

Edenred et le projet FOOD

Point presse

Jacques Stern, PDG du groupe Edenred
Nathalie Renaudin, Directrice des Affaires Publiques

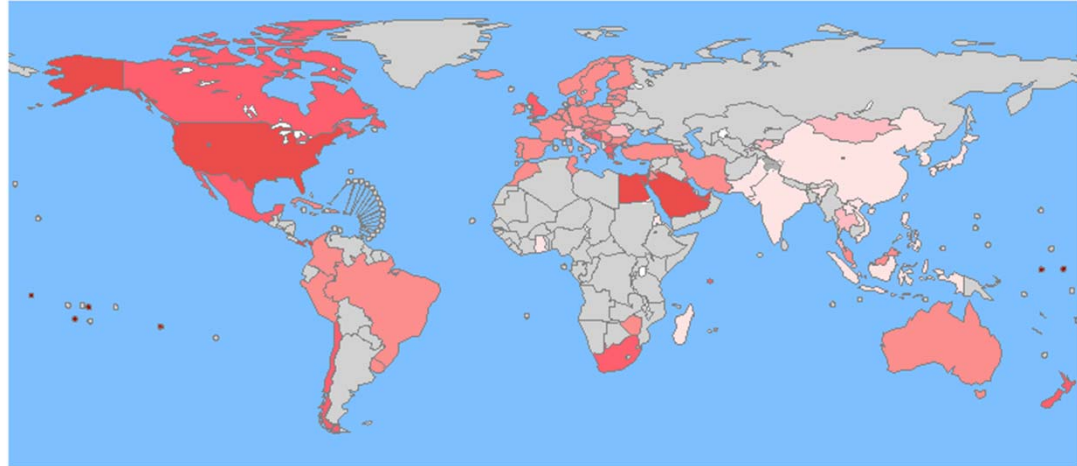
31 mai 2011



1. L'obésité, épidémie mondiale

L'obésité concerne 1 adulte sur 10

- 1,5 milliard de personnes en surpoids dans le monde dont 500 millions d'obèses
- La mortalité due à l'obésité est supérieure à celle due à une insuffisance pondérale
- 8 à 13% des décès en Europe
- 53% de la population européenne est en surpoids



Le problème mondial de l'obésité, Source : OMS 2010

L'obésité pour la population adulte :

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| ■ 33,9% aux USA | ■ 15,1% en Rép. Tchèque |
| ■ 23,6% au Mexique | ■ 15,6% en Espagne |
| ■ 16,9% en France | ■ 11,1% au Brésil |

**Selon l'Organisation Mondiale de Santé (OMS),
l'obésité est l'un des plus grands défis de santé publique du XXI^e siècle**

Un enjeu crucial pour les pouvoirs publics

- **Une part croissante dans le budget des Etats : jusqu'à 8% des dépenses de santé en moyenne dans les pays de l'OCDE**
- **France**
 - Coût direct de l'obésité : 14 milliards d'euros
- **Etats-Unis**
 - Coût direct de l'obésité : 160 milliards de dollars
 - Ce dernier chiffre pourrait doubler d'ici 8 ans

**De la prévention à la prise en charge,
les politiques publiques sont de plus en plus incitatives
pour enrayer l'épidémie**

L'épidémie touche les plus démunis

- **Autrefois réservée aux pays aux revenus élevés, cette pathologie concerne désormais les pays à revenu faible ou intermédiaire**
- **Un rapport de 1 à 3 dans la proportion de l'obésité chez les adultes entre les revenus les plus riches et les plus pauvres**
- **Une plus grande vulnérabilité des plus pauvres à des facteurs de surconsommation équivalents**
 - Manque de temps
 - Pouvoir d'achat
 - Accès à une offre à proximité du lieu de résidence ou de travail

La lutte contre l'obésité est devenue une cause sociale qui touche toutes les catégories de populations

