

NUTRI-SCORE : C'EST PLUS FACILE DE MANGER MIEUX

JIMS, 21 juin

Anne - Juliette Serry, responsable de l'unité alimentation et activité physique,
Direction de la prévention et de la promotion de la santé, Santé Publique France.

Anne-juliette.serry@santepubliquefrance.fr

SOMMAIRE :

1. CONTEXTE ET FONDEMENTS SCIENTIFIQUES DU NUTRI-SCORE

2. RÔLE DE SANTE PUBLIQUE FRANCE DANS LE DEPLOIEMENT

3. ETAT DES LIEUX DU DEPLOIEMENT AU 21 JUIN

CONTEXTE ET FONDEMENTS SCIENTIFIQUES

MISE EN PLACE D'UN ÉTIQUETAGE SIMPLIFIÉ

Nombreuses instances et comités recommandent la mise en place d'un **étiquetage simplifié dans le cadre d'une politique nutritionnelle globale** afin de permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés:

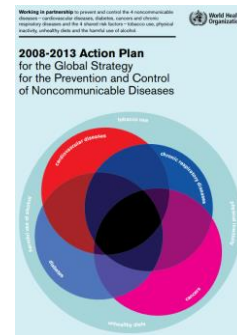
- OMS : WHO, 2009, WHO Europe, 2011a
- aux USA : Institute of Medicine, 2012
- au Royaume-Uni : Academy of Medical Royal Colleges, 2013, Food Standard Agency, 2013
- en Australie : Gill et al., 2010,
- en Nouvelle-Zélande : New Zealand front of pack labelling advisory group, 2012,
- au Canada : Lyons et al., 2010



Promoting healthy diet

Implement the actions recommended in, but not limited to, the Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health in order to:

- A.** promote and support exclusive breastfeeding for the first six months of life and promote programmes to ensure optimal feeding for all infants and young children;
- B.** develop a national policy and action plan on food and nutrition, with an emphasis on national nutrition priorities including the control of diet-related noncommunicable diseases;
- C.** establish and implement food-based dietary guidelines and support the healthier composition of food by:
 - **reducing salt levels**
 - **eliminating industrially produced trans-fatty acids**
 - **decreasing saturated fats**
 - **limiting free sugars**
- D.** provide accurate and balanced information for consumers in order to enable them to make well-informed, healthy choices;
- E.** prepare and put in place, as appropriate, and with all relevant stakeholders, a framework and/or mechanisms for promoting the responsible marketing of foods and non-alcoholic beverages to children, in order to reduce the impact of foods high in saturated fats, trans-fatty acids, free sugars, or salt.



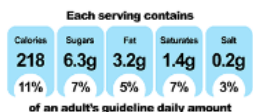
DIFFÉRENTES FORMES DE LOGOS

Analytique

Approche « nutriments »

Synthétique

Approche « globale »



Guideline Daily Amount/Reference Intake
Union européenne



Traffic Light multiple
Grande-Bretagne



Warnings
Chili



Health rating star
Nouvelle Zélande/Australie



Nutri-Score
France



Canada
Health Check



The Netherlands



Nordic Keyhole
(Sweden, Norway
and Denmark)



The Heart Symbol
Finland

Données quantitatives

→ difficiles à comprendre

(Cowburn, 2005; Grunert, 2007),
nécessite connaissances en
nutrition et interprétation des
individus

Information graphique, colorée

(Campos, 2011; Hawley, 2012)

