CHARTE BLEU-BLANC-COEUR D'ENGAGEMENTS VOLONTAIRES DE PROGRES NUTRITIONNEL

Pierre WEILL
Président de l'association Bleu-Blanc-Cœur

Noël RENAUDIN
Président du comité de validation des Chartes d'engagements nutritionnels
Direction Générale de la Santé

Fait à Paris, le

Association BLEU-BLANC-CŒUR

Ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports
M. Noël RENAUDIN
14, Avenue DUQUESNE
75700 PARIS

Combourtillé, le 21 Octobre 2008

Monsieur,

En 2000, lorsque les résultats de notre première étude clinique ont été connus, puis publiés dans la presse scientifique, ses investigateurs, conscients des enjeux en matière de santé publique, ont jeté les bases d'une organisation collective d'amélioration de la chaîne alimentaire. L'association Bleu-Blanc-Cœur était née et inscrivait dans ses statuts sa mission prioritaire : ***l'accessibilité du plus grand nombre de consommateurs à une alimentation de meilleure qualité nutritionnelle.***

A l'époque, les produits de haute valeur nutritionnelle n'étaient proposés qu'à une minorité de consommateurs avec une nette composante sociale.

8 ans plus tard, 4 autres études cliniques plus tard, 80 publications scientifiques plus tard, notre engagement n'a pas faibli et nos convictions se renforcent étude après étude.
Nous sommes plus que jamais conscients de l'importance de la qualité nutritionnelle des produits de base qui composent quotidiennement l'alimentation de la majorité des français en matière de santé publique.
Nous sommes plus que jamais conscients du lien fort entre mode de production agricole, environnement, santé animale, santé humaine et santé de la planète.

Nous disposons d'un large faisceau de résultats expérimentaux et de publications scientifiques qui démontrent l'intérêt de cette démarche d'amélioration de la chaîne alimentaire dans un vaste projet d'agriculture à vocation santé et environnement.
Nous disposons désormais d'un large réseau de producteurs engagés dans la démarche, nous disposons aussi d'un large réseau d'industriels et de distributeurs adhérents à l'association qui diffusent nos produits et nos messages.

Ce faisceau de preuves, ce réseau d'adhérents, nous les mettons avec beaucoup de bonheur au service de la charte signée dans le cadre du PNNS.

Les engagements qu'il nous est demandé de tenir concernent :

- Le développement du mode de production Bleu-Blanc-Cœur,
- Le développement de la diffusion des produits Bleu-Blanc-Cœur,
- La maîtrise des coûts de production en filière Bleu-Blanc-Cœur,
- La diffusion de messages nutritionnels consensuels au plus grand nombre.

Le respect de ces engagements est très exactement notre raison d'être.

Les milliers de producteurs agricoles et le tissu de PME d'artisans et d'industriels qui se sont déjà engagés avec nous dans cette démarche y verront un début de reconnaissance de leurs efforts pour produire mieux et aussi un formidable espoir pour l'avenir de leurs productions.

Association Bleu-Blanc-Cœur - La Messayais - 35210 COMBOURTILLE
Tél. 02 99 97 60 54 - Fax 02 99 97 60 68 - E-mail : contact@bleu-blanc-coeur.com
Association loi 1901 - n° 609 du 19/08/2000 - Siret 457 628 191 00011 - N° TVA intracommunautaire FR 61 457 628 191

Association BLEU-BLANC-CŒUR

Bien sûr, nous ferons tout pour respecter ces engagements.
Nous nous y engageons au nom de tous les adhérents de notre association, qu'ils soient scientifiques, paysans, transformateurs, distributeurs ou consommateurs. Nous nous y engageons au nom des cinq salariés de l'association qui y verront aussi une motivation supplémentaire et une récompense pour leurs efforts et leur implication.

Nous ferons tout pour être dignes de la reconnaissance que procure l'adhésion à la charte et à ses engagements.

Il y a 8 ans, notre initiative née de la rencontre de producteurs et de scientifiques n'était qu'une belle idée.
Désormais, au moment de la signature de cette charte, l'idée d'hier doit devenir une réalité nutritionnelle forte et tangible au service de tous nos concitoyens.

Avec beaucoup d'espoir et de fierté,

Veuillez croire, Monsieur, en l'assurance de nos sentiments respectueux.

Pierre WEILL
Président de Bleu-Blanc-Cœur

Nathalie KERHOAS
Responsable de Bleu-Blanc-Cœur

Docteur Bernard SCHMITT
Président du Conseil Scientifique de Bleu-Blanc-Cœur

Jean-Pierre PASQUET
Co-Président de Bleu-Blanc-Cœur et éleveur laitier

Association Bleu-Blanc-Cœur - La Messayais - 35210 COMBOURTILLE
Tél. 02 99 97 60 54 - Fax 02 99 97 60 68 - E-mail : contact@bleu-blanc-coeur.com
Association loi 1901 - n° 600 du 19/08/2001 - Siret 437 628 191 00011 - N° TVA Intracommunautaire FR 61 437 628 191

Fiche résumé des engagements Bleu-Blanc-Cœur

Bleu-Blanc-Cœur est une Association dont la mission est d'organiser et de promouvoir des filières de production agricoles qui intègrent des préoccupations nutritionnelles pour le consommateur (moins de lipides, de graisses saturées et d'Oméga 6, meilleur équilibre Oméga 6/Oméga 3... dans les produits animaux). Nos cahiers des charges prévoient l'emploi de sources végétales tracées et sécurisées en acides gras Oméga 3, telles que les graines de lin, le lupin, le colza, la luzerne (...) dans l'alimentation des animaux d'élevage.

Dans le cadre de sa charte de progrès nutritionnel avec le PNNS, Bleu-Blanc-Cœur s'est fixé trois niveaux d'engagements qui doivent permettre d'apporter des garanties en matière d'amélioration de la qualité intrinsèque de notre alimentation de base.

① ***Engagements des PRODUCTEURS à développer les filières Bleu-Blanc-Cœur**, à démultiplier le nombre d'animaux nourris selon les cahiers des charges de l'Association, tout en maîtrisant les coûts à la production.*

Bleu-Blanc-Cœur, appuyé par ses adhérents, s'engage à augmenter le nombre d'animaux nourris selon les recommandations des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur d'ici à 2011 :

	2007		2011	
Filières	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*
PORCS	6000 porcs / sem	3%	18.000 porcs / sem	9%
BOVINS	500 bêtes / sem	1,5%	4.000 bêtes / sem	12%
LAIT	0,4 million de L / sem	0,1%	30 millions de L / sem	6,5%
OEUFS	250.000 œufs / sem	0,1%	10 millions d'œufs / sem	3,5%
LIN	64 T / sem	-	930 T / sem	-

**Source : office de l'élevage*

En plus de ces engagements de mise en marché, Bleu-Blanc-Cœur s'engage à une **maîtrise de ses coûts de production dans la limite maximum de 5% de surcoûts**.

② **Engagement de MISE EN MARCHE et de DISPONIBILITE des produits,** *par les acteurs économiques adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, afin de garantir une amélioration de la qualité nutritionnelle de notre alimentation de base.*

Les membres de l'Association (producteurs, transformateurs, distributeurs) s'engagent à améliorer la qualité globale de l'assiette du consommateur en créant de nouveaux produits et en améliorant leur diffusion :

	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de références de produits Bleu-Blanc-Coeur	350	400 (+15%)	450 (+12,5%)	500 (+11%)	550 (+ 10%)
	+ 57%				

Bleu-Blanc-Cœur s'engage pour l'ensemble de ces produits mis en marché à améliorer leur composition nutritionnelle, et plus particulièrement à :

- Doubler la teneur en acides gras Oméga 3 des produits animaux de base (viandes, œufs, produits laitiers...)
- Rééquilibrer le ratio Oméga 6 / Oméga 3 à une valeur inférieure à 5 comme l'exige les cahiers des charges de production Bleu-Blanc-Cœur sur toutes les références concernées
- Diminuer significativement la teneur en acide palmitique (principal acide gras saturé) des produits laitiers Bleu-Blanc-Coeur (-20%) par rapport à des produits laitiers conventionnels (lait classique d'hiver).
- De diminuer le ratio C16:0 / n-3 de moitié pour l'ensemble des produits Bleu-Blanc-Cœur par rapport au produit équivalent dit standard (n'ayant pas consommé de sources végétales tracées et riches en Oméga 3).

③ Engagement de relais du discours du PNNS au sein de son réseau

L'Association Bleu-Blanc-Cœur s'engage à développer l'information nutritionnelle vers le consommateur, via des documents portant le logo PNNS, en s'appuyant sur son réseau d'entreprises, de ses outils de communication interne (lettre d'infos, site web...) en :

- Créant des outils de communication Bleu-Blanc-Cœur relayant le discours du PNNS (à destination du consommateur, des professionnels de santé et des enfants) et qui sont soumis en parallèle de cette charte au Comité d'Habilitation du PNNS.

- Engageant chaque année 10% de son budget de communication à diffuser de l'information nutritionnelle :
    - Participation à des congrès de nutrition où seront relayés des éléments du discours PNNS
    - Création d'outils de communication où nous nous engageons à créer un encart « spécial nutrition » qui relaiera des messages du PNNS
    - Notre lettre d'informations Bleu-Blanc-Cœur (3 numéros par an ; diffusion à plus de 5.000 exemplaires / numéro) intègrera désormais un encart « Nutrition, Bon pour vous » qui précisera des conseils nutritionnels issus du programme PNNS.

CHARTE BLEU-BLANC-COEUR D'ENGAGEMENTS VOLONTAIRES DE PROGRES NUTRITIONNEL

Programme National Nutrition Santé

Données Générales

1.1- NOM ET RAISON SOCIALE DU DEMANDEUR

Bleu-Blanc-Cœur
Association loi 1901
Adresse : La Messayais (35210 COMBOURTILLE)
Président : Pierre WEILL
contact@bleu-blanc-cœur

Bleu-Blanc-Cœur est une Association à but non lucratif, de droit français (de type loi 1901) (www.bleu-blanc-coeur.com). Elle a été créée en août 2000 (Journal Officiel n°609 du 19/08/2000 - annexe 1-). Les statuts et le Règlement intérieur de l'Association sont présentés en annexe 2. L'Association Bleu-Blanc-Cœur se transforme actuellement en une Association ouverte à ses partenaires européens ; elle est le support d'une demande d'allégation de santé auprès de la Commission Européenne (*Règlement CEE 1924/2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé*).

- *Missions de l'Association*

La mission de Bleu-Blanc-Coeur est d'organiser et de promouvoir des filières de production agricoles qui intègrent des préoccupations nutritionnelles pour le consommateur. Nous préconisons le développement de sources végétales tracées et sécurisées d'acides gras Oméga 3, telles que les graines de lin, dans l'alimentation des animaux d'élevage.

Cet effet « chaîne alimentaire » induit une amélioration des teneurs en acides gras des produits animaux avec notamment un enrichissement en Oméga 3 et une diminution des teneurs en graisses saturées et en Oméga 6 dans les produits animaux.
Bleu-Blanc-Coeur promotionne des cultures (lin, lupin, herbe, luzerne, colza...) qui représentent autant d'alternatives aux productions dominantes (maïs, blé, soja). Ce sont aussi des sources naturelles, sécurisées et renouvelables d'acides gras (AG) Oméga 3. Le renouveau de ces cultures dans le paysage agricole français (et européen) met en pratique une diversification alimentaire intéressante aux plans agronomique, environnemental (bio-diversité) et nutritionnel (Ailhaud et al., 2006).

Puisque d'une part la composition lipidique des produits animaux est très dépendante de la composition lipidique de l'alimentation animale, et que d'autre part les principales sources végétales utilisées en alimentation animale (maïs, soja..) sont très riches en acides gras Oméga 6, ces modes d'élevage améliorent les qualités nutritionnelles des produits animaux et notre dossier s'attache à démontrer précisément ce point.

Par rapport à des produits animaux standards (c'est-à-dire qui n'ont pas reçu cette alimentation, les produits issus de ce mode de production se caractérisent par des :

- Teneurs réduites en lipides totaux
- teneurs réduites en graisses saturées et en acides gras Oméga 6 (AG n-6)
- teneurs accrues en graisses poly-insaturées Oméga 3 (AG n-3)
- et donc, des ratios AG n-6/ AG n-3 et Acides Gras saturés / AG n-3 nettement diminués

Bleu-Blanc-Coeur organise cette démarche nutritionnelle depuis les Producteurs jusqu'aux Consommateurs dans le but de promouvoir une « **Agriculture à vocation Santé** ». Elle développe un logo de réassurance pour les produits alimentaires issus de ses cahiers des charges de production (viandes, produits laitiers, oeufs, ... soit plus de 350 produits porteurs du logo Bleu Blanc Cœur - logo présenté en annexe 3. L'Association ne fait pas la promotion de produits santé ou d'alicaments mais bien celle d'un menu équilibré et varié.

L'Association compte à ce jour 252 adhérents répartis au sein de 7 collèges (+ 1 collège International). Tous les acteurs de la chaîne alimentaire, du producteur de lin au consommateur final sont impliqués dans la vie de l'association sur une base d'égalité de responsabilité :

- Collège 1 : **Production végétale** (les obtenteurs de semences, les coopératives de production végétales, les entreprises de collecte de grain)
- Collège 2 : **Nutrition animale** (les fabricants d'aliment du bétail, les fournisseurs de services en nutrition animale, les ateliers de cuisson du lin, de déshydratation de luzerne...)
- Collège 3 : **Production animale** (les groupements (associations et coopératives) d'éleveurs de volailles, d'ovins, bovins, porcs, etc...)
- Collège 4 : **Producteurs fermiers** (les agriculteurs indépendants, transformant leur production à la ferme)
- Collège 5 : **Transformateurs** (Laiteries, entreprises de conditionnement d'œufs, de transformation de viande, de production de charcuteries, Meuneries, etc..)
- Collège 6 : **Distributeurs** (Chaîne de distribution, magasins indépendants, restaurateurs, grossistes, collectivités)
- Collège 7 : **Consommateurs** (Associations de consommateurs...)
- Collège 8 : **International** (Associations sœurs hors France)

En annexe 4, la liste des sociétés adhérentes de l'Association détaillée par collège ainsi que la liste des membres du Conseil d'Administration et du Conseil Scientifique.

La démarche Bleu-Blanc-Cœur s'inscrit dans une politique de Prévention Passive, caractérisée par une amélioration des qualités nutritionnelles de produits de consommation courante.
Cette amélioration est mesurable et permet de se rapprocher des Apports Nutritionnels Conseillés (ANC). Ces produits à profil nutritionnel amélioré sont des produits de base d'un poids important dans la consommation moyenne des français, et accessibles au plus grand nombre (avec un surcoût lié au mode de production très faible).

Bleu-Blanc-Coeur est une démarche où tous les acteurs de la filière (les agriculteurs, les éleveurs et les transformateurs) s'engagent à respecter des cahiers des charges de production. Chaque cahier des charges est élaboré avec l'aide du conseil scientifique de l'association (Annexe 5 : les instances qui dirigent l'association). A ce jour, 20 cahiers des charges (liste non exhaustive) existent et sont exploités par les membres de l'Association (production de viande de porcs, de lait, de pain, d'œufs...) ; (liste des cahiers des charges en annexe 6).

Les cahiers des charges reposent sur une double obligation de moyens et de résultats :

- *L'obligation de résultats* constitue la vraie originalité de cette démarche qui définit pour chaque produit une composition lipidique objective avec des valeurs minimum et maximum définissant la fourchette des tolérances admises. A titre d'exemple, la teneur en acides gras Oméga 3 des produits Bleu-Blanc-Coeur est en moyenne trois fois supérieure à celle d'un produit standard isolipidique.

- *L'obligation de moyens* définit les moyens à mettre en œuvre, notamment au niveau des productions végétales et de la composition des rations d'alimentation animale pour atteindre les résultats.

La filière Bleu-Blanc-Coeur, présente plusieurs originalités :

⇨ **C'est un exemple unique de gestion collective d'une marque** qui est apposée sur le sac de semences végétales à un bout de la chaîne alimentaire et sur le produit fini destiné au consommateur à l'autre extrémité de la filière.

⇨ **C'est un exemple unique de filière dont l'organisation est basée sur une notion « d'obligation de résultats »** basée sur la différenciation analytique des produits et qui intègre à la fois des notions de :

- **nutrition** et de « **prévention-santé** »
- **plaisir** (annexe 7)
- **bien-être animal** (annexe 8)
- **environnement** (annexe 8 et annexe 9)
- **partage équitable** puisque tous les maillons de la filière sont représentés sur le principe « d'une structure = une voix »
- **traçabilité :** la teneur des produits finaux en AG Oméga 3 est un excellent traceur des pratiques agricoles et est le gage du bon respect des cahiers des charges à chaque maillon de la filière.