2. Edenred, acteur engagé

Edenred, des solutions quotidiennes pour 34,5 millions de personnes

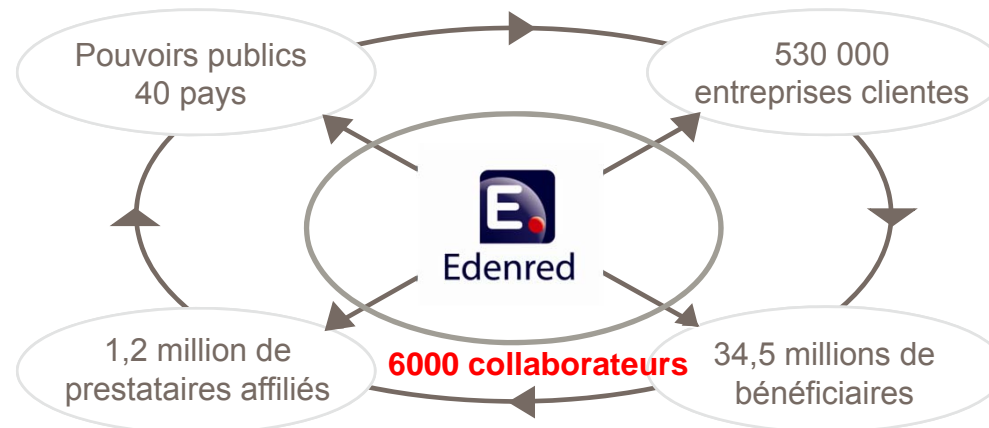
- Edenred, **inventeur de Ticket Restaurant®** et **leader mondial des services prépayés aux entreprises**
- Une mission : **faciliter la vie des salariés et améliorer l'efficacité des organisations**
- Une réponse aux besoins de première nécessité ou plus sophistiqués, selon le **développement démographique, économique et social ainsi que les aspirations des consommateurs**
- Chaque jour, **près de 35 millions de personnes** bénéficient dans 40 pays des solutions proposées par Edenred dans le domaine de **l'alimentation, du transport, de la santé, de la formation, de l'aide à la personne...**



Un vecteur de communication unique

■ Edenred construit une relation unique avec l'ensemble de ses parties prenantes :

- **34,5 millions de bénéficiaires**, qui apprécient l'usage simple et pratique des cartes et titres de services pour faciliter leur vie quotidienne
- **530 000 entreprises et les collectivités**, soucieuses d'être des employeurs attractifs, de motiver leurs équipes et d'optimiser leurs performances
- **1,2 million de prestataires affiliés**, désirant accroître leur chiffre d'affaires, fidéliser leur clientèle et sécuriser leurs transactions
- **les pouvoirs publics**, qui souhaitent améliorer l'efficacité de leurs politiques sociales et économiques, les diffuser et garantir une traçabilité des fonds distribués.



Des produits qui contribuent au progrès social

- Depuis son origine, Edenred contribue au progrès social grâce à ses produits, dont la promesse est de faciliter la vie des salariés et des citoyens
- Les programmes proposés par Edenred autour de l'alimentation (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentation) répondent à deux objectifs :
 - Permettre aux entreprises de proposer une pause-déjeuner à leurs salariés (dans les années 1960, solution à la « gamelle » et aux problèmes d'hygiène associés)
 - Répondre aux pouvoirs publics, soucieux de mettre en œuvre des politiques de santé



**Edenred est naturellement engagé
dans une démarche de responsabilité sociétale
à travers ses activités de tous les jours**

Du programme Alimentation et Equilibre...

