

Boire équilibré et mener une vie active

Rapport du groupe d'information Boissons rafraîchissantes

Novembre 2013



Pourquoi nous prenons la parole	2
Boire est vivifiant et rafraîchissant	3
Boissons rafraîchissantes, des apports fiables et sûrs en liquide	6
Le défi du surpoids	9
Informé et convaincre au lieu de taxer et d'interdire	13
Impressum et bibliographie	17

Pourquoi nous prenons la parole

Depuis quelque temps, les aliments riches en sucre, en graisse et en sel sont sous le feu de la critique. L'objectif premier est d'identifier la cause et, par conséquent, les responsables de la hausse considérable du nombre d'individus en surpoids ou souffrant d'obésité.

Les boissons rafraîchissantes, ou sodas, comme on les appelle communément, sont systématiquement accusées. Certains voudraient même les interdire.

Il est donc temps d'aborder ce débat avec sensibilité et raison. Les boissons rafraîchissantes font, depuis longtemps, partie de notre régime quotidien. Consommées avec modération, elles peuvent être un complément à la ration d'eau quotidienne recommandée.

En Suisse, les boissons rafraîchissantes répondent à toutes les exigences de qualité et de sécurité. Afin de garantir l'excellente qualité des produits et de leurs ingrédients, la production, l'emballage et la distribution sont soumis à une gestion sévère. Pour nous, une évidence.

Nous sommes aussi très conscients du fait que la consommation de liquide est étroitement liée aux thèmes de la santé et du bien-être. Le groupe d'information Boissons rafraîchissantes s'exprime sans équivoque en faveur d'une alimentation équilibrée et variée. Diversité, transparence et liberté de choix sont donc essentielles pour la majorité de la population. Néanmoins, nous savons que cela ne règle pas tous les problèmes. Il faut prendre des mesures ciblées.

C'est pourquoi le groupe d'information Boissons rafraîchissantes s'engage pour la promotion d'un style de vie actif et responsable incluant une alimentation équilibrée et suffisamment d'exercice.



Lorenz Hess,
conseiller national
Président



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

Boire est vivifiant et rafraîchissant

Il est bien connu que l'être humain doit boire suffisamment de liquide. Nous pouvons survivre quelques semaines sans aliments solides, mais uniquement quelques jours sans liquides. Ils sont notre élixir de vie. L'absorption de liquide en quantité suffisante maintient notre corps jeune et en forme.

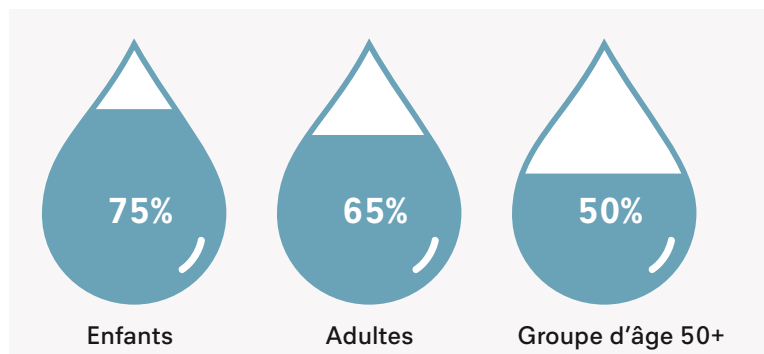
De nos jours, nombre d'entre nous transportent une bouteille à tout moment de la journée. Nous pouvons même aller jusqu'à dire qu'au cours des dernières décennies, l'absorption de liquides, qu'il s'agisse d'eau minérale provenant des montagnes ou de sodas, est devenue un moyen d'exprimer notre individualité. La nécessité d'absorber des liquides variés, ce régulièrement et en quantité suffisante, est omniprésente dans les consciences, et le choix de boissons est innovant et large.

Le corps a besoin de liquide

Nous devons boire, car notre corps est constitué à 60% de liquide et en élimine constamment par les fonctions vitales. L'eau joue un rôle essentiel dans le fonctionnement du corps humain, en particulier pour la régulation de sa température par le biais de l'évaporation par la peau. La température constante du corps humain devrait se situer entre 36° et 37,4°C. Si celui-ci n'absorbe pas suffisamment de liquide pour maintenir cette température, cela peut affecter sa performance et par conséquent notre bien-être. En buvant, nous rechargeons nos réserves.

Image 1: Teneur en eau du corps humain

La teneur en eau du corps humain diminue avec l'âge, passant de 75% à environ 50%.



Source: Tout sur les liquides et un style de vie actif, Société Suisse de Médecine du Sport 2013.

Pour que la réserve d'eau soit toujours suffisante, un adulte doit consommer environ 2,5 litres de liquides par jour. Il en absorbe environ 1 litre en mangeant, la différence doit être bue. Il faut adapter la quantité s'il fait chaud ou en cas d'exercice physique. Les enfants âgés de 2 à 3 ans doivent boire 1,1 litre d'eau; ceux âgés de 4 à 8 ans, 1,3 litre; et ceux âgés de 9 à 13 ans, environ 1,5 litre. Boire est très important durant la croissance.

