000 mais nous poursuivons nos efforts. Pour l'avenir, rien n'est figé et de nouvelles initiatives pourront sans doute être prises grâce à l'évolution des connaissances scientifiques et technologiques.

Olivier Bergère
Directeur général Herta

DONNÉES GÉNÉRALES

1.1 Nom et raison sociale du demandeur

La société Herta est la division Charcuterie – Traiteur du Groupe Nestlé.
HERTA SAS, 7 Boulevard Pierre Carle, BP 915, 77446 MARNE la VALLEE Cedex.
SIRET : 311 043 194 006 47, APE 151 E.

1.2 Description de l'activité de Herta

1.2.1 Produits fabriqués

L'activité se répartie entre des produits de charcuterie (75% du chiffre d'affaires), et des produits traiteurs (aides à la pâtisserie maison, snacks et soupes) (25% du chiffre d'affaires). Tous ces produits sont vendus en libre service pré-emballés frais.

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

Herta utilise tous les médias disponibles pour communiquer : presse, affichage, télévision, site internet, publicité sur lieux de vente, tracts promotionnels.

En ce qui concerne l'étiquetage nutritionnel :

Herta indique de façon volontaire sur 100% des produits (en % du chiffre d'affaire) les valeurs nutritionnelles exprimées pour 100g de produit.

Depuis 2007, dans le cadre de l'engagement européen de la CIAA auquel Nestlé a largement contribué, relayé par l'ANIA en France, sur la mise en place des Guideline Daily Amounts (GDA) traduits en français par Repères Nutritionnels Journaliers (RNJ), Herta s'engage à faire évoluer son étiquetage nutritionnel vers plus d'information pour le consommateur :

- Pour les emballages n'ayant qu'une face imprimable (jambon, lardons, croque monsieur…), l'étiquetage est celui du groupe 1 (énergie, protéines, lipides, glucides) complété par la teneur en sel, aux 100g et à la portion.

- Pour les emballages ayant deux faces imprimables, l'étiquetage est celui du groupe 2 (énergie, protéines, lipides dont acides gras saturés, glucides dont sucres, fibres et sodium), aux 100g, à la portion et en pourcentage des RNJ.

- De plus, sur la face avant de tous les emballages (une ou deux faces imprimable(s)), un pictogramme complète cet étiquetage en exprimant la valeur énergétique d'une portion par rapport aux repères nutritionnels journaliers d'un adulte.

Fin 2008, 96% (en % du chiffre d'affaire) des produits Herta (charcuteries et traiteur) étaient porteurs de ce nouvel étiquetage. Les 5% restants seront concernés par ces changements d'ici 2010.

Néanmoins, Herta s'engage à faire apparaître sur une plus grande gamme de produits un étiquetage nutritionnel du groupe 2, exprimé aux 100g, à la portion et en % des RNJ, sur plus de 35% des produits d'ici 2010.

1.2.3 Caractéristiques des produits concernés

1.2.3.1 Composition des produits :

Les produits de charcuterie sont des produits issus d'une longue tradition de transformation et conservation des viandes ; ils font ainsi partie du patrimoine culinaire français.

En France, **les charcuteries** sont définies dans le Code des Usages de la Charcuterie qui codifie tous les usages de la profession (artisans comme industriels) en 16 grandes familles classées selon leur technologie de fabrication : description du produit et composition, technologies de fabrication, dénomination de vente, caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques.... additifs autorisés, segmentation des niveaux de qualité, contrôles de conformité.

La gamme de charcuteries Herta est issue de la seule transformation de viande de porc. Les produits principaux sont : Jambon cuit supérieur, Lardons et Poitrines supérieurs, Saucisses de Strasbourg, Filet de Bacon.

Les produits de la gamme traiteur sont composés majoritairement de céréales (farine de blé) additionnées par exemple de viande et fromage (Croque-monsieur), de matières grasses, ou d'oeufs ou de sucres pour les aides à la pâtisserie. La composition des recettes est similaire aux recettes décrites dans les livres de cuisine.

