



Charte PNNS Association Bleu-Blanc-Cœur

Résultats

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

Dans le cadre de sa charte de progrès nutritionnel avec le PNNS signé en Aout 2008, Bleu-Blanc-Cœur s'est fixé trois niveaux d'engagements permettant d'apporter des garanties en matière d'amélioration de la qualité intrinsèque de notre alimentation de base :

- ▶ **Engagements des PRODUCTEURS** à développer les filières Bleu-Blanc-Cœur, à démultiplier le nombre d'animaux nourris selon les cahiers des charges de l'Association, tout en maîtrisant les coûts à la production.
- ▶ **Engagement de MISE EN MARCHÉ et de DISPONIBILITE** des produits, par les acteurs économiques adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, afin de garantir une amélioration de la qualité nutritionnelle de notre alimentation de base.
- ▶ **Engagement de relais du discours du PNNS** au sein de son réseau



1/ Engagements des **PRODUCTEURS**

1.1 Augmentation du nombre d'animaux **Bleu-Blanc-Cœur**

Bleu-Blanc-Cœur, appuyé par ses adhérents, s'est engagé à augmenter le nombre d'animaux (porcs, bovins, laits, œufs) nourris selon les recommandations des cahiers des charges Bleu-Blanc-Cœur. L'engagement relatif à la production a été tenu partiellement. Elle a été atteinte pour la filière porcine.

Cependant toutes les productions ont vu leurs volumes croître. Ce sont notamment grâce à l'ensemble des maillons de la filière (éleveurs, fabricants d'aliments, groupements, abatteurs, laiterie, centre de conditionnement, salaisonniers...) qui ont travaillé de concert pour améliorer la diffusion des produits Bleu-Blanc-Cœur.

L'association à vue depuis 2011, également l'adhésion de nouvelles structures intervenantes majeures sur le marché de la viande bovine, œufs...

1.2 limitation du surcoût alimentaire de 5%

En plus de ces engagements de mise en marché, la maîtrise de ses coûts de production dans la limite maximum de 5% de surcoûts a été respectée.

2/ Engagements de **MISE EN MARCHÉ** et de **DISPONIBILITE**

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

2.1 Augmentation de la diffusion des produits

L'engagement relatif à la diffusion des produits a été respecté avec 624 références produites comptabilisées en 2011 pour 550 références prévues. On note une progression significative entre 2010 et 2011 avec + 13.45% pour + 10% prévu dans le PNNS.

2.2 Doublement de la teneur en acide gras **Oméga 3** des produits animaux de base

Produits	Teneur en Oméga 3 (Filière Classique)	Teneur en Oméga 3 (Filière Bleu-Blanc-Cœur)	Ratio	Bilan par rapport à Objectifs
PORC	0.9%	3.7%	3.85	👍 + 92.5 %
BOVIN	0.65%	1.8%	2.7	👍 + 35 %
LAIT	0.38%	1.02%	2.68	👍 + 34 %
ŒUF	2.1%	5.86%	2.79	👍 + 39.5 %
LAPIN	4.4%	10.2%	2.32	👍 + 16 %
POULET	1.9%	7.2%	3.79	👍 + 89.5 %



2.3 Rééquilibrage du ratio Oméga 6 / Oméga 3 à une valeur inférieure à 5



Produits	Moyenne des teneurs en Oméga 6 BBC 2011	Moyenne des teneurs en Oméga 3 BBC 2011	Ratio Oméga 6 / Oméga 3	Bilan par rapport à Objectifs
PORC	11.22 %	3.7 %	3.03	👍 + 39.4 %
BOVIN	4.19 %	1.8 %	2.32	👍 + 53.6 %
LAIT	2.27 %	1.02 %	2.22	👍 + 55.6 %
ŒUF	16.37 %	5.86 %	2.79	👍 + 44.2 %
LAPIN	26.6 %	10.2%	2.61	👍 + 47.8 %
POULET	19.98 %	7.2 %	2.77	👍 + 44.6 %
AGNEAU	4.9 %	2 %	2.45	👍 + 51 %
VEAU	7.2 %	2.88 %	2.5	👍 +50%
DINDE	23.36 %	7.52 %	3.1	👍 + 38 %
CANARD	19.09 %	4.1 %	4.65	👍 + 7 %

2.4 Diminution significative de la teneur en acide palmitique des produits laitiers Bleu Blanc Cœur par rapport au produit classique de - 20 %

Moyenne des résultats analyse (Filière Classique) 2011 acide palmitique	Moyenne des résultats analyse « Bleu Blanc Cœur » 2011 acide palmitique	Diminution de la teneur	Bilan par rapport à Objectif
34.48 %	27.53%	- 20.16 %	👍 + 0.8 %



2.5 Diminution de moitié le ratio C16 :0/n-3 des produits Bleu Blanc Cœur par rapport aux produits classique

Produits	Moyenne des résultats analyse « standard » 2011 C16 :0/n-3	Moyenne des résultats analyse « Bleu Blanc Cœur » 2011 C16 :0/n-3	Ratio	Bilan par rapport à Objectifs
PORC	27.44	6.56	4.18	👍 + 109 %
BOVIN	39.96	13.33	2.99	👍 + 49.5 %
LAIT	90.73	27.13	3.34	👍 + 67 %
ŒUF	11.14	3.92	2.84	👍 + 42 %
LAPIN	5.65	2.25	2.51	👍 + 25.5 %
POULET	12.10	2.96	4.08	👍 + 104 %

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

L'Association Bleu Blanc Cœur a respecté son engagement d'octroyer au minimum 10% de son budget de communication pour relayer le discours du Plan National Nutrition Santé avec 64% du budget consacré. On note d'ailleurs que sur tous les supports de communication (lettre d'info, publicité), la référence au plan national nutrition santé est toujours présente.

En Conclusion

Bleu-Blanc-Cœur réaffirme son engagement en faveur d'une alimentation gage de bonne nutrition et accessible à tous les portefeuilles.

Notre pari est de décupler la notoriété de la démarche au plus grand nombre. Ne reste plus que l'engagement de vous tous, producteurs, adhérents, consommateurs à relayer la démarche...

Oui, on a tous le droit de bien manger !

C'est la nouvelle signature de Bleu-Blanc-Cœur.

