



Rapport d'Activités 2020

unijus
Union Nationale
Interprofessionnelle
des Jus de Fruits

www.unijus.org



Chers Adhérents, chers Amis,



EMMANUEL VASSENEIX
PRÉSIDENT D'UNIJUS
PDG DE LA LAITERIE
DE SAINT-DENIS-DE-L'HÔTEL

Quelle année que celle de 2020 ! Qui aurait cru encore quelques semaines, voire quelques jours avant le 16 mars 2020, 1^{er} jour du confinement en France, que nous aurions pu vivre ce que nous avons vécu ! Arrêt brutal de la plupart des déplacements, télétravail mis en place, enfants à garder chez soi, réorganisations du travail sur site, mesures de distanciation... beaucoup de choses tant sur le plan professionnel que personnel ont basculé très vite et pourtant nous avons continué nos activités, différemment.

Après plus d'un an de crise sanitaire (et ce n'est pas fini au moment où j'écris cet édito...), **je suis vraiment impressionné par la résilience et l'adaptabilité dont nous avons tous fait preuve, chacun dans son poste.** L'épidémie a accéléré la prise de conscience que l'entreprise est une chaîne dont la résistance est définie par son maillon faible. La crise sanitaire a mis en lumière que toutes les fonctions de l'entreprise sont stratégiques et en particulier les achats et la logistique. Elle a également révélé, si c'était encore nécessaire pour certains, l'importance des échanges entre les entreprises et du rôle de nos organisations collectives comme l'Ania et Unijus pour notre filière des jus de fruits. Les partages d'expériences et de questionnements entre nous sur les situations inédites auxquelles nous étions confrontés ont été salués par nombre d'entre vous. Le rôle de courroie de distribution de l'Ania et d'Unijus pour remonter nos problèmes aux pouvoirs publics et être ensuite informés des décisions prises était clé pour nous tous.

L'activité des jus de fruits a globalement bien fonctionné pendant cette période dans le circuit de la GMS :

- les consommateurs trouvaient en nos jus le plaisir et les atouts nutritionnels dont ils avaient tant besoin ;
- la chaîne de production a su répondre à la demande, pourtant si variable selon les mois, ceci au rythme des différents confinements.

Mais à côté de la GMS, la RHF a été arrêtée pendant plusieurs mois, nous impactant tous, certains plus que d'autres. Nous attendons tous avec impatience la réouverture de ce circuit, en espérant qu'après la crise sanitaire, on n'assiste pas à une crise économique...

Les activités syndicales ont été menées à bien pendant toute cette année 2020, dans un contexte où les sollicitations des différentes administrations ont été très soutenues. Un ralentissement aurait pourtant été bienvenu, étant donné le quotidien difficile que nous avions tous à gérer :

- les discussions sur l'économie circulaire et les emballages ont été intenses, avec notamment les projets de décret découlant de la loi AGEC ;
- un gros travail a été mené à Unijus sur la révision du code étiquetage ;
- la campagne réseaux sociaux visant à entretenir un bruit de fond positif sur nos produits a été un succès. Plus de 2,5 millions de personnes touchées.

Vous trouverez plus de détails et bien d'autres actions dans ce Rapport d'activités.

Je finirai cet édito en vous disant que **je suis très fier de notre organisation collective Unijus et de son bras droit Qualijus. On est dans l'efficacité et ça, ça me plaît. Nous avons trouvé le bon équilibre pour notre organisation entre le travail fait par chacun dans sa société et l'Ania qui défend nos intérêts généraux.**

Je remercie chacun pour cela et vous souhaite une bonne lecture !



SOMMAIRE

ÉDITO	02	ACTUALITES POLITIQUE Faire entendre la voix de la profession dans les discussions en cours
TEMPS FORTS	06	ACCOMPAGNEMENT EXPERTISES Comprendre et anticiper les sujets techniques, réglementaires et scientifiques d'actualité
UNE ANNÉE À PART édition Covid-19	08	COMMUNICATION Partager des informations positives et objectives avec l'ensemble de nos parties prenantes
CHIFFRES CLÉS	10	RESPONSABILITÉ ENGAGEMENTS Continuer d'agir de façon responsable et s'inscrire dans une dynamique vertueuse
RÉALITÉS DE FABRICATION ET CONSOMMATION DE JUS & NECTARS EN FRANCE données de l'enquête CCAF 2019 du Crédoc	14	MISSION, STRATÉGIE GOUVERNANCE Construire et mettre en oeuvre une stratégie au service du collectif
ADHÉRENTS	58	SERVICES ADHÉRENTS Accompagner la profession et les adhérents au quotidien

15 janvier

Comité scientifique ABSA

« Comment aborder les jus de fruits et les boissons à base de jus au-delà de l'aspect nutrition ?

Apports du Marketing social et du Comportement du Consommateur »

2 experts sont intervenus : Patricia Gurviez,

Professeure de Comportement du Consommateur au sein de l'UMR Ingénierie Procédés Aliments,

AgroParisTech/INRA/Université Paris-Saclay, Ophélie

Mugel, Enseignant-Chercheur Marketing Culinaire et

Alimentaire, Ferrandi Paris.

une dizaine de sociétés présente

**23-25 mai****25 février**
Webinaire UNIJUS
« Loi AGEC »

concernant les principales dispositions de la loi n°2020-105 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

environ 400 contacts

**19 février**Webinaire UNIJUS
« Origine »

concernant les règles d'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire d'un jus ou nectar.

27 mars

Covid 19 / Crédit de 2 cellules d'échanges et de soutien pour les adhérents

cellule d'échanges "techniques" - Responsables qualité cellule d'échanges - DG plus de détails pages 8-9

**8 juin****Lancement de la campagne de communication grand public #Fiersdenosjusdefruits**

Pour la première fois en 2020, UNIJUS a développé un dispositif pour s'exprimer en direct vers le grand public, notamment via des publications sur les réseaux sociaux, des ateliers (septembre-octobre) et une vidéo YouTube (septembre)

plus de détails pages 32-33

**mai - juin**

Contribution d'UNIJUS sur la gestion de l'interdiction des pailles plastiques

L'équipe UNIJUS est intervenue dans le cadre des projets de décrets issus de la loi AGEC & de l'entrée en application de l'interdiction des pailles pour briquettes.

1er - 7 juillet**Lancement des modules de formations UNIJUS en ligne**

Afin de proposer les formations UNIJUS à ceux qui le souhaitent malgré le contexte Covid-19, l'équipe UNIJUS s'est adaptée en proposant des modules 100% visio.

26 stagiaires formés en 2020.

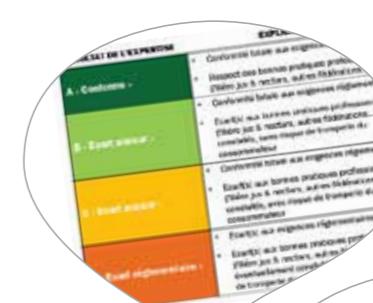
**5 septembre****Webinaire UNIJUS réseaux sociaux adhérents**

Un premier webinar portant sur les réseaux sociaux et le partage de bonnes pratiques a été proposé afin d'apporter des réponses concrètes aux adhérents pour les aider à mieux appréhender les réseaux sociaux et le rôle que chacun peut y jouer.

36 participants.

8 octobre**Nouvelle méthodologie d'expertise étiquetage**

Fin 2020, le comité directeur de Qualijus a validé la révision de l'arbre de décision pour l'expertise étiquetage réalisée dans le cadre du plan de contrôle Qualijus.

**9 décembre****Présentation du plan d'actions Collectif Petit-déjeuner 2021**

Après une année de réflexion et d'exploration, les orientations et proposition d'actions ont été présentées aux présidents des filières membres du Collectif plus de détails pages 38-39

23 juin**Assemblées Générales UNIJUS/QUALIJUS**

En raison du contexte particulier de cette année 2020, les Assemblées Générales d'UNIJUS et de QUALIJUS se sont déroulées en format visio et uniquement pour les parties statutaires.

plus de détails page 43

septembre**Mise en ligne du nouveau site internet QUALIJUS.org**

Une refonte totale du site qui devient un bel outil de valorisation de la structure.

plus de détails page 43

Temps forts 2020

2020 : une année à part, sous le signe de la Covid-19

Dès le début du 1er confinement s'est posée la question du rôle et de l'accompagnement que pourrait jouer Unijus vis-à-vis de ses adhérents pendant une période que l'on pensait très courte dans un 1er temps mais qui s'est finalement prolongée depuis.

Les mesures prises ont été les suivantes :

- **création d'une liste de diffusion « Covid »** intégrant tous les adhérents et permettant de diffuser les informations de l'ANIA qui étaient quotidiennes au début de la crise. Un fil de nouvelles très attendu qui permettait de suivre au jour le jour les discussions entre organisations professionnelles et autorités publiques et de remonter les difficultés que nous rencontrions ;
- **intensification des réunions du Comex** pendant le 1^{er} confinement ;
- **création d'une cellule sur les bonnes pratiques sanitaires** pour échanger entre opérateurs sur les mesures à prendre sur sites pour protéger au mieux les salariés. La situation inédite a engendré beaucoup de questions elles aussi inédites nécessitant des prises de décisions souvent rapides. Cette cellule se réunit depuis mars 2020 et est toujours active plus d'un an après ;
- **proposition de réunions ouvertes à tous les adhérents** pour échanger sur la situation et remonter les problèmes rencontrés. Des réunions avec la participation du président d'Unijus, Emmanuel Vasseneix ;
- **mobilisation de l'équipe d'Unijus sur des problématiques spécifiques** comme la gestion des DDM dépassés pour le circuit de la CHR. Face à la situation exceptionnelle rencontrée sur le marché de la CHD, notre filière a accepté la demande de la FNB (Fédération Nationale des Boissons) concernant la commercialisation de jus & nectars à DDM dépassée lorsque la consommation hors domicile allait réouvrir ;
- **organisation d'un webinaire en lien avec l'ANIA sur les bonnes pratiques pour le développement de l'e-commerce.**



Florence Frappa | DIRECTRICE
GÉNÉRALE ECKES-GRANINI FRANCE

2020 a été une année très difficile, avec 3 chocs : sanitaire, social et économique

Au sein de la population comme des entreprises, se sont mêlés des sentiments d'isolement, d'insécurité et de stupeur, provoquant un vrai bouleversement de nos habitudes professionnelles et une perte de repères.

En parallèle, ce contexte si particulier a permis un apprentissage accéléré sur le télétravail, ses atouts et ses inconvénients ainsi que ses limites.

Puis, le premier tsunami passé, nous avons su nous montrer solidaires, unis et créatifs pour identifier et mettre en place des solutions : bon partage de nos problématiques et protocoles sanitaires alignés entre les membres UNIJUS via nos rendez-vous hebdomadaires, mais également grâce à un bon alignement avec l'ANIA et l'ILEC.

Mon plus grand souhait : que cette solidarité et prise de conscience d'un intérêt général supérieur à l'intérêt d'un individu ou d'une société, demeure, même après le retour à la normale.



Olivier Mercier | DIRECTEUR
GÉNÉRAL BRITVIC FRANCE

une expérience unique qui a mis au défi notre organisation ainsi que la capacité de réaction des équipes

Cette crise sans précédent a entraîné la mise en place rapide de process inédits (règles sanitaires à tous les niveaux de l'entreprise, travail à distance dans la durée, relation client par visio...).

Une expérience également déstabilisante pour les managers, habitués à avoir leurs équipes autour d'eux (moi compris.) qui ont dû passer des heures en visio.

Bref, un suivi de notre activité bien différent de nos habitudes !

Mais dans l'adversité, la proximité nous a permis de faire face. Les syndicats professionnels ont joué leur rôle auprès de nous, adhérents, en se souciant de donner la bonne information et en se mettant à disposition pour entendre et aider.

Au sein d'Unijus, j'ai particulièrement apprécié les partages réguliers, en toute confiance, de nos expériences, de nos décisions. Nous étions tous animés d'une volonté d'entraide qui a été extrêmement précieuse.



Pascal Huraux | RESPONSABLE SANTÉ ET SÉCURITÉ ECKES-GRANINI FRANCE

2020 a montré notre capacité à construire un monde nouveau au sein de nos entreprises

Cette année de crise sanitaire a montré toute la force de réactivité et d'adaptation dont nous sommes capables en tant qu'individus et au sein de nos structures respectives. Nous avons su mettre en place des protocoles très stricts de prévention en un temps court et en nous appuyant sur le document unique.