1.2- DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

L'Association Bleu-Blanc-Cœur n'a pas d'activité industrielle ou commerciale en propre. Elle édicte des cahiers des charges (par filière de production : filière lait, viande bovine, porcs, œufs...) élaborés avec l'appui de du Conseil d'Administration, du Comité de Contrôle et du Conseil Scientifique de Bleu-Blanc-Cœur. Elle promotionne auprès de ses adhérents (producteurs, transformateurs et distributeurs) la mise en application de ses cahiers des charges qui permettent d'améliorer la qualité intrinsèque des produits animaux. Sachant que 60% des lipides aujourd'hui consommés en France sont d'origine animale, ce travail de fond mené par l'Association permet d'améliorer significativement le profil nutritionnel des repas ainsi consommés.

Créée il y a bientôt 8 ans, l'Association a su encourager de nombreux producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs à s'engager auprès d'elle pour améliorer via la chaîne alimentaire les produits de base (viande, produits laitiers, œufs...) qui composent notre alimentation courante.

La reconnaissance par le Programme national Nutrition Santé du bien-fondé de notre action pourrait être un catalyseur de ces actions menées auprès des professionnels de l'Agriculture, de la Transformation et de la Distribution. Ci-dessous, nous vous dressons un état des lieux des produits fabriqués, commercialisés actuellement et des marques qui ont choisi d'accompagner l'Association Bleu-Blanc-Cœur.

1.2.1- Produits fabriqués ou distribués *(nature et part dans le chiffre d'affaires)*

- *Les produits Bleu-Blanc-Coeur*

Les produits Bleu-Blanc-Coeur sont identifiables par leur estampille (le logo Bleu-Blanc-Cœur). Leur composition est définie selon les cahiers des charges présentés ci-avant et peuvent donc être combinés de multiples manières au sein d'un menu équilibré qui peut associer :

- Tout type de produits laitiers de vache (ex. : lait, yaourts, desserts lactés, fromages, beurre...), de chèvre (ex : lait, fromages...) ou de brebis (ex : fromages...)
- Tout type de viande (ex. viande de bœuf, d'agneau, de veau, de porc, de volailles...) et tout type de catégorie de viandes (ex. pour la volaille : poulets, dindes, cailles, canards, pintades...). Les produits Bleu-Blanc-Coeur considèrent les différentes déclinaisons de viandes (ex pour le porc : charcuteries telles que le jambon ou les lardons (...), et les pièces de découpe telles que le rôti, les côtes de porc, les escalopes...)
- Tout type d'œufs et d'ovoproduits.
- Tout type de poissons d'élevage
- Tout type de produits végétaux (ex. pain, biscuits, céréales de petits déjeuners, gâteaux... qui intègrent des sources de lipides végétaux), etc....

L'ensemble des produits et de leur composition nutritionnelle sont présentés en annexe 10.

L'Association a mis en place un **comité d'habilitation**, composé de diététiciennes, qui est en charge de la validation des recettes des produits élaborés. Les critères d'appréciation (annexe 11) ont été définis de telle sorte que le produit ne puisse communiquer sur une teneur améliorée en AG Oméga 3 que si la cohérence lipidique de la recette a été prise en compte

(notamment concernant les teneurs en lipides, en AG Oméga 6, en acides gras saturés et aussi les ratios AG Oméga 6 / AG Oméga 3 ou AGS/AG Oméga 3). Le produit doit aussi correspondre aux principales normes de l'alimentation lipidique telles que définies dans les principales recommandations européennes (OMS, 2003 ; Eurodiet, 2000).

En exigeant la validation de chaque packaging ou document portant son logo, l'Association contrôle le discours nutritionnel de ses adhérents qui pourraient être tentés, dans certains cas de valoriser la teneur accrue en AG n-3 de leurs produits, pour inciter à consommer plus de produits et par voie de conséquence plus de lipides.

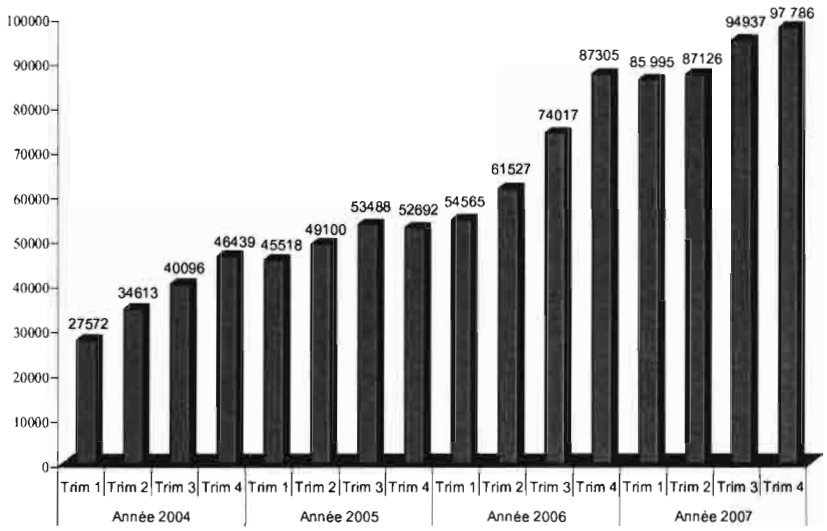
Le message nutritionnel de l'association inscrit l'amélioration de la qualité nutritionnelle des produits de consommation courante dans un message plus général de diminution de la consommation globale de lipides.

- *Nature et parts dans le chiffre d'affaires*

Le budget dégagé par l'Association est principalement basé sur les ventes des produits de la filière et qui valorisent le logo Bleu-Blanc-Cœur. Ces redevances sont de 0,2% du chiffre d'affaires réalisé par les entreprises sur leurs produits estampillés du logo de l'Association (de la semence de lin jusqu'au produit fini destiné au consommateur).
L'Association dispose dans le cadre du contrôle de sa filière de la comptabilité matière de tous les membres et peut ainsi déterminer l'évolution des mises en production et en marché de ses produits. Cette comptabilité matière permet entre autres à l'Association de facturer à ses membres des redevances basées sur leur activité commerciale au sein de la filière et permettant de financer les actions de communication mises en place, de contrôler les filières et de mettre en œuvre des études scientifiques et de les faire connaître...

Ce chiffre d'affaires, en progression constante depuis quelques années, montre l'intérêt croissant du consommateur pour cette promesse étayée, simple et naturelle d'une agriculture à vocation santé.

Redevances en € *(0,2% du CA)*



Le graphe ci-avant indique l'évolution de l'activité des produits estampillés Bleu-Blanc-Cœur au travers de l'évolution des redevances perçues par l'Association. Le chiffre d'affaires ainsi reconstitué pour l'ensemble des produits de la filière (de l'amont à l'aval) était de 176 millions d'Euros en 2007 (en progression de +25% par rapport à l'année précédente).

Ce chiffre d'affaires constitue un indicateur fidèle de l'évolution des filières et des ventes des produits Bleu-Blanc-Cœur. Il traduit également l'implication des acteurs des filières à s'engager tout ou partie de cette Agriculture « alternative ».

1.2.2- Marques utilisées (y compris MDD)

A ce jour, près de 350 produits portent l'estampille Bleu-Blanc-Cœur (viandes, produits laitiers, charcuteries, œufs, pain...). Le réseau de distribution est large et mixte : il concerne aussi bien la grande distribution que l'artisanat et depuis peu la restauration collective avec quelques expériences menées en restauration scolaire ou d'entreprises.

Les produits Bleu-Blanc-Cœur peuvent être :

- des produits de marque de grande notoriété (Matines, Fleury Michon, Danone, Entremont, Banette...)
- des produits locaux, régionaux fabriqués par des tissus des PME à la recherche de nouveaux débouchés valorisants pour leurs productions
- et aussi des produits fabriqués à la ferme et commercialisés en vente directe.

Le logo Bleu-Blanc-Coeur peut s'apposer à des marques nationales mais aussi des marques des distributeurs (comme aujourd'hui chez Carrefour, Monoprix, Coop Alsace, Casino et aussi Système U qui vient récemment de rejoindre l'Association). Les distributeurs ont un atout essentiel : celui de mettre en scène le menu Bleu-Blanc-Cœur (avec les conseils nutritionnels associés nécessaires) et ce, à un prix accessible pour tous.
Nous vous prions de trouver la liste des produits Bleu-Blanc-Cœur existants en Annexe 12.

En 2007, le budget de l'Association (selon redevances perçues) provient des filières :

- **Viandes** (porc, bovin, agneau, volaille, lapin et veau) : 68% des redevances
- **Lait** : 21% des redevances
- **Œufs** : 8% des redevances
- **Meunerie et panification** : 2% des redevances

Les filières actuellement les plus avancées dans cet axe nutritionnel que constitue la démarche Bleu-Blanc-Cœur sont donc les filières viandes et produits laitiers, sources importantes de lipides dans notre alimentation quotidienne. Comme nous le verrons dans la suite de ce dossier, la changement qualitatif permis par la démarche Bleu-Blanc-Cœur sur ces produits impacte de façon importante la composition globale de l'alimentation.

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

La communication effectuée sur les produits est réalisée de concert entre les marques et l'Association qui est, notamment en charge de valider la conformité de cette communication vis-à-vis de la réglementation en vigueur et vis-à-vis de l'esprit de la démarche tel qu'il a été défini dans les statuts (avec notamment ce souhait d'accessibilité au plus grand nombre des produits Bleu-Blanc-Cœur).
La communication destinée aux consommateurs est pilotée par une commission marketing composée d'adhérents et réalisée par l'Association. Cette communication pédagogique et institutionnelle est mise à disposition de l'ensemble des adhérents qui en font la demande. Nous vous prions de trouver en annexe 13, des exemples d'outils de communication réalisés par l'Association et destinés à plusieurs cibles de consommateurs :

- ⇨ Des bandes dessinées destinées à vulgariser le concept et des idées simples sur la nutrition
- ⇨ Un document pédagogique destiné aux enfants lorsque nous réalisons des menus Bleu-Blanc-Cœur dans les cantines scolaires. Ces opérations peuvent être précédées d'actions pédagogiques en classe avec les professeurs. Pour ce faire, nous avons élaborer un quizz nutrition.
- ⇨ Des outils destinés aux consommateurs et remis dans plusieurs types de lieux de distribution. Dans les supermarchés nous distribuons des leaflets informatifs sur comment composer un menu équilibré en rappelant les grands principes et en donnant des idées de menus équilibrés à composer avec le panier de courses correspondants. Dans d'autres lieux (salons, expositions, foires agricoles, cabinets médicaux…), nous avons des outils de communication destinés à sensibiliser le consommateur sur l'impact du mode de production agricole sur la qualité de ses produits…

Avec ce dossier, nous déposons plusieurs outils de communication afin qu'ils puissent demain obtenir et porter le logo PNNS (document pour les consommateurs, un document pour les jeunes enfants et un document pour les diététiciennes).
NB : cette communication s'adresse autant aux consommateurs (vulgarisation nutritionnelle) qu'aux producteurs agricoles pour expliquer les efforts nutritionnels en aval des choix de production.

Les produits Bleu-Blanc-Coeur sont issus d'un mode de production permettant une amélioration de la qualité intrinsèque des produits via l'utilisation de sources végétales riches en AG Oméga 3 dans la chaîne alimentaire.

Les produits Bleu-Blanc-Cœur présentent des teneurs en lipides totaux et en AGS inférieures à des produits standards, alors que les teneurs en AG Oméga 3 sont supérieures. Les ratios Oméga 6 / Oméga 3 et AGS/Oméga 3 sont très inférieurs à ceux des produits standards.

Les produits Bleu-Blanc-Coeur répondent à des cahiers des charges basés sur une double obligation de moyens et de résultats et, pour les produits élaborés, à l'agrément d'un comité d'habilitation.

L'objectif est de proposer au consommateur des produits avec un profil lipidique maîtrisé, contrôlé, cohérent et amélioré par rapport à des produits conventionnels.
Les produits Bleu-Blanc-Coeur sont des produits de base, largement consommés, et qui demeurent d'un coût accessible.

Le logo Bleu-Blanc-Cœur est porté par des marques connues et aussi par des produits régionaux et locaux ; ils sont donc accessibles à un large nombre de consommateurs.

Le développement croissant que connaît actuellement ces produits témoigne d'une volonté des professionnels de l'agro-alimentaire à s'engager dans ces filières alternatives, de la demande des consommateurs pour des produits alliant naturalité, plaisir et atout nutritionnel et témoigne finalement d'une amélioration continue de la composition intrinsèque en lipides de l'assiette du consommateur.

1.3- ENGAGEMENTS COLLECTIFS DE BLEU-BLANC-COEUR

Les engagements pris dans le cadre de cette charte de progrès nutritionnel sont portés par l'ensemble des adhérents de notre Association. Ce sont des engagements collectifs, qui pourront être, très vite et très aisément, démultipliés. Ce sont tous les acteurs de nos filières, du producteur au distributeur, qui s'engagent à produire sous ces cahiers des charges dans le but d'améliorer pas à pas la qualité intrinsèque de notre alimentation courante.

Pour vous garantir la faisabilité de ces engagements, les membres élus au Conseil d'Administration de l'Association Bleu-Blanc-Cœur se sont engagés par courrier, au nom de leur collège et aussi au nom de leur propre structure, à appliquer ces engagements. (pièce jointe)

En mettant tout en œuvre pour que les cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur **soient appliqués par un large nombre de producteurs et d'éleveurs en amont des filières**, l'Association s'engage à réduire les quantités de lipides des aliments ; et à améliorer de façon significative les consommations en acides gras (diminution des acides gras saturés, rétablissement d'un équilibre idéal Oméga 6 / Oméga 3, teneur accrue en Oméga 3 (précurseur et dérivés à longues chaînes...). Cette implication de tous les maillons de la chaîne alimentaire dans ce projet d'une Agriculture à Vocation permet d'améliorer la qualité intrinsèque d'**un grand nombre de produits de notre alimentation courante** et participe en quelque sorte à faire de la **prévention passive**.
Les engagements de Bleu-Blanc-Cœur et de ses adhérents sont de poursuivre un double objectif **qualitatif** et **quantitatif** : d'une part modérer les quantités de matières grasses ingérées et d'autre part améliorer le profil en acides gras de nos produits.

Ces engagements qualitatifs et quantitatifs iront de pair avec un autre engagement de l'Association de diffuser aux consommateurs - au sens large - une **information nutritionnelle cohérente avec les grands axes du Programme National Nutrition Santé**.

L'association s'est donc fixé trois niveaux d'engagements qui doivent permettre d'apporter des garanties en matière d'amélioration de la qualité intrinsèque de notre alimentation de base.

① ***Engagements des PRODUCTEURS à développer les filières Bleu-Blanc-Cœur,*** *à démultiplier le nombre d'animaux nourris selon les cahiers des charges de l'Association, tout en maîtrisant les coûts à la production.*

Nous nous engageons à augmenter le nombre d'animaux nourris selon les recommandations des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur d'ici à 2011. Ces engagements sont des engagements de mise en production pour lesquels l'Association et des adhérents (producteurs et transformateurs) se sont entendus.
Les courriers de soutien de nos adhérents (pièce jointe) vous garantissent que c'est tout un ensemble d'acteurs (du producteur au distributeur) qui soutient cette démarche d'amélioration de la qualité nutritionnelle par élevage à nutrition orientée. Soyez ainsi assurés de nos objectifs ambitieux de développement pour une alimentation de qualité offerte au plus grand nombre.

Nous exprimons ces objectifs par nombre d'animaux issus des principales filières de production (porcs, bovins, lait, œufs...) et avons traduit ces objectifs en pourcentage de la production française (comparaison réalisée avec les données annuelles publiées par l'office de l'élevage).

Le tableau ci-dessous présente les engagements quantitatifs fixés jusqu'à 2011 par l'Association Bleu-Blanc-Cœur :

	2007		2008	2009	2010	2011	
Filières	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*
PORCS	6000 porcs / sem	3%	10.000 porcs / sem	13.000 porcs / sem	15.000 porcs / sem	18.000 porcs / sem	9%
BOVINS	500 bêtes / sem	1,5%	1.000 bêtes / sem	2.000 bêtes / sem	3.000 bêtes / sem	4.000 bêtes / sem	12%
LAIT	0,4 million de L / sem	0,1%	8 millions de L / sem	15 millions de L / sem	20 millions de L / sem	30 millions de L / sem	6,5%
OEUFS	250.000 œufs / sem	0,1%	2 millions d'œufs /sem	5 millions d'œufs / sem	7,5 millions d'œufs / sem	10 millions d'œufs / sem	3,5%
LIN	64 T / sem	-	268 T / sem	545 T / sem	655 T / sem	930 T / sem	-

**Source : office de l'élevage*

Ces objectifs sont des objectifs ambitieux qui d'ici à 2011 vont permettre d'accroître la qualité intrinsèque (moins de graisses saturées, plus d'Oméga 3, meilleur équilibre Oméga 6/Oméga 3...) des produits qui composent l'alimentation de base quotidienne des français.
Derrière chaque produit portant le logo Bleu-Blanc-Cœur, ce sont 5 produits qui voient leur profil nutritionnel amélioré. En effet, pour un produit portant le logo Bleu-Blanc-Cœur commercialisé, il aura fallu pour des raisons logistiques et d'économie d'échelle en produire d'autres qui même s'ils présentent les caractéristiques nutritionnelles des produits BBC ne portent pas son logo.

