



# GROUPE D'INFORMATION BOISSONS RAFRAÎCHISSANTES

Numéro 1, 9 septembre 2014

## Le cœur et la raison

Les boissons rafraîchissantes sont appréciées. Les consommateurs tiennent à la diversité de l'offre, et les producteurs de boissons rafraîchissantes se portent garants de la haute qualité et de la sécurité de leurs produits.

Comme on nous apprend dès le plus jeune âge que la soif ne s'éteint pas uniquement à la limonade, les boissons rafraîchissantes sont de manière générale consommées avec modération. Mais voici que le surpoids et l'obésité ont progressé en Suisse. On recherche donc les causes et les coupables. Les « soft drinks » ou « boissons sucrées », comme sont souvent désignées les boissons rafraîchissantes dans la langue courante, sont dans la ligne de mire. Certaines voix en appellent même à leur interdiction.

Intimement convaincus que les problèmes de société doivent être attaqués à la racine, au lieu de verser dans les jugements manichéens et les interdictions, nous avons fondé le groupe d'information Boissons rafraîchissantes.

Nous nous exprimons sans équivoque en faveur d'une alimentation équilibrée et variée et d'un mode de vie actif. La diversité des produits, la transparence et la liberté de choix constituent la meilleure garantie dans ce sens. Nous nous investissons avec le cœur et la raison dans cette entreprise.

**Lorenz Hess**  
Président  
Conseiller national  
PBD

**Matthias P.E. Schneider**  
Senior PA &  
Communications  
Manager Coca-Cola  
Suisse



En matière d'alimentation et d'activité physique, les Suisses misent sur des valeurs libérales.

## Responsabiliser, encore et encore

**En matière d'alimentation et d'exercice physique, les Suisses misent sur la responsabilité individuelle plutôt que sur les interdictions et les prescriptions légales. De la part des entreprises, ils attendent des produits de haute qualité, une offre diversifiée et des informations compréhensibles. L'État doit lutter contre le surpoids, en coopérant notamment avec le secteur privé.**

Dans un sondage représentatif réalisé sur mandat du groupe d'information Boissons rafraîchissantes, l'institut gfs.bern a réalisé une première enquête sur la santé, l'alimentation et l'exercice physique : « La responsabilité individuelle doit être renforcée par l'information. » De manière générale, l'alimentation et l'activité physique suscitent un vif intérêt. Une majorité des consommateurs estiment être bien informés dans ce domaine.

Lorsque l'on pose la question de la société que l'on veut avoir dans ce domaine, l'information sur le produit et l'information aux consommateurs viennent clairement en avant. Car les facteurs déterminants pour une alimentation équilibrée sont la diversité et la qualité de l'offre et des informations compréhensibles. Concernant l'étiquetage des denrées alimentaires, une majorité des personnes interrogées est satisfaite de l'actuel système des repères nutritionnels journaliers (RNJ ; GDA en anglais pour Guideline Daily Amount),

mais pourrait aussi concevoir à titre complémentaire un système de feux tricolores. Dans la lutte contre le surpoids, la

## Prévention dans les groupes à risques

majorité estime que l'État n'en fait pas assez en faveur de la population, et pourrait mener des mesures de prévention ciblée auprès des groupes à risques. Elle salue en outre la possibilité de conduire des projets communs entre le secteur privé et l'État. Mais, elle rejette clairement l'option des interdictions et des impôts.

Le sondage, qui sera effectué chaque année, est conçu comme un repère pour la société.

**Informations complémentaires concernant le sondage :**

[www.gi-boissons-rafraichissantes.ch](http://www.gi-boissons-rafraichissantes.ch)

BON À SAVOIR

## Monter des escaliers pendant 15 minutes brûle

# 150 kcal

150 kcal correspondent à environ 1 boisson rafraîchissante (0,33 l), 200 ml de lait entier, 2 petits-beurre au chocolat au lait ou 1,5 banane.

## Étiquetage des denrées alimentaires : notre boussole au quotidien

**Le secteur des denrées alimentaires travaille sans relâche à l'optimisation de l'étiquetage de ses produits, avec pour objectif de garantir une déclaration claire et compréhensible.** Grâce au système actuel des repères nutritionnels journaliers (RNJ ; en anglais : Guideline Daily Amount, GDA), le consommateur peut savoir ce qu'il y a dans un produit et en quelle quantité. Les RNJ sont en quelque sorte une boussole. Comme le montre le sondage Alimentation et activité physique, une majorité de la population est satisfaite de ces indications. Mais le système des feux tricolores semble aussi trouver bon accueil. Le souhait de simplifier les choses est légitime. Mais il n'est en l'occurrence pas à l'avantage du consommateur, car le système des feux tue les nuances : seules comptent des valeurs seuils fixes. Les variantes pauvre

en graisse et entière d'un même produit pourraient par exemple être toutes deux sanctionnées d'un feu rouge. Cela n'apporte pas grand-chose au consommateur. Par ailleurs, l'instance qui serait habilitée à classer une denrée alimentaire dans les catégories « vert », « orange » ou « rouge » n'est pas clairement définie. La nouvelle déclaration européenne pour les denrées alimentaires, fondée sur les valeurs nutritionnelles de référence (qui sera aussi appliquée en Suisse à la fin de 2015), est un complément judicieux aux RNJ.

**Le consommateur a besoin de davantage que d'une couleur.**

**Marcel Kreber**  
Secrétaire du groupe  
d'information Boissons  
rafraîchissantes



## Rivella et le mouvement du sport de masse

Plus de 400 000 personnes prennent part chaque année à l'un des événements slowUp, aujourd'hui au nombre de 19. Les participants se déplacent sur les routes fermées au trafic motorisé par leur seule force musculaire – qui en vélo, qui en planche à roulettes ou simplement à pied – et découvrent du même coup de belles régions. Par cet engagement, Rivella encourage les gens à se bouger et permet aux familles d'être actives dans leurs loisirs, pour le plaisir des grands et des petits. Les prochains slowUp auront lieu le 14 septembre 2014 dans la région d'Emmental-Oberaargau, le 21 septembre 2014 dans la région de Bâle-Dreiland et le 28 septembre 2014 le long du lac de Zurich.

[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)



**slowUp** : découvrir la Suisse à vélo en famille et avec entraînement

## MON POINT DE VUE



**Ida Glanzmann-Hunkeler**  
Membre du comité Groupe d'information Boissons rafraîchissantes  
Conseillère nationale PDC

### Une décision qui appartient au consommateur

Nous vivons une époque caractérisée par une diversité énorme et des possibilités apparemment illimitées. L'alimentation ne fait pas exception, et notre passage quotidien dans les magasins alimentaires ne fait que confirmer le constat. Les consommateurs suisses apprécient cette diversité et chacun d'entre eux doit pouvoir choisir selon ses propres critères. L'apparence, le goût et les préférences personnelles jouent un rôle déterminant. Mais les indications du fabricant peuvent aussi guider leurs choix alimentaires. Si la prévention a sa

place dans les questions d'alimentation, elle ne doit toutefois pas servir de paravent à une activité législative inefficace, ni transformer des citoyens adultes en consommateurs mal informés. Dans le domaine alimentaire, la balle est avant tout dans le camp du consommateur, et non dans celui du législateur. Des réglementations claires sur les denrées alimentaires, des contrôles réguliers et des modes de production sûrs sont garants de la plus haute qualité. **Toutes les conditions pour des achats raisonnés et une consommation équilibrée sont donc réunies.**