Les syndicats professionnels nous ont aidés et nous ont accompagnés en proposant de réfléchir ensemble autour de la même crise pour partager nos expériences et expertises.

Cette période si particulière, malgré toutes les difficultés rencontrées et grâce à ces échanges répétés au niveau d'UNIJUS, m'a donné envie de m'investir dans le collectif.

Les échanges que nous avons eus et avons toujours sont extrêmement enrichissants à titre personnel et professionnel.



Laurent Morain | CHARGÉ PRÉVENTION SANTÉ/SÉCURITÉ BRITVIC FRANCE

la Covid-19, un agresseur microscopique capable de mettre à genoux les plus grandes puissances mondiales



Pratiquement du jour au lendemain, nous, responsables sécurité, nous sommes retrouvés en charge d'un sujet complètement inconnu et inattendu.

UNIJUS, tout comme l'ANIA, ont été une aide vraiment pratique avec des points hebdomadaires, une écoute élargie, des questions partagées, des décisions communes, des comptes-rendus réguliers... dans un contexte où nous n'avions pratiquement aucune réponse à toutes les questions posées.

Tous les niveaux de l'entreprise étaient concernés, y compris les entreprises extérieures avec lesquelles nous avons l'habitude de travailler, notamment pour les livraisons et toute la partie logistique.

Nos échanges réguliers en période de crise nous ont permis de constater que nous avions tous les mêmes contraintes et les mêmes questions. Ces discussions ont permis de prendre des décisions partagées.

Un soutien appréciable dans une période dont nous ne mesurons l'ampleur qu'au fil des situations qui se présentaient au quotidien.



Aurélie Bombart

Stéphanie Tessier

RESPONSABLE DES AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES GROUPE LSDH)

DIRECTRICE QUALITÉ PÔLE VÉGÉTAL GROUPE LSDH)

une très grande réactivité sur des sujets divers difficilement anticipables



Après le premier choc et l'urgence de la situation, il s'est instauré une routine dans la gestion de cette crise, qui n'est d'ailleurs plus une crise mais notre quotidien aujourd'hui. Nous avons tous ensemble su faire preuve d'une grande capacité d'adaptation qui a permis la résilience de notre activité.

Au plus fort de la crise, lors du 1^{er} confinement, les mails réguliers de l'ANIA et d'UNIJUS nous ont permis de rester informés sur la situation au jour le jour (des points à date très réguliers sur les actions engagées auprès des autorités, des warnings, des appels à contribution...).

Les syndicats professionnels comme UNIJUS et l'ANIA ont vraiment été très réactifs, efficaces et dynamiques dans ce contexte de crise sanitaire jamais connu jusqu'à présent.

Ce système ascendant et descendant, au jour le jour, a très bien fonctionné. C'est un enseignement pour l'avenir pour permettre aux gros comme aux petits de rester associés aux problématiques nous concernant tous.

la filière jus et nectars au sein d'UNIJUS

35 ADHÉRENTS DE TAILLES ET DE PROFILS VARIÉS

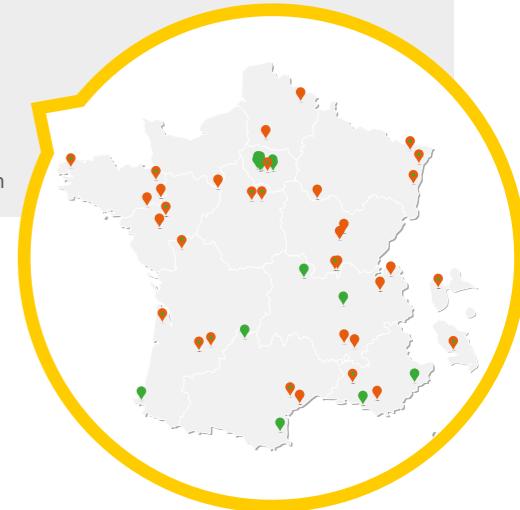
- PME et ETI
- Entreprises familiales
- Groupes internationaux
- Transformateurs de fruits et fabricants de jus
- Conditionneurs
- Courtiers et importateurs
- Fabricants d'emballages
- Fournisseurs d'arômes

Les sociétés Hermes Boissons et Alain Milliat ont rejoint UNIJUS en 2020.
Bienvenue à eux !

33 SITES DE PRODUCTION RÉUNIS AU SEIN D'UNIJUS

- 3 900 emplois directs ➤ 23 000 emplois indirects

Sièges sociaux
Sites de production



le marché en bref

Une tendance globale du marché qui reste à la baisse en 2020 avec un léger mieux tenu du contexte Covid-19 qui a néanmoins suscité un certain regain d'attrait pour les jus de fruits et leurs qualités nutritionnelles (-1,5% en volume, et -1,8% en valeur) :

- Le **réfrigéré** progresse en volume malgré une croissance ralenti (+1,2% en volume, -1,2% en valeur).
- Le **drive** profite du contexte de crise sanitaire et confinement avec le e-commerce qui est le circuit le plus dynamique sur la période (+23,2% en volume, +25,3% en valeur).
- Le **circuit BIO** poursuit sa croissance (+3,4% en volume, +1% en valeur)

2 Mrds €
de chiffre d'affaires

2^e marché en Europe
après l'Allemagne*



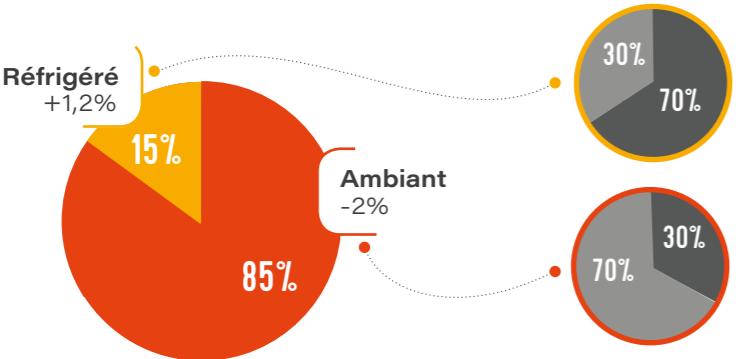
1,22 Mrd de litres
de jus de fruits et nectars vendus en 2020

source : Nielsen | périmètre : HSM+SDMP+DRIVE+PROXI
sauf * : AJN 2020 market report



les rayons ambients et réfrigérés

Le rayon réfrigéré renoue avec la croissance.



Répartition des parts de marché volume
marque nationale/marque de distributeur

périmètre : HMSM+SDMP+DRIVE+PROXI
source : estimation UNIJUS

- marque nationale
- marque de distributeur

Évolution des parts de marché des
jus et nectars au rayon réfrigéré
entre 2010 et 2020



+ 7 points
de parts de marché
en 11 ans
pour le rayon réfrigéré

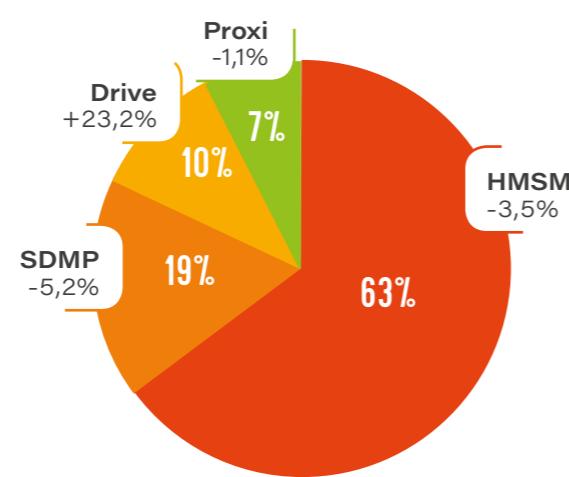
Pour tous les graphes de la page :
Répartition des parts de marché volume à P1320
et évolution par rapport à 2019

périmètre : HMSM+SDMP+DRIVE+PROXI
source : Nielsen

Définitions :
HMSM : Hypermarchés Supermarchés
SDMP : Supermarchés à Dominante Marques Propres

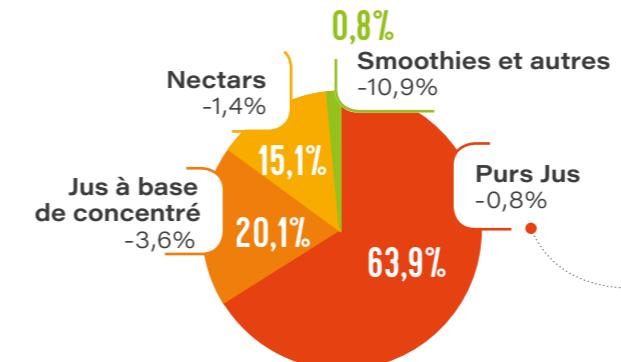
les circuits de distribution

Le drive, en forte hausse au vu du contexte, gagne 2 points de parts de marché.

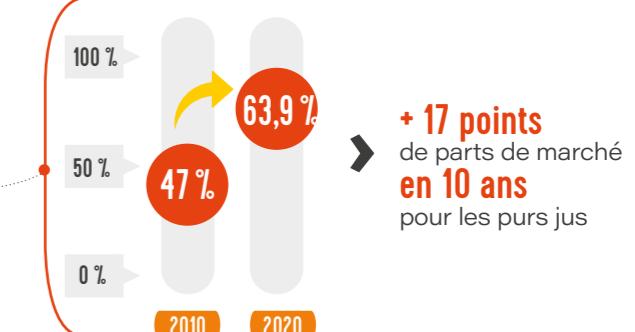


les catégories de produits

Les purs jus restent stables.



Évolution des parts de marché
des purs jus entre 2010 et 2020

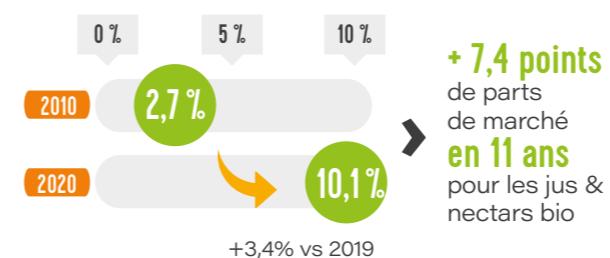


+ 17 points
de parts de marché
en 10 ans
pour les purs jus

le segment bio

Un segment toujours en croissance.
Les purs jus et nectars bio représentent plus de
95% du segment.

Évolution des parts de marché volume
des jus et nectars bio entre 2010 et 2020

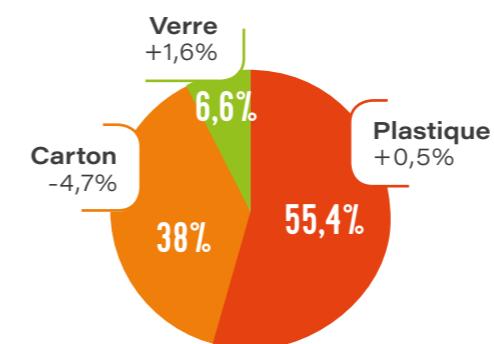


+ 7,4 points
de parts de marché
en 11 ans
pour les jus & nectars bio

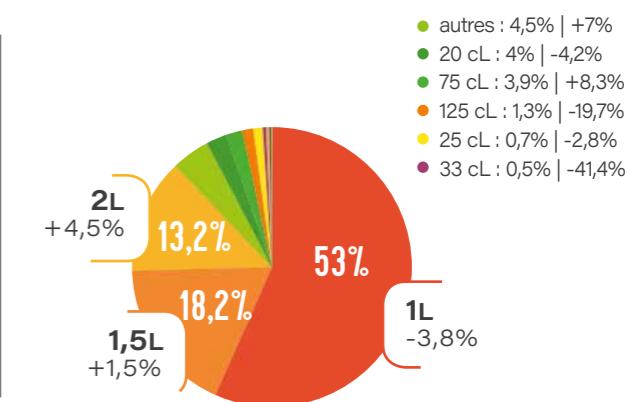
- Purs jus bio : 53,2% de part de marché | +4%
- Jus ABC bio : 3,5% | -6,2%
- Nectars bio : 43,3% | +3,6%

le conditionnement

EMBALLAGES : le plastique confirme sa place de
principal emballage du secteur malgré les attaques
dont il fait l'objet.



FORMATS : le format 1L reste majoritaire.