En contre partie de ces engagements de mise en marché, de développement des filières, d'accessibilité du menu Bleu-Blanc-Cœur au plus grand nombre, Bleu-Blanc-Cœur s'engage à une **maîtrise de ses coûts de production dans la limite maximum de 5% de surcoûts**. Ces surcoûts sont liés à l'incorporation de graines de lin (ou autre source végétale d'Oméga 3 tracée : luzerne, lupin, colza...) dans l'alimentation des animaux en substitution de blé, de maïs ou de soja qui sont des matières premières plus compétitives en terme de prix.

② Engagement de MISE EN MARCHE et de DISPONIBILITE des produits, *par les acteurs économiques adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, afin de garantir une amélioration de la qualité nutritionnelle de notre alimentation de base.*

La démarche Bleu-Blanc-Cœur repose sur une amélioration de la qualité intrinsèque des produits qui composent notre alimentation de base (produits laitiers, viandes, charcuteries, œufs...).

Les membres de l'Association (producteurs, transformateurs, distributeurs) s'engagent à améliorer la qualité globale de l'assiette du consommateur en améliorant la diffusion des produits afin de permettre l'accès pour le consommateur au « menu Bleu-Blanc-Cœur » (le menu Bleu-Blanc-Cœur associe l'ensemble des aliments issus de la filière lin (lait, viandes,

œufs...) qui ensemble et dans le cadre d'une alimentation équilibrée permettent d'améliorer significativement le profil en acides gras consommés). Des courriers de nos adhérents garantissant la faisabilité de cet engagement sont également annexés dans le dossier joint.

Les engagements de l'Association en matière de diffusion de produits *(en nombre de références)* ***sont les suivants :***

	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de références de produits Bleu-Blanc-Coeur	350	400 (+15%)	450 (+12,5%)	500 (+11%)	550 (+10%)
	+ 57%				

Bleu-Blanc-Cœur s'engage pour l'ensemble de ces produits mis en marché à améliorer leur composition nutritionnelle, et plus particulièrement à :

- Doubler la teneur en acides gras Oméga 3 des produits animaux de base (viandes, œufs, produits laitiers...)
- Rééquilibrer le ratio Oméga 6 / Oméga 3 à une valeur inférieure à 5 comme l'exige les cahiers des charges de production Bleu-Blanc-Cœur sur toutes les références concernées
- Diminuer significativement la teneur en acide palmitique (principal acide gras saturé) des produits laitiers Bleu-Blanc-Coeur (-20%) par rapport à des produits laitiers conventionnels (lait classique d'hiver).
- De diminuer le ratio C16:0 / n-3 de moitié pour l'ensemble des produits Bleu-Blanc-Cœur par rapport au produit équivalent dit standard (n'ayant pas consommé de sources végétales tracées et riches en Oméga 3).

③ Engagement de relais du discours du PNNS au sein de son réseau

L'Association Bleu-Blanc-Cœur s'engage à développer l'information nutritionnelle vers le consommateur, via des documents portant le logo PNNS, en s'appuyant sur son réseau d'entreprises, de ses outils de communication interne (lettre d'infos, site web...) en :

- Créant des outils de communication Bleu-Blanc-Cœur relayant le discours du PNNS (à destination du consommateur, des professionnels de santé et des enfants) et qui sont soumis en parallèle de cette charte au Comité d'Habilitation du PNNS.

- Engageant chaque année 10% de son budget de communication à diffuser de l'information nutritionnelle :
  - Participation à des congrès de nutrition où seront relayés des éléments du discours PNNS
  - Création d'outils de communication (1 par an minimum) où nous nous engageons à créer un encart « spécial nutrition » qui relaiera des messages du PNNS
  - Notre lettre d'informations Bleu-Blanc-Cœur (3 numéros par an ; diffusion à plus de 5.000 exemplaires / numéro) intègrera désormais un encart « Nutrition, Bon pour vous » qui précisera des conseils nutritionnels issus du programme PNNS.

1.4- TIERCE PARTIE PROPOSEE

Cet engagement de la filière Bleu-Blanc-Cœur pourrait être audité par un organisme tiers de contrôle. En l'occurrence, la démarche Bleu-Blanc-Cœur est déjà assise sur un plan de contrôle permettant de :

- **Justifier les améliorations nutritionnelles réelles des produits** : en effet, de la production de lin aux produits alimentaires vendus en grandes surfaces, en passant par les maillons de nutrition animale et de transformation, chaque produit (brut, intermédiaire et fini) répond à un plan de contrôle analytique visant à mesurer le profil en acides gras et notamment les teneurs améliorées en acides gras saturées et en acides gras poly-insaturées : Oméga 3 et Oméga 6...

- **Justifier les consommations réelles de produits Bleu-Blanc-Cœur et donc de l'impact nutritionnel réel au niveau de la population** : en effet, chaque producteur, transformateur ou distributeur mettant en marché des produits Bleu-Blanc-Cœur est dans l'obligation de tenir une **comptabilité matière des ventes** de produits. Nous avons donc la possibilité de mettre à votre disposition des volumes de produits laitiers, viandes, œufs, poissons (...) produits et commercialisés sous cahiers des charges Bleu Blanc Cœur.

- **Justifier les surcoûts alimentaires à la production (< 5% par rapport à une formule alimentaire équivalente sans source végétale d'Oméga 3)** : Lors du contrôle des formules d'aliments du bétail dans le cadre du plan de contrôle Bleu-Blanc-Cœur, CERTIS demandera aux formulateurs des firmes d'alimentation du bétail de comparer des formules d'aliments Bleu-Blanc-Cœur à des formules d'aliments équivalentes qui n'intègrent pas les exigences des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur. C'est ainsi qu'il sera aisé de comparer en moyenne annuelle le surcoût alimentaire des modes de production Bleu-Blanc-Cœur versus des modes de production classiques.

L'Association Bleu-Blanc-Cœur a déjà confié le contrôle de sa filière à un organisme tiers de contrôle (**CERTIS, 35**). Cette structure pourrait être l'organisme de contrôle de nos engagements (en volume et en qualité de production). CERTIS est tout habilité pour réaliser ce contrôle puisque d'ores et déjà elle dispose des éléments de justification des engagements 1 et 2 et que nous nous engageons à mettre à leur disposition les aspects budgets et communication.

Les coordonnées de la structure proposée est la suivante :

CERTIS
Immeuble Le Millepertuis - Les Landes d'Apigné
35650 **LE RHEU**

Tél : 02.99.60.82.82
Fax : 02.99.60.83.83
Contact : Mr COUEPEL

1.5- OBJECTIF(S) DU PNNS2 (OU AUTRES OBJECTIFS PUBLICS) VISE(S)

- Réduire la contribution moyenne des apports lipidiques totaux à moins de 35% des apports Energétiques Journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population (moins de 35% des apports totaux de graisses).

- Réduire de 20% la prévalence du surpoids et de l'obésité (IMC > 25 kg/m²) chez les adultes (atteindre une prévalence inférieure à 33%) et interrompre la croissance de la prévalence du surpoids et de l'obésité chez les enfants

Fiche d'engagement n°1 :

Engagements portant sur l'amont de la filière :

Engagements des PRODUCTEURS à développer les filières Bleu-Blanc-Cœur,
à démultiplier le nombre d'animaux nourris selon les cahiers des charges de l'Association, tout en maîtrisant les coûts à la production.

Nous nous engageons à augmenter le nombre d'animaux nourris selon les recommandations des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur d'ici à 2011. Ces engagements sont des engagements de mise en production pour lesquels l'Association et des adhérents (producteurs et transformateurs) se sont entendus (*vous pouvez également consulter les engagements / lettres de soutien individuels de nos partenaires dans le dossier joint*).

Nous exprimons ces objectifs par nombre d'animaux issus des principales filières de production (porcs, bovins, lait, œufs...) et avons traduit ces objectifs en pourcentage de la production française (comparaison réalisée avec les données annuelles publiées par l'office de l'élevage).

Le tableau ci-dessous présente les engagements quantitatifs fixés jusqu'à 2011 par l'Association Bleu-Blanc-Cœur :

	2007		2008	2009	2010	2011	
Filières	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	Nombre d'animaux / sem	% de la production française*
PORCS	6000 porcs / sem	3%	10.000 porcs / sem	13.000 porcs / sem	15.000 porcs / sem	18.000 porcs / sem	9%
BOVINS	500 bêtes / sem	1,5%	1.000 bêtes / sem	2.000 bêtes / sem	3.000 bêtes / sem	4.000 bêtes / sem	12%
LAIT	0,4 million de L / sem	0,1%	8 millions de L / sem	15 millions de L / sem	20 millions de L / sem	30 millions de L / sem	6,5%
OEUFS	250.000 œufs / sem	0,1%	2 millions d'œufs /sem	5 millions d'œufs / sem	7,5 millions d'œufs / sem	10 millions d'œufs / sem	3,5%
LIN	64 T / sem	-	268 T / sem	545 T / sem	655 T / sem	930 T / sem	-

**Source : office de l'élevage*

Ce sont des enjeux agricoles importants pour la profession (exprimés en % de la production française qui doivent servir à améliorer le niveau du contenu nutritionnel de l'assiette du consommateur.

■ ***Produits, marques, gammes de produits choisis :***

Notre démarche vise à améliorer la qualité nutritionnelle de tous les produits animaux pour lesquels nous avons démontré scientifiquement un plus nutritionnel et pour lesquels nous avons établi des cahiers des charges de production.

Il s'agit donc de :

- Produits laitiers de vache : Lait, yaourts, desserts lactés, fromages, beurre.
- Produits laitiers de chèvre : Lait, fromages
- Produits laitiers de brebis : Fromages
- Viande de bœuf
- Viande d'agneau.
- Viande de porc : Viande fraîche, charcuteries
- Viande de volailles : Poulets, dindes, cailles, canards, pintades
- Œufs et ovo-produits.
- Poisson…

Tous ces produits portent comme signe distinctif le logo de l'Association Bleu-Blanc-Cœur ; qui garantit une composition nutritionnelle garantie et contrôlée. Ils contribuent chacun à composer un menu qui tend vers les recommandations des ANC (lipides, acides gras saturés, Oméga 3…).

■ ***Contribution aux apports nutritionnels :***

Ces objectifs sont des objectifs ambitieux qui d'ici à 2011 vont permettre d'accroître la qualité intrinsèque (moins de graisses saturées, plus d'Oméga 3, meilleur équilibre Oméga 6/Oméga 3…) des produits qui composent l'alimentation de base quotidienne des français.

Derrière chaque produit portant le logo Bleu-Blanc-Cœur, ce sont 5 produits qui voient leur profil nutritionnel amélioré. En effet, pour un produit portant le logo Bleu-Blanc-Cœur commercialisé, **il aura fallu pour des raisons logistiques et d'économie d'échelle en produire d'autres qui même s'ils présentent les caractéristiques nutritionnelles des produits BBC ne portent pas son logo.**

La contribution aux apports nutritionnels est importante puisque les produits concernés constituent la large majorité des apports en lipides (60% des matières grasses consommées aujourd'hui en France sont d'origine animale) comme nous avons pu le démontré précédemment.

Augmenter la disponibilité des produits Bleu-Blanc-Cœur, contribuent à répondre aux objectifs fixés par les ANC : diminuer les teneurs en lipides des produits consommés, améliorer la consommation en AGPI n-3 (augmentation des teneurs en Oméga 3, diminution légère des teneurs en Oméga 6 et amélioration du ratio Oméga 6/Oméga 3 vers la limite maximum de 5 comme le préconisent les ANC.

■ ***Variables technologiques et commerciales :***

Les produits Bleu-Blanc-Cœur répondent à des cahiers des charges de production qui précisent des améliorations de qualités nutritionnelles des produits animaux.
L'évolution des engagements est aisément mesurable grâce aux comptabilités matière que chaque maillon de la filière transmet à l'Association dans le cadre du plan de contrôle Bleu-Blanc-Cœur. L'Association reçoit de ses adhérents, chaque trimestre, les volumes de produits commercialisés.

L'Association, à l'aide de ses 250 adhérents et des 5 salariés, est entièrement dévolue à produire des aliments respectant ces critères analytiques. C'est donc un projet d'entreprise (celui de l'Association) et aussi un projet collectif (celui des 250 entreprises membres de l'Association Bleu-Blanc-Cœur).

L'action de l'Association et de ses membres, en matière de développement de filières de production, de création de nouveaux produits afin d'étoffer le « menu Bleu-Blanc-Cœur » ainsi que les actions de sensibilisation et de pédagogie nutritionnelle doivent permettre d'espérer a minima un triplement de l'activité (et donc du volume de produits commercialisés) d'ici l'année 2011.

En contre partie de ces engagements de mise en marché, de développement des filières, d'accessibilité du menu Bleu-Blanc-Cœur au plus grand nombre, Bleu-Blanc-Cœur s'engage à une **maîtrise de ses coûts de production dans la limite maximum de 5% de surcoûts**. Ces surcoûts sont liés à l'incorporation de graines de lin dans l'alimentation des animaux en substitution de blé, de maïs ou de soja qui sont des matières premières plus compétitives en terme de prix. Ces surcoûts seront contrôlés par l'organisme de contrôle CERTIS. Certis réalisera un audit des coûts de formules d'aliments du bétail par type de production (aliment pondeuse, vache laitières, porcs…) avec et sans les contraintes de Bleu-Blanc-Cœur. Cet audit sera réalisé lors des audits réalisés dans le cadre du plan de contrôle Bleu-Blanc-Cœur chez les fabricants d'aliments.

A titre d'information, nous vous prions de trouver ci-dessous quelques exemples de calculs de surcoûts par filière. Ces surcoûts liés à l'introduction du lin ne varient que de 1 à 2% dans le prix final du produit.

Modèle de surcoût alimentaire en filière Bleu-Blanc-Cœur

Hypothèses: Utilisation de graines de lin cuites sources d'Oméga 3 (Bleu-Blanc-Cœur) en substitution de blé dans les aliments

Frais BBC: Frais liés au contrôle de la filière, aux analyses, aux redevances de l'association

NB: Il s'agit de coûts de production. A ceux-ci, s'il ne s'agit pas de production de masse, peuvent s'ajouter de surcoûts commerciaux ou logistiques

Œuf	Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur	0,7	Euros /kg
	Prix du blé	0,2	Euros / kg
	Taux incorporation dans l'aliment	4%	
	Surcoût	0,02	Euros / kg d'aliment
	Quantité d'aliment pour un œuf	0,12	kg
	Surcoût par œuf	0,002	Euro par œuf
	Frais BBC	0,06	Centime d'Euros par œuf
	Frais totaux de production	0,3	Centime d'Euros par œuf
	Prix d'un œuf	0,2	Euro par œuf
	Surcoûts liés à BBC	2%	
	Incidence sur performances zootechniques	0	
	Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**2%**	

Lait	Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur	0,7	Euros
	Prix du blé	0,2	Euros
	Quantité de graines lin par vache et par jour	0,6	kg en moyenne annuelle
	Surcoût par vache et par jour	0,3	Euros
	Litres de lait par vache	23	litres en moyenne annuelle
	Surcoût par litre de lait	0,013	Euro par litre
	Frais BBC	0,003	Euro par litre
	Surcoûts liés à BBC	1,6	Centime d'Euros par litre de lait
	Surcoûts liés à BBC	2%	par litre de lait de consommation
	Incidence sur performances zootechniques	0	NB: Gain possible en production
	Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**2%**	

Viande de porc			
	Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur	0,7	Euros
	Prix du blé	0,2	Euros
	Quantité de graines de lin par porc	7	kg par porc
	Surcoût par porc produit	3,5	Euros
	Frais BBC	0,7	Euros /porc
	Poids du porc	85	kilos
	Kilos "valorisables"	50	kilos
	Surcoût par kilo de porc produit	0,1	Euro par kg de porc
	Surcoût par kilo de porc produit	**1%**	
	Incidence sur performances zootechniques	0	NB: Gain possible en production
	Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**1%**	

Pain	Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur qualité "food"	4	Euros / kg
	Prix de la farine	0,7	Euros / kg
	% dans la farine	3%	
	Qté de farine dans un pain de 250 grammes	0,16	kg de farine
	Frais BBC	0,0010	Euro par pain
	Surcoût par pain	0,014	Euro par pain
		1,4	Centimes d'Euro par pain
	Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**1%**	

Viande de bœuf			
	Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur	0,7	Euros
	Prix du blé	0,2	Euros
	Quantité de graines de lin par bovin	50	kg par bovin
	Surcoût par animal produit	25	Euros
	Frais BBC	3	Euros /bovin
	Poids	420	kilos
	Kilos "valorisables"	350	kilos
	Surcoûts liés à BBC	0,08	Euro par kg de bœuf
	Surcoûts liés à BBC	8,0	Centimes d'Euros par kg de bœuf
	Surcoûts liés à BBC	1%	
	Incidence sur performances zootechniques	0	NB: Gain possible en production
	Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**1%**	

Viande de poulet		
Prix de la graine de lin cuite et tracée Bleu-Blanc-Cœur	0,7	Euros
Prix du blé	0,2	Euros
Quantité de graines par poulet	0,16	kg par poulet
Surcoût par poulet produit	0,08	Euros
Frais BBC	0,04	Euros /poulet
Poids	2	kilos
Kilos "valorisables"	2	kilos
Surcoûts liés à BBC	0,059	Euro par kg de poulet
Surcoûts liés à BBC	5,9	Centimes d'Euros par kg de poulet
Surcoûts liés à BBC	1%	
Incidence sur performances zootechniques	0	
Coût final en filière Bleu-Blanc-Cœur	**1%**	

Hypothèses prises

Prix du lin *0,7* *Euros / kg*

Substitution *1 kg de lin à la place d'1 kg de blé*

Prix du blé *0,2* *Euros / kg*

Dose incorporation de lin selon cahier des charges Bleu-Blanc-Cœur

Prix produits

œuf (un)	0,2	Euros
Lait (litre)	0,75	Euros
Porc (kilo)	10	Euros
Pain (250g)	1	Euros
Bœuf (kg)	12	Euros
Poulet (kg)	10	Euros

A titre d'information, les prix de vente des produits estampillés du logo Bleu-Blanc-Cœur sont en moyenne plus élevés de +5 à +10% par rapport à un produit équivalent non issu de la filière Bleu-Blanc-Cœur (prix de vente moyen au consommateur). Les surcoûts alimentaires sont faibles comparés aux coûts logistiques (plus la filière est étroite et plus les coûts logistiques vont impacter négativement sur le prix de vente du produit au consommateur).