- Lancé en 2005 par Ticket Restaurant®
- 13 pays
- Objectif : permettre aux bénéficiaires de Ticket Restaurant® via les restaurateurs affiliés, d'identifier facilement les plats qui respectent les règles d'une alimentation variée et équilibrée
- Programme monté en partenariat avec un comité d'experts (nutritionnistes et représentants de la profession)



... à un engagement dans le projet européen FOOD

- **2008 : Appel à propositions lancé par la Commission européenne sur le thème de la lutte contre l'obésité et le surpoids**
- **Edenred monte le projet FOOD et forme un consortium public/privé**
- **La Commission européenne apporte un financement au projet**

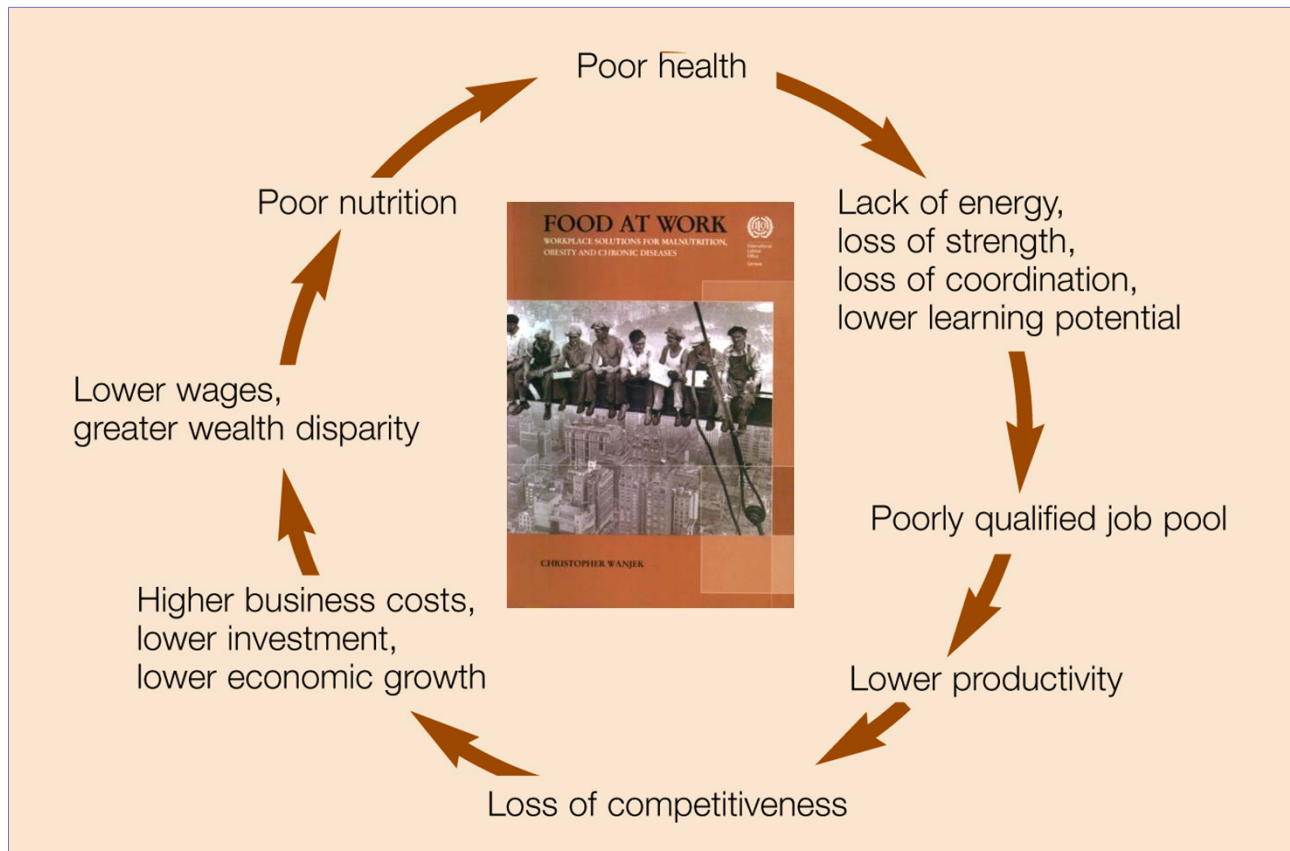


Missions d'Edenred :

Coordonne le projet
Assure le déploiement avec les différents partenaires
Se charge de la dissémination auprès des cibles du projet