Monsieur et madame Tout-le-monde boivent à leur soif

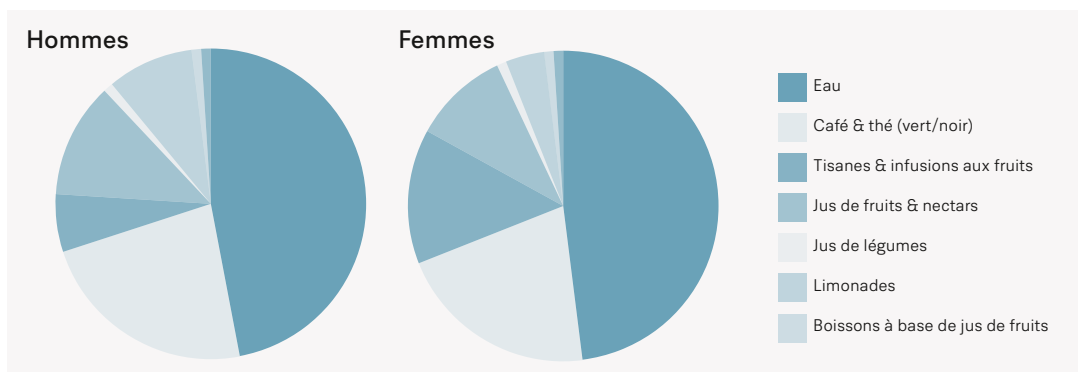
Il n'existe aucune évaluation actuelle des habitudes alimentaires au sein de la population suisse. Selon un recensement issu de l'enquête «Habitudes alimentaires en Suisse» de l'Office fédéral de la statistique (2005, p. 23), il apparaît nettement que monsieur et madame Tout-le-monde boivent plus qu'assez: 96% de la population est d'avis qu'ils consomment la quantité journalière recommandée de liquide (95% des femmes et 96% des hommes). Le taux le plus bas des personnes qui ne boivent pas assez a été constaté parmi les hommes âgés de 15 à 34 ans (2%), et le déficit d'absorption de liquide augmente encore plus avec l'âge. Chez les femmes, ce taux se situe entre 4% et 5%, indépendamment de l'âge. Ce n'est que dans la catégorie d'âge avancé (75+) que le taux augmente légèrement à 7%.

Les préférences de chacun et leur évolution

Il existe aujourd'hui une grande variété de boissons innovantes qui couvrent le besoin journalier en liquide, et la demande parmi nos consommateurs est significative (cf. image 2).¹ Outre l'eau, ils consomment également du café, du thé, des jus et des sodas.

Image 2: Habitudes de consommation de boissons

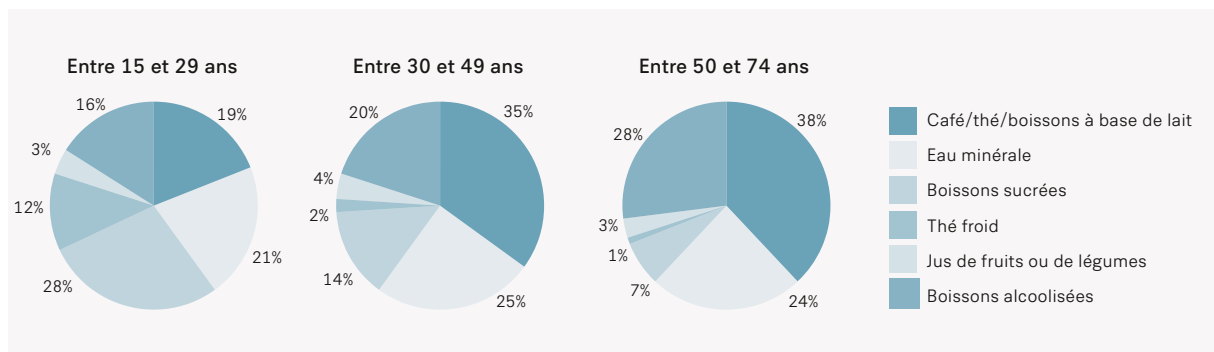
en Allemagne



Source: Nationale Verzehrstudie II, Ergebnisbericht Teil 2; wafg-Berechnungen 2008.

Lorsqu'on analyse les études qui se consacrent au comportement des consommateurs vis-à-vis des boissons, on peut en conclure que les préférences changent au cours de la vie. L'eau constitue l'apport principal en liquide. Toute notre vie durant, l'eau, exempte de tout additif, joue un rôle central dans notre consommation de liquide. En ce qui concerne les autres boissons non alcoolisées, nos goûts changent avec l'âge. Alors que les enfants âgés de 4 à 12 ans boivent surtout de l'eau et du thé non sucré,² la consommation de sodas augmente chez les jeunes âgés de 11 à 15 ans. Près d'un quart (26%) des filles et des garçons consomme au moins un soda par jour, cinq jours sur sept; environ 20% des jeunes en consomment même plusieurs par jour.³ En parallèle, 58% des jeunes consomment également de l'eau ou une boisson non sucrée plusieurs fois par jour. Une analyse de la consommation de boissons en dehors du foyer familial parmi les jeunes et les adultes âgés de 15 à 74 ans indique donc que la demande en boissons sucrées est plus élevée durant les jeunes années et tend à diminuer avec l'âge. On peut donc affirmer, de manière générale, que la majorité de la population suisse consomme suffisamment de liquide et qu'elle profite de l'offre diversifiée en boissons.

Image 3: Consommation de boissons en fonction de l'âge et hors du foyer familial
en % de la consommation globale de boissons



Source: Fast food et santé: quel effet la restauration rapide fréquente a-t-elle sur la santé? Société Suisse de Nutrition 2005.⁴

Saviez-vous que...⁵

- la teneur en eau du corps humain diminue avec l'âge?
- l'eau joue un rôle essentiel pour presque toutes les fonctions corporelles?
- il faut boire avant que la soif se fasse ressentir?