Avec le développement des filières, du nombre de références proposées sur le marché, une bonne maîtrise des coûts à la production, le surcoût aux consommateurs devraient lui aussi diminuer progressivement jusqu'en 2010 par une meilleure maîtrise des coûts logistiques.

■ *Chiffrage des objectifs intermédiaires et de l'objectif final*

L'activité de l'Association est mesurable à l'aide des déclarations des volumes de ventes réalisés par les sociétés adhérentes à Bleu Blanc Cœur. En 2006, le volume de redevances facturé était de 277,5 k€ (soit un chiffre d'affaire reconstitué pour l'ensemble des produits de la filière de 140 millions d'Euros).

Les perspectives de développement (nouveaux produits, développement des gammes déjà créées, nouvelles références en matière de produits élaborés...) laissent envisager des perspectives de développement importantes, une progression par 3 de l'activité actuelle ; un développement nécessaire pour concourir à une amélioration significative de la qualité lipidique de l'assiette « moyenne » de chaque français.

L'Association et ses adhérents ont fixé des objectifs ambitieux pour les années à venir avec un triplement de la diffusion de ses produits d'ici à 4 ans.

■ *Critères quantifiables du suivi de l'engagement*

Ces critères sont basés sur le contrôle qualité effectué d'ores et déjà par l'Association Bleu-Blanc-Cœur qui consiste en :

- Une déclaration de comptabilité matière (volumes de ventes) par chacun des acteurs de la filière
- Un plan de contrôle analytique qui permet d'évaluer et de contrôler la bonne application des cahiers des charges et notamment de définir l'impact nutritionnel réel de la production de produits Bleu-Blanc-Cœur en lien avec les consommations réelles.
- Un contrôle des surcoûts alimentaires des formules d'aliments Bleu-Blanc-Cœur
- Des audits réalisés par l'Association et un organisme tiers de contrôle (CERTIS)

■ *Evolution de la composition nutritionnelle des produits*

Pour les principaux produits composant notre alimentation de base (produits laitiers, viandes, œufs...), nous avons dressé ci-après une synthèse des résultats analytiques réalisés entre une origine « filière Bleu-Blanc-Cœur » et une origine « filière conventionnelle ».
Pour chaque produit, les évolutions du profil en acides gras sont importantes et complètes (c'est tout un ensemble d'acides gras qui voit sa teneur évoluée et pas seulement un seul acide gras).

1- Profil lipidique d'une matière grasse laitière standard et d'une matière grasse laitière BBC
(en % d'acides gras totaux)

	Matière grasse laitière témoin	Matière grasse laitière Bleu-Blanc-Coeur
Acides gras saturés	73%	65%
Dont C16 :0	33%	27%
Acides gras mono-insaturés	24	30
Dont C18 :1 cis 9	21	26
Dont C18 :1 trans 11	1.0	2.5
Acide gras poly insaturés	3	5
Dont C18 :3 n-3	0.3	0.8

Dont C18 :2 n-6	2.0	2.4
CLA (ruménique C18 :2 cis 9 trans 11 >85%)	0.5	1.0
Oméga 6 / Oméga 3	7	4
Insaturés / saturés	0.37	0.53
C18 :1 n-9 / C16 :0	0.6	1
Onctosité (note / 10)	7.0	7.6
Fondant (note /10)	6.9	7.3

L'amélioration des qualités nutritionnelles de la matière grasse laitière peut s'accompagner d'une amélioration des **qualités organoleptiques** du produit.

Etant donné la consommation moyenne de lipides d'origine laitière par français et par jour (33 g de lipides laitiers en moyenne), la modification de la qualité de l'alimentation des animaux influence la qualité des matières grasses produites et a par voie de conséquence un impact nutritionnel important pour l'homme. Le tableau ci-dessous présente les variations de qualité de lait mesurées sur 211 échantillons de lait prélevés entre mai et décembre 2005 sur 50 troupeaux. Ce tableau démontre les variabilités de composition du lait en lien avec la qualité de l'alimentation des vaches :

AG du lait *(% des AG totaux)*	Mini	Maxi
C16 :0	21,6	40,1
C18 :0	8	16,3
C18 :1 n-9	15,9	32,2
C18 :2 n-6	1,2	2,9
CLA cis 9 trans 11	0,5	2
ALA C18 :3 n-3	0,2	1,5
Saturés	59,1	76
Mono-insaturés	20,3	35,9
Poly-insaturés	2,7	6,3
C18 :1 / C16 :0	0,4	1,4
C18 :2 n-6 / C18 :3 n-3	2,1	7,9

2005: Mai à Décembre, variations 211 éch. de lait, 50 troupeaux

Ces différences exprimées en relatif dans le lait restent faibles mais rapportées à la consommation en quantité de lipides ingérés quotidiennement par l'homme (33g) sont importantes :

AG apportés par les lipides du lait g/jour	Mini	Bleu-Blanc-Coeur	Maxi
C16 :0	7		14
C18 :0	3		6
C18 :1 n-9	5		11
C18 :2 n-6	0,4		1
CLA cis 9 trans 11	0,2		0,7
ALA C18 :3 n-3	0,07	0,33	0,5

Si toutes les matières grasses laitières étaient produites selon les cahiers des charges Bleu Blanc Cœur, alors le profil moyen d'acides gras Oméga 3 du lait produit passerait de 0,3 à 1% des AGT (acides gras totaux), ce qui permettrait de couvrir 15% des besoins quotidiens en Oméga 3 (au lieu de 5% seulement). Ce raisonnement est valable pour l'ensemble des produits animaux qui composent nos menus (œufs, viandes, pain, poisson...). En changement un peu la qualité de l'alimentation des animaux, on rééquilibre tout simplement ces petits déficits alimentaires nés sournoisement aux moments où il fallait produire plus au moindre coût.

2- Composition des lipides intra- musculaire (muscle Long Dorsal) d'un porc Bleu-Blanc-Cœur et d'un porc standard *(en % des AG totaux)*

	Porc témoin	Porc Bleu-Blanc-Coeur
% lipides	2.8%	2.6%
C16 :0	22.8	22.4
C18 :0	13.2	12.9
C18 :1 n-9	37.8	37.2
C18 :2 n-6	12.2	12.3
C18 :3 n-3	**1.2**	**2.3**
C20 :4 n-6	1.7	1.5
C20 :5 n-3	0.16	0.34
C22 :6 n-3	0.04	0.08
LA / ALA	**10.1**	**5.3**
n-6 / n-3	**7.0**	**3.9**

En moyenne, le consommateur français ingère 12 g de lipides de jour par jour.
La qualité de l'alimentation du porc influe fortement sur la composition du gras du porc comme l'indique le tableau ci-dessous (variations des teneurs en AG sur 110 échantillons de viandes de porc). Avec 12 g de lipides de porcs consommés par français et par jour, un individu peut donc ainsi consommer de 1,0 à 1,8 g d'acide linoléique et de 0,05 à 0,6 g (soit 30% des ANC en acides gras Oméga 3) par jour selon l'origine et l'alimentation du porc qu'il aura consommé.

AG des viandes de porc *(% des AG totaux)*	Mini	Maxi
C16 :0	21	25
C18 :0	12	14
C18 :1 n-9	39	46
C18 :2 n-6	8	15
ALA C18 :3 n-3	0,4	5,1
Saturés	37	42
Mono-insaturés	40	48
Poly-insaturés	10	17
C18 :2 n-6 / C18 :3 n-3	2,0	19

2002 à 2006: variations 110 échantillons de viandes, jambons et autres produits de charcuterie

3- Profil lipidique d'un œuf standard et d'un œuf Bleu-Blanc-Cœur *(en % des AG totaux)*

	Œuf témoin	Œuf Bleu-Blanc-Coeur
Acides gras saturés	34.2	31.5
Dont C16 :0	24.7	22.7
AG Mono insaturés	46.8	45.5
Dont C18 :1	43.2	40.7
AG Poly insaturés	19.0	23.0
Dont « Oméga 3 »	1.5	5.8
Dont C18 :3 n-3	0.5	3.8
Dont C22 :6 n-3	0.8	1.7
AGPI Longues chaînes	3.4	3.4
Dont série n-3	0.9	2.1
Dont série n-6	2.5	1.3
Rapport n-6 / n-3	15	3
C18 :2 n-6 / C18 :3 n-3	30	4
Goût	6.1	7.1

La consommation d'œuf est en moyenne de 30 g par français et par jour. Etant donné l'évolution du profil en acides gras entre un œuf standard et un œuf Bleu-Blanc-Cœur, la consommation de 30 g d'œuf Bleu-Blanc-Cœur apporte en moyenne 175 mg d'Oméga 3 (vs 52 mg pour un œuf standard) ; soit le triple d'acides gras Oméga 3 et contribue donc à améliorer la couverture des besoins quotidiens en Oméga 3 tout en parallèle en réduisant la consommation d'acides gras saturés (-8%).

4- Profil lipidique d'un poulet standard et d'un poulet Bleu-Blanc-Cœur *(en % des AG totaux)*

	Poulet témoin	Poulet Bleu-Blanc-Coeur
Taux de lipides	14%	12.5%
Lipides intra musculaires		
Muscles pectoraux	1.2%	1%
Membres inférieurs	3.5%	3%
Age minimum.	60 jours	60 jours
Acides gras saturés	31%	23%
Dont C16 :0	23%	16%
AG Mono insaturés	51%	37%
Dont C16 :1	5%	1%
Dont C18 :1	45%	34%
AG Poly insaturés	18%	40%
Dont « Oméga 3 »	1.3%	8%
Dont C18 :3 n-3	1.5%	7%
AG PI Longues chaînes	2.5%	3%
Dont série n-3	0.4%	1%
Dont série n-6	2.1%	2%
Rapport n-6 / n-3	21	4
C18 :2 n-6 / C18 :3 n-3	17	4
Saveur	5.9 (/10)	6.1
Jutosité	5.8 (/10)	6.1

L'impact nutritionnel permis par le mode d'alimentation Bleu-Blanc-Cœur est global et transversal aux principaux produits animaux qui composent notre alimentation quotidienne. L'engagement pris par les producteurs d'augmenter les mises en production va impacter positivement sur la composition nutritionnelle de l'alimentation courante du consommateur.

■ ***Délais de réalisation***

La démarche Bleu-Blanc-Cœur est déjà engagée et devrait poursuivre son développement afin d'atteindre les objectifs précédemment fixés.
Pour vous garantir la faisabilité de cet engagement, vous trouverez en annexe de ce dossier quelques courriers de soutien d'adhérents Bleu-Blanc-Cœur qui s'engagent à développer des gammes et des produits Bleu-Blanc-Cœur dans les mois ou années à venir.
Aujourd'hui, les opérateurs des maillons de la production animale rencontrent de grosses difficultés pour communiquer sur leurs produits (règlementation, validation scientifique a priori des bénéfices nutritionnels...) ; or, l'option Bleu-Blanc-Cœur est aujourd'hui l'une des rares possibilités qui leur est offerte de produire autrement et de la faire-savoir aux consommateurs. Bleu-Blanc-Cœur est un moyen pour les professionnels des productions animales de mutualiser des moyens de validation scientifique et de communication. Cet avantage a permis à Bleu-Blanc-Cœur de connaître un fort développement depuis sa création et dans le contexte actuel où les aspects règlementaires se raffermissent, la démarche de filière Bleu-Blanc-Cœur (qui a déjà réalisé de nombreuses études de validation zootechnique et humaines) a de bonnes perspectives en matière de recrutement de nouveaux producteurs.

■ ***Difficultés prévisibles et effets indésirables***

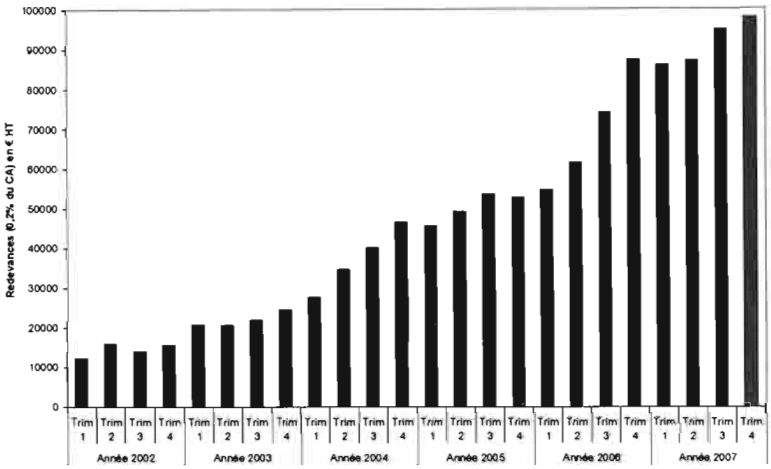
Le principal risque identifié est celui de l'évolution de la communication nutritionnelle en lien avec l'application du prochain règlement européen. S'il devient impossible pour Bleu-Blanc-Cœur de communiquer sur les efforts réalisés par les producteurs et éleveurs, il sera très extrêmement difficile de convaincre les maillons en aval de la chaîne alimentaire (industriels, distributeurs et même consommateurs) du bien-fondé de notre démarche d'amélioration de la qualité de la chaîne alimentaire.
Il se pourrait alors que se produise un désengagement des producteurs et des entreprises de notre démarche de filière qualité par faute de moyens de différenciation et de valorisation économique.

Pour respecter cet engagement, l'Association se doit aussi de motiver et d'impliquer les producteurs à mettre en culture du lin, du colza, de la luzerne, du lupin (...) qui sont autant de « petites » cultures qui toutes, concourent à une meilleure biodiversité agricole. Seulement, le contexte agricole que nous avons connu en 2007, s'il venait à perdurer (envolée du cours des céréales, incitation à produire des bio-carburants...) pourrait compromettre tous les efforts réalisés en amont de nos filières d'incitation à plus de biodiversité... La dimension économique prendrait le pas sur toutes autre logique que ce soit une logique écologique ou nutritionnelle.

■ ***Progrès déjà réalisés***

L'Association a été créée en 2000 ; les premiers produits répondant aux cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur ont été commercialisés en 2001. Depuis, le nombre de produits ne cesse de croître, la gamme de référence s'élargit régulièrement pour composer le menu Bleu Blanc Cœur. Les progrès sont mesurés par la progression des ventes. Celle-ci, en augmentation depuis 6 ans, démontre un intérêt croissant du consommateur pour la promesse de santé par la naturalité portée par les produits estampillés du logo Bleu-Blanc-Cœur.

Le graphe ci-dessous présente l'évolution des redevances (c'est-à-dire des produits Bleu-Blanc-Cœur mis en marché par les adhérents de Bleu-Blanc-Cœur) depuis 2002. Ils renseignent sur l'historique de nos progressions et renforcent la crédibilité de nos engagements pour les années à venir.



Pour garantir une bonne maîtrise des coûts de production, l'association a déjà avec ses partenaires (semenciers, négociants, coopératives et agriculteurs...) développés des partenariats pour inciter à la mise en culture de ces cultures alternatives et a déjà investi dans des prix minimum garantis aux producteurs qui sont indexés sur le cours mondial des matières premières. Ce sont des efforts importants qui sont réalisés et auxquels adhèrent l'ensemble des maillons de la filière.