LES RÉALITÉS DE FABRICATION ET DE CONSOMMATION DES JUS & NECTARS

- Les jus de fruits sont directement issus de fruits pressés et ne contiennent jamais de sucres ajoutés, conformément à la réglementation.
- Très peu transformés, les jus de fruits ne contiennent aucun édulcorant, colorant ou conservateur, conformément à la réglementation.
- Les sucres des jus de fruits sont uniquement les sucres naturellement présents dans les fruits dont ils sont issus.
- Les jus & nectars sont des contributeurs intéressants aux apports nutritionnels des Français (vitamines C et B9, potassium...).*
- Dans un contexte de faible consommation de fruits et légumes, les jus sont un levier accessible à tous et pratique au quotidien pour compléter les apports nutritionnels des fruits et légumes entiers.
- La consommation de jus de fruits en France s'inscrit dans un schéma structuré, à table, principalement au petit-déjeuner, et à domicile.*
- En moyenne, il n'y a pas surconsommation de jus par les Français. Les quantités consommées moyennes sont modérées ; de l'ordre de 120 mL par jour (soit moins d'un verre de 150 mL).*
- Les professionnels de notre filière sont engagés pour promouvoir une consommation raisonnable de jus & nectars. Un engagement a été pris dans ce sens dès 2018 pour définir une portion de référence soit un verre de 150mL.
- Les professionnels de la filière œuvrent au quotidien pour garantir aux consommateurs une qualité sanitaire, gustative et nutritionnelle optimale des produits.
- Les process de fabrication (pasteurisation, emballages, stockage...) sont en constante amélioration pour respecter toujours plus les matières premières, leurs caractéristiques gustatives et nutritionnelles.

* sources : enquête CCAF 2019, Crédoc

écalier

CONSOMMATION de jus de fruits & nectars en France

CHIFFRES CLÉS DE L'ENQUÊTE CCAF 2019, CRÉDOC

En moyenne, 60% des Français consomment des jus et nectars au moins une fois dans la semaine.



une consommation moyenne modérée*

Les Français consomment en moyenne moins d'un verre de 150mL/jour de jus & nectars.



moyenne journalière obtenue à partir à partir des quantités consommées à l'échelle d'une semaine

Les Français consomment des jus & nectars environ 5 fois par semaine.



une consommation structurée*

Les Français consomment leurs jus & nectars majoritairement au petit-déjeuner et à domicile, quel que soit l'âge.

Pourcentage de jus & nectars consommés en fonction du moment et du lieu



Légende :

* données pour les seuls consommateurs de jus & nectars

** données pour la population générale

une contribution indéniable aux apports nutritionnels des Français **

Les jus & nectars sont

- les 1^{ers} contributeurs aux apports en vitamine C chez les enfants et les adolescents
- et les 2^{èmes} chez les adultes (derrière les fruits frais)



Contribution des jus & nectars aux apports en vitamine C chez les enfants, adolescents et adultes



Les jus & nectars sont

- les 2^{èmes} contributeurs aux apports en vitamine B9 (ou folates) chez les enfants et les adolescents
- et les 6^{èmes} chez les adultes



Contribution des jus & nectars aux apports en vitamine B9 chez les enfants, adolescents et adultes



Les jus & nectars sont

- les 1^{ers} contributeurs aux apports en potassium chez les enfants
- les 4^{èmes} chez les adolescents
- et les 8^{èmes} chez les adultes



Contribution des jus & nectars aux apports en potassium chez les enfants, adolescents et adultes



Les jus & nectars sont

- les 2^{èmes} contributeurs aux apports en sucres chez les enfants (derrière les pâtisseries - 13%)
- les 4^{èmes} chez les adolescents (derrière les BRSA - 14%, les pâtisseries - 13% et les confiture/miel/sucré/bonbons - 11%)
- et les 5^{èmes} chez les adultes (derrière les confiture/miel/sucré/bonbons - 16%, les fruits frais - 14%, les pâtisseries - 13% et les entremets - 7%)



Contribution des jus & nectars aux apports en sucres chez les enfants, adolescents et adultes





ACTUALITÉS | POLITIQUE

*Faire entendre la voix
de la profession dans les
discussions en cours*

actualités

Economie circulaire : une thématique incontournable en 2020

Réglementation Europe/France :

directive Single Use Plastics (SUP), poursuite des discussions

En 2019, les discussions autour de la directive « Single Use Plastics (SUP) » se sont poursuivies et ont abouti à sa publication au Journal Officiel de l'Union Européenne au mois de juin.

Ainsi, la directive (UE) n°2019/904 du 5 juin 2019 prévoit de nombreuses dispositions relatives à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, qui auront un impact sur le secteur des jus et nectars. Parmi ces dispositions, on note :

- à partir du 3 juillet 2021 : interdiction de certains plastiques à usage unique dont les pailles
- à partir du 3 juillet 2021 : mise en place de bouchons solidaires sur les produits plastiques à usage unique
- Incorporation de matière première recyclée dans les bouteilles pour boissons en PET à hauteur de 25% en 2025 et 30% en 2030
- Atteinte d'un taux de collecte en produits en plastiques à usage unique de 77% en 2025 et de 90% en 2030

Plusieurs actes d'exécution et rapports de la Commission Européenne doivent être publiés pour préciser certaines dispositions, la plupart d'ici l'été 2020.

Les États Membres ont jusqu'au 3 juillet 2021 pour transposer cette directive dans leur réglementation nationale.



➤ **Information des adhérents et accompagnement dans l'appropriation de ces nouvelles dispositions réglementaires.**

➤ **Réouverture de la Commission Économie Circulaire et Développement Durable UNIJUS** en 2019 afin de traiter au mieux cette thématique dont le contenu va se densifier dans les années à venir.

➤ **Organisation d'un webinar pour présenter la loi AGEC.**

➤ **Suivi de cette thématique** majoritairement via l'ANIA et CITEO et **rapprochement d'autres fédérations** sur des sujets donnés lorsque nécessaire.

➤ **Participation au Collectif Boisson** avec d'autres parties prenantes du secteur de la boisson pour réfléchir à une méthode pour améliorer les performances de collecte de bouteilles boisson.

➤ **Lancement fin 2020 dans la Stratégie Emballages proposée par l'ANIA aux fédérations**, afin d'évaluer le gisement d'emballages et les opportunités 3R (Réduire, Recycler, Réemployer) de chaque secteur au regard des nouvelles exigences réglementaires. Pour mener ce projet à bien, UNIJUS a créé un GT dont les travaux s'étaleront sur toute l'année 2021 et aboutiront à une fiche sectorielle. Ce travail est mené conjointement avec BRF.

**les actions
d'UNIJUS
sur le sujet**

➤ Les emballages, et notamment le plastique, restent au centre des débats et font l'objet d'une forte pression sociétale et politique mais également réglementaire.

➤ La loi n°2020-105 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite « AGEC ») a été promulguée le 10 février 2020, marquant un réel tournant réglementaire en matière d'économie circulaire en France.

➤ Une loi portant sur la lutte contre le dérèglement climatique, dite loi Climat & Résilience, est également attendue à l'automne 2021.

➤ Au niveau européen, suite aux publications en 2019 de la directive n°2019-904 (dite « SUP ») et du Pacte Vert Européen (Green Deal), les actualités réglementaires ont été moins chargées en 2020. Cependant, les ambitions de la Commission Européenne en matière d'économie circulaire restent fortes et les travaux visant à l'application des mesures annoncées se sont poursuivis en 2020.

place à l'économie circulaire et à la lutte contre le dérèglement climatique

AGEC / loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire

Suite à la publication de la Feuille de Route Économie Circulaire (FREC) en 2018, le Gouvernement a travaillé sur un projet de loi relatif à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC) qui a été présenté en juillet 2019.

Des discussions parlementaires denses ont abouti à la promulgation de la loi n°2020-105 dite « AGEC » au début de l'année 2020. Les dispositions de cette loi vont induire des changements importants pour les industries agroalimentaires, certaines visent spécifiquement le secteur des boissons.

La filière des jus & nectars devra s'adapter à ces évolutions majeures qui concernent notamment :

- L'information du consommateur : caractéristiques environnementales, présence de perturbateurs endocriniens, signalétique de tri
- Les plastiques à usage unique : réduction, recyclage, incorporation de matière première recyclée
- Le réemploi
- Le gaspillage alimentaire : réduction à toutes les étapes de la chaîne de valeur, développement du vrac
- Les filières REP : modifications de celles existantes et créations de nouvelles (dont CHR)
- L'épandage des boues d'épuration

➤ Une grande partie des dispositions de cette loi doivent être précisées par près de 100 textes réglementaires, dont beaucoup doivent encore être publiés. De nombreuses consultations des secteurs à différents niveaux (agroalimentaire, boisson, voire jus & nectars) sont prévues par l'Administration.



Projet de loi Climat & Résilience

Un projet de loi portant sur la lutte contre le dérèglement climatique - dit projet de loi Climat & Résilience - est en cours de construction sur la base des propositions faites par la Convention Citoyenne pour le Climat.

Cette convention a été formée en 2019 à la demande du Président Emmanuel Macron pour réfléchir à des mesures permettant de réduire d'au moins 40 % les émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, dans une logique de justice sociale. Les mesures proposées dépassent cet objectif initial puisque les propositions concernant l'alimentation tiennent compte de l'environnement mais aussi de la qualité des produits et de l'impact sur notre santé, avec l'idée que ces facteurs sont étroitement liés.

Le texte de loi pourrait contenir des mesures sur le vrac, la consigne de verre pour réemploi et l'affichage environnemental, qui viendraient en complément des mesures instaurées par la loi AGEC sur ces thématiques.

Depuis la fin de l'année 2020, le secteur suit de près l'élaboration de ce texte pour anticiper au mieux les conséquences sur le secteur des jus & nectars.



➤ La promulgation de cette loi est prévue au cours du 2e semestre 2021.



ACCOMPAGNEMENT | EXPERTISES

*Comprendre et anticiper
les sujets techniques et
scientifiques d'actualité*

accompagnement

Publication de la stratégie Farm to Fork

Le 20 mai 2020, la Commission européenne a présenté sa stratégie « Farm to Fork » (« De la Ferme à la Table»). Cette stratégie a été élaborée dans le but d'encourager un système alimentaire juste, sain et respectueux de l'environnement. Elle s'inscrit dans le « Green Deal » (« Pacte Vert ») qui avait été annoncé en novembre 2019.

Cette stratégie européenne impactera l'ensemble des orientations et décisions prises aux niveaux français et européen. Pour le suivi de ce dossier, UNIJUS interagit avec l'ANIA et l'AIJN quant aux consultations menées. Des points réguliers sont réalisés auprès des adhérents UNIJUS pour les tenir informés de l'avancée des discussions sur ces thématiques ainsi que des impacts à venir pour la filière des jus & nectars.

Objectifs de la Farm to Fork à suivre pour UNIJUS :

ETIQUETAGE : INFORMATION DU CONSOMMATEUR ET DIRECTIVE « JUS DE FRUITS »

- 2021-2022 : proposition de révision des normes de commercialisation de l'UE (y compris les « Breakfast directive » à laquelle appartient la directive européenne relative aux jus de fruits) afin de pourvoir à la consommation et à l'offre de produits durables
- T4 2022 : proposition de révision des règles de l'UE relatives à la mention des dates (dates « à consommer jusqu'au » et « à consommer de préférence avant le ») afin de prévenir des pertes et du gaspillage alimentaires
- T4 2022 : proposition visant à exiger l'indication de l'origine ou de la provenance pour certains produits
- 2024 : proposition d'un cadre pour l'étiquetage des denrées alimentaires durables afin de donner aux consommateurs les moyens de faire des choix alimentaires durables.



NUTRITION : REFORMULATION, PROFILS NUTRITIONNELS ET ETIQUETAGE EN FACE AVANT

- T4 2021 : Lancement d'initiatives visant à encourager la reformulation des denrées alimentaires transformées, incluant la fixation de teneurs maximales pour certains nutriments.
- T4 2022 : Instauration de profils nutritionnels pour limiter la promotion de denrées alimentaires riches en sel, en sucres et/ou en matières grasses.
La Commission Européenne considère en effet qu'en l'absence de profils nutritionnels, le règlement (CE) n° 1924/2006 s'avère inefficace pour la bonne information du consommateur.
- T4 2022 : Proposition d'étiquetage nutritionnel obligatoire harmonisé sur la face avant des emballages afin de permettre aux consommateurs de faire des choix alimentaires en tenant compte du critère « santé ».
La Commission Européenne ne préconise aucun système mais incite à une proposition législative pour un système harmonisé et obligatoire, et précise que le travail sur les systèmes d'information nutritionnelle en face avant devra être mené conjointement avec celui sur les profils nutritionnels.