1.2.3.2 Modes de consommation :

Les jambons et saucisses sont à consommer en l'état ou après réchauffage, en coeur de repas. Les ingrédients culinaires (lardons, bacon...) sont utilisés après cuisson pour agrémenter diverses préparations culinaires telles que salades, quiches, plats principaux...

Les Croque-monsieur représentent une façon simple et rapide de préparer un plat issu de la tradition « bistrot » française, à agrémenter d'une salade ou de légumes.

Les fonds de tarte sont utilisés pour la préparation de tartes salée ou sucrée, pizzas ; la garniture varie selon les consommateurs. Elles ne sont jamais utilisées en l'état.

Les pâtes à gâteaux sont avant tout un aliment plaisir et festif à partager en famille.

1.2.3.3 Caractéristiques nutritionnelles :

Les caractéristiques de la composition nutritionnelle des produits de charcuterie sont : leur richesse en protéines animales, des lipides variant de 2.5 à 35g/100g (61% des acides gras sont insaturés), des vitamines du groupe B, des minéraux (fer et zinc notamment) et une teneur modérée en cholestérol. Cette composition varie dans des proportions significatives selon le procédé utilisé, les traditions culinaires régionales et le pays d'origine.

Les produits traiteurs apportent une quantité significative de glucides complexes (amidon), d'acides gras insaturés (pâtes à gâteaux) et de légumes (soupes).

Pour les pâtes à tarte, la composition nutritionnelle du produit fini consommé est fortement dépendante du type de garniture utilisée par le consommateur et de la taille des parts consommées.

1.2.3.4 Consommation et fréquence de consommation

Selon les résultats de l'enquête INCA 2 (2007), la consommation moyenne de charcuterie par adulte aurait baissé à 35g/jour (contre 45 pour les hommes et 29g/jour pour les femmes en 1999) et se situerait à 25,9g/jour pour les enfants (moins de 17 ans) :

		INCA 1 (1999)	INCA 2 (2007)
Adultes	Hommes	44,9 g/j	41,9 g/j
	Femmes	29,4 g/j	28,3 g/j
Enfants	3-10 ans	25 g/j	23 g/j
	11-14 ans	27,6 g/j	27,8 g/j
	15-17 ans	24,7 g/j	26,6 g/j

Selon les produits de charcuterie, la fréquence de consommation est très différente :

	Plusieurs fois par semaine (1)	1 fois par semaine (2)	**Régulièrement** (Total 1+2)	Occasionnellement Au moins 1 fois par mois	Rarement ou jamais
Jambon cuit	24	37	**61**	28	11
Jambon sec	11	24	**35**	42	22
Lardons	10	22	**31**	42	26
Saucisson sec	14	20	**34**	38	28
Saucisses cuites	3	11	**14**	48	37
Pâtés	7	14	**21**	37	42
Rillettes	4	7	**11**	29	60

Ces fréquences sont pratiquement les mêmes depuis 1999 (4 sondages, un sondage tous les 2 ans environ). Ceci montre que les produits les plus gras sont les moins fréquemment Consommés (source Fict).

1.3 Nature des engagements

Herta est une société investie en nutrition depuis plusieurs années maintenant. La société souhaite poursuivre cette démarche et s'engager auprès du PNNS dans les domaines d'intervention suivants :

1.3.1 Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

Engagement 1 : Réduction de la teneur en sel de toutes les catégories (à l'exception des soupes) de 6% en moyenne.

Engagement 2 : Réduction de la teneur en matières grasses de la gamme saucisses KNACKI de 8% en moyenne.

Engagement 3 : Réduction de la teneur en acides gras trans des pâtes à tarte et à pizza de sorte que la teneur en acides gras trans ne dépasse pas 3% de la teneur en lipides totaux et ne dépasse pas 1% du produit fini.

→ Ces 3 engagements permettent d'améliorer plus de 2/3 des produits (en volume).

