

à l'occasion de leur article paru dans l'*American Journal of Preventive Medicine*¹

mettant en évidence, dans une étude faite dans un supermarché en ligne expérimental, que le système d'information nutritionnelle coloriel à 5 couleurs (5-C) est le plus efficace pour guider les consommateurs vers des produits de meilleure qualité nutritionnelle lors de leurs choix alimentaires.

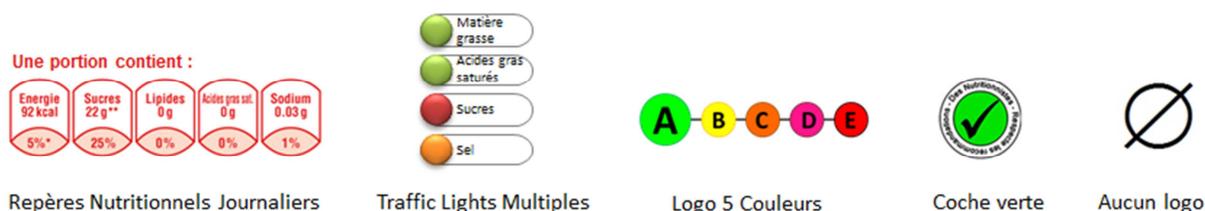
L'article 5 de la Loi de Santé présentée par Marisol Touraine, Ministre de la Santé et votée au Parlement prévoit « pour faciliter l'information du consommateur et pour l'aider à choisir en toute connaissance de cause, que la déclaration nutritionnelle obligatoire puisse être accompagnée d'une présentation ou d'une expression complémentaire au moyen de graphiques ou symboles sur la face avant des emballages ». Plusieurs systèmes ont été proposés au niveau national et international.

Le Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP) et de nombreuses sociétés savantes ont émis des avis favorables pour la mise en place du système d'information nutritionnelle coloriel à 5 couleurs 5-C (vert/jaune/orange/rose fuchsia/rouge). Le système 5-C repose sur le calcul d'un score de qualité nutritionnelle développé par la Food Standards Agency britannique (FSA) qui prend en compte plusieurs éléments présents sur l'étiquetage nutritionnel (calories, sucres simples, acides gras saturés, sodium, fibres, protéines et pourcentage de fruits et légumes pour 100g de produit) pour aboutir à un indicateur unique et global de la qualité nutritionnelle de l'aliment.

Plusieurs études ont déjà contribué à la validation du score FSA en montrant que la qualité nutritionnelle des aliments consommés évalués par ce score est associée à la qualité globale de l'alimentation et au statut nutritionnel des individus, et de façon prospective au risque de maladies (cancers, maladies cardio-vasculaires, obésité, syndrome métabolique). De plus, deux études portant sur de larges populations comparant différents logos d'information nutritionnelle ont mis en évidence que le logo 5-couleurs était le mieux compris et le mieux accepté par les consommateurs.

Le travail publié ce jour par l'EREN sous la direction de Pauline Ducrot (*Doctorante en Nutrition, Université Paris 13*), de Sandrine Péneau (*Maître de Conférences en Nutrition, Université Paris 13*) et de Chantal Julia (*Maître de Conférences en Nutrition, Praticien Hospitalier, Université Paris 13*) dans la revue « *American Journal of Preventive Medicine*¹ » va plus loin, en testant l'impact de différentes signalétiques nutritionnelles (dont le logo coloriel 5-C) apposées sur la face avant des emballages de divers aliments sur les intentions d'achat des consommateurs. Un essai randomisé contrôlé a été mis en place chez 11 981 individus participants à la cohorte NutriNet-Santé. Les participants ont été divisés en 5 groupes correspondant aux cinq conditions d'exposition. Selon le groupe auquel ils appartenaient, les participants étaient exposés à l'un des 4 logos testés: le système coloriel 5-C; la coche verte, similaire à celle utilisée dans certains pays scandinaves et aux Pays-Bas; le Traffic Lights Multiples utilisés en Grande Bretagne et les Repères Nutritionnels Journaliers (GDA) déjà utilisés en France par certains industriels. Un groupe était également soumis à une situation sans logo, utilisée comme contrôle.

Différentes conditions d'exposition de l'étude :