CONTAMINANTS/SECURITE SANITAIRE : PESTICIDES ET MATERIAUX AU CONTACT DES DENREES ALIMENTAIRES

- PESTICIDES :
 - D'ici à 2030 : des mesures supplémentaires pour réduire l'utilisation et le risque globaux des pesticides chimiques de 50 % et l'utilisation des pesticides plus dangereux de 50 % ; une diminution du recours aux engrains d'eau moins 20 % ; au moins 25 % des terres agricoles de l'Union seront affectées à l'agriculture biologique.
 - T4 2021 : révision des textes réglementaires européens afin de faciliter la mise sur le marché de pesticides contenant des substances actives biologiques et de renforcer l'évaluation des risques que les pesticides présentent pour l'environnement.
 - T1 2022 : proposition de révision de la directive relative à une utilisation des pesticides compatible avec le développement durable afin de réduire de manière significative l'utilisation et le risque des pesticides ainsi que la dépendance à leur égard et de renforcer la lutte intégrée contre les ennemis des cultures.
- EMBALLAGES :
 - T4 2022 : révision de la législation relative aux matériaux destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires afin d'améliorer la sécurité des denrées alimentaires, de protéger la santé des consommateurs (en particulier en réduisant l'utilisation de produits chimiques dangereux), de soutenir l'utilisation de solutions d'emballage innovantes et durables utilisant des matériaux respectueux de l'environnement, réutilisables et recyclables, et de contribuer à la réduction du gaspillage alimentaire.



Le Nutri-Score, un développement au niveau français et européen

- Rappel -

Le Nutri-Score est :

- un logo qui informe sur la qualité nutritionnelle des aliments de façon simplifiée et complémentaire à la déclaration nutritionnelle obligatoire fixé par la réglementation européenne
- basé sur une échelle de 5 couleurs : du vert foncé (A) au orange foncé (E) pour optimiser son accessibilité et sa compréhension par le consommateur



Le score prend en compte pour 100 grammes de produit, la teneur en nutriments et aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits et légumes) et en nutriments à limiter (énergie, acides gras saturés, sucres, sel). Après calcul, le score obtenu par un produit permet de lui attribuer une lettre associée à une couleur.

Le calcul du Nutri-Score pour les jus & nectars se fait par un algorithme spécifique aux « boissons ».

- Pour les boissons, seule l'eau peut bénéficier du Nutri-Score « A ».
- Les jus & nectars peuvent donc être classés entre « B » et « E » par le Nutri-Score, leur classement dépendant en grande partie de leurs teneurs en énergie & en sucres (à limiter) et en fruits & légumes (à favoriser).

Notons que le Nutri-Score B n'est généralement atteint que par des nectars sans sucres ajoutés ou des jus de fruits auxquels a été ajoutée de l'eau de coco.

POURSUITE DES DISCUSSIONS AU NIVEAU EUROPÉEN : LA FORMATION D'UNE COORDINATION TRANSNATIONALE

7 pays européens sont désormais engagés en faveur du Nutri-Score : la Belgique, la France, l'Allemagne, le Luxembourg, les Pays-Bas, l'Espagne et la Suisse.

Les autorités compétentes de ces pays ont d'ailleurs annoncé au début de l'année 2021 la **mise en place d'un mécanisme de coordination transnational** pour faciliter l'utilisation du Nutri-Score en Europe. Ce dispositif va permettre de réfléchir à des ajustements de l'algorithme (dans le respect des principes fondamentaux de l'outil) et de mettre à jour les conditions d'utilisation.

Cette coordination se fera au sein de deux comités :

- Un **comité scientifique** : chargé de fournir un avis indépendant sur les potentielles adaptations du Nutri-Score ainsi que des preuves scientifiques de l'impact du Nutri-Score sur la santé.
- Un **comité de pilotage** : chargé d'étudier et de filtrer les demandes destinées au comité scientifique, et de se prononcer sur les propositions du comité scientifique et sur toute autre question liée à la mise en œuvre du Nutri-Score.

Les travaux devraient se poursuivre durant toute l'année 2021 et tiendront compte des demandes de l'ensemble des parties prenantes (y compris les industriels). UNIJUS prévoit de suivre l'avancée de ces travaux afin d'en informer les adhérents et de défendre les intérêts des jus & nectars.



Santé Publique France a publié son étude « Nutri-Score : évolution de sa notoriété, sa perception et son impact sur les comportements d'achat déclarés entre 2018 et 2020. ». Elle atteste de la notoriété grandissante du Nutri-Score en France, notamment due au fait que les marques sont de plus en plus nombreuses à s'engager.

93 %
connaissent le Nutri-Score

18%
des Français citent spontanément
le Nutri-Score comme un critère
qu'ils utilisent pour évaluer la qualité
nutritionnelle des produits
(vs. 1 % en avril 2018)

89%
des Français pensent que
l'apposition devrait être
obligatoire

94%
des Français se déclarent
favorables à l'apposition du
Nutri-Score sur les emballages

Un impact du Nutri-Score dans les choix des consommateurs :

57 %
des interrogés déclarent avoir déjà
changé au moins une fois leurs
habitudes d'achats grâce au Nutri-Score
(+ 14 points depuis 2019)

3 i 4

déclarent avoir acheté un produit sur lequel
était apposé le Nutri-Score, parmi ceux ayant
vu ou entendu parler du Nutri-Score.
(+ 53 points entre avril 2018 et sept. 2020)

une
notoriété
toujours
grandissante
en France



Que fait UNIJUS sur ce sujet ?

UNIJUS accompagne les adhérents dans l'appropriation de ce système d'étiquetage nutritionnel en face avant.

- Organisation de 2 webinars dédiés, réservés aux adhérents ;
- Construction d'une fiche de rappels réglementaires pour l'étiquetage nutritionnel, au regard des nouveaux enjeux liés au Nutri-Score.

UNIJUS interagit avec l'ANIA sur les consultations menées sur le sujet : commentaires et demandes de précisions à adresser à Santé Publique France, échanges avec les distributeurs pour affichage sur les sites de e-commerce.

UNIJUS participe à un groupe de travail dédié au Nutri-Score au sein de l'AIJN et accompagne ses homologues européens dans l'appropriation de ce système maintenant connu depuis plusieurs années en France.

La Commission Contaminants et Sécurité Sanitaire apporte un soutien précieux aux adhérents en suivant les risques émergeants pour la filière : huiles minérales, perturbateurs endocriniens, nanomatériaux, chlorates, perchlorates, bisphénol A, pesticides, mycotoxines, furane, éléments traces métalliques... L'objectif étant bien la meilleure anticipation possible pour la maîtrise de ces risques.

Résidus de pesticides

Un suivi particulier des sujets liés aux pesticides est réalisé, au vu de l'impact des modifications réglementaires sur la disponibilité et la conformité des matières premières : approbation des substances actives au niveau européen, modifications des LMR à venir...

Chlorates

La révision des LMR applicables aux résidus de chlorate présents dans ou sur certains produits, en vertu du règlement (CE) n°396/2005, a fait l'objet de nombreuses discussions au niveau européen depuis 2013, aboutissant en juin 2020 à la publication du règlement (UE) 2020/749.

Parmi les principaux éléments à retenir, sont à noter :

- l'absence de mesures transitoires pour l'application des dispositions : les nouvelles LMR sont applicables depuis le 29 juin 2020 ;
- l'introduction d'une note de bas de page relative aux produits transformés précisant qu'aucune LMR n'est fixée pour les produits transformés et que chaque exploitant du secteur alimentaire devra pouvoir justifier des teneurs en chlorates mesurées ;
- les LMR sont fixées à titre temporaire et devront faire l'objet d'une révision au plus tard le 8 juin 2025.

L'ensemble des discussions a fait l'objet d'échanges concertés avec nos homologues européens dans le cadre de l'AIJN (appel à données, courriers à destination de la CE...) ainsi qu'avec les autres secteurs alimentaires au niveau de l'ANIA.

En cas de détection, les opérateurs s'accordent pour suggérer une approche sur la base du produit fini afin de justifier les éventuelles teneurs mesurées en chlorate dans les jus, nectars et boissons. Si la teneur mesurée en chlorate dans le produit fini (ex : jus d'orange) est supérieure à la LMR indiquée (ex : orange) alors il conviendra de déterminer quelle est la source de contamination en chlorate (matière première et/ou eau de process), en réalisant des analyses sur chacun de ces éléments.

Fin décembre 2020, la révision de la directive relative à la qualité des eaux destinées à la consommation humaine a également été publiée, introduisant une LMR en chlorate de 0,25 mg/L pour l'eau et de 0,7 mg/L pour l'eau chlorée.

➤ Intégration des chlorates dans les plans de surveillance, accompagnement des entreprises en cas de détection de résidus, spécifités pour les jus & nectars issus de l'agriculture biologique... un sujet encore à suivre de près par Unijus pour l'année à venir.

Chlorpyrifos, Chlorpyrifos-méthyl

En 2019, est reconnu que les substances actives « chlorpyrifos » et le « chlorpyrifos-méthyl », utilisées pour leurs propriétés insecticides en culture fruitières, ne satisfont plus aux critères requis par la législation pour leur renouvellement en tant que substance approuvée dans l'UE (risque sanitaire identifié).

Dans ce contexte, en janvier 2020, les approbations du chlorpyrifos et du chlorpyrifos-méthyl n'ont pas été renouvelées au niveau européen, ayant pour effet l'interdiction d'utilisation de ces substances à l'usage agricole dans l'ensemble des Etats membres.

En juillet 2020, le règlement (UE) 2020/1085 a introduit un abaissement de l'ensemble des LMR à 0,01 mg/kg (seuil de détection), applicables à partir du 13 novembre 2020.

Autres substances suivies en 2020 :

chlorothalonil, chlorprophame, méthiocarbe, thiaclopride, thiophanate-méthyl, ammoniums quaternaires...

Métaux lourds

Malgré une interruption des discussions liée à la crise Covid-19, une **révision des teneurs maximales en plomb et en cadmium dans les denrées alimentaires** a été engagée au niveau européen en début d'année 2020.

Parmi les points clés à retenir de cette révision, sont à noter les propositions suivantes :

Pour le plomb :

- l'abaissement de la teneur maximale pour les boissons destinées aux nourrissons et aux enfants en bas âge et étiquetées et vendues comme telles, commercialisées en tant que liquides ou destinées à être reconstituées en fonction des instructions du fabricant, y compris les jus de fruits (de 0,03 mg/kg à 0,02 mg/kg) ;
- le maintien des teneurs maximales applicables aux jus de fruits, jus de fruits concentrés reconstitués et nectars de fruits.

Pour le cadmium :

- les nombreux abaissements de teneurs maximales applicables aux fruits et légumes, notamment sur agrumes, fruits à pépin, fruits à noyau, kiwi, banane, mangue, papaye, ananas, baies et petits fruits ;
- l'introduction d'une teneur maximale (à 0,02 mg/kg) pour les boissons destinées aux nourrissons et aux enfants en bas âge et étiquetées et vendues comme telles, commercialisées en tant que liquides ou destinées à être reconstituées en fonction des instructions du fabricant, y compris les jus de fruits.

L'AIJN, via FoodDrinkEurope, a contribué aux différentes consultations lancées par la Commission Européenne sur le sujet, en proposant un certain nombre de modifications aux propositions de la Commission. Les discussions devraient être réactivées au premier semestre 2021.

Parallèlement, et comme chaque année désormais, l'AIJN a collecté en 2020 les teneurs en métaux lourds dans les jus de fruits et de légumes pour l'année 2019 permettant d'avoir un aperçu précis de la présence de métaux lourds dans les jus, et de soutenir les positions spécifiques de la profession à l'échelle européenne et internationale.

Perturbateurs endocriniens

L'année 2020 a été riche en actualités, avec au niveau européen la réalisation d'un « **fitness check** », la mise en place de **critères d'identification des substances actives présentant des propriétés de perturbation endocrinienne** et utilisées dans les biocides & les pesticides, des réflexions pour gérer de façon plus précise les MCDA, la mise en ligne du site Edlists à l'initiative de plusieurs Etats membres..