1.3.2 Création de produits de substitution

Engagement 4 : Formulation de produits innovants selon un cahier des charges intégrant des critères nutritionnels précis et spécifiques aux produits de la gamme Herta.

1.3.3 Tableau récapitulatif des engagements

Engagement	Nature de l'engagement	Catégories de produits	Délai	Volume de vente concerné par l'engagement
1. Réduction de la teneur en sel de 6% en moyenne	Composition nutritionnelle des produits	Charcuteries, Croque-monsieur, Pâtes à tarte	2008-2012	74%
2. Réduction de la teneur en lipides totaux de 8% en moyenne	Composition nutritionnelle des produits	Saucisses Knacki	2008-2012	23%
3. Réduction de la teneur en acides gras trans : <3% lipides totaux et <1% du produit fini	Composition nutritionnelle des produits	Pâtes à tarte et Pâtes à Pizza	2006-2008	22%
4. Formulation de produits innovants selon un cahier des charges intégrant des critères nutritionnels précis et spécifiques aux produits Herta	Création de produit de substitution	Toutes	Depuis 2007	-

1.4 Objectifs visés

Les engagements pris par Herta dans le cadre de cette charte visent à contribuer à :

- Réduire la consommation moyenne de chlorure de sodium à moins de 8 g par personne et par jour, selon les recommandations du **PNNS2.**

- Réduire la contribution moyenne des apports lipidiques totaux à moins de 35% des apports énergétiques journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population, selon les recommandations du **PNNS2.**

- Limiter à 1 g/100 g la teneur des acides gras trans d'origine technologique dans les produits tels que consommés, selon les recommandations de l'**AFSSA** (avril 2005).

1.5 Tierce partie proposée

Nom et raison sociale **: Bureau Véritas,**
Le Guillaumet, 92046 PARIS LA DEFENSE CEDEX.
Téléphone : 01.41.97.00.74
Télécopie : 01.41.97.08.32

1 ENGAGEMENT N° 1 : RÉDUCTION DE LA TENEUR EN SEL

1.1 Domaine d'intervention éligible

Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

1.2 Nature de l'engagement

Herta s'engage à réduire la teneur en sel dans ses charcuteries, snacks et aides à la pâtisserie maison, de 6% en moyenne entre 2008 à 2012.

1.3 Les produits concernés

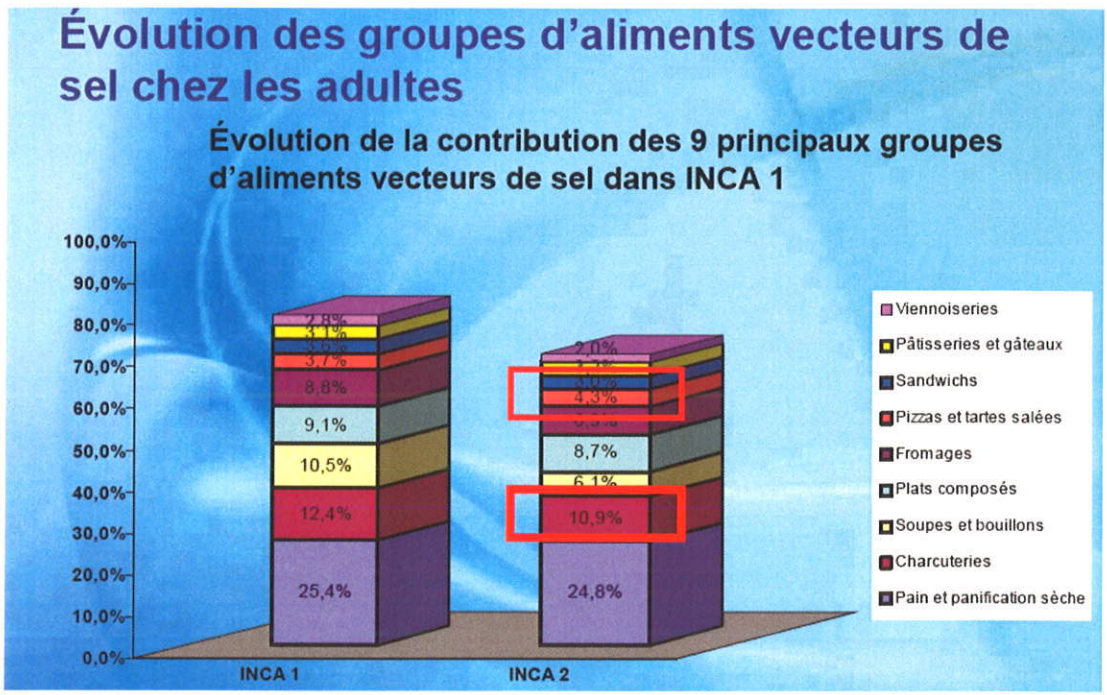
Les produits de chaque catégorie améliorés sur le critère sel sont :