Boissons rafraîchissantes, des apports fiables et sûrs en liquide

Il existe, de nos jours, de nombreux termes pour décrire les boissons aromatisées sans alcool: boisson rafraîchissante, limonade, boisson sucrée, soda. Il n'est pas toujours évident d'identifier les boissons définies par ces termes.

Soda est probablement le terme le plus répandu et il décrit toutes les boissons non alcoolisées définies comme telles dans l'ordonnance correspondante du Département fédéral de l'intérieur (DFI). Pourtant, on réduit souvent les sodas aux boissons sucrées. Le législateur suisse emploie donc le terme limonade ou le synonyme boisson rafraîchissante pour les distinguer des sodas en général.

Boissons rafraîchissantes: de l'eau avec des additifs

Les gens aiment les boissons fraîches légèrement aromatisées. Elles sont rafraîchissantes, vivifiantes et fortifiantes. La sélection de boissons rafraîchissantes est grande. Elle comprend les limonades, jus de fruits, jus gazeux, thés froids et les boissons énergétiques ou énergisantes. Elles sont toutes produites à base d'eau, gazeuse ou non, avec ou sans sucre. Presque toutes les boissons rafraîchissantes existent également en version allégée, diététique ou fonctionnelle. Goût et nutriments sont ajoutés à l'eau minérale par les producteurs selon leurs recettes spéciales par le biais d'additifs tels que les jus de fruits, les extraits de plantes, les arômes, les sucres, les vitamines et les minéraux. Les produits à base de lait ou de thé et aromatisés aux fruits prouvent bien que les frontières entre les différentes catégories de boissons disparaissent progressivement. Les boissons rafraîchissantes qui ont bon goût et apportent une valeur nutritionnelle sont à la mode. Cette plus-value peut se traduire par un complément favorable à la santé, une boisson mélangée et sans calories ou un conditionnement pratique. Les producteurs savent se montrer particulièrement innovants, et les consommateurs peuvent choisir parmi une multitude de produits.

L'invention de la boisson rafraîchissante

Bon nombre de sodas font aujourd'hui partie intégrante de notre consommation quotidienne de boissons et permettent de couvrir le besoin journalier en liquide. La production et la consommation de ces boissons présentent une longue tradition. En effet, les Romains produisaient déjà une boisson semblable à la limonade à base d'eau enrichie en arômes. On sait également qu'aux XVI^e et XVII^e siècles, le commerce de boissons rafraîchissantes était répandu. La Compagnie de Limonadiers à Paris, par exemple, vendait de l'eau enrichie en jus de citron et miel.

Les pharmaciens ont également joué un rôle central dans le succès des boissons rafraîchissantes. En effet, ils furent les premiers à offrir à leur clientèle de l'eau minérale enrichie en gaz carbonique. Ensuite, ils ont enrichi cette eau minérale gazeuse considérée comme bénéfique pour la santé avec différents additifs (p. ex., des plantes médicinales), parfums et couleurs. Dans un premier temps, la consommation de ce type de boisson était limitée à l'enceinte de la pharmacie, mais la popularité de cette eau saine et le souhait des consommateurs de pouvoir la consommer en d'autres lieux ont entraîné le développement de la production industrielle de boissons rafraîchissantes.

Axé sur la qualité et la responsabilité

En Suisse, les producteurs de boissons rafraîchissantes s'engagent pour la qualité, la diversité, l'écologie et l'innovation. Leur activité commerciale est inscrite dans une économie durable et un comportement responsable et socialement acceptable. Leur offre de boissons répond en premier lieu aux besoins des consommateurs et garantit à ceux-ci une consommation en toute sécurité. Afin d'assurer la sécurité et la qualité des produits, les producteurs respectent les normes strictes de l'industrie alimentaire. En outre, la production, les processus et les matériaux sont continuellement adaptés aux exigences écologiques. Les producteurs investissent également dans leur propre recherche et le développement et travaillent aussi en collaboration avec les universités. Ainsi, l'offre s'est différenciée de manière exponentielle au cours des dernières décennies.

L'eau est la ressource la plus importante

L'eau est le principal ingrédient des boissons rafraîchissantes. La plupart d'entre elles ont une teneur en eau de 85% à 99%. Outre l'eau minérale naturelle, les producteurs utilisent essentiellement de l'eau potable pour élaborer leurs boissons rafraîchissantes. Une fourniture d'eau fiable et un contrôle qualité fréquent sont donc essentiels.

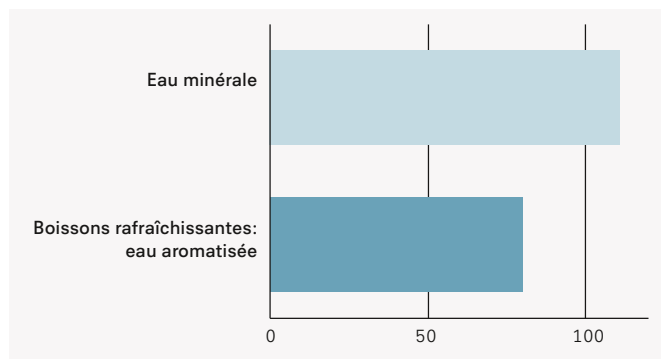
Des ingrédients de qualité pour une consommation en toute sécurité

En Suisse comme dans toute l'Europe, les boissons rafraîchissantes sont produites à base de sucre de table (saccharose), de fructose, de glucose et de lactose, qui sont extraits respectivement de la betterave à sucre, des fruits, des féculés de maïs et du lait.⁶ Pour les personnes présentant un besoin d'énergie moindre, les producteurs ont créé des boissons allégées contenant une quantité réduite de calories. Ces boissons light contiennent moins de 20 calories par dl et les boissons non énergétiques contiennent moins de 4 calories par dl.⁷ Les boissons au taux de calories réduit sont sucrées avec des substances naturelles (p. ex., la stévia) ou artificielles (p. ex., la saccharine). Ces substances sont approuvées par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) ainsi que par l'Autorité européenne de sécurité des aliments (efsa) sur la base de critères scientifiques sévères et ne présentent aucun risque pour la santé.