Parallèlement, au niveau français, la loi n°2020-105 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (« loi AGEC ») a été promulguée en février 2020. Cette loi introduit notamment des articles spécifiques sur les substances dangereuses et perturbateurs endocriniens, avec des **dispositions sur l'étiquetage** et la mise sur le marché des produits comportant des substances qualifiées de perturbateurs endocriniens « avérés » ou « suspectés ».

➤ Un sujet multidimensionnel (biocides, pesticides, emballages...) qui monte en puissance, à suivre en coordination avec l'ANIA.

Autres sujets suivis :

- Mycotoxines : patuline, ochratoxine A
- Critères microbiologiques « jus de fruits »
- Microplastiques & nanomatériaux

Risques liés aux emballages

La diversité des composés chimiques pouvant constituer les matériaux utilisés dans les différents emballages (papiers/cartons, matières plastiques, matériaux recyclés, colles, encres...) ainsi que leur faible évaluation au niveau toxicologique met en lumière l'étendue des recherches nécessaires / à venir sur cette thématique. La révision d'ici fin 2022 de la législation relative aux matériaux destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires est, par ailleurs, l'un des objectifs phares de la stratégie « Farm to fork ».

➤ Un sujet prioritaire pour l'année à venir, aussi bien au niveau français qu'européen.

Furanes et dérivés méthylés

La publication d'un avis AFSCA (autorités belges) en juin 2020, proposant des limites d'action pour le furane dans un certain nombre de denrées alimentaires (dont les jus de fruits et de légumes), a réactivé ce sujet au niveau français et européen. En particulier, un appel à données et une note spécifique ont été réalisés par l'AIJN pendant l'été, un plan de surveillance spécifique a été lancé par Qualijus en octobre.

- Autocontrôles (application de l'art. 50 de la loi « EGALIM »)
- Suites de la crise Lubrizol

Au sein des commissions scientifiques technique et réglementaire, mais également dans le cadre de groupes de travail dédiés, des sujets spécifiques sont traités pour toujours accompagner au mieux les adhérents dans leurs pratiques quotidiennes : étiquetage, allégations, bonnes pratiques professionnelles, emballages... autant de thématiques d'actualité en perpétuelle évolution.

Allégeation d'origine

Le règlement (UE) n°2018/775 portant modalités d'application de l'article 26.3 du règlement INCO pour ce qui est des règles d'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire d'une denrée alimentaire est entré en application au 1er avril 2020.

L'année 2020 aura permis d'éclaircir un certain nombre de points restés en suspens auprès des autorités, et de développer des outils d'accompagnement à destination des opérateurs : questions/réponses de la Commission européenne (janvier 2020), de FoodDrinkEurope (mise à jour : mai 2020), de l'ANIA et de la FCD (septembre 2020).

Unijus a participé activement aux travaux de l'ANIA lancés sur le sujet, et développé parallèlement un document d'interprétation concernant les règles d'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire d'un jus ou nectar (diffusé fin novembre). Des cas pratiques au secteur des jus & nectars ainsi que des focus sur nos principales catégories de produits sont intégrés.

» Fin novembre 2020, des travaux du Conseil National de la Consommation sur l'indication de l'origine des denrées et de leurs ingrédients ont par ailleurs débuté.

L'ANIA participant à ces travaux, **Unijus aura l'occasion, via son intermédiaire, de contribuer aux réflexions qui s'engagent sur le sujet.**

Focus
sur...

Additif de transfert (« carry-over »)

UNIJUS a participé au groupe de travail ANIA « carry-over » visant à élaborer un guide pratique à destination des opérateurs pour sécuriser la conformité des formulations et les décisions d'étiquetage (ou non) des additifs lors de l'application du principe de transfert.

La finalisation de ce guide ANIA, initialement prévue en 2020, a été reportée à 2021 du fait de la crise Covid-19.

Les points spécifiques aux jus n'y sont pas traités, et feront l'objet d'un travail ad-hoc au sein d'Unijus.



Bonnes pratiques de communication

Engagée en 2019, la mise à jour du guide ANIA sur les bonnes pratiques de communication s'est poursuivie en 2020 dans le cadre d'un groupe de travail spécifique auquel Unijus participe.

Trois principaux thématiques sont traitées :

- l'encouragement à une communication positive ;
- la caractérisation des communications péjoratives et dénigrantes ;
- l'encadrement des allégations « sans ».

L'ensemble des travaux devrait être finalisé dans le courant de l'année 2021, et sera présenté à la DGCCRF. Les points spécifiques aux jus et nectars n'y sont pas traités, et font l'objet d'un travail ad-hoc au sein d'Unijus.

» **Un sujet à suivre de près au vu des impacts que l'issue de ces travaux auront sur les mentions d'étiquetage pouvant être utilisées dans les jus & nectars.**



Date de durabilité minimale (DDM)

Afin d'accompagner la première sortie de crise liée au Covid-19, et éviter la destruction de stocks parfois importants de produits, Unijus a élaboré en mai 2020 un **document pédagogique pour accompagner la commercialisation et la consommation de jus et nectars à date dépassée auprès des clients du circuit CHD (grossistes, distributeurs, détaillants).**

Ce document ne permet pas de justifier à lui seul les éventuelles extensions des dates de durabilité minimale (DDM) décidées par les opérateurs mais vient en complément des argumentaires développés par les fabricants.

» Rédigé sous la forme d'un questions/réponses, il précise en quoi la consommation de jus & nectars est idéale avant la date indiquée sur l'emballage, et comment celle-ci est possible et sans risque pour la santé après. Le caractère exceptionnel et temporaire de cette pratique est à souligner.

Zoom

Comment aborder les jus de fruits et les boissons à base de jus au-delà de l'aspect nutrition ? Apports du marketing social et du comportement du consommateur



Patricia Gurviez, PROFESSEURE DE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR AU SEIN DE L'UMR INGÉNIERIE PROCÉDÉS ALIMENTS, AGROPARISTECH/INRA/UNIVERSITÉ PARIS-SACLAY

Les méthodes de changement de comportement appliquées à l'alimentation

Quelques définitions

Marketing social : « L'application de technologies de marketing élaborées dans le secteur commercial pour résoudre des problèmes sociaux, où le résultat est la modification du comportement. »

Nudges : informations permettant d'« amener quelqu'un à faire quelque chose et de peser sur les décisions en laissant chacun libre de choisir ».

Illustration par la présentation du cas pratique « Les bonnes portions

- Changer les portions alimentaires des enfants » mené dans le cadre du programme de prévention de l'obésité Vivons en Forme (VIF) qui inclut 250 communes françaises.

Ce programme a permis d'identifier les groupes cibles (enfants, familles et personnels de cantine) pour réduire la prévalence de l'obésité infantile, notamment parmi les populations les plus défavorisées, en influant sur la taille des portions consommées.

» **ACTIONS MISES EN PLACE :** ateliers pédagogiques et ludiques vers les différents groupes cibles (notamment personnel de cantine et périscolaire, et élèves dans centres de loisirs) et un livret/guide pour les parents

» **RESULTATS :** L'utilisation des méthodes du marketing social et des nudges dans ce programme a permis de réduire significativement le surpoids et l'obésité infantiles dans les villes participantes y compris dans les villes particulièrement touchées par la précarité (ex : -40,5% à Royan en 10 ans et -48% à Meyzieu en 11 ans).



Ophélie Mugel | ENSEIGNANT-CHERCHEUR MARKETING CULINAIRE ET ALIMENTAIRE, FERRANDI PARIS

**Au-delà de la santé, quelles sont les nouvelles attentes en matière d'alimentation pour les consommateurs ?
Focus sur la notion de bien-être alimentaire**

Constat

- un discours sur l'alimentation en France de plus en plus « nutritionnalisé »,
- des consommateurs qui manifestent des aspirations holistiques et orientées vers une alimentation pourvoyeuse de bien-être.

On assiste à un changement de paradigme, l'aliment n'est plus uniquement « santé » (fonctionnel et médical, paternaliste et normatif, restrictif, fondé sur une approche quantitative de l'alimentation) mais devient « bien-être » (holiste et intégrateur, positif, orienté vers les attitudes et comportements du consommateur).

➤ Présentation de son travail de recherche doctoral visant à comprendre comment se manifeste le bien-être alimentaire dans le vécu des consommateurs. Elle a notamment mis en évidence que le bien-être alimentaire se manifeste lorsque nous vivons des expériences en cohérence avec nos valeurs.

Le bien-être alimentaire se caractérise par trois composantes : des conditions facilitantes qui entraînent des processus expérientiels engendrant des résultantes émotionnelles.

» **CONCLUSION DES TRAVAUX :** il faut changer le scope « nutritionnalisation-centric », considérer l'alimentation comme une expérience holistique et lieux accompagner le consommateur dans les différentes étapes de consommation en l'encourageant vers un engagement dans sa relation à l'aliment

Patricia Gurviez, | Ophélie Mugel
L'orientation motivationnelle : une grille de lecture prometteuse pour analyser le comportement du consommateur

Un concept de psychologie sociale qui distingue 2 états motivationnels :

➤ **Promotion :** orientation vers l'approche d'un état désiré

➤ **Prévention :** orientation vers l'évitement d'un état indésirable

Dans le cas de l'alimentation :

➤ Les personnes orientées « promotion » recherche une alimentation pourvoyeuse de bien-être, sont ouvertes au changement et ont un attrait pour des produits satisfaisant les besoins hédoniques.

➤ Les personnes orientées « prévention » recherche une alimentation protectrice, ont un besoin de sécurité et ont un attrait pour des produits satisfaisant des besoins utilitaires.

EN PRATIQUE :

Le message donné au consommateur doit être cohérent avec son orientation motivationnelle. Proposer un gain est plus efficace quand le message met en avant les préoccupations de promotion, alors qu'aborder le risque de perte est plus efficace quand le message met en avant la prévention.

Quand le risque perçu est bas, un message de gain est plus efficace qu'un message de perte ; à l'inverse, quand le risque perçu est élevé, il augmente la vigilance et les consommateurs sont plus focalisés sur les conséquences négatives que sur les conséquences positives.

» **CONCLUSION :** Aucun individu n'est complètement orienté promotion ou prévention. Les deux types de système sont à prendre en compte pour la communication : tenir compte des stratégies de prévention ou de promotion de la cible permet d'améliorer l'efficacité des messages notamment sur les produits.





COMMUNICATION

*Partager des informations
positives et objectives
avec l'ensemble de
nos parties prenantes*

communication

Solliciter des rencontres avec nos parties prenantes

Dans un contexte médiatique que nous savons complexe et assez hostile au secteur agroalimentaire (anti-sucre et food-bashing), il semble indispensable de continuer à partager des informations sur la filière et ses produits et d'entretenir un lien continu avec l'ensemble de nos parties prenantes. Leur apporter des éléments factuels et argumentés est la clé pour corriger certaines idées reçues que l'on retrouve régulièrement sur les jus de fruits. UNIJUS poursuit sa dynamique et sa démarche d'information et de pédagogie.

Actions et réalisations 2020 en bref :

► **Rencontres avec nos parties prenantes institutionnelles.** Afin de présenter les réalités de la filière et de sensibiliser à ses enjeux, UNIJUS sollicite des entretiens avec différentes parties prenantes. Si le contexte de crise sanitaire et de confinements successifs a compliqué la prise de contact avec les pouvoirs publics dès le mois de mars, quelques rendez-vous ont pu avoir lieu en début d'année. Des parlementaires et associations de consommateurs ont ainsi été rencontrés.

► Envoi de **communiqués de presse** spécifiques, adressés à la presse professionnelles et généraliste, pour toujours transmettre des informations factuelles et objectives sur les réalisés de la filière et de nos produits.

» initiative collective "J'aime mon bistro" : pour s'associer à une initiative SOLIDAIRE lancée par un collectif de distributeurs-grossistes en boissons, de fabricants et producteurs, visant à soutenir financièrement les établissements (restaurants, cafés ...) fermés pendant le confinement.

» matières premières : pour faire part des tensions sur les approvisionnements en jus de fruits, aggravées par la crise.

» alimentation et immunité (en collaboration avec le Dr. nutritionniste Laurence Plumey) : pour mettre en avant les atouts nutritionnels des jus de fruits (vitamines C, B9, antioxydants, hespéridine), dans le cadre d'une alimentation variée et équilibrée, pour aider à renforcer notre système immunitaire.

► **Réponse aux journalistes ou médias** diffusant des messages erronés ou incomplets sur les jus de fruits et pour la première fois la réponse à des idées reçues de façon publique en publiant sur nos réseaux sociaux les éléments factuels réfutant les éléments diffusés dans les articles concernés.

