

## 91 % des Français sont favorables à ce que le logo Nutri-Score soit présent sur les emballages des produits alimentaires

Dans une enquête publiée ce jour, Santé publique France annonce que le Nutri-Score, étiquetage nutritionnel officiel en France et en Belgique, est plébiscité par 91 % des Français. Un an après son lancement par les pouvoirs publics, les premiers résultats dans les rayons sont encourageants : 85 entreprises se sont engagées et 14 % des Français ont déjà acheté un produit sur lequel figurait le logo. Le fait qu'une entreprise affiche le Nutri-Score sur ses produits est valorisé par une large majorité de Français, avec 7 personnes sur 10 qui auraient une meilleure image de la marque.

### Une adhésion massive des consommateurs au Nutri-Score

Santé publique France a interrogé 2000 personnes entre mai et juin 2018 afin d'évaluer la connaissance et la perception des Français à l'égard du Nutri-Score<sup>1</sup>. Cette étude confirme, une fois de plus, que le logo permet d'évaluer de manière rapide la qualité nutritionnelle des produits et de guider les consommateurs dans leurs choix. Parmi ceux qui connaissent le Nutri-Score, 91 % le considèrent facile à comprendre et 86 % facile à repérer sur l'emballage. C'est pourquoi **plus de 9 Français sur 10 sont aujourd'hui favorables à la présence du Nutri-Score sur les produits alimentaires**. Une proportion importante de Français va encore plus loin, estimant que son apposition devrait être obligatoire (87 %).

### Un an après son lancement, des premiers résultats encourageants dans les rayons

Les résultats du Nutri-Score dans les rayons sont encourageants et prometteurs. 14 % des Français ont déjà acheté un produit sur lequel il figurait. Parmi les Français qui connaissent déjà le Nutri-Score, **9 sur 10 disent qu'ils sont ou seront influencés au moment de faire leurs courses**. La très large majorité des personnes ayant entendu parler du logo reconnaissent qu'il peut avoir un impact sur la façon de choisir les produits, principalement en les faisant changer de marque ou en limitant l'achat de produits présentant un moins bon score.

### Les industriels et distributeurs appelés à se mobiliser

À la suite de sa campagne TV nationale, le Nutri-Score a gagné en crédibilité et en légitimité. **Le fait qu'une marque choisisse de mettre le logo sur ses produits est valorisé par une large majorité de Français, avec 7 personnes sur 10 qui auraient une meilleure image de cette marque dans ce cas.**

Santé publique France appelle les industriels et distributeurs qui n'ont pas encore adhéré à cette démarche volontaire à rejoindre les 85 entreprises qui se sont d'ores et déjà engagées. Propriétaire de la marque déposée, elle assure l'ensemble des entreprises de son soutien dans leur démarche de déploiement volontaire dans l'ensemble des pays de l'Union. L'utilisation du Nutri-Score, marque collective européenne déposée, est permise par le cadre juridique européen, sur l'ensemble du territoire européen et sur tous les produits mis sur le marché, dans le respect de l'usage de la marque.

LES FRANÇAIS CHOISSENT LE NUTRI-SCORE



[TÉLÉCHARGER L'INFOGRAPHIE](#)

### Contacts presse

Santé publique France - [presse@santepubliquefrance.fr](mailto:presse@santepubliquefrance.fr) - Vanessa Lemoine : 01 55 12 53 36

Stéphanie Champion : 01 41 79 67 48 - Cynthia Bessarion : 01 71 80 15 66 - Matthieu Humez : 01 41 79 69 61



[@santeprevention](https://twitter.com/santeprevention)



[@santepubliquefrance](https://www.facebook.com/santepubliquefrance)

<sup>1</sup> Interrogation par internet d'un échantillon de 2000 personnes, national représentatif de la population française, âgée de 15 ans ou plus.