- **Dans les charcuteries :** le jambon, le bacon, les lardons, la poitrine, les saucisses KNACKI.
- **Dans les produits snacks :** les tendres de croques.
- **Dans les aides à la pâtisserie maison :** les pâtes à tarte.

1.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels

L'un des objectifs du PNNS est de réduire la consommation moyenne de chlorure de sel à moins de 8 g/personne/jour.

L'enquête INCA 2 nous renseigne sur la contribution des différentes catégories de produits aux apports en sel.



Les charcuteries apparaissent comme le second contributeur aux apports en sel. Les produits comme les sandwichs sont également de forts contributeurs.

L'amélioration des charcuteries et croques monsieur Herta vis à vis du sel est donc pertinente.

1.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques liées à cet engagement sont :

- La teneur en sel mise en œuvre au cours du process de fabrication du produit
- Les teneurs en substituts du sel qui pourront être utilisés

1.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie

Le paramètre suivi sera la **teneur en sel ou en sodium du produit** (en g /100 g de produit fini) :

- **Dans les charcuteries,** le sodium n'est apporté que par le chlorure de sodium. Le paramètre suivi sera donc la teneur en sel.
- **Dans les pâtes à tarte,** il provient du chlorure de sodium. Le paramètre suivi sera donc la teneur en sel.
- **Dans les croques,** il provient du chlorure de sodium et des sels de fonte. Le paramètre suivi sera la teneur en sodium.

Les analyses seront effectuées par Herta avant et après amélioration du produit.

La réalisation de l'engagement sera suivie par un organisme indépendant (Bureau Veritas) lors d'audits annuels réalisés au siège social et sur les sites de production Herta en France. L'organisme vérifiera lors de ces audits : les analyses effectuées sur les produits, les méthodes utilisées (raccordement à des étalons internationaux), la maîtrise du procédé pour assurer la régularité du produit ainsi que l'étiquetage des produits.

<u>Méthode de contrôle de l'engagement par le bureau Veritas :</u>

- Contrôle documentaire des recettes transmises par Herta aux usines de fabrication, et comparaison documentaire avec les bases de données nutritionnelles Herta.

- Contrôle documentaire des résultats d'analyses nutritionnelles internes Herta :
  - effectuées lors du développement Produit ;
  - effectuées dans le cadre du monitoring sur produits fabriqués en usine.

- Contrôle le documentaire de l'historique des résultats et de la progression vers les engagements ultimes.

1.7 Objectifs finaux d'amélioration

Herta a décidé de raisonner en tenant compte des volumes de ventes, afin de refléter au maximum la réalité de consommation.
Herta s'engage ainsi à réduire la teneur en sel dans ses charcuteries et produits traiteur de 6% en moyenne, pondérée par les volumes de 2008, entre 2008 à 2012. Cet engagement touche 74% des volumes de ventes de la marque Herta :

Produit	catégorie	% réduction	% de produits améliorés (vol)
jambon	charcuterie	-5%	16%
Knacki	charcuterie	-9%	22%
Bacon, lardon, poitrine	charcuterie	-8%	15%
Total	**charcuterie**	**-7%**	**53%**
Pâtes toute prêtes	Traiteur	-3%	19%
Snacks	Traiteur	-3%	2%
Total	**Traiteur**	**-3%**	**21%**
Total Herta		**-6%**	**74%**

1.8 Difficultés prévisibles et effets indésirables potentiels

Les difficultés prévisibles sont de deux types :

- l'acceptation organoleptique par les consommateurs
- la sécurité alimentaire et la conservation des produits.