En 2021, la stratégie de prise de contact avec les pouvoirs publics sera renouvelée pour toujours apporter des éléments d'information factuels et objectifs sur notre filière et ses produits.

Cette démarche permettra de maintenir un bruit de fond positif et de développer la notoriété et le réseau institutionnel d'UNIJUS.

Une approche de **revalorisation et de réhabilitation des jus de fruits** dans l'alimentation des Français est prévue.

Zoom



Installer et maintenir une présence sur les réseaux sociaux

Depuis 2016, UNIJUS renforce progressivement sa présence digitale via différentes plateformes, site web et réseaux sociaux. Un partage d'informations destiné principalement aux prescripteurs (pouvoirs publics, professionnels de santé, journalistes, leaders d'opinion), au réseau professionnel mais également aux consommateurs via un site dédié.

Actions et réalisations 2020 en bref :

► **Animation du compte Twitter et de la page LinkedIn d'UNIJUS** avec le partage régulier de nos informations et actualités. En 2020, malgré le contexte de crise sanitaire, la filière a su maintenir une présence sur les réseaux sociaux en diffusant régulièrement des informations sur ses activités et initiatives : messages de soutien aux adhérents et au circuit de la CHD, dons de produits, relai d'articles d'intérêt, maintien des formations UNIJUS, réponse aux idées reçues...

► **Nouveauté de 2020 sur les réseaux sociaux notamment**, la filière a décidé de lancer une campagne de communication grand public.

Ce dispositif a permis de partager directement avec les consommateurs les réalités de la filière en matière de fabrication, de composition, de consommation et d'atouts nutritionnels des jus & nectars, en particulier via des publications sur LinkedIn et Twitter toutes les semaines entre juin et décembre 2020.

Ce dispositif portait la signature collective #FiersDeNosJusDeFruits.

Les adhérents d'UNIJUS ont pu se réapproprier les messages en likant et partageant les publications. Cette dynamique a largement contribué à la croissance du nombre d'abonnés sur la page LinkedIn d'UNIJUS (multiplié par 4 en quelques mois).

plus de détails sur le dispositif et les résultats de cette campagne pages 38-39.

Nous vous encourageons à relayer nos informations via vos propres plateformes numériques pour plus de visibilité de la filière et ses produits !
@lesjusdefruits

COMMUNICATION

PARTAGER DES INFORMATIONS POSITIVES ET OBJECTIVES
AVEC L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES PRENANTES

#FiersDeNosJusDeFruits

une prise de parole positive et assumée

En 2020, pour lutter contre les idées reçues et la méconnaissance de nos parties prenantes concernant nos produits, il nous est apparu évident chez UNIJUS d'informer le grand public en direct via un dispositif de communication digitale.

Approche & Dispositif : des actions complémentaires pour aider la catégorie !

Nous avons développé un programme basé sur 3 piliers :

- Publications sur les plateformes de médias sociaux UNIJUS (LinkedIn et Twitter), relayées au maximum par nos adhérents ;
- Création de nouveaux contenus sur les sites ressources : mesjusdefruits.fr (le site des consommateurs UNIJUS) et paroledemamans.com (le site de référence pour les femmes enceintes et les jeunes parents) ;
- Partenariat avec des influenceurs : vidéo sur YouTube (AngieMaman) et ateliers Instagram-Mamans (Paris et Lyon).

Tous nos contenus étaient construits autour de **3 messages clés** :

- Les jus de fruits sont des fruits pressés et conditionnés pour plus de praticité : rien de plus!
- Les jus de fruits contiennent des sucres naturels, ceux des fruits, et c'est aussi pourquoi ils apportent des vitamines et des nutriments provenant des fruits.
- Le petit-déjeuner est un moment privilégié pour boire un verre de jus de fruits - la bonne portion est de 150 mL, soit un petit verre.

Nous avons également créé une signature de campagne et un hashtag : #FiersDeNosJusDeFruits pour les professionnels des jus de fruits et #FanDeJusDeFruits spécifiquement pour les influenceurs. Cette signature était présente dans chaque publication, tweet ou présentation.

Résultats & Enseignements : des objectifs atteints

Les résultats quantitatifs et qualitatifs du dispositif de communication sont très positifs avec une large atteinte des objectifs chiffrés fixés initialement, avec **plus de 2,5 millions de contacts**.

- Les publications sur les réseaux sociaux fournissant des informations concrètes sur les processus, les réglementations, les propriétés nutritionnelles et les apports nutritionnels ont beaucoup plu, entraînant extrêmement peu, voire pas du tout, de commentaires négatifs.
- Ces publications LinkedIn ont permis de créer une voix collective et unie pour le secteur et la catégorie, basée sur des messages communs. À un début de mobilisation des membres d'UNIJUS à intensifier par la suite.
- Nos partenariats influenceurs ont été une réelle opportunité de partager nos messages avec le plus grand nombre de personnes en capitalisant sur leur audience. À titre d'exemple, la [vidéo YouTube a été vue par 120 000 personnes](#). Les deux ateliers Instagram nous ont permis de toucher jusqu'à **1,3 million de personnes via les 21 publications Instagram et 221 stories** grâce des 18 mamans-influenceuses qui ont assisté à nos événements à Paris et à Lyon.
- Nos messages clés ont été très bien compris et mémorisés et le ton de notre discours, basé sur des éléments factuels sur nos produits, a également rassuré et convaincu.

Preuve que le public français a besoin d'informations sur les jus de fruits !

2021

Focus
sur...

Une dynamique positive de prise de parole a été lancée en 2020. Cela ouvre de belles perspectives pour 2021 pour continuer à informer et à travailler sur la réputation de nos produits!

- Le dispositif ira un cran plus loin dans les notions de transparence, de proximité et de preuve. Les adhérents seront à l'honneur pour incarner notre belle filière.



plus de **2,5 millions**
de personnes touchées par
notre dispositif

~~~

**1 kit de 30 posts**  
développé pour les réseaux sociaux

**1 million** de vues sur  
LinkedIn et Twitter

~~~

2 ateliers sur les jus de
fruits organisés (Paris et Lyon)

18 créatrices de contenu
Instagram rencontrées

221 stories + 21 posts
publiés sur Instagram

près de **1,5 million** de
vues sur Instagram

~~~

**120 000 vues** de  
notre vidéo Youtube

~~~

plus de **32 500**
visiteurs sur notre site
mesjusdefruits.fr



RESPONSABILITÉ | ENGAGEMENTS

*Continuer d'agir de façon
responsable et s'inscrire
dans une dynamique
viveuse*

responsabilité

Encourager l'éducation à l'alimentation via la sensibilisation à l'importance du petit-déjeuner

Depuis 2014 au sein du Collectif du Petit-déjeuner à la française, UNIJUS est engagé dans le soutien au modèle alimentaire français via la défense du petit-déjeuner, en fort déclin.

En 2017, le Collectif du Petit-déjeuner à la française a décidé d'orienter ses actions vers le monde éducatif afin de sensibiliser les enfants et adolescents, les plus concernés par le saut de petit-déjeuner, à l'importance de ce repas.

Dans ce sens, le Collectif associe actions terrain, relations presse et affaires publiques :

- **identification et valorisation d'initiatives de sensibilisation** au petit-déjeuner dans les collèges pour encourager leur développement en lien avec les départements ;
- **interpellation des pouvoirs publics** quant à l'importance du petit-déjeuner, notamment chez les jeunes, en s'appuyant sur les initiatives mises en place dans les collèges et via notre plateforme de recensement [objectif-petit-dejeuner.fr](#) ;
- **sensibilisation des différentes parties prenantes** aux enjeux du déclin du petit-déjeuner, en particulier pour les filières réunies au sein du Collectif (jus de fruits, lait/produits laitiers et pain).

Actions et réalisations 2020 en bref :

L'année 2020 a été une année de réflexion et de construction d'un nouveau programme pour les 3 ans à venir 2021-2023.

Le bilan que l'on peut dresser du dernier cycle d'actions (2017-2020) est très positif :

- Le petit-déjeuner a émergé comme sujet institutionnel, notamment au cœur du Plan Pauvreté et avec un intérêt de la communauté éducative pour construire des projets pédagogiques.
- Les Trophées du petit-déjeuner en milieu scolaire : un moment de communication positive, apprécié par la communauté éducative et les élus.
- La plateforme collaborative [objectif-petit-dejeuner.fr](#) et les supports pédagogiques : des outils bien reçus auprès de la cible scolaire.
- Le Comité d'orientation : des ambassadeurs précieux et toujours impliqués.
- Les actions affaires publiques : un levier efficace pour parler positivement des filières via la sollicitation de rencontres (conseils départementaux, administrations, parlementaires...).

Ces actions ont néanmoins besoin de renouvellement et de gagner en visibilité pour garder leur intérêt pour l'ensemble de nos parties prenantes. Ces points seront tous l'enjeu du plan 2021-2023.



cap sur 2021

- Conserver le positionnement du Collectif pour rester crédible et écouté en mettant en avant le moment de consommation et non les produits en tant que tels ;
- Remettre les affaires publiques au cœur du dispositif pour faire entendre la voix du Collectif et toujours sensibiliser les pouvoirs publics à l'importance du petit-déjeuner, en particulier chez les jeunes ;
- Capitaliser sur les actions du cycle 2017-2019 ayant démontré leur efficacité pour conserver les liens créés avec nos différentes parties prenantes et gagner en visibilité ;
- Développer de nouveaux contenus sur des thématiques d'actualité pour maintenir et renouveler l'intérêt de nos interlocuteurs sur nos messages et propositions.

**Focus
sur...**

Une filière solidaire

En cette période si particulière de crise Covid, les professionnels des jus et nectars, comme beaucoup d'autres dans le secteur agroalimentaire, ont répondu présents.

Malgré le contexte, la filière a su réagir et s'adapter pour continuer de proposer des produits de haute qualité aux Français tout en garantissant la sécurité sanitaire des salariés.

La filière s'est également inscrite dans l'élan de solidarité national en faisant des dons de produits

➤ Ce sont ainsi environ **250 000 L de jus de fruits, nectars et smoothies** qui ont été donnés au personnel médical et aux associations caritatives pendant la période de confinement (mars-juin 2020).

Soit **l'équivalent de plus d'1,6 million de verres de 150 mL**.

➤ Mais également pour certains des masques, des gants, du gel hydroalcoolique, de l'argent.

Les dons de produits se sont poursuivis tout au long de l'année 2020, notamment via les banques alimentaires, pour contribuer aux repas des familles et pour toujours offrir aux Français des petits instants de bonheur au quotidien.

Merci !



Solidarité de la filière jus & nectars pendant le confinement :
1,6 million de verres donnés aux soignants & banques alimentaires !

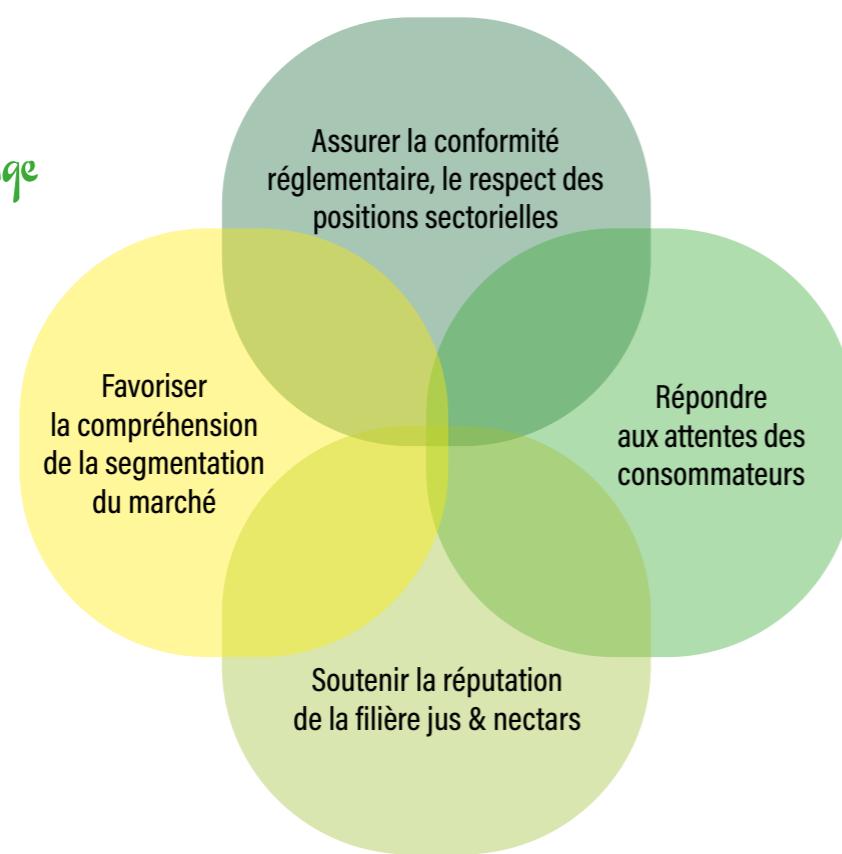
Vers un nouveau Code étiquetage pour + de transparence et de clarté auprès des consommateurs

Véritable socle des bonnes pratiques d'étiquetage de la filière des jus de fruits et nectars, le Code étiquetage Unijus se positionne comme le garant d'une interprétation commune des exigences réglementaires, d'une information claire et non-trompeuse pour le consommateur, d'une concurrence saine et loyale entre opérateurs.