3. FOOD, premier programme européen en faveur de l'équilibre alimentaire auprès des salariés et des restaurateurs

L'importance de l'alimentation pendant la journée de travail



- **BIT : *Food at Work***
- **Charte OMS**
- **UE – DG SANCO :**
Plate-forme d'action européenne
«Alimentation, activité physique et santé» et
Livre Blanc de la Commission européenne

Objectifs du projet

- Comme le définit l'acronyme du projet, « **Fighting Obesity through Offer and Demand** », **FOOD** vise à promouvoir l'alimentation équilibrée et réduire les risques liés à l'obésité en agissant à la fois sur l'offre et sur la demande :



Inciter les
restaurateurs
à améliorer la qualité
nutritionnelle de leur
offre en proposant des
menus/plats équilibrés



Informers les
salariés
pour mieux comprendre
et agir sur leur
alimentation durant leur
journée de travail



FOOD : un projet européen autour d'une co-expertise publique privée

- **Couverture géographique :** Belgique, Espagne, France, Italie, République Tchèque, Suède... et Slovaquie
- **28 partenaires au total**
- **Les partenaires associés :**
 - **Nutritionnistes :**
 - ▶ Haute Ecole Lucia de Brouckere – CIRIHA (HELdB – CIRIHA);
 - ▶ Fundación Dieta Mediterránea (FDM);
 - ▶ Association tchèque, The Hravě žij zdravě o. s. (STOB)
 - **Ministères de santé publique:**
 - ▶ Agencia española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN);
 - ▶ Ministère de santé publique belge (SPF SP)
 - **Universitaires et instituts de recherche :**
 - ▶ Karolinska Institutet;
 - ▶ Université de Pérouse (Move Europe Italie);
 - ▶ Centre de recherche de l'Institut Paul Bocuse (IPB)



External Advisory Board

■ Composé de partenaires collaborateurs :

- Le Bureau International du Travail (BIT)
- EuroToques
- Ministère de la Santé en Suède
- City University London
- Prevent, membre de **MOVE EUROPE** et du ENWHP
- Le ministère de la Santé des Baléares, coordinateur de **FOOD PRO FIT**

■ Autres partenaires:

- University of Lyon (Prof. Ambroise Martin)
- Nutri challenge
- **GPOW**
- Ministère de l'Agriculture, France
- Generalitat de Catalunya, etc.
- L'institut National de Santé Publique, Slovaquie

Un programme co-financé par la Commission européenne (DG SANCO)

Un projet de 28 mois en 5 étapes

■ Etape 1

- Inventaire des programmes existants (139) et enquêtes (52 000 salariés et 5000 restaurants) pour connaître et comprendre les besoins et les attentes 47 millions d'actifs, dont près de 50% en zone urbaine
- 50 interviews de restaurateurs dans 12 pays

■ Etape 2 : Etude comparative des résultats et recommandations des partenaires

■ Etape 3 : Lancement des actions de sensibilisation et de communication dans les restaurants et les entreprises

- Création d'outils simples, adaptés à chaque cible, dans les 6 pays : guides pédagogiques, affiches, DVD, site Internet, formations...

■ Etape 4 : Evaluation des pilotes, conduisant à une adaptation des outils et des messages

■ Etape 5 : Déploiement du programme et diffusion des meilleures pratiques en Europe et au-delà

Bilan étape 1 : restaurants



- **90% des chefs** pensent qu'ils ont un rôle à jouer
- Les restaurateurs reconnaissent avoir **peu connaissance** des programmes qui promeuvent l'équilibre alimentaire
- Quelques **idées reçues**:
 - L'équilibre = régime
 - L'équilibre est incompatible avec le plaisir
 - L'équilibre manque de goût
- Les restaurateurs ont peu de ressources pour leurs actions (**pas de temps, ni d'argent**)
- **Plus de 50% des restaurateurs** souhaiteraient bénéficier de **formations** et participer à des ateliers pratiques au sujet de l'alimentation équilibrée
- Les suggestions sont appréciées, mais aucune révolution n'est souhaitée
- Il faut adapter le langage des nutritionnistes à celui des chefs
- Leur **motivation** : répondre à la demande des clients, et 44% d'entre eux considèrent que cette demande est croissante