Deux décilitres par jour

En Suisse, la consommation annuelle par habitant de boissons rafraîchissantes s'est maintenue, ces dernières années, entre 76 et 80 litres. Cela équivaut à une moyenne journalière de 2 dl. La consommation globale des Suisses varie entre 600 et 640 millions de litres par an; 87,5% sont produits en Suisse, 12,5% sont importés.

Image 4: Consommation d'eau minérale et de boissons rafraîchissantes par habitant en Suisse, en litres pour l'année 2011



Source: Association suisse des sources d'eaux minérales et de producteurs de soft drinks 2013.

Production et produits durables

En Suisse, les producteurs de boissons rafraîchissantes répondent à toutes les exigences de qualité et de sécurité. La production durable se manifeste, par exemple, par l'utilisation responsable de l'eau et des processus avec une consommation d'énergie et une émission de CO₂ minimales.

Une Suisse associée

Les boissons rafraîchissantes vendues en Suisse, celles de marques internationales incluses, sont, presque sans exception, produites en Suisse. Les activités des producteurs de boissons rafraîchissantes et des embouteilleurs d'eau minérale ont créé, directement et indirectement, près de 20 000 emplois. Mais le site Suisse a une importance encore plus grande pour eux: en tant que producteurs de produits alimentaires, ils accordent également beaucoup d'importance à la santé et au bien-être de la population. En collaboration avec les scientifiques, les organismes de santé et la Confédération, les producteurs de boissons rafraîchissantes s'engagent pour une politique de prévention qui promeut un style de vie actif.

Saviez-vous que...⁸

- la consommation de boissons rafraîchissantes, en Europe, correspond à environ 3% de l'apport calorique journalier?
- la consommation de boissons rafraîchissantes à calories réduites amoindrit ou maintient l'apport calorique journalier?⁹
- les édulcorants font partie des additifs alimentaires les plus contrôlés en Europe?

Le défi du surpoids

En Europe, le nombre de personnes en surpoids ou souffrant d'obésité a considérablement augmenté au cours des dernières décennies. En Suisse aussi, le surpoids et l'obésité sont devenus un véritable problème social.

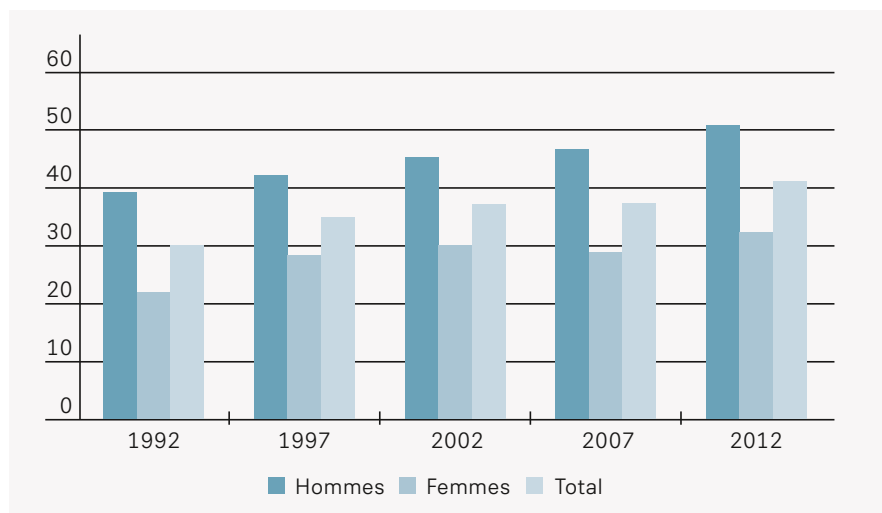
En effet, presque un adulte sur trois et un enfant sur cinq sont en surpoids. Souvent, la cause citée est une alimentation déséquilibrée. Bien entendu, les boissons rafraîchissantes entrent dans cette catégorie. Néanmoins, la réalité est bien plus complexe.

Le surpoids à la hausse depuis les années 90

En 2010, le nombre de personnes en surpoids était nettement plus élevé dans la plupart des pays de l'OCDE qu'en Suisse. Les États-Unis ont le taux de personnes en surpoids le plus élevé. Plus de deux personnes sur trois âgées de 15 ans ou plus souffrent d'obésité. En Suisse, le taux de personnes en surpoids ou souffrant d'obésité a augmenté de 7 points de pourcentage entre 1992 et 2007: en 1992, ce taux s'élevait à 30,3% de la population totale et, en 2007, il se situait à 37,3%. Entre 2002 et 2007, ce taux est resté stable. Actuellement, il s'élève à 41%.¹⁰ Tout comme dans d'autres pays de l'OCDE, les hommes en Suisse sont bien plus touchés que les femmes. En 2012, plus de la moitié des hommes (51%) étaient en surpoids, contre 32% des femmes. Toutefois, une stagnation de cette évolution est prévisible dans le futur (cf. image 5).