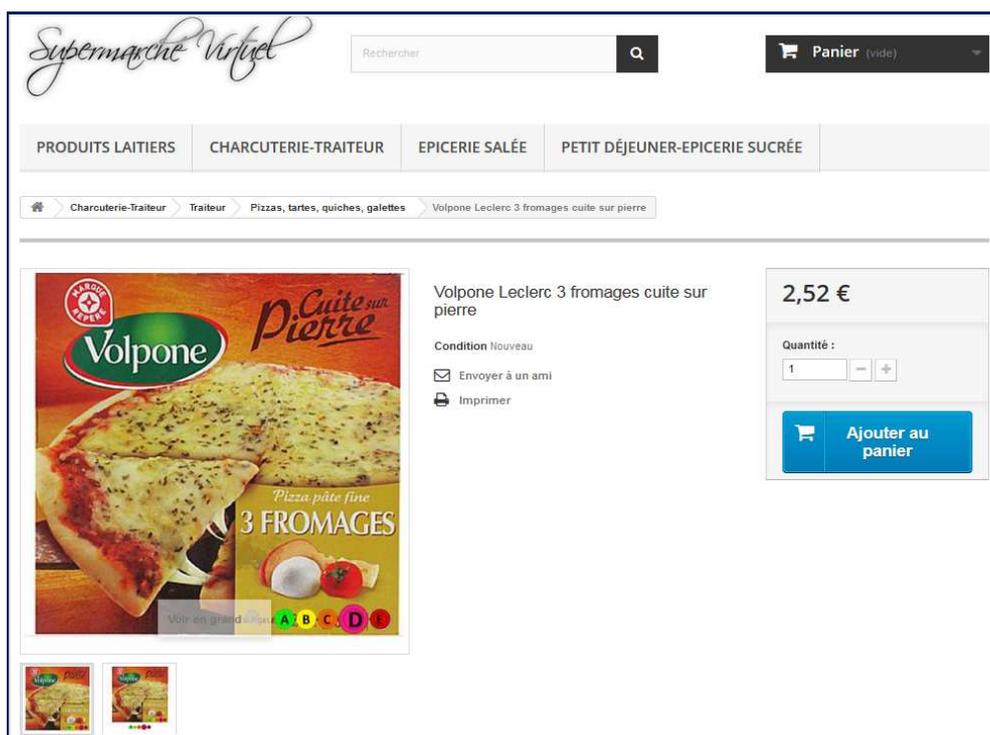


¹ *Impact of Different Front-of-Pack Nutrition Labels on Consumer Purchasing Intentions: A Randomized Controlled Trial.* Ducrot P, Julia C, Méjean C, Kesse-Guyot E, Touvier M, Fezeu L, Hercberg S, Péneau S, *Am J Prev Med*, Dec 2015. <http://dx.doi.org/10.1016/j.amepre.2015.10.020>
Accès gratuit au pdf de l'article le 15/12/2015 : <http://www.ajpmonline.org/content/infoformedia>

Un supermarché expérimental similaire aux sites de vente en ligne a été utilisé. Il regroupait 269 produits différents, de marques nationales ou distributeurs présentés avec les informations habituelles sur ce type de site : nom, prix et photo du produit avec le logo correspondant. Les logos d'information nutritionnelle ont été apposés sur les produits en fonction de leur composition nutritionnelle issue de la table des valeurs nutritionnelles et de la liste d'ingrédients disponibles sur les emballages des produits sélectionnés.

Il était demandé aux participants de faire leurs courses dans ce supermarché en ligne et de choisir les aliments pour une semaine de consommation pour l'ensemble de leur foyer. Ils étaient dans les conditions habituelles d'achat, mais aucun paiement n'était demandé à la fin des courses.

Exemple de visuel du supermarché virtuel:



L'impact des logos d'information nutritionnelle sur les intentions d'achat des consommateurs a été évalué en mesurant la qualité nutritionnelle globale du panier d'achat, estimée par le score de la FSA, ainsi que la teneur en calories et en différents nutriments.

Les résultats de cette étude spécifique sur l'impact des logos d'information nutritionnelle sur les intentions d'achat montrent que :

- L'ensemble des logos testés, excepté les Repères Nutritionnels Journaliers, conduit à une qualité nutritionnelle globale du panier d'achat significativement meilleure comparée à la situation de référence sans logo.
- Le logo 5-couleurs (5-C) permet d'obtenir le panier d'achat ayant la meilleure qualité nutritionnelle, suivi par les Traffic Lights Multiples et la coche verte. Les Repères Nutritionnels Journaliers n'ont pas eu d'impact.
- L'impact des logos sur la qualité nutritionnelle globale du panier d'achat était similaire dans tous les sous-groupes de population basés sur l'âge, le niveau d'éducation, les revenus et le niveau de connaissances en nutrition.
- L'ensemble des logos, excepté les Repères Nutritionnels Journaliers, permettent de réduire la teneur en calories du panier d'achat comparé à la situation de référence sans logo.
- Le logo 5-couleurs (5-C) est celui qui a le plus fort impact sur le contenu en nutriments du panier d'achat conduisant à des teneurs en lipides, en acides gras saturés et en sodium plus faibles comparé à la situation de référence. La coche verte a un impact positif uniquement sur la teneur en lipides du panier d'achat. Enfin, les

logos détaillant le contenu en nutriments (Repères Nutritionnels Journaliers/GDA et Traffic Lights Multiples) n'ont pas eu d'impact sur la teneur en nutriments du panier d'achat.

Les résultats de cette étude soulignent l'intérêt d'apposer une signalétique d'information nutritionnelle sur la face avant des emballages des aliments pour guider les consommateurs lors de leurs choix alimentaires. Le logo 5-couleurs (5-C) s'est avéré être le plus efficace pour améliorer la qualité nutritionnelle du panier d'achat et ce dans la majorité des sous-groupes d'individus, y compris ceux à risque d'avoir un régime alimentaire de moins bonne qualité. Il apparaît donc comme un levier efficace pour guider de façon équitable l'ensemble des consommateurs vers des produits de meilleure qualité nutritionnelle.

Pour toute information sur l'étude spécifique:

- *Pauline DUCROT (Doctorante Université Paris 13, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153 Inserm / Inra / Cnam / Université Paris 13 / COMUE Sorbonne Paris Cité) : p.ducrot@eren.smbh.univ-paris13.fr; Tel : 01 48 38 89 08. Port : 06 70 49 89 25*
- *Chantal JULIA (Médecin Maître de Conférences et Praticien Hospitalier Université Paris 13, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153 Inserm / Inra / Cnam / Université Paris 13 / COMUE Sorbonne Paris Cité) : c.julia@eren.smbh.univ-paris13.fr; Tel : 01 48 38 89 53. Port : 06 80 74 66 69*
- *Sandrine PENEAU (Maître de Conférences Université Paris 13, Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle, U1153 Inserm / Inra / Cnam / Université Paris 13 / COMUE Sorbonne Paris Cité) : s.peneau@uren.smbh.univ-paris13.fr; Tel : 01 48 38 89 72*

Pour en savoir plus sur logo 5-C, voir la vidéo « simplifions l'étiquetage » : <http://youtu.be/GAwTyEEHnOs>