Ils souhaitent des outils faciles et pratiques

1 Bilan étape 1 : salariés

- Nécessité de combattre les idées reçues ou erronées sur l'équilibre alimentaire : **50%** souhaitent un complément d'information nutritionnelle par email et dans les restaurants
- Inciter à la pratique du sport en complément d'un bon équilibre alimentaire
- Fournir une **liste de restaurants** de proximité aux salariés serait le meilleur moyen d'être sensibilisé (**50% des salariés y sont favorables**)
- Le besoin d'impliquer la médecine du travail, les dirigeants et les DRH sur le long terme
- **L'information nutritionnelle présente dans les restaurants** est pour la majorité:
 - Pas facile à repérer
 - Peu claire/compréhensible
 - Pourtant utile
 - Et donne conscience qu'il est préférable de manger équilibré



Ils veulent de la visibilité et de l'accessibilité

Exemples de recommandations

■ Pour les restaurants:

- Proposez 2 tailles de plats
- Favorisez les modes de cuisson à la vapeur, au four et au grill
- Proposez des légumes cuits et crus dans les entrées et les plats
- Proposez des assaisonnements sans excès de graisses ni de sel
- Proposez des desserts à base de fruits frais et à base de produits laitiers
- Autour du repas : proposez spontanément du pain et privilégiez le pain complet.
Favorisez, pour l'apéritif, des olives ou des fruits secs

■ Pour les salariés

- Goûtez les aliments avant de les saler et/ou essayez d'autres condiments
- Réduisez votre utilisation de matières grasses et préférez les végétales
- Préférez un dessert à base de fruits frais et comme alternative, de temps en temps, un produit laitier
- Préférez les modes de cuisson qui n'ajoutent que peu de matières grasses (vapeur, four, grill)
- Accompagnez votre repas de préférence avec de l'eau
- Mangez 1 fruit cru ou 1 crudité à chaque repas
- Prenez 1 produit laitier faible en matière grasse à chaque repas
- Mangez 1 portion de féculents par jour (environ 150-200g)



Lancement des actions de sensibilisation

Sensibiliser

- Affiches,
- Quiz, jeux, concours, etc. accessibles sur Internet et l'intranet

Informer

- Newsletter sur l'Intranet,
- Informer sur les titres restaurants,
- Guides dédiés
- Posters d'information
- E-mailing

Agir

- Leçons de cuisine et dégustations
- Modifier l'offre des distributeurs
- Fournir des fontaines à eau, des bouteilles d'eau, des fruits, la liste des restaurants FOOD près de l'entreprise,
- Organiser des journées de l'alimentation équilibrée au sein de l'entreprise



3

Des outils de sensibilisation pour les restaurateurs et les salariés



Jeu en ligne



Cartes avec des recommandations (Belgique)



Roadshow (pour tous les pays)



Brochure (tous pays)



Set de table (Suède)