Image 5: Surcharge pondérale en Suisse

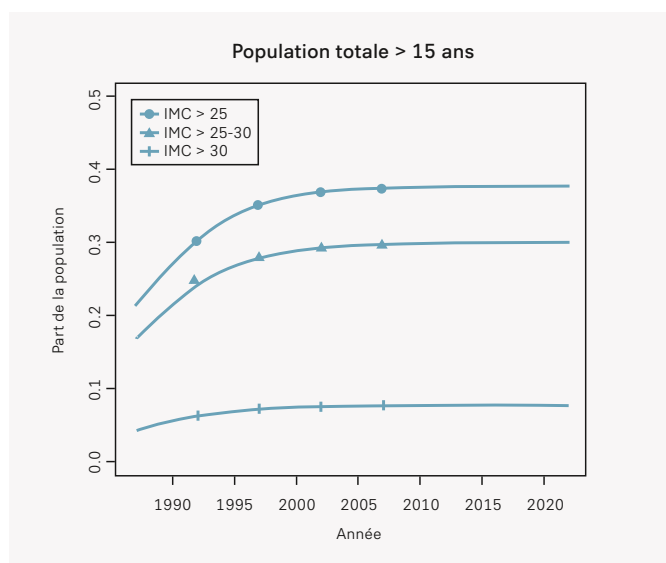
Part de la population de 15 ans et plus avec une surcharge pondérale (IMC 25 ou plus)



Source: DFI, OFS, 2013.

Image 6: Évolution attendue de la surcharge pondérale et de l'obésité parmi les adultes suisses

(âge ≥ 15) basée sur la prévalence entre 1992 et 2007



Source: HealthEcon, Office fédéral de la santé publique, 2009.

Indice de masse corporelle et surpoids

On parle de surpoids lorsque la personne présente une proportion de tissus adipeux anormalement élevée, mesurée par le biais de l'indice de masse corporelle (IMC). Toute personne avec un IMC de 25 ou plus est considérée en surpoids. Toute personne avec un IMC de 30 ou plus est considérée comme adipeuse. Cet indice est calculé sur la base du poids en kilogrammes divisé par la taille au carré.

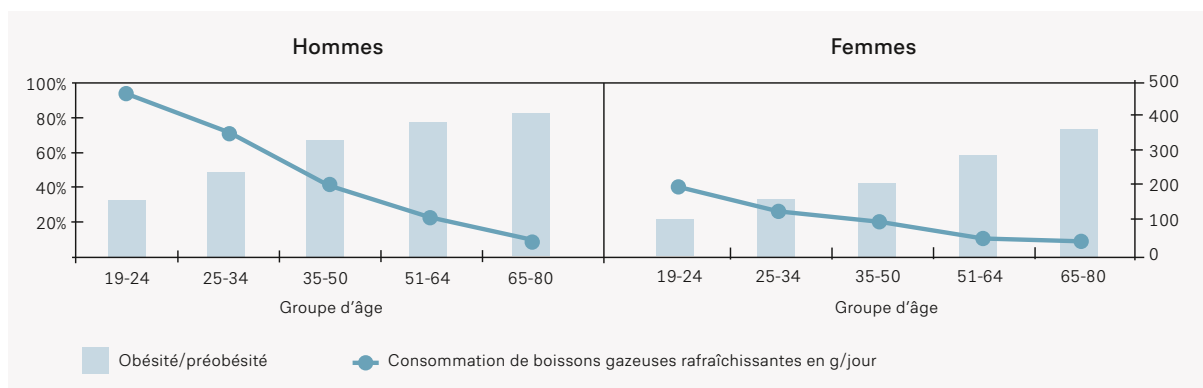
Les enfants aussi sont touchés

Chez les enfants et les jeunes, le nombre de personnes en surpoids ou adipeuses a également augmenté. Entre 1960/1965 et 2007, le taux des garçons âgés de 6 à 12/13 ans est passé de 5,4% à 16,8% et celui des filles, de 5,8% à 13,1%.¹¹ Selon une étude récente de l'EPFZ, un enfant suisse sur cinq est en surpoids. Ce taux a légèrement augmenté depuis 2007, mais il est resté presque identique au résultat obtenu dans l'étude effectuée en 2002. On peut en conclure que cette évolution se stabilise.¹²

Les boissons rafraîchissantes sont-elles responsables?

Dans le débat public, certains acteurs tentent constamment de prouver l'existence d'une relation directe entre l'obésité et la consommation de boissons sucrées. Toutefois, cette conclusion unilatérale n'est pas objective. La réalité est bien plus complexe. C'est ce que prouvent, par exemple, les résultats d'une étude effectuée en Allemagne. Il en a résulté que les groupes d'âge présentant le taux d'obésité le plus élevé sont souvent ceux qui boivent le moins de boissons sucrées.

Image 7: Surpoids/obésité et consommation de boissons rafraîchissantes



Source: DGE-Ernährungsbericht 2008; Nationale Verzehrstudie II, Ergebnisbericht Teil 2, wafg-Berechnungen 2008.

Une étude danoise de l'année 2013 a également indiqué qu'il n'était pas possible de confirmer une relation directe entre la consommation de boissons rafraîchissantes et la prise de poids chez les enfants et les jeunes.¹³ Cette étude ne conteste pas le fait que les boissons sucrées sont des aliments en teneur d'énergie élevée, mais il faut reconnaître qu'en principe, il n'y a pas de «bonnes» ou de «mauvaises» boissons. Il s'agit plutôt de bonnes ou de mauvaises habitudes alimentaires, en d'autres termes d'alimentation saine ou non. Donc, pour combattre le surpoids et l'obésité, il faut prendre en compte tous les facteurs importants.