D'autre part, ces surcoûts de production peuvent et doivent à terme être compensés par une meilleure valorisation des filières... A titre d'information, nous vous communiquons des exemples de surcoûts liés à l'amplification du cahier des charges de production Bleu-Blanc-Cœur. Les surcoûts à la production sont minimes si tant est que les acteurs des filières jouent le jeu d'une bonne répercussion des coûts ; alors le consommateur ne paiera pas des produits beaucoup plus chers qu'un produit équivalent standard (entre maximum + 3 à 15% du prix).

Exemple du porc :

- **Surcoût alimentaire** lié à l'emploi du lin et aux autres points du cahier des charges BBC : 1,5 à 2,5 Euros par porc valorisé.
  NB : Des gains sont possibles chez le fabricant d'aliment (si bonne utilisation du lin), chez l'éleveur (sur des frais vétérinaires, baisses de mortalité, etc..), chez l'abatteur (amélioration des rendements carcasses, meilleur taux de pH, meilleur équilibre longe (muscle) versus bardière (gras)...

NB : Tous les porcs mis en production ont un surcoût alimentaire, mais tous ne sont pas valorisés en production (en fonction des tris ultérieurs)

- **Coût lié à la communication mutualisée** (redevances BBC réparties entre groupements de producteurs, transformateurs) : De 0,15 à 0,65 Euros par porc en fonction des volumes de production.
- **Coût du contrôle** (Analyses, contrôles sur site, cotisation…) : 0,05 Euros par porc environ
- Au final le coût de production en filière BBC se situe entre 1,7 et 3,2 Euros par porc en fonction de :
  - La technicité des éleveurs et de leurs conseillers
  - La dimension du dossier (Nombre de porcs concernés)

Ces coûts représentent donc de 0,02 à 0,04 Euros par kg de carcasse pour des porcs de 85 kgs, si la totalité de la carcasse est valorisée (soit de 1,5 à 3,5% du prix à la production et seulement 0,2 à 0,5% du prix à la consommation).
NB : L'équilibre matière est ensuite déterminant. Si 50% seulement de la carcasse est valorisée, Les coûts doublent évidemment.

■ ***Demande d'utilisation de la mention***

Notre demande consiste à pouvoir apposer :

- sur les documents de communication de l'Association Bleu-Blanc-Cœur la mention : « ***Organisation engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».
- Sur les packagings et outils de promotion des produits de nos adhérents et à proximité du logo Bleu-Blanc-Cœur la mention suivante : « ***Association engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».

Fiche d'engagement n°2 :

Engagements portant sur l'aval de la filière :

Engagement de MISE EN MARCHE et de DISPONIBILITE des produits,
par les acteurs économiques adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, afin de garantir une amélioration de la qualité nutritionnelle de notre alimentation de base.

■ *Détails de l'engagement :*

Les membres de l'Association (producteurs, transformateurs, distributeurs) s'engagent à améliorer la qualité globale de l'assiette du consommateur tout en améliorant la diffusion des produits afin de permettre l'accès pour le consommateur au « menu Bleu-Blanc-Cœur » (le menu Bleu-Blanc-Cœur associe l'ensemble des aliments issus de la filière lin (lait, viandes, œufs...) qui ensemble et dans le cadre d'une alimentation équilibrée permettent d'améliorer significativement le profil en acides gras consommés).
NB : *vous pouvez également consulter les engagements / lettres de soutien individuels de nos partenaires dans le dossier joint.*

Les engagements de l'Association en matière de diffusion de produits *(en nombre de références)* ***sont les suivants :***

	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de références de produits Bleu-Blanc-Coeur	350	400 (+15%)	450 (+12,5%)	500 (+11%)	550 (+10%)
	+ 57%				

Pour l'ensemble de ces produits mis en marché, Bleu-Blanc-Cœur s'engage à améliorer la composition intrinsèque des aliments qui composent notre alimentation de base et plus particulièrement à :

- Doubler la teneur en acides gras Oméga 3 des produits animaux de base (viandes, œufs, produits laitiers...) sur 500 références de produits d'ici à 2010.
- De rééquilibrer le ratio Oméga 6 / Oméga 3 à une valeur inférieure à 5 comme l'exige les cahiers des charges de production Bleu-Blanc-Cœur sur toutes les références concernées
- De diminuer significativement la teneur en acide palmitique (principal acide gras saturé) des produits laitiers Bleu-Blanc-Coeur (-20%) par rapport à des produits laitiers conventionnels (lait classique d'hiver).
- De diminuer le ratio C16:0 / n-3 de moitié pour l'ensemble des produits Bleu-Blanc-Cœur par rapport au produit équivalent dit standard (n'ayant pas consommé de sources végétales tracées et riches en Oméga 3).

■ ***Produits, marques, gammes de produits choisis :***

Les produits et gammes de produits concernés par cet engagement sont les mêmes que pour notre engagement n°1 portant sur l'amélioration de la composition nutritionnelle des produits ; à savoir :

- Produits laitiers de vache : Lait, yaourts, desserts lactés, fromages, beurre.
- Produits laitiers de chèvre : Lait, fromages
- Produits laitiers de brebis : Fromages
- Viande de bœuf
- Viande d'agneau.
- Viande de porc : Viande fraîche, charcuteries
- Viande de volailles : Poulets, dindes, cailles, canards, pintades
- Œufs et ovo-produits.
- Poisson
- Et aussi les produits végétaux : Pain, Biscuits, etc....

Tous ces produits portent comme signe distinctif le logo de l'Association Bleu-Blanc-Cœur ; qui garantit une composition nutritionnelle garantie et contrôlée. Ils contribuent chacun à composer un menu qui tend vers les recommandations des ANC (lipides, acides gras saturés, Oméga 3...).

Les produits concernés sont des produits fabriqués à marque nationale ou marque de distributeurs. Ils sont diffusés dans le réseau de la grande distribution et même dans des restaurations hors foyers et de la restauration commerciale. La liste des produits et des marques engagés dans le projet est présentée en annexe 12. Cette liste n'est pas close ; d'autres produits et d'autres producteurs et transformateurs rejoignent régulièrement le réseau.

■ ***Contribution aux apports nutritionnels :***

Ces objectifs sont des objectifs ambitieux qui d'ici à 2011 vont permettre d'accroître la qualité intrinsèque (moins de graisses saturées, plus d'Oméga 3, meilleur équilibre Oméga 6/Oméga 3...) des produits qui composent l'alimentation de base quotidienne des français.

La contribution aux apports nutritionnels est importante puisque les produits concernés constituent la large majorité des apports en lipides (60% des matières grasses consommées aujourd'hui en France sont d'origine animale) comme nous avons pu le démontré précédemment.

Notre démarche de diffusion des produits Bleu-Blanc-Cœur garantissant des profils nutritionnels définis par nos cahiers des charges doit permettre de :

- Réduire les quantités d'acides gras saturés ingérés et aussi en AG Oméga 6
- D'améliorer les teneurs en AG Oméga 3 ingérés (précurseurs et longues chaînes)
- De rééquilibrer nos consommations en Oméga 6 / Oméga 3...

■ *Variables technologiques et commerciales :*

Les produits Bleu-Blanc-Cœur répondent à des cahiers des charges de production qui précisent des améliorations de qualités nutritionnelles des produits animaux.
Les bénéfices liés à ce mode de production ont été démontrés en études cliniques (cf. liste des études cliniques en annexe 14).

L'évolution des engagements est aisément mesurable grâce aux comptabilités matière que chaque maillon de la filière transmet à l'Association dans le cadre du plan de contrôle Bleu-Blanc-Cœur. L'Association reçoit de ses adhérents, chaque trimestre, les volumes de produits commercialisés. Ces améliorations nutritionnelles sont qualifiées à l'aide de mesures de profils d'acides gras. Nous connaissons donc les différences analytiques entre un produit estampillé Bleu-Blanc-Cœur et un produit standard équivalent. Ces différences analytiques concourent à l'obtention d'une alimentation visant les ANC (Apports Nutritionnels Conseillés) notamment du point de vue des lipides.

L'Association, à l'aide de ses 250 adhérents et des 5 salariés, est entièrement dévolue à produire des aliments respectant ces critères analytiques. C'est donc un projet d'entreprise (celui de l'Association) et aussi un projet collectif (celui des 250 entreprises membres de l'Association Bleu-Blanc-Cœur).
L'action de l'Association et de ses membres, en matière de développement de filières de production, de création de nouveaux produits afin d'étoffer le « menu Bleu-Blanc-Cœur » ainsi que les actions de sensibilisation et de pédagogie nutritionnelle doivent permettre d'espérer a minima un triplement de l'activité (et donc du volume de produits commercialisés) d'ici l'année 2010.

■ *Chiffrage des objectifs intermédiaires et de l'objectif final*

L'activité de l'Association est mesurable à l'aide des déclarations des volumes de ventes réalisés par les sociétés adhérentes à Bleu Blanc Cœur. En 2006, le volume de redevances facturé était de 277,5 k€ (soit un chiffre d'affaire reconstitué pour l'ensemble des produits de la filière de 140 millions d'Euros.
Les perspectives de développement (nouveaux produits, développement des gammes déjà créées, nouvelles références en matière de produits élaborés...) laissent envisager des perspectives de développement importantes, une progression par 3 de l'activité actuelle ; un développement nécessaire pour concourir à une amélioration significative de la qualité lipidique de l'assiette « moyenne » de chaque français.

■ *Critères quantifiables du suivi de l'engagement*

Ces critères sont basés sur le contrôle qualité effectué d'ores et déjà par l'Association Bleu-Blanc-Cœur qui consiste en :

- Une déclaration de comptabilité matière (volumes de ventes) par chacun des acteurs de la filière
- Un plan de contrôle analytique qui permet d'évaluer et de contrôler la bonne application des cahiers des charges et notamment de définir l'impact nutritionnel réel de la production de produits Bleu-Blanc-Cœur en lien avec les consommations réelles.
- Des audits réalisés par l'Association et un organisme tiers de contrôle (CERTIS)

■ ***Evolution de la composition nutritionnelle des produits***

Nous avons choisi dans le cadre de ce dossier de vous apporter la démonstration que la consommation de produits animaux Bleu-Blanc-Cœur en substitution de produits conventionnels (issus d'animaux n'ayant pas reçu de lin riche en Oméga 3 dans leur alimentation) est une alternative très intéressante pour équilibrer les apports lipidiques quotidiens d'un consommateur français. **Comment les produits Bleu-Blanc-Coeur améliorent-ils l'alimentation et le métabolisme lipidique ?**

Nous avons ainsi bâti plusieurs hypothèses synthétiques de modèles de consommation alimentaires qui intègrent ou non des produits issus de la filière Bleu-Blanc-Cœur. Pour bâtir ces modèles, nous avons pris comme référence les données de consommation en lipides par les français.

- *PROFIL ACTUEL DES LIPIDES CONSOMMES*

Ces données sont extraites de la publication de G. Ailhaud et al., (Progress In Lipid Research 2006) (annexe 15) et de ses références intermédiaires et appelle à la remarque méthodologique énoncée plus haut à ce sujet.

Nous avons privilégié ces références aux données issues uniquement d'enquêtes de consommations. En effet, il est difficile de déterminer les compositions exactes des produits transformés, qui sont de plus en plus consommés de nos jours. Ces produits sont élaborés avec différentes sources d'huiles végétales et de lipides animaux, au sein de recettes variées dont il n'est pas possible de connaître précisément les teneurs pour chaque type de lipides. Les calculs effectués dans la suite de ce dossier sont donc fait à partir des données de consommation corrigées des données de production. Elle s'attache à mettre en exergue l'effet d'une modification de la composition des lipides ingérés sur le profil lipidique global.

Dans un premier temps, nous avons déterminé le profil en acides gras de l'alimentation contemporaine d'un **homme adulte** en France. Pour ce faire, nous sommes partis des données réelles de consommation de chaque source de lipides (*Ailhaud et al., 2006*). Ces données indiquent une consommation quotidienne de 104 g de lipides (dont 36,6% sous forme de lipides végétaux et 64,4% sous formes de lipides animaux). La consommation actuelle de lipides est donc excédentaire (+28%) par rapport aux apports recommandés donnés par les ANC (Apports Nutritionnels Conseillés) préconisés par l'AFSSA (*Martin et al., 2001*).

Nous avons ensuite déterminé les niveaux de consommation de plusieurs acides gras ou ratio d'acides gras représentatifs de l'équilibre lipidique de notre alimentation. Nous avons sélectionné :

- ⇨ **L'acide palmitique (C16:0)** : acide gras majeur de la classe des acides gras saturés (AGS) et consommés en excès dans nos régimes. Les rôles physiologiques des AGS sont détaillés dans l'approche bibliographique (cf. INFRA partie 3). Ils sont, en cas de consommation excessive, associés à une augmentation du risque cardiovasculaire. (*Aderem et al., 1988* ; *Gilman et al., 1997*).

- ⇨ **L'acide oléique (C18:1 n-9)** : c'est l'acide gras majeur de la famille des acides gras mono-insaturés. Sa « neutralité » supposée justifie de compléter l'apport lipidique avec lui, une fois les besoins en AGPI satisfaits et l'ingestion d'AGS limités (*Legrand et al., 2001*).

- ⇨ **L'acide linoléique (C18:2 n-6) ou LA**: l'apport en acide linoléique (AG essentiel et indispensable de la famille n-6) doit approcher les 4 % du contenu énergétique (*Martin et al., 2001*) soit 10 g/adulte et par jour.

- ⇨ **L'acide alpha-linolénique (C18:3 n-3) ou ALA** : l'apport en acide alpha-linolénique (AG essentiel et indispensable de la famille n-3) devrait atteindre les 0,8 % du contenu énergétique (*Martin et al., 2001*) soit 2 g/adulte et par jour.

- ⇨ **La somme des AGPI à longues chaînes n-3 (AGPI LC n-3)** : L'ALA, chef de file de la famille n-3, peut être transformé par l'homme en dérivés à LC-n-3, dont les plus importants sont les acides eicosapentaénoïque (EPA, 20:5 n-3) et docosahexaénoïque (DHA, 22:6 n-3). Les effets bénéfiques des LC-n-3 sur le tissu nerveux, en neurologie (prématurés, personnes âgées) et sur l'inflammation sont bien connus. Leur rôle sur les maladies cardiovasculaires (impact sur la triglycéridémie, thrombose, fibrinolyse, arythmie) a été étudié depuis les premières observations sur les esquimaux, grands consommateurs de poissons gras riches en EPA et DHA, et qui étaient protégés des maladies cardiovasculaires. Ceci a été largement confirmé depuis par de nombreuses autres études (DART, GISSI) qui indiquent clairement que la consommation de poissons 2 à 3 fois la semaine ou éventuellement la prise d'huiles de poissons à faible dose sont associées à une baisse de la mortalité cardiovasculaire.

- ⇨ **La rapport LA / ALA (C18:2/C18:3 n-3)** : le rapport linoléique/alpha-linolénique devrait tendre vers la valeur de 5, ce qui est loin d'être le cas dans la population française (Legrand et al., 2001). A l'occasion de la dernière publication des ANC (2001), la valeur proposée du ratio LA/ALA a été revue à la baisse : ce resserrement des chiffres par rapport à l'édition précédente s'explique (1992), au vu de la bibliographie récente, par le risque de surcharge en LA et la nécessité de maintenir un apport suffisant en ALA. Cette évolution correspond à une mise au point bibliographique nécessaire, suite au trop fort effet de balancier qui avait, dans le passé, augmenté fortement le ratio AGPI/AGS au profit surtout des AG n-6 et en sous-estimant la nécessité des n-3. L'édition précédente indiquait d'ailleurs déjà : « un régime riche en acide linoléique n'a pas eu sur la mortalité coronarienne les effets protecteurs escomptés ». La position actuelle des ANC est en fait très mesurée, si on la compare à celle de certains comités européens qui proposent des valeurs du rapport linoléique/alpha-linolénique de 2 ou 3 (Legrand et al., 2001).

- ⇨ **Le ratio C16:0 / ALA** est un indicateur de nos régimes actuels à la fois excédentaires en AGS (surtout en C16:0) et pour lesquels la teneur en ALA est souvent déficitaire. Ce ratio

a été mis en exergue lors d'une étude récente (*Legrand et al., 2007, en soumission*) et pourrait être dans les membranes de cellules un facteur prédictif du surpoids puisqu'il semble significativement corrélé à une augmentation de l'Indice de Masse Corporelle (IMC), du tour de taille et du tour de hanche. Cet indicateur n'a pas fait l'objet de recommandations établies à ce jour. Toutefois, il apparaît important pour qualifier l'amélioration de la qualité de notre alimentation puisque les recommandations courantes préconisent une baisse de la consommation de C16 :0 et une augmentation de la consommation d'ALA. Etant donné que la valeur maximum recommandée pour la consommation d'AGS est de 19,5 g/jour (*Martin et al, 2001*), que la teneur en acide palmitique représente en moyenne 70% des teneurs en AGS (*Weill et al, 2002*) et que la teneur recommandée par les ANC en ALA est de 2 g/jour, on pourrait estimer pour le ratio C16:0/ALA une valeur conforme aux recommandations de 7 (ou pour simplifier : inférieure à 10).