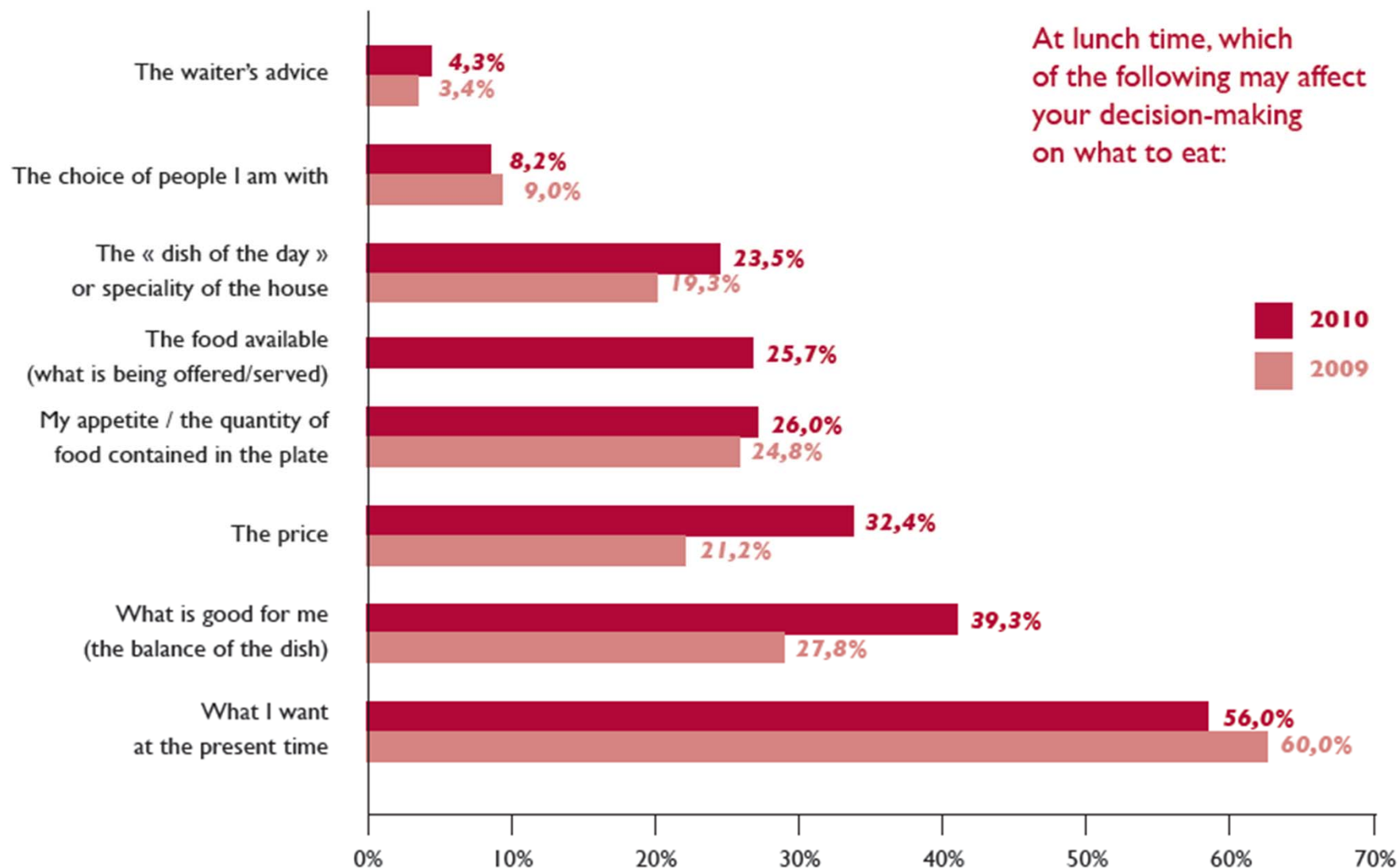


Publicité dans les carnets Ticket Restaurant (République tchèque)

- 85 initiatives de communication répertoriées
- 350 000 restaurants sensibilisés
- 1 900 restaurants inscrits dans le réseau FOOD
- 4 millions de bénéficiaires sensibilisés
- 66 623 clicks sur le site européen (de février 2009 à aujourd'hui)
- 11 973 visites sur le site belge (de février 2010 à aujourd'hui)