Une alimentation déséquilibrée et le manque d'exercice sont cruciaux

Les causes du surpoids et de l'obésité incluent la prédisposition génétique, l'influence de l'environnement, la situation et le comportement individuel. Le dernier rapport sur la nutrition de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) voit surtout les causes de l'obésité dans le manque d'exercice physique et une alimentation déséquilibrée. À cela s'ajoutent les aspects de l'éducation, du revenu et de l'origine des personnes concernées. Des études effectuées auprès des écoliers ont, par exemple, montré que le manque d'exercice est, entre autres, dû à la consommation de médias.¹⁴ Il faut maintenant tenter de convaincre et motiver les personnes touchées, car seule une décision prise par conviction est durable et permet réellement d'adopter un style de vie plus actif.

Alimentation: savoir et avoir mauvaise conscience

La situation est similaire en ce qui concerne une alimentation équilibrée. Sept personnes sur dix en Suisse s'intéressent à la composition des aliments et favorisent une alimentation équilibrée.¹⁵ Néanmoins, ce précieux savoir n'est pas appliqué. Les obstacles les plus cités sont le manque de temps pour faire les courses, les obligations quotidiennes, les préférences culinaires et les prix élevés.¹⁶ Tout ceci a pour conséquence que les gens optent souvent pour une alimentation riche tout en ayant mauvaise conscience.

Exercice physique: les actifs encore plus actifs, et les moins actifs restent inactifs

La majorité de la population fait moins de 30 minutes d'exercice par jour; 19% n'en font pas du tout. On constate toutefois que, depuis les années 70, le taux de personnes en Suisse faisant du sport deux fois par semaine ou plus est passé de 22% à 50%.¹⁷ Les sportifs occasionnels en font encore plus, les moins actifs restent passifs. Pourtant, le sport est essentiel pour la santé et le bien-être. C'est une certitude. D'ailleurs, 96% des personnes actives affirment que leur santé est une des raisons pour lesquelles ils font du sport.¹⁸

Saviez-vous que...

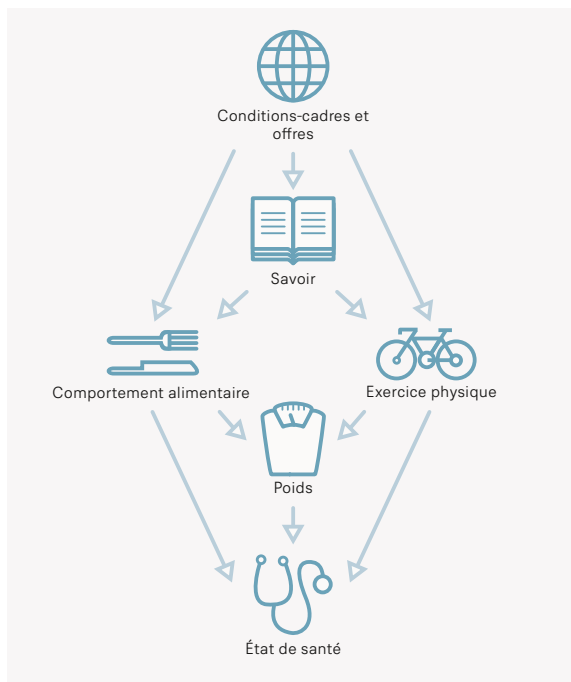
- il n'existe aucun rapport direct entre le surpoids chez les enfants et les jeunes et la consommation de boissons rafraîchissantes?
- les personnes âgées de plus de 65 ans sont celles qui consomment le moins de boissons rafraîchissantes et qui ont le plus tendance à être en surpoids?
- la consommation alimentaire moyenne par habitant (énergie obtenue des boissons alcoolisées exclue) a diminué au cours des dernières décennies, mais que l'absorption énergétique moyenne par habitant dépasse de 20% à 30% les 2245 calories recommandées.¹⁹

Informer et convaincre au lieu de taxer et d'interdire

Un bilan énergétique équilibré, qui se traduit également par un poids normal, est la condition préalable d'une vie saine et active.

Le modèle d'effets développé par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) livre des informations sur les facteurs centraux qui affectent le poids et la santé. Il en ressort que l'environnement et l'offre marquent les consommateurs. Ceci a, à son tour, une influence sur leur comportement alimentaire et sportif et, finalement, sur leur poids et leur santé.

Image 8: Modèle d'effets visant à déterminer l'état de santé de la population



Source: Office fédéral de la santé (OFSP).

Les producteurs de boissons rafraîchissantes partagent également cet avis et soutiennent l'effort du secteur public d'introduire des mesures de prévention adéquates avec les moyens à disposition afin de combattre de manière ciblée les maladies liées à l'alimentation et le manque d'exercice physique. Dans ce cadre, il faut avant tout mettre en exergue la responsabilité individuelle des consommateurs. Les producteurs de boissons rafraîchissantes contribuent à leur manière et font bouger les choses dans le quotidien de chacun par le biais de divers projets.

Des consommateurs informés prennent des décisions responsables

La liberté de choisir entraîne un choix plus important. Si le client est bien informé, il prend les bonnes décisions. Si, par contre, la liberté de choisir est restreinte par des taxes punitives, des interdictions ou des catégorisations arbitraires de produits, les consommateurs sont moins responsables et ne prennent pas des décisions durables. En Suisse, tout particulièrement, un pays qui pratique la démocratie directe et le fédéralisme, le degré de responsabilité des citoyens est élevé. Il est donc absurde de supposer que les Suisses

disposent d'un sens de la responsabilité suffisant pour prendre des décisions qui ont un effet immédiat sur l'avenir de la Suisse, mais pas assez affûté pour prendre des décisions réfléchies au quotidien.