Le sel est en effet important pour la sécurité des produits, notamment des charcuteries. Le sel est un composé essentiel pour la transformation de la viande en produits de charcuterie cuite de par son effet conservateur ; il évite ainsi le développement des *Clostridium*, des *Listeria* et le développement des flores d'altération.
Pour les Lardons, Poitrine et Bacon, qui sont des produits de charcuterie crus, la diminution du taux de sodium est complexe à réaliser. Cette baisse pourrait nécessiter d'ajouter des conservateurs d'origine chimique ce qui n'est pas souhaité des consommateurs.

1.9 Progrès déjà réalisés

Herta est déjà engagé en nutrition depuis de nombreuses années. Herta a ainsi commencé à réduire la teneur en sodium de ses produits dès 2002. Les résultats obtenus vis à vis du sodium entre 2002 et 2005 sont les suivants :

- Lardons, bacon et poitrine : la teneur en sel moyenne a baissé de 28%.
- Jambon supérieur Le Bon Paris : la teneur en sel moyenne e a donc baissé de 14%.
- Gamme Tendre Noix : création de la gamme en 2003 sur la base du taux de sel du Jambon Supérieur Le Bon Paris après amélioration (1,9g/100g).

La réduction continue du taux de sel dans les produits Herta depuis 2002 permet de comprendre pourquoi la marge de manœuvre sur le critère sel est limitée, et donc pourquoi le pourcentage d'amélioration des produits entre 2008 et 2012 est moins important qu'entre 2002 et 2005.

1.10 Demande de mention et modalité d'utilisation

Sur les produits concernés par l'engagement, Herta souhaite pouvoir indiquer dans sa communication (internet, presse, affichage, TV...) une mention précisant la démarche engagée en concertation avec le PNNS.
La mention prévue par le référentiel est : «Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat ».

2 ENGAGEMENT N° 2 : RÉDUCTIONS DE LA TENEUR EN LIPIDES

2.1 Domaine d'intervention éligible

Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants

2.2 Nature de l'engagement

Herta s'engage à réduire la teneur en lipides de 8% dans les saucisses de Strasbourg KNACKI entre 2008 et 2012.

2.3 Les produits concernés

Les produits concernés sont des saucisses commercialisées sous la marque KNACKI.
Les raisons pour lesquelles Herta a décidé de concentrer son engagement sur les saucisses de Strasbourg et non sur d'autres produits à gros volumes sont les suivantes :

- **La teneur en matières grasses des jambons** cuits supérieurs a été significativement réduite depuis 1997, pour atteindre aujourd'hui moins de 2,5 g/100g de matière grasse en moyenne sur l'ensemble des gammes Le Bon Paris et Tendre Noix (hors référence « avec couenne » et « au torchon »). Cette teneur est faible (le produit est d'ailleurs réglementairement « pauvre en matière grasse ») et nettement inférieure à la moyenne du marché des jambons supérieurs découennés dégraissés qui est de 3,2g/100g. Ceci explique pourquoi les jambons ne sont pas inclus dans cet engagement.

- **En ce qui concerne les lardons**, la réglementation du Code des Usages de la Charcuterie impose l'utilisation de poitrines de porcs pour leur fabrication des Lardons. Leur taux de matière grasse est directement lié à celui de la matière première viande, comme c'est le cas pour le bacon et poitrines. Pour les lardons, Herta s'impose une sélection stricte des matières premières poitrines entrantes. Le taux de lipides moyen ainsi obtenu est de 20 g/ 100 g, soit 10% inférieur à la moyenne du marché qui est de 22 g/100g. Cela représente 186 tonnes de gras de porc utilisé en moins sur l'année 2007.