Nous avons déterminé le profil lipidique consommé par un français adulte en affectant à chaque type de lipide (huile végétale, lipide du porc, lipide du lait...), le profil en acides gras correspondant (Tableau 1). Ces profils en acides gras sont issus de :

- données de la bibliographie générale pour les consommations actuelles d'huiles végétales et de lipides animaux :
  - données de consommation et de production (cf ci-dessus et Ailhaud et al 2006)
  - recommandations nutritionnelles : Martin et al, 2001)

- données de nos publications propres et du plan de contrôle analytique réalisé par Bleu-Blanc-Coeur (profils en acides gras des produits issus de la filière Bleu-Blanc-Coeur et issus des filières non tracées - *Weill et al., annals, 2002*) pour les produits animaux.

Les données de consommation d'AG ainsi calculées sont ensuite comparées aux recommandations nutritionnelles définies par les ANC françaises.

Tableau 1 : *détail des principaux acides gras consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001)*

		Principaux AG en g consommés (g/jour)						
	AG en g/jour	**C16:0**	**C18:1**	**C18:2 n-6**	**C18:3 n-3**	**AGPI LC n-3**	**LA / ALA**	**C16:0 / ALA**
Huiles végétales	37	5,6	13,0	13,1	0,50	0,0	26	11,2
Lait	33	11,2	7,3	0,66	0,10	0,03	7	113,3
Poisson	3	0,6	1,2	0,3	0,15	0,60	2	4,0
Volaille	3	0,6	1,2	0,36	0,04	0,01	9	14,3
Porc	12	2,64	1,68	1,32	0,11	0,02	12	24,4
Bœuf, Agneau, Veau	5	1,25	1,85	0,4	0,03	0,02	16	50,0
Lapin, cheval., oie	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Œufs	3	0,66	1,2	0,45	0,04	0,02	11	15,7
Autres denrées alimentaires	8	2	3,2	0,96	0,08	0,04	12	25,0
TOTAL	**104**	**24,6**	**30,6**	**17,6**	**1,0**	**0,74**	**17,6**	**24,6**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	< 5	/
Apports réels / apports conseillés	**+ 28%**	/	/	**+76 %**	**-50%**	/	**+ 252%**	/

NB : A ce stade, les profils d'AG des produits consommés sont issus de la publication de Ailhaud et al 2006 citée plus haut.

Cette étude analytique révèle que :

- ⇨ L'alimentation actuelle est, non seulement ***excédentaire*** en lipides, mais mal équilibrée notamment en ce qui concerne les principaux acides gras. La ***qualité des lipides ingérés*** est très éloignée des recommandations actuelles de l'AFSSA (Apports Nutritionnels Conseillés) (*Martin et al., 2001*).

- ⇨ Notre consommation en ***graisses saturées*** dépasse très largement les recommandations nutritionnelles (+162% par rapport aux ANC) quand l'acide palmitique représente près de 70% des graisses saturées ingérées.

- ⇨ La consommation ***d'acide linoléique*** dépasserait très largement les recommandations fixées par les ANC (17,6 g vs 10g) alors que celle de l'acide alpha-linolénique est inférieure de moitié aux recommandations (1g vs 2g).

- ⇨ Par voie de conséquence, la valeur du ***ratio LA/ALA*** serait supérieure à 15 alors que les ANC de l'AFSSA recommandent un maximum à 5 et certains comités étrangers préconisent même des ratios pouvant descendre jusqu'à 2 ou 3 (*Legrand et al., 2001*). Ce ratio est très élevé pour les huiles végétales (LA/ALA = 26). Ceci suggère que des recommandations en matière de choix des huiles végétales doivent être formulées. A l'exception du poisson, le ratio LA/ALA est toujours supérieur à 5. Des recommandations visant à améliorer le choix des matières grasses animales ou une intervention nutritionnelle visant à améliorer la qualité lipidique de ces lipides animaux semblent également indispensable afin d'ajuster les données de consommation aux préconisations nutritionnelles formulées par les autorités sanitaires (AFSSA).

- ⇨ Le ***ratio C16:0/ALA*** atteint un niveau moyen de 24,6. En l'occurrence, ce « déséquilibre » (puisque qu'on peut considérer comme maximale au regard des recommandations habituelles une valeur inférieure à 10) actuel est très largement lié à la composition en acides gras des produits issus de ruminants (produits laitiers mais aussi les viandes). Une marge de progrès est également possible sur l'ensemble des lipides consommés (qu'ils soient d'origine végétale ou animale).

- *EFFET D'UN CHANGEMENT DE LA QUALITE DES LIPIDES ANIMAUX SUR NOTRE ALIMENTATION LIPIDIQUE SANS CHANGEMENT DES CONSOMMATIONS*

Nous avons évalué l'effet sur la qualité des apports lipidiques d'une substitution des produits animaux issus de filières conventionnelles par des produits issus de la filière Bleu-Blanc-Coeur selon les cahiers des charges de l'Association. Pour ce faire, nous avons volontairement conservé les données actuelles de consommation en lipides totaux, c'est-à-dire une consommation quantitativement excédentaire, afin de valider l'intérêt de la prise en compte de la seule dimension « qualité des lipides consommés ». Il est évident que les effets constatés ne pourraient être plus que favorables encore si l'aspect quantitatif était également pris en compte. Nous n'avons pas non plus fait varier la proportion des différentes sources de lipides, montrant ainsi le niveau d'amélioration possible en l'absence de toute modification des habitudes alimentaires du consommateur.

***Tableau 2**: détail des principaux acides gras consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001) suite à une modification des qualités lipidiques des produits animaux par une alimentation animale riche en AG n-3*

		Principaux AG en g consommés (en g/jour)						
	AG en g/jour	**C16:0**	**C18:1**	**C18:2 n-6**	**C18:3 n-3**	**AGPI LC n-3**	**LA / ALA**	**C16:0 / ALA**
Huiles végétales	37	5,6	13,0	13,1	0,50	0	26	11,2
Lait	33	8,58	8,3	0,7	0,33	0,07	2	26,0
Poisson	3	0,6	1,2	0,3	0,15	0,66	2	4,0
Volaille	3	0,6	1,2	0,36	0,18	0,02	2	3,3
Porc	12	2,64	5,28	1,08	0,42	0,08	3	6,3
Bœuf, Agneau, Veau	5	1,25	1,85	0,3	0,08	0,03	4	16,7
Lapin, cheval., oie	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Œufs	3	0,69	1,2	0,45	0,12	0,05	3	3,5
Autres denrées alimentaires	8	2	3,2	0,96	0,08	0,06	12	25,0
TOTAL	**104**	**22,0**	**35,2**	**17,3**	**1,9**	**1,0**	**9,3**	**11,8**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	< 5	/
Apports testés / apports conseillés	**+28%**	/	/	**+73%**	**-5%**	/	**+186%**	/
Apports testés / apports réels *(tableau 1)*	/	- 11%	+15%	-2 %	+90%	+ 31%	-47%	-52%
Paramètres évoluant dans le cadre de la consommation de produits Bleu-Blanc-Cœur								

Une meilleure maîtrise de la qualité des lipides animaux (lait, viandes et œufs soit 54% des lipides quotidiens ingérés) obtenue par introduction de sources végétales Bleu-Blanc-Coeur à hauteur de 5% en moyenne dans l'alimentation des animaux permet, sur la base du modèle actuel d'alimentation (à iso-consommation lipidique) de :

- ⇨ ***Diminuer de respectivement 2,7 g (11%) et 5,6 g (11%) les teneurs en acide palmitique et en acides gras saturés*** consommés quotidiennement (toute chose égale par ailleurs notamment en matière de quantité de lipides consommés). Etant donné, la surconsommation en acides gras saturés constatés, ces améliorations contribuent à rééquilibrer notre alimentation quotidienne en lipides dans le sens des ANC.

- ⇨ ***D'augmenter les apports en acide oléique*** (+ 4,6 g/jour) ; et ce aux dépends principalement des graisses saturées qui diminuent.

- ⇨ ***Couvrir les apports nutritionnels conseillés en acide alpha-linolénique AG n-3***. Grâce au rééquilibrage lipidique des produits animaux, la couverture des besoins définis par les ANC en ALA est atteinte pour l'homme adulte.

- ⇨ ***Augmenter les apports en AGPI LC n-3***. L'introduction d'ALA dans les régimes des animaux d'élevage permet d'augmenter les teneurs en EPA, DPA et en DHA dans les produits animaux. En effet, à partir de l'ALA, les animaux vont par désaturation et élongation produire des AGPI LC n-3 qu'ils vont déposer dans leurs tissus. Ces capacités de synthèse sont importantes et permettent d'augmenter de 31% les teneurs en AGPI LC n-3 dans l'alimentation. Alors que dans le cas présenté dans le tableau 1 (données de consommations actuelles), la contribution aux apports en AGPI LC n-3 des produits animaux (hors poisson) était de 23%, elle passe à 46% dans le cas d'une alimentation des animaux à base de 5% de lin. Dans ce cas, les produits animaux terrestres contribueraient

à près de la moitié des apports en AGPI LC n-3 quand les produits animaux d'origine marine en apporterait l'autre moitié.

⇨ ***Améliorer de manière favorable le ratio LA/ALA*** de notre alimentation quotidienne (qui passe ainsi de **17,6 à 9,3**). Cette amélioration est directement liée à l'accroissement de la consommation en ALA via la consommation des produits animaux nourris selon le mode d'élevage Bleu Blanc Cœur ; sans autre changement alimentaire associé. Comme nous le verrons par la suite, ce ratio pourrait être très largement amélioré dans le cas d'un conseil diététique sur le choix des huiles végétales entrant dans notre alimentation courante.

⇨ ***Diminuer de manière très importante le ratio C16:0/ALA***. Ce dernier passerait de **24,6** à **11,8** par la seule consommation de lipides animaux mieux équilibrés. Les produits issus de ruminants qui contribuaient fortement à la valeur élevée de ce ratio, voient cette valeur divisée d'un facteur 4,3 pour le lait et par 3 pour les viandes. En effet, l'introduction de Tradilin dans l'alimentation des ruminants produit, au-delà d'un enrichissement des produits en AG n-3, une diminution importante de la synthèse d'AGS (notamment de C16 :0).

Cette seule amélioration de la qualité des lipides animaux, sans modification préalable des habitudes alimentaires, c'est-à-dire sans choisir de nouveaux aliments et en conservant ses denrées alimentaires de base, induit **une amélioration significative des quantités mais aussi de la répartition des différentes classes d'acides gras dans le sens des recommandations nutritionnelles actuelles**. Ces améliorations constatées (*baisse des quantités d'acides gras saturés ingérés, seuils de consommation requis en ALA, amélioration du ratio LA/ALA vers les recommandations de l'AFSSA en soulignant l'amélioration du ratio C16:0/ALA*) permettent une évolution positive globale de la qualité lipidique de la prise alimentaire.

Le **modèle alimentaire proposé par Bleu-Blanc-Coeur** améliore la qualité des lipides animaux par une alimentation plus variée et diversifiée des animaux en intègrant des sources végétales riches en AG n-3. **Il produit des effets intéressants dans notre prise alimentaire quotidienne.**

Ceci suggère également que même si certains effets sur la composition des produits animaux peuvent paraître relativement faibles, **leur impact est important lorsqu'il est ramené à la consommation quotidienne en lipides apportés par ces produits.**

Par exemple, la teneur en ALA des produits laitiers passe de 0,3% à 0,9% dès lors que les vaches consomment un complément de Tradilin dans leur alimentation. Toutefois, la consommation de produits laitiers étant élevée, ceux ci apportant 33 g de lipides laitiers / jour, cette légère amélioration du taux relatif d'ALA permet d'augmenter nos apports en ALA journaliers de 230 mg ; soit plus de 11% de nos besoins recommandés en ALA. L'impact d'une amélioration même légère de la composition lipidique du lait est important et contribue assez largement à la couverture de nos besoins en ALA. Nous avons également mesuré que ce mode d'alimentation induisait dans les lipides du lait une diminution des teneurs en acide palmitique de 23% et permettait d'améliorer de façon hautement significative le ratio entre C16 :0 et ALA (qui passe de 113,3 à 26).

- *EFFET D'UN CHANGEMENT DE LA QUANTITE ET DE LA QUALITE DES LIPIDES INGERES*

Les simulations précédentes ne prenaient pas en compte l'effet d'une diminution d'ingestion de lipides conformément aux recommandations nutritionnelles actuelles. Les ANC préconisent une ingestion maximale de 81 g de lipides par jour alors que les données de consommation actuelles avoisinent les 104 g (soit un excès de + de 28%).
Nous avons donc simulé l'effet d'une diminution de la consommation de lipides à laquelle s'ajoute l'effet d'une amélioration de la qualité intrinsèque des lipides animaux selon les cahiers des charges Bleu-Blanc-Coeur et un choix amélioré de la qualité des huiles végétales utilisées.

Tableau 4 *: détail des principaux acides gras consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001) suite à une modification des qualités lipidiques des produits animaux par une alimentation animale riche en AG n-3 et à des conseils diététiques visant à baisser la consommation lipidique moyenne (selon recommandation des ANC, Martin et al., 2001) et modifier ses choix d'huile végétale.*

	AG en g/jour	C16:0	C18:1	C18:2 n-6	C18:3 n-3	AGPI LC n-3	LA / ALA	C16:0 / ALA
Huiles végétales	29	2,7	12,9	9,0	0,6	0,0	14,4	4,4
Lait	26	6,7	6,5	0,5	0,3	0,1	2,1	26,0
Poisson	2	0,5	0,9	0,2	0,1	0,5	2,0	4,0
Volaille	2	0,5	0,9	0,3	0,1	0,0	2,0	3,3
Porc	9	2,1	4,1	0,8	0,3	0,1	2,6	6,3
Bœuf, Agneau, Veau	4	1,0	1,4	0,2	0,1	0,0	3,8	15,6
Œufs	2	0,5	0,9	0,4	0,1	0,0	3,8	5,8
Autres denrées alimentaires	6	1,6	2,5	0,7	0,1	0,0	12,0	25,0
TOTAL	**81**	**15,5**	**30,2**	**12,2**	**1,7**	**0,8**	**7,2**	**9,2**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	5	/
Apports testés / apports conseillés	**0%**	/	/	**22%**	**-16%**	/	**45%**	/
Apports testés / apports réels *(tableau 1)*	-22%	-37%	-1%	-31%	68%	2%	-59%	-63%

Paramètres évoluant dans le cadre de la consommation de produits Bleu-Blanc-Coeur

L'ingestion moindre de lipides, couplée à une amélioration intrinsèque de la qualité des lipides consommés (animaux et végétaux) induit une amélioration globale du profil lipidique de la prise alimentaire. Ainsi, la quantité de graisses saturées et notamment d'acide palmitique diminuent (de -33% pour C16 :0) par rapport à la situation initiale (données de consommation actuelles). Alors que la teneur en LA diminue (-31%), le taux d'ALA avoisine toujours les recommandations nutritionnelles (1,7 g vs 2 g recommandés).

Il s'avère donc que ces préconisations nutritionnelles, qui sont à la fois quantitatives et qualitatives, induisent une amélioration importante de la qualité nutritionnelle moyenne de la prise alimentaire quotidienne. Il reste néanmoins difficile d'atteindre les recommandations pour le ratio LA/ALA

La restriction de l'ingestion de lipides totaux répond aux exigences actuelles. Le choix de consommer des aliments aux qualités lipidiques intrinsèques améliorées (produits animaux Bleu-Blanc-Coeur + mélange d'huiles végétales mieux adapté) influence ensuite très nettement la répartition des différentes classes d'acides gras consommés dans le sens des recommandations des nutritionnistes.

La démarche Bleu-Blanc-Coeur s'intègre donc dans une politique de prévention nutritionnelle comme un outil de pilotage supplémentaire, spécialement dédiée à une consommation lipidique améliorée au sens large.

- *EFFET D'UNE INTERVENTION NUTRITIONNELLE PARTIELLE*

Dans une dernière simulation, nous avons imaginé que le consommateur ne puisse pas substituer l'ensemble de ces produits animaux standard par des produits animaux Bleu-Blanc-Cœur (pour cause de prise de repas à l'extérieur par exemple). Les effets mesurés lorsque 50% des lipides consommés sont issus de produits standard et 50% des lipides consommés sont issus d'animaux Bleu-Blanc-Coeur encouragent cette initiative d'améliorer les compositions intrinsèques des produits animaux consommés par élevage à nutrition orientée Bleu-Blanc-Coeur.