Face aux évolutions du marché et de la filière, une révision du Code étiquetage Unijus apparaît aujourd'hui indispensable afin d'intégrer les évolutions de contexte (attentes des consommateurs, offre produits, position des pouvoirs publics à l'égard des jus, enjeux de santé publique...) ainsi que les nouvelles positions sectorielles développées par la filière. Lancés en début d'année 2020, les travaux du groupe de travail Unijus dédié à la révision du Code étiquetage regroupent une dizaine de sociétés membres, soit une vingtaine de participants autour de quatre thématiques : les catégories, la santé & nutrition, les ingrédients & process, les allégations transversales.

Les discussions autour de la révision du Code étiquetage Unijus se poursuivront en 2021.

Objectifs du Code Etiquetage UNIJUS



- LES PRINCIPES FONDATEURS :**
- Sécurité réglementaire
 - Différenciation de l'offre
 - Unité & réputation de la filière

code étiquetage UNIJUS 2014

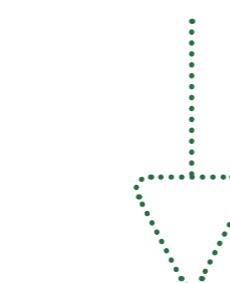
- Baisse du marché des jus & nectars
- Enjeux de santé publique
- Evolutions des attentes consommateurs
- Développement du Nutri-Score
- Evolutions des pratiques
- Evolutions marketing
- Innovations hors du périmètre des jus & nectars

- MAINTIEN DES PRINCIPES
- ÉVOLUTION DES MODALITÉS

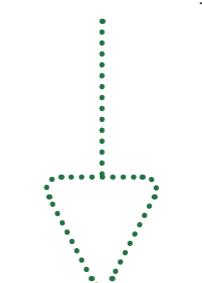
code étiquetage UNIJUS 2021

TRANSPARENCE, LOYAUTÉ, RESPONSABILITÉ

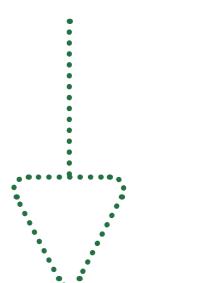
- Clarifier l'offre du marché auprès des consommateurs
- Garantir une concurrence saine & loyale entre opérateurs



➤ Travaux de valorisation des catégories pour favoriser la compréhension de la segmentation du marché (définition des catégories, mise en place d'exigences communes, développement de mentions valorisantes pour chaque catégorie...)



➤ Réflexions sur les engagements de la filière afin de garantir la transparence de l'information consommateur (informations en FOP, critères de visibilité...)



➤ Elargissement du périmètre d'application du Code étiquetage (intégration des jus & nectars de légumes, des mélanges de jus et/ou purées de fruits/légumes, des boissons à teneur significative en fruits/légumes)

Assurer un marché sain et loyal

QUALIJUS est un exemple unique d'auto-responsabilisation d'une filière et sa place devient de plus en plus incontournable pour notre secteur.

Pour rappel, QUALIJUS s'est fixé, dès sa création, les missions suivantes :

- **Contrôler** en composition et étiquetage le marché français des jus de fruits et nectars,
- **Vérifier** le respect des engagements des membres via l'inspection et des analyses sur les matières premières et les produits finis,
- **Accompagner** ses membres par son expertise sur l'authenticité des produits.

Ces dernières années, son rôle sur la surveillance du marché en contaminants éventuels s'est renforcé.



JÉRÔME MORNET

PRÉSIDENT DE QUALIJUS

DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT
DURABLE ET QUALITÉ |
ECKES-GRANINI FRANCE

L'année 2020 aura été particulière à plus d'un titre! Entre confinements et déconfinements, il nous aura fallu s'adapter pour mener à bien nos activités Qualijus.

- Nous avons réalisé notre campagne annuelle en matière de composition et d'étiquetage. Pour le contrôle des étiquetages, un nouvel arbre de décisions a été travaillé par l'équipe d'Unijus. Il est développé dans ce rapport.
- La campagne européenne harmonisée au niveau de l'EJCS a elle aussi été réalisée, une réunion de coordination ayant pu se tenir à Nieder-Olm juste avant le 1er confinement. Les deux produits prélevés ont été le jus de raisin et le jus d'orange bio.
- Dans la lancée des 25 ans de Qualijus fêtés en 2019 et du projet de communiquer à l'extérieur sur notre démarche, le site internet de Qualijus a été complètement revu et mis en ligne en septembre 2020. Ce nouveau site constitue une réelle vitrine pour notre organisation et contribuera à promouvoir la structure et la démarche à l'extérieur.
- Les échanges se sont poursuivis avec la DGCCRF pour établir un partenariat officiel. Bien que ceci ne soit pas encore finalisé, les premiers retours positifs sont de bon augure.

Je tiens à remercier toutes les personnes qui interviennent pour la bonne réalisation de ces activités : elles ont su s'adapter pour que tout puisse être mené au mieux.

Les résultats sont bons ! En ligne avec ceux des dernières années. Preuve que le système est robuste et performant.

Le bilan 2020 en bref

- Comme tous les ans, **plus de 1000 échantillons** ont été **analysés** en 2020 par QUALIJUS et le taux de conformité composition est élevé et stable vs 2018 (98%). Un résultat montrant le haut niveau de qualité des produits de la filière.
- Comme chaque année également, **plus de 150 emballages** ont été **expertisés** afin de s'assurer de la conformité des mentions d'étiquetage des produits par rapport aux exigences réglementaires mais également à celle du code de la Profession.
- Deux **groupes de travail spécifiques** ont également été lancés : le GT dit « GT pommes » et le GT « interprétation des résultats d'analyse des laboratoires ». Ces deux GT illustrent le soutien apporté aux adhérents pour enrichir les bases de données utiles à l'ensemble de la filière et répondre aux questions du quotidien rencontrées par les adhérents.

Bilan 2020 du contrôle du marché en composition : 98% de conformité

- Parmi les 977 produits analysés en composition, seuls 16 chantillons ont été conclus non-conformes. Cela représente 1,6% des produits analysés (vs 1% en 2019).
- **Les jus de grenade et la cranberry sont ceux présentant le plus d'anomalies.** Malgré leur faible représentativité du marché, QUALIJUS surveille ces jus dits de «marché de niche» qui génèrent des non-conformités majeures.
- QUALIJUS prend systématiquement contact avec les entreprises concernées par des non-conformités majeures. Les sociétés répondent rapidement après réception du courrier. Leur réponse est accompagnée d'une explication et d'un plan d'actions correctives.

Bilan 2020 du contrôle du marché en matière d'étiquetage

160 emballages ont été expertisés pour vérifier leur conformité à la réglementation et au code étiquetage UNIJUS. 53% des échantillons ont été conclus conformes (vs 41% en 2019).

Un travail précis d'expertise des étiquetages est réalisé afin de constater d'éventuelles anomalies ou écarts par rapport au référentiel réglementaire, aux usages professionnels ou à des avis officiels. L'objectif est bien de veiller à ce qu'il n'y ait pas de risque de confusion ou de tromperie pour le consommateur sur la nature du produit ou d'erreur sur les allégations nutritionnelles ou les repères de consommation des jus de fruits.

Globalement, les anomalies repérées sont les suivantes :

- des écarts, repérés en 2019 et corrigés depuis, de nouveau retrouvés en 2020 en raison d'écoulement d'anciens stocks d'emballages ;
- de nouvelles dispositions réglementaires entrées en application ;
- des fantaisies marketing qui s'éloignent des exigences réglementaires, avec l'observation d'écarts réglementaires sur les libellés des dénominations de vente, les listes d'ingrédients, l'utilisation de l'allégation « sans sucres ajoutés »... ;
- des déviations au Code de bonnes pratiques d'étiquetage UNIJUS.

Les sociétés concernées par ces écarts reçoivent un courrier de la part de QUALIJUS pour information et demande de mise en place d'actions correctives. Celles-ci ont d'ores et déjà été mises en place pour une très grande majorité de ces sociétés.

Site internet qualijus.org : valoriser la structure à l'extérieur

Le nouveau site internet de qualijus a été mis en ligne en septembre 2020. Il s'inscrit dans la continuité du travail de modernisation de l'identité visuelle de Qualijus, après la refonte du rapport d'activités en 2018 et le renouvellement du logo en 2019.

Il est la vitrine de la structure pour sa valorisation auprès de ses différentes parties prenantes.

Le site **qualijus.org** reprend les informations clés concernant Qualijus : ses missions, son fonctionnement, ses adhérents, les services proposés... Quelques chiffres clés ainsi qu'une présentation rapide de la filière et de ses produits ont également été intégrés. L'espace adhérents reste bien sûr accessible.





MISSION & STRATEGIE | GOUVERNANCE

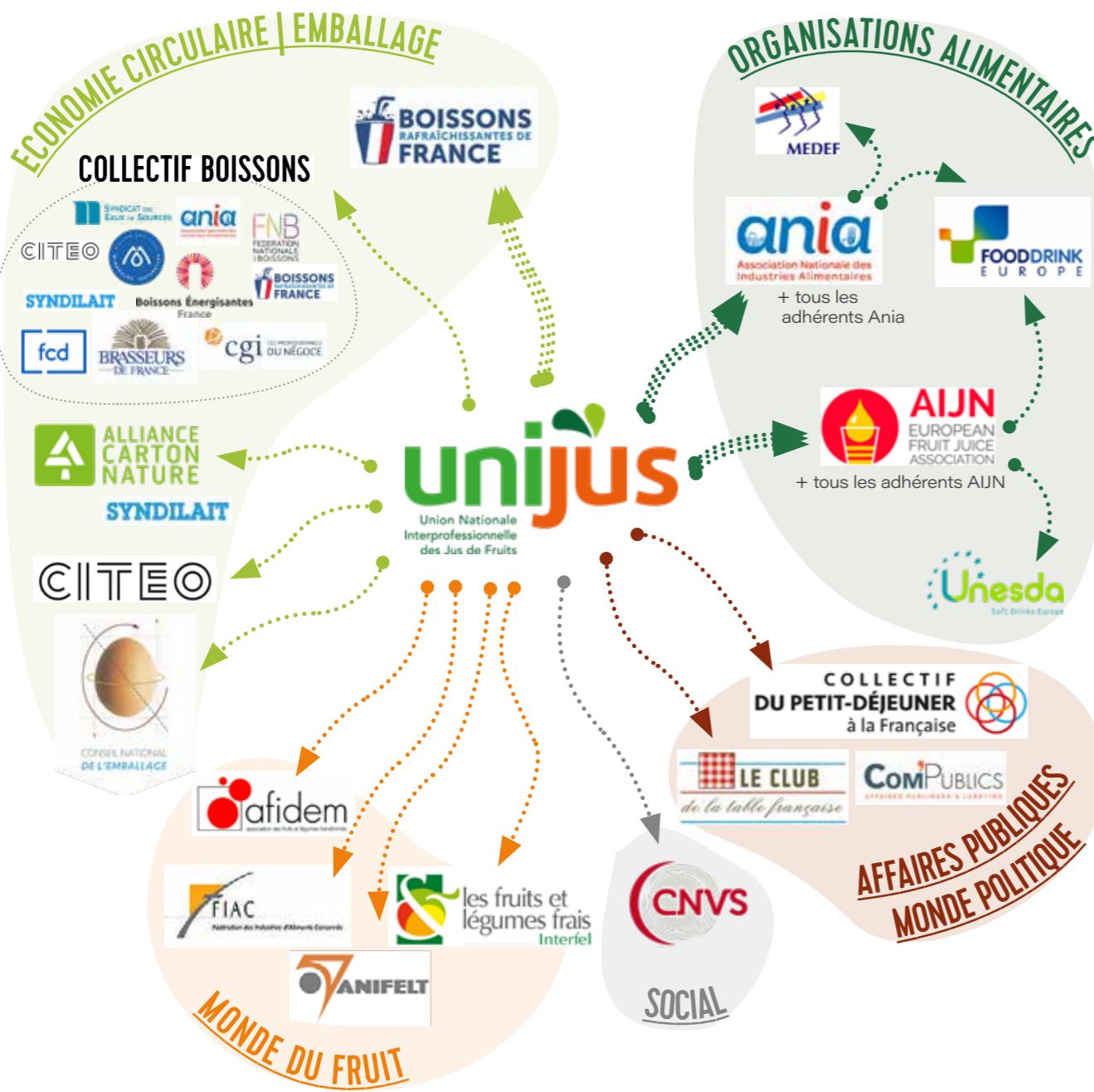
*Construire et mettre en
œuvre une stratégie au
service du collectif*

mission

UNIJUS, un fonctionnement en réseau

UNIJUS évolue dans un environnement professionnel multi-dimensionnel que ce soit d'un point de vue géographique (France | Europe) ou thématique (jus de fruits | boissons | agro-alimentaire | emballages...).