2.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels

Les Français consomment aujourd'hui trop de matières grasses. Quel que soit l'âge considéré, les lipides apportent plus de 37% de l'apport énergétique total.

Le PNNS recommande ainsi de réduire la contribution moyenne des apports en lipides totaux à moins de 35% des apports énergétiques journaliers.

	Homme		Femme		Garçon		Fille	
	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports	Rang	% apports
Beurre	1	12,1	1	13	1	10,4	1	10,6
Fromage	2	11,8	2	10,4	6	6,7	4	7,3
Charcuterie	3	10,4	4	8,2	2	8,2	3	7,6
Viandes	4	8,3	5	7,5	4	7,5	2	7,7
Huiles et sauces	5	7,6	3	9,29	8	5,4	7	5,9
Plats composés	5	6,7	6	6,5	5	7	6	6,5
Biscuits	13	2,7	12	3	8	5,4	7	5,9

Source : Afssa 2003

Les charcuteries, dont font partie les saucisses KNACKI, apparaissent parmi les premiers contributeurs aux apports en matières grasses.

Il est donc pertinent pour Herta de s'engager sur les KNACKI.

2.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques liées à cet engagement sont :

- La quantité de matières grasses mise en œuvre au cours du process de fabrication du produit.
- Les teneurs en substituts des matières grasses qui pourront être utilisés.

2.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie

Le paramètre suivi sera la teneur en lipides totaux dans le produit fini. Les analyses seront effectuées par Herta avant et après amélioration du produit.

La réalisation de l'engagement sera suivie par un organisme indépendant lors d'audits annuels réalisés au siège social et sur les sites de production Herta en France.
L'organisme vérifiera lors de ces audits : les analyses effectuées sur les produits, les méthodes utilisées (raccordement à des étalons internationaux), la maîtrise du procédé pour assurer la régularité du produit ainsi que l'étiquetage des produits.

2.7 Objectifs intermédiaires et finaux d'amélioration

Herta a décidé de raisonner en tenant compte des volumes de vente afin de refléter au maximum la réalité de consommation.

Herta suivra ainsi la teneur moyenne en matière grasse pondérée par les volumes de ventes et s'engage à réduire de 8% cette teneur moyenne pondérée en matières grasses de ses KNACKI d'ici 2012, selon l'échéancier suivant :

2008-2010 : réduction moyenne de 4% de la teneur en lipides
2008-2012 : réduction moyenne de 8% de la teneur en lipides

2.8 Composition nutritionnelle initiale et finale des produits améliorés

Le tableau ci-dessous recensant les différentes références de KNACKI, et les % de volumes de vente correspondant. Au total, 94% des produits de la catégorie KNACKI, soit 23% des produits Herta (volume de ventes 2008) seront améliorés :

Produit	% réduction total
Knacki Original	-8%
Knacki Ball	-8%
Grillé de Knacki	-8%
Knacki Gourmandes	-8%
Knacki Max	-8%
Knacki à poêler	-8%
Total Knacki	**-8%**
soit 23% du volume de ventes Herta amélioré sur ce critère	

2.9 Difficultés prévisibles et effets indésirables potentiels

La difficulté est de deux types :

- Organoleptique : la modification de la teneur en matières grasses induit des changements en terme d'arômes et de texture. C'est pourquoi il préférable de baisser le taux de matière grasse progressivement, afin que le consommateur s'habitue aux nouvelles recettes.
- Financière. Réduire la teneur en matière grasse impose d'augmenter la teneur en « ingrédients nobles » et coûteux. Herta souhaite préserver l'accessibilité prix de ses produits afin qu'ils soient consommés par le plus grand nombre.

2.10 Progrès déjà réalisés

Sur ses produits de la gamme Saucisses de Strasbourg KNACKI, Herta a modifié sa recette en avril 2005 : une baisse de près de 17%, soit 794 tonnes de gras de porc utilisées en moins sur l'année 2007.