Des informations claires et transparentes

Les consommateurs ont tous besoin d'une sélection individuelle de produits pour garantir une alimentation équilibrée. C'est pourquoi ils apprécient la variété et leur liberté de choisir. Par le biais des apports de référence, des valeurs établies sur la base de recommandations de l'Organisation mondiale de la santé et reconnues au niveau international, les producteurs de boissons rafraîchissantes informent les consommateurs de manière transparente sur la valeur nutritionnelle de leurs produits et leur permettent une comparaison des diverses offres. Les apports de référence apportent des précisions sur la quantité d'énergie, de sucre, de graisse, d'acides gras saturés et de sodium ou de sel contenue dans un produit et comparent ces valeurs à l'apport journalier moyen nécessaire.

La catégorisation des aliments sur la base de leur teneur en nutriments ou la différenciation de bons et de mauvais produits par un système de feu de signalisation n'apporte aucune connaissance supplémentaire aux consommateurs. Au contraire, un tel système conduit à la stigmatisation de certains produits sans fondement scientifique. Pire encore, il détourne l'attention de l'opinion publique des informations factuelles. Les valeurs marginales, par contre, utilisées pour la catégorisation des aliments, ont pour conséquence que des produits presque identiques sont munis d'informations de vente différentes, ce qui induit le client en erreur. Seule une sélection convaincante et motivée enrichit le savoir des consommateurs et favorise ainsi un comportement alimentaire sain. Au lieu de marquer certains produits au fer rouge par le biais de ce système de feu de signalisation, la consommation démesurée de ces produits par certains groupes devrait être abordée de manière ciblée.

Les clients doivent être informés et non contrôlés

Si le client est bien informé et peut choisir librement, il fait les bons choix. Le panel suisse sur l'alimentation 2012 de l'École polytechnique fédérale (EPF) souligne cette affirmation: il a conclu que la sensibilité liée à l'alimentation vis-à-vis de la santé est particulièrement prononcée chez les personnes autonomes et motivées. Aucune relation directe n'a été constatée entre la sensibilité vis-à-vis de la santé et toute motivation externe.²⁰

Ni les interdits publicitaires ...

Souvent, les premières pierres en faveur d'un style de vie actif et une alimentation équilibrée sont posées durant les jeunes années. C'est pourquoi les initiatives issues du domaine de l'éducation alimentaire sont les bienvenues. En parallèle, l'opinion publique est régulièrement divisée sur des sujets plus restrictifs tels que les interdits publicitaires dans ce domaine. Néanmoins, d'un point de vue libéral, cette approche n'est pas idéale. La responsabilité en rapport avec les aliments incombe aux consommateurs et, dans le cas des enfants, aux personnes investies de l'autorité parentale. Pour la publicité adressée aux enfants, l'article 18 du code de la Chambre de commerce internationale met les producteurs à contribution. Ces règles de la CCI sont également appliquées par la Commission Suisse pour la Loyauté.

... ni les taxes ne règlent le problème

Imposer des taxes sur les produits contenant du sucre et des graisses ne constitue pas la solution pour combattre l'obésité en Suisse. Elles n'aident pas non plus à promouvoir un style de vie actif ni à réduire la consommation excessive de certaines personnes. Au contraire, elles grèvent le budget des familles à faibles revenus et mettent de nombreux emplois en danger en raison d'importations plus fréquentes. Entre 7% et 8% de la population suisse souffrent d'obésité. Ce taux est constant depuis environ dix ans. Si une taxe sur la consommation devait être introduite, 92% de la population devraient payer des prix plus élevés pour des produits d'usage quotidien sans que cela n'aide les personnes concernées.

... Le Danemark le prouve

En 2011, une taxe sur les produits contenant des acides gras saturés a été introduite au Danemark, générant par exemple une augmentation de 30% du prix du beurre. La vente de produits tels que le beurre, l'huile alimentaire et la margarine a baissé de 10% voire 20% en comparaison annuelle, et le tourisme d'achat frontalier a augmenté. Une étude indique que 48% des Danois font leurs courses à l'étranger.²¹ La nouvelle taxe n'a pas vraiment changé le comportement des consommateurs, mais a rallongé leurs trajets pour faire leurs achats et a coûté de nombreux emplois à la branche alimentaire danoise. Selon un sondage effectué par un journal en octobre 2012, 70% des Danois estiment que cette taxe n'a que peu ou pas du tout d'utilité. En 2013, le gouvernement danois a tiré le frein à main: il a supprimé la taxe et a décidé de supprimer également la taxe sur les boissons sucrées au 1er janvier 2014.

Prévention ciblée au lieu de taxes inutiles

L'exemple du Danemark est suffisamment explicite: l'économie et les consommateurs sont perdants. Au 1^{er} janvier 2012, dans le cadre de sa politique de santé, le gouvernement français avait introduit une taxe de près de neuf francs par hectolitre de boissons rafraîchissantes contenant du sucre ou des édulcorants. Cela correspond à une augmentation de 4,5 centimes par litre pour le consommateur. Augmenter les prix n'est pas la bonne approche pour modifier le comportement des consommateurs. Les études économiques le prouvent.²² Il semble bien plus probable que ce genre de taxe réduise le déficit budgétaire. En outre, elle entraîne des dépenses administratives supplémentaires pour l'économie et l'État. Même si les recettes sont investies dans des mesures préventives et sociales en faveur de la santé, il est incertain que cet argent est bien investi là où il est nécessaire.