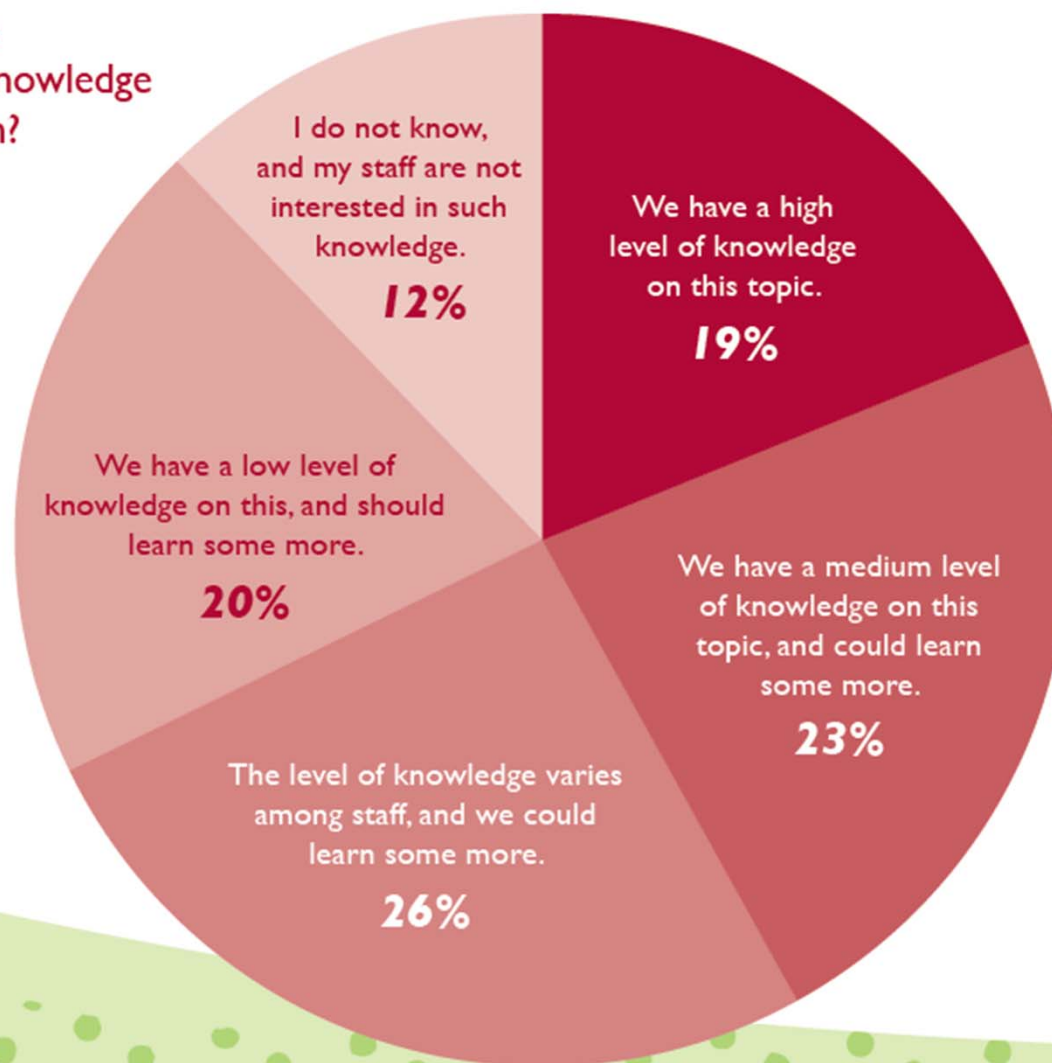
Comparatifs enquêtes 2009 et 2010

Salariés



Quelques conclusions de l'évaluation Restaurateurs

How would you rate your staff's level of knowledge on balanced nutrition?



- **L'appel à proposition de la Commission européenne a pris fin en avril 2011**
- **Le 29 avril 2011, les partenaires ont choisi de poursuivre le projet pour une durée initiale de 3 ans**
- **Objectifs :**
 - Déployer les actions au sein des 6 pays et au-delà (adhésion de la Slovaquie en 2011)
 - Adapter le programme FOOD dans d'autres pays
 - Poursuivre les échanges de bonnes pratiques au sein du Consortium
 - Assurer une évaluation régulière des actions, engagements et utilisations auprès de nos cibles
- **Edenred continuera à coordonner le projet et animer le consortium de partenaires engagés**

Film