Tableau 5 *: détail des principaux AG consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001) suite à une modification des qualités lipidiques des produits animaux (à 50% du fait de la disponibilité non parfaite des produits) par une alimentation animale riche en ALA et à des conseils diététiques visant à baisser la consommation lipidique moyenne (selon recommandation des ANC, Martin et al., 2001) et modifier ses choix d'huile végétale.*

	AG en g/jour	C16:0	C18:1	C18:2 n-6	C18:3 n-3	AGPI LC n-3	LA / ALA	C16:0 / ALA
Huiles végétales	21	2,7	12,9	9,0	0,6	0,0	14,4	4,4
Lait	13	3,5	3,3	0,3	0,1	0,0	2,1	26,0
	13	4,6	2,9	0,3	0,0	0,0	7,0	120,0
Poisson	3	0,6	1,2	0,3	0,15	0,66	2,0	4,0
Volaille	2	0,4	0,8	0,24	0,12	0	2,0	3,3
	2	0,4	0,8	0,24	0,04	0	6,0	10,0
Porc	6	1,32	2,64	0,54	0,21	0,04	2,6	6,3
	6	1,32	0,84	0,66	0,05	0,01	13,2	26,4
Bœuf, Agneau, Veau	3	0,75	1,11	0,18	0,05	0,02	3,6	15,0
	3	0,75	1,11	0,24	0,02	0,01	12,0	37,5
Œufs	1,5	0,32	0,6	0,23	0,01	0,02	23,0	32,0
	1,5	0,3	0,6	0,22	0,02	0,01	11,0	15,0
Autres denrées alimentaires	6	1,5	2,4	0,72	0,06	0,03	12,0	25,0
TOTAL	**81**	**18,4**	**31,3**	**13,1**	**1,5**	**0,8**	**8,6**	**12,1**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	5	/
Apports testés / apports conseillés	**0%**	/	/	**31%**	**-24%**	/	**72%**	
Apports testés / apports réels *(tableau 1)*	/	-25 %	2 %	-25 %	52 %	13 %	-51 %	-51%

Cette simulation met en évidence que l'impact d'une alimentation de type Bleu-Blanc-Cœur, même suivie à 50%, liée à des conseils diététiques visant à diminuer l'ingestion lipidique et à améliorer la qualité des huiles végétales consommées, induit une amélioration favorable du profil lipidique de la prise alimentaire complète.
Ainsi, on constate une baisse de la consommation des graisses saturées (et notamment de l'acide palmitique) liée toujours au changement de la qualité des lipides animaux et une amélioration de l'équilibre entre acides gras essentiels (LA/ALA). Du fait de la diminution de la consommation lipidique, et l'insuffisance de consommation de lipides animaux de la filière Bleu Blanc Cœur, la couverture des besoins en AG n-3 n'est pas permise (1,5 g/jour versus 2 g recommandés). **Dans cette optique, il semblerait intéressant de recommander d'autres sources d'AG n-3 pour compléter les apports (par exemple le pain à la farine de linBleu-Blanc-Coeur, ou certaines huiles végétales...).**

■ ***Délais de réalisation***

La démarche Bleu-Blanc-Cœur est déjà engagée et devrait poursuivre son développement afin d'atteindre les objectifs précédemment fixés.

Pour y parvenir, l'Association doit accompagner ses adhérents dans l'élaboration des projets et des concepts produits, les accompagner dans l'élaboration du discours nutritionnel en lien avec les nouveautés règlementaires (cf. règlement européen mis en application depuis le 01/07/2007). Ces premières étapes franchies, l'Association prévoit un élargissement de ces actions du point de vue communication nutritionnelle (avec sur les années 2008 et 2009, des actions de communication destinées au grand public pour faire connaître son mode de production et ses atouts nutritionnels). Des moyens vont être débloqués (ressources humaines et économiques) pour ce faire.
L'ensemble de ces actions devrait permettre d'atteindre l'objectif fixé.

■ ***Difficultés prévisibles et effets indésirables***

Le principal risque identifié est celui de l'évolution de la communication nutritionnelle en lien avec l'application du prochain règlement européen qui ne prévoit pas pour le moment dans son corps une communication bien définie pour les lipides et notamment les acides gras poly-insaturés de la famille des Oméga 3.
Dans ce laps de temps (qui devrait se poursuivre jusqu'en 2010), et malgré des dépôts de dossiers de demandes d'allégations nutritionnelles et santé par l'Association Bleu-Blanc-Cœur auprès de la Commission Européenne, un flottement en matière de communication nutritionnelle risque de se produire et donc de démotiver certains des adhérents de l'Association Bleu-Blanc-Cœur. Ces derniers n'ayant plus la possibilité d'afficher leur plus produit (nutritionnel) risquent de se désengager et de repartir vers des modes de production plus standards.

Hormis, ce risque règlementaire (difficultés à faire connaître au grand public l'intérêt nutritionnel de ses produits du fait d'un cadre règlementaire trop strict – nouveau règlement européen et application des profils nutritionnels – et un risque lié au marché (envolée du cours des matières agricoles avec abandon des cultures dites marginales comme le lin) ; l'Association Bleu-Blanc-Cœur ne devrait pas rencontrer de difficultés à atteindre les objectifs fixés d'ici à 2010.

Au contre-argument qui pourrait nous être opposé que nous motivons la consommation de graisses d'origine animale, il faut savoir que l'Association entretient un discours d'alimentation raisonnée et équilibrée dans ses communications. D'autre part, depuis quelques années la consommation de graisses d'origine animale a décrue au profit des graisses d'origine végétale (Ailhaud, 2006) qui sont souvent hydrogénées (huile de palme notamment).

■ ***Progrès déjà réalisés***

L'Association a été créée en 2000 ; les premiers produits répondant aux cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur ont été commercialisés en 2001. Depuis, le nombre de produits ne cesse de croître, la gamme de référence s'élargit régulièrement pour composer le menu Bleu Blanc Cœur (*le menu Bleu-Blanc-Cœur est composé de produits animaux issus des cahiers des charges de production Bleu-Blanc-Cœur qui présentent un profil nutritionnel amélioré grâce à une alimentation des animaux mieux maîtrisée ; ces produits sont en moyenne 3 fois plus riches en acides gras Oméga 3 et moins riches en acides gras saturés et en Oméga 6 que des produits équivalents issus d'animaux n'ayant pas consommé de sources végétales riches en oméga 3. L'addition de ces produits compose le menu BBC qui est ainsi naturellement plus équilibré et contribue à couvrir les besoins quotidiens en Oméga 3 tout en réduisant les quantités d'Oméga 6 ingérés).*

Les progrès sont mesurés par la progression des ventes. Celles-ci, en augmentation depuis 4 ans, démontrent un intérêt croissant du consommateur pour la promesse de santé par la naturalité portée par les produits estampillés du logo Bleu-Blanc-Cœur. Le graphe présentant l'évolution des redevances perçues par l'association (ci-avant dans les « données générales ») rassure déjà sur la progression ainsi réalisée par l'Association et ses adhérents en matière de mise en marché…

Parmi les principaux progrès réalisés tout récemment, celui du positionnement marketing. Alors qu'à nos débuts les produits Bleu-Blanc-Cœur étaient positionnés dans des gammes santé (à la limite de l'alicament), les produits sont aujourd'hui positionnés dans des gammes familiales à des prix accessibles à tous. La mise à disposition des produits Bleu-Blanc-Coeur au plus grand nombre est un objectif principal de notre action.
Beaucoup de chemin a déjà été parcouru ; il en reste encore à faire…

■ ***Demande d'utilisation de la mention***

Notre demande consiste à pouvoir apposer :

- sur les documents de communication de l'Association Bleu-Blanc-Cœur la mention : « ***Organisation engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».
- Sur les packagings et outils de promotion des produits de nos adhérents et à proximité du logo Bleu-Blanc-Cœur la mention suivante : « ***Association engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».

Fiche d'engagement n°3 :

Engagements de relais du discours PNNS au sein du réseau Bleu-Blanc-Coeur

■ ***Détails de l'engagement :***

L'Association Bleu-Blanc-Cœur s'engage à développer l'information nutritionnelle vers le consommateur, via des documents portant le discours PNNS et le logo PNNS (le cas échéant), en s'appuyant sur son réseau d'entreprises, de ses outils de communication interne (lettre d'infos, site web…). **Des outils créés spécifiquement par Bleu-Blanc-Cœur pour relayer le discours tenu par le PNNS** à destination du consommateur, des professionnels de santé sont à ce titre présentés au comité d'habilitation du PNNS en parallèle du dépôt de cette charte d'engagement.

Nous nous engageons également à **diffuser régulièrement** au sein de notre réseau de partenaires et d'entreprises des **informations et des repères de consommation** visant à améliorer notre statut nutritionnel. Ces informations pourront être relayées par nos adhérents au sein de leur entreprise ou de leur réseau (exemple des agriculteurs qui reçoivent régulièrement des visites de scolaires sur leur exploitation). Nos outils de diffusion de l'information seront notre site web et nos outils de communication interne (lettre d'informations et courriers).

Pour ce faire, nous nous engageons à

- Engager chaque année 10% de notre budget de communication pour diffuser de l'information nutritionnelle :
  - Participation à des congrès de nutrition où seront relayés des éléments du discours PNNS
  - Création d'outils de communication (1 par an minimum) où nous nous engageons à créer un encart « spécial nutrition » qui relaiera des messages du PNNS
  - Notre lettre d'informations Bleu-Blanc-Cœur (3 numéros par an ; diffusion à plus de 5.000 exemplaires / numéro) intègrera désormais un encart « Nutrition, Bon pour vous » qui précisera des conseils nutritionnels issus du programme PNNS.

■ ***Produits, marques, gammes de produits choisis :***

Tous les produits estampillés du logo Bleu-Blanc-Cœur et proposés par nos sociétés adhérentes sont concernés. Il s'agit donc de :

- Produits végétaux : Pain, Biscuits, etc....
- Produits laitiers de vache : Lait, yaourts, desserts lactés, fromages, beurre.
- Produits laitiers de chèvre : Lait, fromages
- Produits laitiers de brebis : Fromages
- Viande de bœuf
- Viande d'agneau.
- Viande de porc : Viande fraîche, charcuteries
- Viande de volailles : Poulets, dindes, cailles, canards, pintades
- Œufs et ovo-produits.
- Poisson

Tous ces produits portent comme signe distinctif le logo de l'Association Bleu-Blanc-Cœur ; qui garantit une composition nutritionnelle garantie et contrôlée. Ils contribuent chacun à composer un menu qui tend vers les recommandations des ANC (lipides, acides gras saturés, Oméga 3...).

■ ***Contribution aux apports nutritionnels :***

Bleu-Blanc-Coeur est un outil efficace d'amélioration de la nutrition lipidique de l'homme. Il ne se suffit pas à lui-même. Combiné à d'autres approches (meilleur choix des huiles végétales, baisse de la conso totale de lipides), il permet d'atteindre les recommandations des nutritionnistes avec de faibles changements des habitudes alimentaires.

Bleu-Blanc-Coeur, par son rôle **d'éducation et d'information pédagogique**, encourage également les consommateurs à mieux consommer et limitant par exemple leur consommation de lipides mais aussi en choisissant par exemple mieux leurs huiles végétales. Ces dernières sont, en l'état actuel de nos consommations de très larges pourvoyeuses d'acides gras AG n-6. Opter pour un mélange plus équilibré d'huiles végétales permettrait de diminuer encore le ratio LA/ALA par diminution des consommations en acides gras AG n-6 (et non plus par la seule augmentation des AG n-3 ingérés).

- *MEILLEUR CHOIX DES HUILES VEGETALES : IMPACT D'UN CONSEIL NUTRITIONNEL*

Il est conseillé de varier les huiles tout en limitant la consommation d'huiles végétales très saturées (palme, coprah, palmiste). Nous avons mesuré l'impact sur la qualité des apports alimentaires lipidiques, d'une recommandation nutritionnelle concernant le choix des huiles végétales en sus de recommandations de consommation de produits animaux issus de la filière Bleu-Blanc-Coeur.
NB : L'impact des changements dans la nature des huiles consommées concerne le consommateur dans ses choix d'huiles de table (cuisson et assaisonnement). L'impact de l'éducation nutritionnelle est importante à ce stade, mais la majorité des huiles végétales consommées par les européens est sous forme de « graisses cachées » dans les préparations industrielles. Ici, ce sont les choix des industriels qui sont en cause, et ces choix sont souvent

dictés par des contraintes économiques et aussi (surtout) par des contraintes technologiques qui privilégient les huiles végétales solides de type palme ou huiles hydrogénées. L'impact des conseils nutritionnels au consommateur sur les choix de ses huiles est donc limité.

Tableau 4 *: détail des principaux acides gras consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001) suite à une modification des qualités lipidiques des produits animaux par une alimentation animale riche en AG n-3 et à des conseils diététiques en matière de choix d'huile végétale.*

		Principaux AG en g consommés (en g / jour)						
	AG en g/jour	**C16:0**	**C18:1**	**C18:2 n-6**	**C18:3 n-3**	**AGPI LC n-3**	**LA / ALA**	**C16:0 / ALA**
Huiles végétales*	37	3,5	16,6	11,5	0,80	0	14	4,4
Lait	33	8,58	8,3	0,7	0,33	0,07	2	26,0
Poisson	3	0,6	1,2	0,3	0,15	0,66	2	4,0
Volaille	3	0,6	1,2	0,36	0,18	0,02	2	3,3
Porc	12	2,64	5,28	1,08	0,42	0,08	3	6,3
Bœuf, Agneau, Veau	5	1,25	1,85	0,3	0,08	0,03	4	16,7
Lapin, cheval., oie	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Œufs	3	0,69	1,2	0,45	0,12	0,05	3	3,5
Autres denrées alimentaires	8	2	3,2	0,96	0,08	0,06	12	25,0
TOTAL	**104**	**19,9**	**38,8**	**15,7**	**2,2**	**1,0**	**7,2**	**9,2**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	< 5	/
Apports testés / apports conseillés	**+28%**	/	/	**+57%**	**+8%**	/	**+45%**	/
Apports testés / apports réels *(tableau 1)*	/	-19%	+27%	-11%	+116%	+31%	-59%	-63%

** mélange d'huiles végétales : 20 olive + 20% arachide + 20% colza + 30% tournesol + 5% coprah + 5% Palme au lieu 10% olive + 3% arachide + 45% tournesol + 2% soja + 10% colza + 25% palme + 5% coprah (consommations actuelles françaises selon les données de production : Ailhaud et al., 2006)*

Paramètres évoluant dans le cadre de la consommation de produits Bleu-Blanc-Coeur.

Cette modification légère du comportement alimentaire (qui consiste en la substitution d'huile de tournesol riche en AG n-6 et d'huiles de palme ou coprah très saturées par des huiles de type olive ou arachide) induit une amélioration très intéressante du profil lipidique de l'alimentation. Ceci se traduit à quantité égale de lipides ingérés, par une diminution du taux d'acides gras saturés (et notamment d'acide palmitique) consommés, à une augmentation du taux d'AG n-3 en lien avec une diminution du taux d'AG n-6 consommés permettant une nouvelle amélioration du ratio AG n-6/AG n-3 vers la valeur recommandée (7,2 pour une valeur recommandée de 5).

Cette recommandation renforce l'amélioration déjà constatée par la substitution des lipides animaux avec des lipides animaux de la filière Bleu-Blanc-Cœur, principalement sur les teneurs en AG n-6 et pour les ratios LA/ALA et C16:0/ALA.

NB : Il est intéressant que cette amélioration liée à un meilleur choix des huiles végétales produit des effets limités et ne peut être considérée comme la seule voie possible d'amélioration de la composition lipidique de nos régimes. Par contre, et avec les réserves que nous avons formulé plus haut sur les difficultés de mise en œuvre de ce type d'amélioraríon pour les huiles végétales entrant dans la composition des produits industriels, il faut remarquer que combinée à une amélioration des lipides animaux, cette modification produit des effets intéressants, toujours à iso-consommation de produits.

- *EFFET D'UN CHANGEMENT DE LA QUANTITE ET DE LA QUALITE DES LIPIDES INGERES*

Les simulations précédentes ne prenaient pas en compte l'effet d'une diminution d'ingestion de lipides conformément aux recommandations nutritionnelles actuelles. Les ANC préconisent une ingestion maximale de 81 g de lipides par jour alors que les données de consommation actuelles avoisinent les 104 g (soit un excès de + de 28%).
Nous avons donc simulé l'effet d'une recommandation dispensée par Bleu-Blanc-Cœur de diminuer la consommation de lipides à laquelle s'ajoute l'effet d'une amélioration de la qualité intrinsèque des lipides animaux selon les cahiers des charges Bleu-Blanc-Coeur et un choix amélioré de la qualité des huiles végétales utilisées.