2.11 Demande de mention et modalité d'utilisation

Sur les produits concernés par l'engagement, Herta souhaite pouvoir indiquer dans sa communication (internet, presse, affichage, TV...) une mention précisant la démarche engagée en concertation avec le PNNS.
La mention prévue par le référentiel est : «Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat ».

3 ENGAGEMENT °3 : REDUIRE LA TENEUR EN ACIDES GRAS TRANS DES PATES TOUTE PRETES

3.1 Domaine d'intervention éligible

Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants.

3.2 Nature de l'engagement

Herta s'engage à ce que la teneur en acides gras trans de ses pâtes à tarte et à pizza, ne dépasse pas 3% de la teneur en lipides totaux et ne dépasse pas 1% du produit fini, conformément aux exigences internes Herta-Nestlé et aux recommandations de l'AFSSA et OMS.

3.3 Les produits concernés

Les produits concernés sont les pâtes à tarte et les pâtes à pizza ; les autres produits ne contenant pas d'acides gras trans d'origine technologique.

Remarque : par ailleurs, les produits contenant du fromage, comme les croques, peuvent contenir des acides gras trans d'origine laitière.

3.4 La contribution des produits aux apports nutritionnels

Une consommation excessive d'acides gras trans est associée à une augmentation du risque cardio-vasculaire. C'est pourquoi l'AFSSA recommande de limiter les apports journaliers en acides gras trans à 2% de l'apport énergétique total.

Selon l'avis de l'AFSSA sur l'estimation des apports en acides gras trans de la population française de février 2009 (d'après les données de l'enquête INCA2, 2007), la catégorie des pâtisseries et gâteaux est le deuxième contributeur en Acides gras trans d'origine industrielle. Les pizzas, quiches et tartes salées sont également des vecteurs d'acides gras trans.

Principaux groupes d'aliments vecteurs d'Acides gras trans chez les adultes

Scénario 2 (avec correction des teneurs en AG *trans* manquantes)

Groupe d'aliments	Apport moyens en AG *trans* (g/j)	Apport AG *trans* (%)	Apports cumulés (%)
Fromages	0,51	22,08	22,1
Beurre	0,38	16,62	38,7
Plats composés	0,26	11,24	49,9
Viande	0,25	10,63	60,6
Pâtisseries et gâteaux	0,18	7,72	68,3
Ultra-frais laitier	0,15	6,64	74,9
Soupes et bouillons	0,09	3,73	78,7
Viennoiserie	0,08	3,56	82,2
Pizzas, quiches et pâtisseries salées	0,07	2,99	85,2
Biscuits sucrés ou salés et barres	0,04	1,69	86,9
Entremets, crèmes desserts et laits gélifiés	0,04	1,56	88,5
Lait	0,03	1,48	89,9
Sandwiches, casse-croûte	0,03	1,48	91,4
Pain et panification sèche	0,03	1,43	92,8
Margarine	0,03	1,30	94,1
Charcuterie	0,03	1,21	95,4
Huile	0,02	0,69	96,1
TOTAL	2,31		

La réduction de la teneur en acides gras trans dans les pâtes à tarte et à pizza Herta est donc une amélioration pertinente.

3.5 Les variables technologiques ou commerciales pour les produits

Les variables technologiques liées à cet engagement sont :

- La nature des matières grasses utilisées et leur teneur en acides gras trans.
- Les nouvelles matières premières utilisées en substitution des matières grasses partiellement hydrogénées.

Substitution : Les matières grasses partiellement hydrogénées seront remplacées par des matières grasses végétales non-hydrogénées fractionnées. Ces matières grasses sont composées de différents acides gras, dont la teneur est déterminée de manière à atteindre un point de fusion cible défini dans le cahier des charges, pour obtenir la texture voulue.

3.6 Paramètre quantifiable permettant le suivi de l'engagement et surveillance par une tierce partie

Le paramètre suivi sera la teneur en acides gras trans dans les lipides totaux.

