

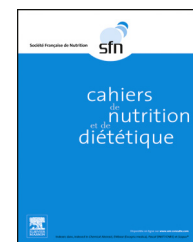


Disponible en ligne sur

ScienceDirect
www.sciencedirect.com

Elsevier Masson France

EM|consulte
www.em-consulte.com



Informations

News

Vie de la société

■ Bourses de voyage

La Société française de nutrition souhaite favoriser la participation de jeunes chercheurs à des congrès nationaux et internationaux, pour y présenter un travail de recherche en nutrition. Ce prix doit leur permettre de financer une partie des frais de voyage, d'inscription au congrès et d'hôtellerie à l'exclusion de la restauration.

Ces Prix s'adressent à des candidats, étudiants ou jeunes chercheurs non statutaires, doctorants ou en stage post-doctoral, ayant un résumé accepté par le Comité scientifique du congrès, de préférence pour une communication orale. Le directeur du laboratoire dont est issu le candidat devra être membre de la SFN et à jour de cotisation annuelle.

Le montant de la Bourse de voyage est fixé au maximum à 800 € pour un congrès à l'étranger et 500 € pour un congrès en France.

Date limite d'envoi de la demande : 6 semaines avant le départ au congrès. Les dossiers incomplets ne seront pas évalués.

Téléchargement du dossier : www.sf-nutrition.org.

Actualités

■ Le catalogue numérique des aliments : un outil pour assurer la fiabilité et la transparence de l'information

L'information sur les produits alimentaires joue un rôle majeur dans les choix des consommateurs et dans la confiance qu'ils accordent à leur alimentation. La quantité d'information demandée s'accroît sans cesse du fait de la multiplication des attentes et des exigences des consommateurs (composition des produits, valeurs nutritionnelles, allergènes, origine des ingrédients, éthique des modes de production, impact environnemental...). La quantité d'information potentiellement accessible s'accroît elle aussi du fait des progrès des connaissances et des

méthodes analytiques qui multiplient le nombre d'éléments qui peuvent être identifiés et tracés.

Même si toutes les informations accessibles ne deviennent pas obligatoires, la pression pour davantage d'information est de plus en plus forte du fait de la concurrence et de la multiplication des plates-formes et des applications permettant de comparer les produits. Ces outils ont banalisé la facilité d'accès à l'information sur les produits, au point qu'elle est maintenant considérée comme totalement légitime. L'information est un droit qui est indépendant des usages des consommateurs ou des objectifs des instances réglementaires. Désormais, ce sont les difficultés d'accès à l'information, ou l'absence d'information, qui apparaissent comme des anomalies et provoquent la suspicion.

La croissance de la demande et de l'offre d'information est une tendance qui ne sera pas remise en cause, mais elle peut se révéler difficile à gérer. Les signes de qualité, et plus généralement les indicateurs synthétiques, visent à simplifier le traitement de l'information, mais eux aussi se multiplient et, par construction, ils ne peuvent pas prendre en compte la diversité croissante des critères de choix des consommateurs et encore moins la pondération individuelle de ces critères. Plus prosaïquement, mettre à la disposition des consommateurs un nombre croissant d'informations sur les étiquettes pose des problèmes pratiques de taille et de lisibilité. En outre, chaque consommateur n'utilisant qu'un nombre limité d'informations lors de ses achats (2 ou 3 au maximum), la recherche de ces informations est rendue plus difficile dès lors que les étiquettes en comportent de plus en plus.

La difficulté de la situation actuelle réside dans la contradiction entre l'impératif de disponibilité de l'intégralité de ce que l'on sait sur tous les produits, et les intérêts spécifiques de chaque consommateur. La segmentation de plus en plus fine des marchés vaut également pour l'information. La constitution d'un catalogue numérique rassemblant l'ensemble des caractéristiques des aliments, associée au développement d'outils de personnalisation de l'information en fonction des préférences individuelles, apparaît comme une solution à ce problème et comme une réponse plus générale aux questions soulevées par l'information sur les aliments.

Le Fonds français pour l'alimentation et la santé a organisé le 29 mai dernier un colloque sur ce thème. Ce colloque est venu prolonger et concrétiser une réflexion initiée en 2014 à l'occasion d'une conférence consacrée à la dématérialisation de l'information sur les produits alimentaires. L'objectif est maintenant de réfléchir à la création d'une base de données de référence, mise à jour en permanence par producteurs et rassemblant l'information disponible sur les produits. C'est le projet de catalogue numérique des aliments porté aujourd'hui par l'ANIA, GS1, la Fondation Avril et le FFAS.

La première partie de ce colloque a été consacrée à la présentation du projet. Emmanuel Treuil en a rappelé les enjeux et a confirmé l'engagement de l'ANIA, en soulignant l'intérêt pour les producteurs d'un catalogue rendant accessible une information contrôlée et certifiée. Xavier Barras a expliqué comment les standards développés par GS1 apportaient des solutions techniques pour harmoniser la description des produits et faciliter l'interconnexion des catalogues électroniques existants. Grâce à ces outils, il devient techniquement possible de rassembler dans une base de données toutes les informations réglementaires qui figurent déjà sur les étiquettes, plus d'autres informations que les producteurs estimeront utiles pour les choix des consommateurs. Du fait de sa structure, un tel catalogue permettra à chaque utilisateur de trier facilement les produits en fonction des critères qu'il jugera importants pour lui-même. Les conditions paraissent donc réunies pour construire ce « grand » catalogue appelé à devenir la source primaire d'information sur les aliments, une source à la fois fiable, mise à jour en temps réel, et libre d'accès. À terme, le catalogue numérique pourrait devenir le cœur d'une plate-forme numérique collaborative intégrant les chaînes de traçabilité des aliments et des ingrédients. Le catalogue permettrait ainsi de rendre complètement transparente l'origine des produits et de répondre ainsi à une attente majeure des consommateurs.