Afin de défendre au mieux les intérêts de la filière, il est indispensable d'entretenir ce réseau. Des échanges réguliers et constructifs ainsi que des réflexions et projets communs sont la clé pour que les liens créés soient pérennes.



les membres du Bureau UNIJUS en 2020

Le Bureau est composé de 20 membres élus par l'Assemblée Générale pour 3 ans reconductibles. Il définit et valide la stratégie UNIJUS et approuve les actions à mener. Les membres du Bureau, Président, Vices-présidents et Trésorier, ont été réélus en Assemblée Générale le 28 juin 2018. Le renouvellement des mandats se fera lors de l'AG 2021

FONCTION	NOM	SOCIÉTÉ
Président	Emmanuel VASSENEIX	L. S. D. H.
Vice-Président	Olivier MERCIER	BRITVIC FRANCE
Vice-Président	Florence FRAPPA	ECKES-GRANINI FRANCE
Vice-Président	Sébastien LE MIERE	PEPSICO FRANCE
Trésorier	Marc HILLENWECK	ECLOR / C.C.L.F.
Membre	Sylvain DRONET	ANDROS
Membre	Bérengère DUCHESNE	AGRICOMMERCE
Membre	Robert BAUDIN	ANTARTIC
Membre	Stéphane LARREDE	BUREAU COUECOU
Membre	Omar BENNIS	COCA COLA FRANCE
Membre	Richard PAYRAUD	FOULON-SOPAGLY
Membre	Séverine MACHI	FRUITS DELICE
Membre	Nicolas MAROTTE	INNOCENT
Membre	Olivier DEROO	JUS DU SOLEIL
Membre	Guillaume HILEYAN	PROCESSED FRUIT SUPPLIERS
Membre	Henri LEON	S. I. L. L.
Membre	William MARIE	SOJUFEL





EXPERTISES | SERVICES

*Accompagner la
profession et les adhérents
au quotidien*

xpertises

L'équipe UNIJUS/QUALIJUS à votre service

Anne-Sophie Royant
Secrétaire générale
01 47 42 82 79 | aroyant@UNIJUS.org



Carole Prisset
Chargée de communication
01 47 42 82 80 | cprisset@UNIJUS.org



Elise Rivals
Assistante de direction
01 47 42 82 82 | erivals@UNIJUS.org



Affaires scientifiques et réglementaires

Emilie Jorda
01 47 42 82 47
ejorda@UNIJUS.org



Clélia Bianchi
01 47 42 82 46
cbianchi@unijus.org



Pauline Bignon
01 47 42 82 46
pbignon@UNIJUS.org

octobre 2020

Clélia Bianchi quitte UNIJUS et QUALIJUS en 2020 pour une nouvelle aventure à Clermont-Ferrand.

Merci à elle pour son engagement, son expertise et son professionnalisme !

QUALIJUS



Pierrick Duavrant
Coordinateur qualité QUALIJUS
01 47 42 27 28 | pduavrant@qualijus.org

Pour mettre en oeuvre la feuille de route UNIJUS, l'équipe permanente anime des commissions thématiques et groupes de travail spécifiques.

Commission Scientifique et Technique (CST)

La CST traite les sujets techniques et réglementaires concernant les jus de fruits et nectars. Elle réunit ses membres régulièrement pour faire un point à date sur les actualités, débattre des enjeux du secteur et, selon les sujets, proposer des positions « filière ».

Les GT ad hoc ouverts en 2020 : GT "code étiquetage", GT "Nutri-Score", GT "DDM"

Présidence :

Nazila Sénéhipour
(Directrice des affaires scientifiques et réglementaires | PepsiCo France)

Contacts UNIJUS : Emilie Jorda | Pauline Bignon

Commission développement durable (CDD)

La CDD est une commission qui traite des sujets en lien avec l'environnement, l'économie circulaire, les emballages. Son activité se résume actuellement à une transmission d'informations et des sollicitations pour des contributions sur ces thématiques.

Contacts UNIJUS : Pauline Bignon

Comité Scientifique (CS)

Le CS est une instance ABSA qui regroupe les membres de Boissons Rafraîchissantes de France (BRF), UNIJUS et QUALIJUS. Sa mission est d'assurer une veille et de partager avec tous les adhérents des informations sur tous les sujets scientifiques, nutritionnels, contaminants ou sanitaires d'intérêt pour le secteur.

Contact UNIJUS : Emilie Jorda | Pauline Bignon

Commission contaminants et sécurité sanitaire

La commission contaminants est une commission ABSA (Alliance des Boissons Sans Alcool, qui regroupe UNIJUS et BRF). Il s'agit de l'ancien groupe **Sécurité Sanitaire - Contaminants (CS-Contaminants)**, initialement intégré au CS, auquel il a été décidé de donner plus d'importance en 2019 étant donné les enjeux de ces sujets pour la filière. Cette commission traite ainsi de thématiques telles que les huiles minérales, les perturbateurs endocriniens, les nanomatériaux, les chlorates, les pesticides, les éléments traces métalliques... pour une meilleure anticipation et une maîtrise adaptée des risques émergents pour la filière.

Contact UNIJUS : Emilie Jorda

Commission communication et affaires publiques (COMAP)

La Commission communication et affaires publiques a pour mission de définir des dispositifs d'actions afin de mettre en application la stratégie de communication validée par le Bureau et ainsi de diffuser les messages clés de la filière à l'ensemble de ses parties prenantes, notamment les pouvoirs publics, les professionnels de santé et les médias.

Présidence :

Florence Frappa
(Directrice Générale | Eckes-Granini France)

Contacts UNIJUS : Carole Prisset | Anne-Sophie Royant

Merci ...!

... à tous nos adhérents pour leur implication et leur contribution aux différents travaux de l'association !

Cet engagement est clé pour l'avancée de nos multiples dossiers et sujets.

Au-delà d'offrir aux professionnels de la filière un lieu d'échanges et de concertation neutre, l'adhésion à UNIJUS permet l'accès à différents services assurés par l'équipe permanente.

Si vous souhaitez vous inscrire à une liste de diffusion des différentes veilles ou avoir plus de précision sur ces services, n'hésitez pas à nous contacter. UNIJUS@UNIJUS.org

Conseils étiquetage personnalisés

L'équipe des affaires scientifiques et réglementaires peut accompagner les adhérents dans la validation de leurs étiquetages. Elle répond ainsi quasi-quotidiennement à leurs demandes spécifiques et s'assure de la conformité de leurs produits concernant l'étiquetage obligatoire et les mentions volontaires. UNIJUS s'appuie pour cela sur la réglementation en vigueur, les positions professionnelles et les avis des administrations françaises et européennes.

Veille sur les sujets techniques

UNIJUS assure une veille quotidienne sur tous les sujets scientifiques, nutritionnels, contaminants, sanitaires qui concernent la filière des jus de fruits, nectars et boissons rafraîchissantes sans alcool. Ces informations sont partagées avec tous les adhérents et permettent ainsi une meilleure anticipation des risques émergents.

Veille réglementaire

Cette veille reprend tous les mois les mises à jour réglementaires sur l'ensemble des sujets d'intérêt pour la filière tels que étiquetage, ingrédients, sécurité alimentaire, environnement, fiscalité...

Suivi du marché des jus de fruits et nectars

Tous les mois, UNIJUS partage avec ses adhérents un bilan des statistiques d'évolution des ventes des jus de fruits, jus de légumes, nectars et smoothies en France. Ce suivi est réalisé via le panel Nielsen (bilan - pdf et tableau de bord - excel).

Données de consommation des Français

Depuis 2001, UNIJUS souscrit aux enquêtes de consommation CCAF du Crédoc. Ces enquêtes menées auprès des Français permettent notamment de connaître les quantités de jus et nectars consommés, les modes de consommation ainsi que les contributions des jus et nectars aux apports nutritionnels. Elles sont partagées avec l'ensemble des adhérents et sont utilisées par UNIJUS dans le cadre de discussions avec ses parties prenantes et dans différents outils de communication.

Communication collective

UNIJUS s'applique à développer un discours institutionnel collectif permettant de relayer à l'ensemble de ses parties prenantes les messages fondamentaux de la filière. Ces éléments de communication sont à la disposition des adhérents pour qu'ils se les approprient et en soient les ambassadeurs lors de leurs propres actions.

Documentation

Tout au long de l'année des documents sont développés par l'équipe permanente UNIJUS : fiches techniques, documents de synthèse, notes de position, outils de communication... Tous ces documents sont à la disposition des adhérents et sont réalisés dans le but de les accompagner au mieux dans leurs pratiques et leurs actions au quotidien.

Un réseau professionnel

UNIJUS est en lien avec de nombreuses interprofessions et autres partenaires professionnels. Les adhérents bénéficient donc de ce large réseau dans lequel s'inscrit la filière.

Représentation au niveau Européen/AIJN

UNIJUS veille toujours à bien faire entendre la voix de la filière française dans les discussions européennes et à porter les positions décider collectivement. L'équipe permanente est ainsi régulièrement en lien avec ses interlocuteurs AIJN.

Formation

UNIJUS ET QUALIJUS proposent 3 formations ouvertes à tous les professionnels de la filière (adhérents et non adhérents) exerçant des activités réglementaires, R&D, qualité, ou marketing.

Ces formations ont différents objectifs :

- **introduction à la filière des jus de fruits et nectars** : acquérir les notions réglementaires, techniques et économiques de base permettant de s'intégrer dans la filière des jus de fruits et nectars. Le public visé est tout nouvel arrivant des entreprises de la filière.
- **réglementation/étiquetage** : acquérir les connaissances réglementaires pour assurer un étiquetage complet et conforme pour les jus et les nectars.
- **authenticité** : acquérir les connaissances pour définir un plan de contrôle pertinent.

Webinaires

Depuis 2019, UNIJUS propose des webinaires à ses adhérents, organisés en fonction des actualités et des thématiques d'intérêt pour la filière.

Adhérents UNIJUS en 2020

Les sociétés Hermes Boissons et Alain Milliat ont rejoint UNIJUS en 2020.
Bienvenue à eux !

- DISTRIBUTEUR DE PRODUITS FINIS
- FABRICANT DE JUS DE FRUITS
- COURIER
- TRANSFORMATEUR DE FRUIT
- EMBALLAGE OU FOURNISSEUR D'ARÔMES



• RÉGION PARISIENNE

- 1 COCA-COLA FRANCE
2 ECLOR - C.C.L.F.
3 FRUITS DELICE
4 FRUTCO
5 INNOCENT
6 LEVY GROUPE INTERNATIONAL
7 ORANGINA SUNTORY FRANCE
8 PAGO
9 PEPSICO / TROPICANA
10 SIG-COMBIBLOC
11 TETRA PAK FRANCE



Union Nationale
Interprofessionnelle
des Jus de Fruits

23 boulevard des Capucines
75002 Paris
01 47 42 82 82
unijus@unijus.org
www.unijus.org | www.mesjusdefruits.fr |  @lesjusdefruits