Les producteurs de boissons rafraîchissantes misent sur:

- **Transparent:** nous informons nos clients de notre propre initiative et de manière transparente et claire sur la valeur nutritionnelle et les ingrédients de nos produits. Grâce à notre offre diversifiée et la possibilité de comparer, nous nous assurons que chaque consommateur trouve un produit à son goût.
- **la responsabilité:** nous renonçons à produire de la publicité qui s'adresse aux enfants de moins de douze ans. L'Office fédéral de la santé publique apprécie notre engagement et a nommé les membres du Swiss Pledge partenaires d'actionsanté.
- **les résultats:** les taxes sur la consommation ne contribuent en rien au combat contre l'obésité. Au contraire, elles grèvent le budget des familles à faibles revenus, favorisent le tourisme d'achat frontalier et portent préjudice à l'économie suisse. Nous refusons de condamner certains aliments en les discriminant ou en introduisant des taxes arbitraires.
- **l'activité:** un style de vie actif et responsable est secondé par une large palette de produits et de nombreuses activités des producteurs de boissons rafraîchissantes, favorisant ainsi l'exercice et le sport. Nous fournissons des informations pratiques pour promouvoir un style de vie actif et nous engageons pour le sport populaire (courses de ville, tournois de sixte, plaisirs de la neige, etc.).

Impressum et bibliographie

- ¹ Il n'existe aucune statistique comparable pour la Suisse. De par les similitudes culturelles, un comportement similaire peut être supposé en Suisse. Le projet «MenuCH» prévu par l'Office fédéral de la santé publique rendra la situation en Suisse plus transparente.
- ² Tendances alimentaires: l'alimentation des enfants en Suisse Une initiative lancée par Coop en collaboration avec la Société Suisse de Nutrition. Bâle 2010. p. 15 ss.
- ³ Rapport sur l'état de l'art. «Fast food et santé: quel effet la restauration rapide fréquente a-t-elle sur la santé?» (uniquement un résumé en français) Société Suisse de Nutrition Mandants de l'étude: Coop et la Société Suisse de Nutrition, sur la base des données de GastroSuisse. Berne 2005. p. 23.
- ⁴ State-of-the-Art-Bericht. «Fast Food und Gesundheit: Wie wirkt sich der regelmässige Konsum von Schnellgerichten auf die Gesundheit aus?» Schweizerische Gesellschaft für Ernährung. Auftraggeber der Studie: Coop und Schweizerische Gesellschaft für Ernährung mit Daten von GastroSuisse. Bern. 2005. S. 23.
- ⁵ Tout sur les liquides et un style de vie actif Brochure de la Société Suisse de Médecine du Sport. Elle a été réalisée grâce au soutien financier de Coca-Cola Suisse. Les auteurs expriment néanmoins librement leur opinion. Berne 2013. p. 1 ss.
- ⁶ Boissons sucrées versus eau Éléments et données de base concernant la consommation de boissons sucrées, d'eau et d'eau minérale naturelle. Publié par Promotion Santé Suisse Berne 2011. p. 9.
- ⁷ p. 10 ibid.
- ⁸ «Richtig Trinken», brochure d'information de Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke, association déclarée, Berlin. 2011. p. 4 ss.
- ⁹ Kohlenhydrate in der Ernährung (rapport sur les hydrates de carbone) Prise de position et recommandations de la Commission fédérale de l'alimentation (COFA) Publiés par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) Berne 2009. p. 12.
- ¹⁰ Enquête suisse sur la santé 2012 Vue d'ensemble DFI, OFS 2013.
- ¹¹ Overweight and obesity in Switzerland Part 2: Overweight and obesity trends in children. A la demande de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) Bâle 2009. p. III.
- ¹² Murer Stefanie B., Saarsalu Siret, Zimmermann Michael B., Aeberli Isabelle (2013): Pediatric adiposity stabilized in Switzerland between 1999 and 2012. dans: European Journal of Nutrition, 2013.
- ¹³ Association between sweet drink intake and adiposity in Danish children participating in a long-term intervention study. 2013. Jesen et al. In: International Association for the Study of Obesity. Pediatric Obesity 8. p. 259–270.
- ¹⁴ Analyse de l'étude Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) dans le cadre de l'alimentation et de l'exercice physique. Analyse secondaire sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique. Zurich, 2012. p. 71.
- ¹⁵ Le choix d'une alimentation saine: en Suisse, que savons-nous des comportements des consommateurs en la matière? Société Suisse de Nutrition (ssn) Berne 2012. p. 23.
- ¹⁶ Santé et comportements vis-à-vis de la santé en Suisse 2007 Office fédéral de la statistique Neuchâtel. 2010. p. 34.
- ¹⁷ Sport Suisse 2008: activité et consommation sportives de la population suisse Office fédéral du sport (OFSP) Magglingen. 2008. p. 8.
- ¹⁸ p. 13 ibid.
- ¹⁹ NZZ, 22.9.2013, p. 11.
- ²⁰ Un poids sain. Résultats du panel suisse sur l'alimentation 2012 Hartmann, École polytechnique fédérale (EPF) de Zurich, institut de décisions environnementales Zurich, p. 6 ss.
- ²¹ The Economist. <http://www.economist.com/news/europe/21566664-danish-government-rescinds-its-unwieldy-fat-tax-fat-chance>.
- ²² Journal of Public Health Policy. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3730238/#bib14>. M.Lippuner le 29.09.2013.

Groupe d'information Boissons rafraîchissantes
c/o Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks
Engimattstrasse 11, case postale 2124
CH-8027 Zurich