Pour que ce catalogue devienne la source de référence, il importe que les produits de tous les producteurs y figurent, et tout particulièrement ceux des petites entreprises (TPE et PME) qui réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur. Le catalogue numérique est une opportunité pour ces entreprises, car la visibilité d'un produit dans une telle base de données dépend tout autant de ses caractéristiques que de la notoriété de sa marque. La constitution des données numériques ne doit donc pas faire obstacle à la présence des TPE/PME dans le catalogue. À partir de l'expérience acquise par Alkemics, Antoine Durieux a montré la simplicité d'utilisation et l'efficacité des catalogues électroniques pour diffuser de l'information sur les produits, deux caractéristiques qui les rendent particulièrement intéressants pour les petits producteurs.

Les agriculteurs, en particulier, pourront utiliser le catalogue numérique des aliments pour faire connaître les spécificités de leurs produits et mieux les valoriser. C'est la perspective sur laquelle a insisté Emmanuel Lecomte des Chambres d'Agriculture de l'Ariège et des Hautes-Pyrénées. Érik Angot, de Nestlé, est revenu sur l'importance de la transparence de l'information qui est la condition de la confiance des consommateurs. Il a également mis l'accent sur l'intérêt des outils numériques pour assurer en permanence la mise à jour de l'information sur les produits, un point très important pour les grandes entreprises qui gèrent de très nombreuses références. Ce point vaut évidemment pour les distributeurs. Romain Piriou, du groupe Casino, pense que le catalogue numérique sera un moyen de ratio-

naliser la circulation de l'information entre tous les maillons de la chaîne alimentaire. L'utilisation de standards pour décrire les produits et pouvoir les comparer est un autre point essentiel. C'est un intérêt majeur du projet de catalogue, qui permettra le développement d'un environnement d'applications pour faciliter les choix des consommateurs.

La dernière partie du colloque a permis aux utilisateurs de données, réunis dans une table ronde, d'aborder la question des applications. Stéphane Gigandet, qui a créé la base de données ouverte et collaborative qui fait référence aujourd'hui (Open Food Facts), a encouragé les promoteurs du catalogue numérique à aller au bout de la logique de leur projet. Le catalogue rassemblera des informations d'intérêt général, il faudra donc, non seulement faciliter son interrogation en développant des applications spécifiques, mais aussi ouvrir la base de données en totalité de façon à permettre tous les types de traitement par toutes les catégories d'utilisateurs.

Les développeurs d'applications (Muriel Chabanois pour Weight Watcher, Pierre Mousnier pour FAR, Pierre Killy pour Kwalito, Adrien Dumitresco pour Scanup), comme ceux qui les accompagnent (Agathe Mathey pour FoodTech Dijon Bourgogne Franche-Comté), ont tous insisté sur le caractère crucial de la constitution des bases de données. La plupart des applications utilisent les données d'Open Food Facts, complétées par de la collecte collaborative et de plus en plus par des échanges directs avec les fabricants. Une grande partie de l'énergie des créateurs d'applications est aujourd'hui absorbée par la collecte et la validation des données, un travail très lourd. On comprend donc que le projet de catalogue numérique soit unanimement salué comme l'occasion de rationaliser la constitution des bases de données, et de travailler sur des informations validées par les producteurs eux-mêmes.

Les attentes ne sont pas très différentes du côté de ceux qui participent au développement des connaissances (Olivier Allais pour l'INRA, et Thomas Uthayakumar pour WWF), qui ont montré clairement l'intérêt des données détaillées sur les caractéristiques des produits pour les études et les recherches sur l'alimentation et les politiques alimentaires, rejoignant son intérêt pour les recherches épidémiologiques déjà évoqué par Stéphane Gigandet. Enfin, le point de vue des consommateurs a été porté par Robert Aelion (Confédération nationale des Associations familiales catholiques), qui a souhaité que le catalogue des aliments puisse contribuer à limiter les informations contradictoires et à éclairer les consommateurs peu compétents pour juger des effets de la composition des produits ou peu attentifs à l'évolution de leurs caractéristiques.

De l'ensemble de ces échanges, on retiendra en particulier l'importance de la transparence et de l'ouverture du catalogue numérique des aliments pour qu'il devienne une source digne de confiance. Pour que la transparence soit totale, il faudra assurer une « traçabilité » de l'information en distinguant de façon claire les informations primaires validées par les fabricants, les informations obtenues à d'autres sources, ou déduites des informations primaires, et les résultats du traitement de toutes ces données.

Le contenu précis du catalogue (informations réglementaires communes à tous les produits et informations additionnelles), les aspects pratiques de la saisie des données et leur standardisation, le problème des mises à jour continues, les modalités de validation, d'ouverture, d'utilisation, d'extraction des données et de duplication de la base, sont autant de questions qui conditionnent la construction et la réussite du catalogue numérique des

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/8950519>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/8950519>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)