Le suivi de l'engagement sera fait par le respect des recettes, le contrôle qualité en usine et chez les fournisseurs,

La réalisation de l'engagement sera suivie par un organisme indépendant lors d'audits annuels réalisés au siège social et sur les sites de production Herta. L'organisme vérifiera lors de ces audits : les analyses effectuées sur les produits, les méthodes utilisées (raccordement à des étalons internationaux), la maîtrise du procédé pour assurer la régularité du produit ainsi que l'étiquetage des produits.

3.7 Objectifs finaux d'amélioration

Sur la gamme des produits traiteur d'aide à la pâtisserie maison (pâtes à tarte et pâtes à pizza), la teneur en acides gras trans a été réduite de 68% en moyenne (pondérée par les volumes de vente 2008) entre 2006 et 2008 de manière à respecter les critères suivants :

- La teneur en acides gras trans d'origine industrielle est **inférieure ou égale à 3% du total lipidique**, pour répondre aux exigences internes Herta-Nestlé (définis selon les recommandations de l'OMS, 2003).

- La teneur en acides gras trans d'origine industrielle est **inférieure à 1g d'acides gras trans pour 100g de produit**, conformément à la recommandation de l'AFSSA (Avril 2005).

3.8 Composition nutritionnelle initiale et finale des produits améliorés

Ci-dessous le tableau recensant les produits améliorés, et les % de volumes de vente correspondant. Au total 22% des produits (volume de ventes 2008) ont été améliorés entre 2006 et 2008.

Produit	% réduction
Tarte en or Feuilletée	-70%
Tarte en or Brisée	-67%
Tarte en or Sablée	-75%
Trésor de Grand Mère Feuilletée	Nouveau
Trésor de Grand Mère Brisée	Nouveau
Pâte à pizza	-52%
Total pâtes à pizza et tarte	**-68%**

3.9 Progrès déjà réalisés

La teneur en acides gras trans avait déjà été améliorée de façon significative dans les pâtes brisée et feuilletée entre 2001 et 2005 :

	Evolution 2001-2005	
	g/100g lipides	*g/100g produit*
Pâte brisée	*-64%*	*-66%*
Pâte feuilletée	*-50%*	*-58%*

3.10 Demande de mention et modalité d'utilisation

Herta souhaite pouvoir indiquer dans sa communication (internet, presse, affichage, TV...) une mention précisant la démarche engagée en concertation avec le PNNS.
La mention prévue par le référentiel est : «Entreprise engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat ».

4 ENGAGEMENT n°4 : FORMULATION DES NOUVEAUX PRODUITS SELON UN CAHIER DES CHARGES NUTRITIONNEL SPECIFIQUE

4.1 Domaine d'intervention éligible

Création de produits de substitution.

4.2 Nature de l'engagement

Herta s'engage à optimiser les profils nutritionnels de ses nouveaux produits, en les formulant selon un cahier des charges intégrant des critères nutritionnels précis et spécifiques à Herta.

Les critères nutritionnels cibles d'Herta :
Dans le but d'évaluer la valeur nutritionnelle de l'ensemble de ses produits, Herta s'appuie sur une méthode basée sur des recommandations de santé publique (OMS et l'institut US de la médecine).

Cette méthode permet d'établir des profils nutritionnels par catégorie de produits, prenant en compte :

1. La place de la catégorie dans l'équilibre nutritionnel
2. Les facteurs nutritionnels qui composent les produits et leurs incidences sur la santé publique
3. La définition de seuils limites inférieurs et supérieurs de ces facteurs
4. La définition des critères d'évaluation des produits par portion, pour les enfants et les adultes

Les critères ainsi définis sont régulièrement mis à jour par des nutritionnistes et prenant en compte les dernières avancées en matière de nutrition.

4.3 Les produits concernés

La marque Herta développe en moyenne une vingtaine d'innovations ou de rénovations par an. **Toutes les recettes futures développées sous la marque Herta sont concernées** par cet engagement.