Tableau 5 *: détail des principaux acides gras consommés (g/jour) et comparaison aux recommandations françaises (Martin et al., 2001) suite à une modification des qualités lipidiques des produits animaux par une alimentation animale riche en AG n-3 et à des conseils diététiques visant à baisser la consommation lipidique moyenne (selon recommandation des ANC, Martin et al., 2001) et modifier ses choix d'huile végétale.*

	AG en g/jour	C16:0	C18:1	C18:2 n-6	C18:3 n-3	AGPI LC n-3	LA / ALA	C16:0 / ALA
Huiles végétales	29	2,7	12,9	9,0	0,6	0,0	14,4	4,4
Lait	26	6,7	6,5	0,5	0,3	0,1	2,1	26,0
Poisson	2	0,5	0,9	0,2	0,1	0,5	2,0	4,0
Volaille	2	0,5	0,9	0,3	0,1	0,0	2,0	3,3
Porc	9	2,1	4,1	0,8	0,3	0,1	2,6	6,3
Bœuf, Agneau, Veau	4	1,0	1,4	0,2	0,1	0,0	3,8	15,6
Œufs	2	0,5	0,9	0,4	0,1	0,0	3,8	5,8
Autres denrées alimentaires	6	1,6	2,5	0,7	0,1	0,0	12,0	25,0
TOTAL	**81**	**15,5**	**30,2**	**12,2**	**1,7**	**0,8**	**7,2**	**9,2**
Apports Nutritionnels Conseillés	81	/	/	10	2	/	5	/
Apports testés / apports conseillés	**0%**	/	/	**22%**	**-16%**	/	**45%**	/
Apports testés / apports réels *(tableau 1)*	-22%	-37%	-1%	-31%	68%	2%	-59%	-63%

Paramètres évoluant dans le cadre de la consommation de produits Bleu-Blanc-Coeur

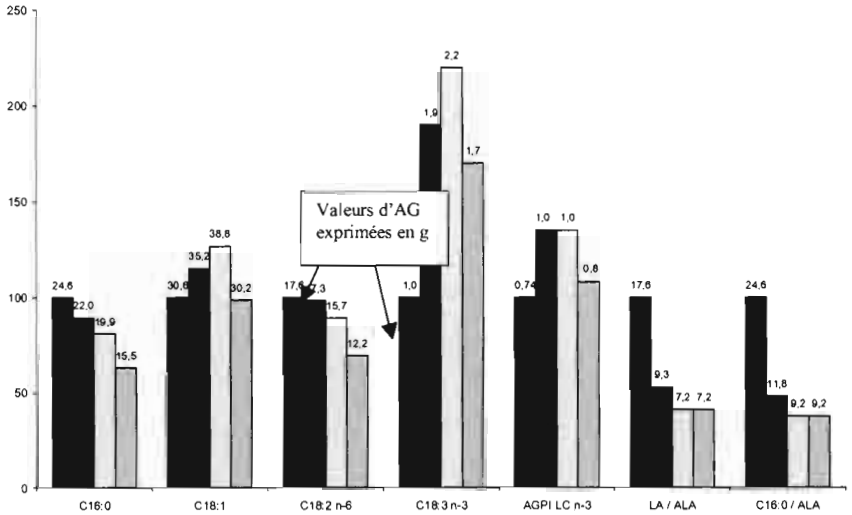
L'ingestion moindre de lipides, couplée à une amélioration intrinsèque de la qualité des lipides consommés (animaux et végétaux), induit une amélioration globale du profil lipidique de la prise alimentaire. Ainsi, la quantité de graisses saturées et notamment d'acide palmitique diminuent (de -33% pour C16 :0) par rapport à la situation initiale (données de consommation actuelles). Alors que la teneur en LA diminue (-31%), le taux d'ALA avoisine toujours les recommandations nutritionnelles (1,7 g vs 2 g recommandés).

Il s'avère donc que ces préconisations nutritionnelles, qui sont à la fois quantitatives et qualitatives, induisent une amélioration importante de la qualité nutritionnelle moyenne de la prise alimentaire quotidienne. Il reste néanmoins difficile d'atteindre les recommandations pour le ratio LA/ALA.
La restriction de l'ingestion de lipides totaux répond aux exigences actuelles. Le choix de consommer des aliments aux qualités lipidiques intrinsèques améliorées (produits animaux Bleu-Blanc-Coeur + mélange d'huiles végétales mieux adapté) influence ensuite très nettement la répartition des différentes classes d'acides gras consommés dans le sens des recommandations des nutritionnistes.

La démarche Bleu-Blanc-Coeur s'intègre donc dans une politique de prévention nutritionnelle comme un outil de pilotage supplémentaire, spécialement dédiée à une consommation lipidique améliorée au sens large.

- *CONCLUSION*

Le graphe (figure 1) présente la synthèse des différentes interventions nutritionnelles testées sur l'évolution des teneurs en acides gras ou ratios d'acides gras sélectionnés ; la situation actuelle de consommation d'AG étant exprimée en base 100.



Légende :

■ **Données actuelles** (situation actuelle)

■ **Hypothèse 1** (changement qualitatif des lipides animaux)

□ **Hypothèse 2** (changement qualitatif des lipides animaux et végétaux)

□ **Hypothèse 3** (réduction de la teneur en lipides ingérés et changement qualitatif des lipides animaux et végétaux)

figure 1 : synthèse des effets des différentes hypothèses testées sur les proportions d'acides gras et de ratios d'acides gras ingérés étudiées (exprimés en base 100 ; la valeur 100 correspondant à la situation actuelle).

Par rapport aux données initiales et quelle que soit l'hypothèse testée, il s'avère que les teneurs en AGS (aujourd'hui consommées en excès) sont toujours diminuées de manière significative. La consommation de C16 :0 peut diminuer jusqu'à -8 g, principalement grâce à l'amélioration des qualités intrinsèques des lipides animaux puis dans un second temps par un choix plus appropriée des huiles végétales consommées. Cette diminution de la consommation d'AGS (et notamment C16 :0) répond aux critères nutritionnels actuels et permettrait, aux vues des données bibliographiques citées précédemment, de mieux équilibrer les apports lipidiques et donc de participer à la diminution du développement des maladies contemporaines de civilisation (cancer, maladies cardio-vasculaires, diabète, obésité...) pour lesquelles le taux d'AGS ingéré est largement mis en cause.

La baisse des AGS va de pair avec une augmentation des acides gras insaturés (essentiellement AGMI) conformément aux recommandations citées précédemment.

Les recommandations visant à améliorer la qualité des lipides animaux ingérés, permet d'augmenter jusqu'à l'objectif des ANC la teneur en ALA ingéré tout en permettant de diminuer le ratio LA/ALA vers l'objectif défini par les ANC (valeur seuil de 5).
Le ratio LA/ALA diminuerait de la valeur de 17,6 (valeur actuelle moyenne de l'alimentation) à 9,3 voire à 7,2 en cas de conseil diététique supplémentaire concernant le choix de ses huiles alimentaires :

✓ L'augmentation du taux d'ALA est principalement permise par la consommation de lipides animaux au profil lipidique amélioré par alimentation des animaux selon les

normes des cahiers des charges Bleu-Blanc-Coeur (de 1 à 1,9 g/jour ; valeur recommandée = 2 g/jour).

✓ La diminution du taux de LA est quant à elle principalement permise par une recommandation diététique visant à mieux choisir ces huiles végétales (remplacement d'huiles riches en LA ou en AGS comme le tournesol ou encore le palme par des huiles mieux équilibrées comme l'olive, le colza ou l'arachide / tournesol oléique…).

Enfin, le seul changement alimentaire lié aux lipides animaux suffit pour diviser par 3 le ratio C16:0/ALA (qui passe de 24,6 à 11,8). La qualité des MG d'origine laitière influence très fortement ce ratio.

L'amélioration de la nutrition lipidique chez l'homme via la chaîne alimentaire est un modèle pertinent (au regard des autres modèles proposés). En effet, le tableau ci-dessous permet de démontrer toute l'importance de la prise en compte à la base de la chaîne alimentaire de la qualité nutritionnelle des produits animaux ; effet complémentaire à des recommandations de diminution de son ingestion de lipides et une amélioration du choix des huiles végétales consommées :

Modèle proposé	C16:0	ALA	AGPI LC n-3	LA / ALA	C16:0/ ALA
Conso actuelle	24,6	1,0	0,7	17,6	24,6
Bleu-Blanc-Coeur Iso-consommations	22,0	1,9	1,0	9,3	11,8
Modifs huiles (1) végétales Iso_cons.	24,6	1,4	0,7	8,7	17,6
Modification (2) habitudes alim.	20,6	0,9	0,7	17,9	23,7
Addition des 3 propositions	18,5	2,0	0,9	5,5	9,5

(1) Iso Huiles techno –palme- et 1/3 Tourn. 1/3Colza 1/3 Olive (2) Baisse de conso de 10% HV, 20% Lip. anx ter.

C'est ce discours nutritionnel synergique et complémentaires que l'Association veut porter au travers de son discours autour du « menu Bleu-Blanc-Cœur » dans l'ensemble de ses communications (leaflets, site web…).

Ces simulations démontrent qu'une **simple amélioration de la qualité des lipides animaux** que nous consommons chaque jour a un **impact très fort sur le profil lipidique de l'alimentation quotidienne**, et permet de beaucoup se rapprocher des **recommandations nutritionnelles.** Ceci peut se faire très simplement, **sans bouleversement des habitudes alimentaires** des consommateurs. Cette amélioration provient essentiellement d'une prise en compte de l'alimentation des animaux et d'un meilleur équilibre de la chaîne alimentaire via la démarche Bleu-Blanc-Coeur qui permet d'obtenir des produits moins riches en AGS, plus riches en ALA et présentant un meilleur rapport LA/ALA.

Les lipides issus d'animaux représentent une part importante des lipides que nous consommons chaque jour ; et même des effets qui peuvent paraître quantitativement mineurs deviennent très significatifs en termes nutritionnels, lorsqu'ils portent sur des produits largement consommés et qui sont d'importants contributeurs à l'apport de lipides.

Il s'avère même que l'effet lié à l'amélioration de la qualité des lipides animaux est quantitativement plus important que celui lié à une modification seule des huiles végétales. Nous soulignons également que nous n'avons pas pris en compte dans ces modèles, l'effet d'une consommation plus importante de poissons ; la disponibilité de cette ressource ne suffisant pas pour couvrir les besoins de la population européenne en AG n-3. Par conséquence, formuler des recommandations visant à améliorer la qualité nutritionnelle des produits animaux est un enjeu majeur afin de couvrir les besoins recommandés en AG n-3 tout en améliorant le profil lipidique de l'alimentation (baisse des AGS…).

La démarche Bleu-Blanc-Coeur pourrait être une solution simple permettant de rééquilibrer les apports quotidiens lipidiques vers les recommandations nutritionnelles. Cette solution pourra être encore renforcée par des conseils nutritionnels visant à diminuer l'ingestion en lipides totaux et à mieux choisir les sources d'huiles végétales. Bleu-Blanc-Coeur est aussi une démarche d'amélioration de la chaîne alimentaire dans un souci de mieux produire. Elle peut donc servir d'outil de pilotage afin d'améliorer la qualité des lipides consommés et s'intègre dans une politique de prévention nutritionnelle avec d'autres outils complémentaires. Cette démarche est d'autant plus simple à mettre en œuvre que la quantité de lin employée dans l'alimentation des animaux avoisine seulement les 5% et que les surcoûts liés à l'utilisation des graines de lin sont très faibles (En annexe 16, le détail des surcoûts liées à l'alimentation Bleu-Blanc-Coeur (calculs réalisés via l'utilisation de graines de lin dans l'alimentation des animaux conformément aux exigences des cahiers des charges Bleu-Blanc-Coeur).

- ***Variables technologiques et commerciales :***

Non applicable pour cet engagement

- ***Chiffrage des objectifs intermédiaires et de l'objectif final***

Non applicable pour cet engagement

- ***Critères quantifiables du suivi de l'engagement***

Non applicable pour cet engagement

- ***Evolution de la composition nutritionnelle des produits***

Non applicable pour cet engagement

- ***Délais de réalisation***

Non applicable pour cet engagement

■ ***Difficultés prévisibles et effets indésirables***

Non applicable pour cet engagement

■ ***Progrès déjà réalisés***

Avec ce dossier d'engagement de progrès nutritionnel, l'Association Bleu-Blanc-Cœur dépose trois outils pour demande d'obtention du logo PNNS :

- Un document à destination du grand public (mis à disposition du consommateur par l'Association elle-même mais aussi via notre réseau d'adhérents et de partenaires)
- Un document à destination des enfants (pour animation en milieu scolaire)
- Un document à destination des diététiciennes (distribué sur les salons de nutrition et de diététiques auxquels Bleu-Blanc-Cœur participe)

Ces 3 outils constituent la première prise de parole de l'Association. D'autres outils seront chaque année créés et soumis à l'approbation de la Commission d'examen du PNNS.

■ ***Demande d'utilisation de la mention***

Notre demande consiste à pouvoir apposer :

- sur les documents de communication de l'Association Bleu-Blanc-Cœur la mention : « ***Organisation engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».
- Sur les packagings et outils de promotion des produits de nos adhérents et à proximité du logo Bleu-Blanc-Cœur la mention suivante : « ***Association engagée dans une démarche nutritionnelle encouragée par l'Etat (PNNS)*** ».

Liste des abréviations

AA : C20 :4 n-6 ou Acide Arachidonique
AET : Apport Energétique Total
AFSSA : Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments
AG n-3 : Acides Gras Oméga 3 ou Acides Gras de la famille n-3
AG n-6 : Acides Gras Oméga 6 ou Acides Gras de la famille n-6
AG : Acides Gras
AGMI : Acides Gras Monoinsaturés
AGMI : Acides Gras Mono-Insaturés
AGPI LC : Acides Gras Poly-Insaturés à Longues Chaînes
AGPI : Acides gras Polyinsaturés ou PUFA
AGS : Acides Gras Saturés
ALA : C18:3 n-3 ou acide alpha-linoléique
ANC : Apports Nutritionnels Conseillés
ANDRM : Association des Directeurs des Restaurants Municipaux
BBC : Association Bleu-Blanc-Cœur (ou Tradilin)
C16 :0 : acide palmitique
C18:2 c9 t11 : acide ruménique
CLA : acides linoléiques conjugués
CNIEL : Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière
DHA C22:6 n-3 ou acide docosahexaénoïque
DPA : C22:5 n-3 ou acide docosapentaénoïque
EPA : C20 :5 n-3 ou acide eicosapentaénoïque
IMC : Indice de Masse Corporelle
INRA : Institut national de la Recherche Agronomique
Kcal : Kilocalories
LA : C18:2 n-6 ou acide linoléique
MG : matières Grasses
OCL : Oléagineux Corps gras Lipides
OMS : Organisation mondiale de la Santé
PL : Phospholipides
PME : Petites et Moyennes Entreprises
TG : Triglycérides
TVM : Teneur en Viandes Maigres

Liste des annexes

Annexe 1 : Publication au Journal Officiel n°609 du 19/08/2000

Annexe 2 : Statuts et Règlement Intérieur de l'Association

Annexe 3 : Logo de l'Association Bleu-Blanc-Cœur et déclinaisons

Annexe 4 : Liste des membres de l'Association Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 5 : Les instances dirigeantes de l'Association Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 6 : Liste des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 7 : Résultats de tests d'analyses sensorielles réalisés sur produits Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 8 : Publication signée par Mme Sylvie Giger-Reverdin

Annexe 9 : Publication sur la méthanogènèse

Annexe 10 : Valeurs nutritionnelles des produits Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 11 : Comité d'habilitation Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 12 : Liste des produits Bleu-Blanc-Coeur

Annexe 13 : Exemples d'outils de communication Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 14 : Liste des publications scientifiques Bleu-Blanc-Cœur

Annexe 15 : Publication dans Progress in lipids Research (Ailhaud, 2006)

Annexe 16 : coûts de production des animaux Bleu-Blanc-Cœur

Liste des références bibliographiques

Ailhaud, G. 2006. Acides gras polyinsaturés et masse adipeuse :une relation qui pose problème. Choledoc

Ailhaud, G., F. Massiera, P. Weill, P. Legrand, J. M. Alessandri, and P. Guesnet. 2006. Temporal changes in dietary fats: role of n-6 polyunsaturated fatty acids in excessive adipose tissue development and relationship to obesity. Prog Lipid Res **45**:203-36

Amri, E. Z., G. Ailhaud, and P. A. Grimaldi. 1994. Fatty acids as signal transducing molecules: involvement in the differentiation of preadipose to adipose cells. J Lipid Res **35**:930-7.

Burr ML, 1989. Effects of changes in fat, fish, & fibre intake on death and myocardial reinfarction (DART). Lancet: 757- 761

Charles, M. A., A. Basdevant, and E. Eschwege. 2002. [Prevalence of obesity in adults in France: the situation in 2000 established from the OBEPI Study]. Ann Endocrinol (Paris) **63**:154-8.

GISSI investigators: 1999. Dietary supplemnetation with n-3 PUFA & Vit E after a myocardial infaction. Lancet 354. 447-455

Martin, A. 2001. The "apports nutritionnels conseilles (ANC)" for the French population. Reprod Nutr Dev **41**:119-28.

Weiler, H. 2000 Dietary supplementation of arachidonic acid is associated with higher whole body weight and bone mineral density in growing pigs. Pediatr. Res. **47**:692-697.

Weill P., Schmitt B., Chesneau G., Daniel N., Safraou F., Legrand P., 2002. Effects of introducing linseed in livestock diet on blood fatty acid composition of consumers of animal products. *Ann Nutr Metab 2002;46:182-191*