Code couleur simplifié

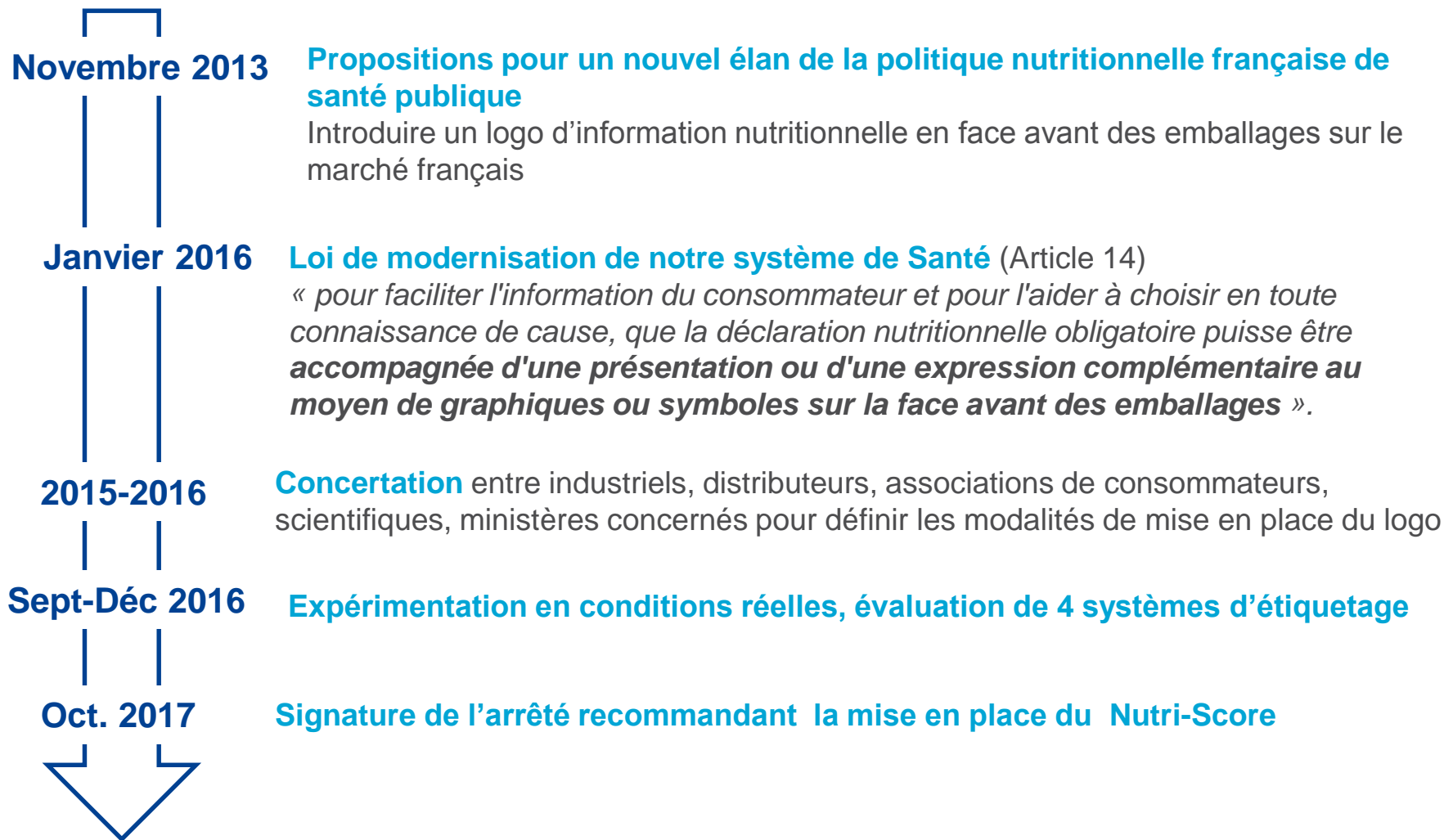
l'interprétation des données,
facilite l'agrégation des données
pour la prise de décision, impact
émotion et processus cognitif
(Muller, 2016)

Indicateur global

→ résout conflits sur les
nutriments (Helfer, 2014)

Pas de connaissances en
nutrition nécessaire,
symbolique guide
consommateur

MISE EN PLACE D'UN ÉTIQUETAGE SIMPLIFIÉ EN FRANCE



QU'EST CE QUE LE NUTRI-SCORE ?

Logo renseignant sur la **qualité nutritionnelle globale** d'un produit

Basé sur une **échelle de couleurs**: du vert foncé (meilleure qualité nutritionnelle) au orange foncé (moins bonne qualité nutritionnelle)

Associé à des lettres allant de A à E pour optimiser son accessibilité et sa compréhension par le consommateur



QUELS PRODUITS SONT CONCERNÉS?

Tous les produits concernés par le **règlement européen INCO**

Aliments

Tous les **produits transformés** sont concernés, à quelques exceptions près (herbes aromatiques, thés, cafés, levures...)

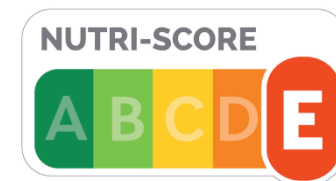
Les produits non transformés comme les fruits, les légumes ou le poisson frais ne sont pas concernés.

Boissons

Toutes les boissons, **exceptées les boissons alcoolisées**

COMMENT L'UTILISER?

Pour comparer **différents produits au sein d'un même rayon** :



COMMENT L'UTILISER?

Pour comparer, pour un même produit, **différentes marques** :



SCORE DE LA FOOD STANDARDS AGENCY (FSA) BRITANNIQUE initialement développé pour l'Ofcom (Office of communication) britannique pour la régulation de la publicité à visée des enfants

- Score **validé** au niveau international
- Basé sur des données de la **déclaration nutritionnelle obligatoire** (sauf le pourcentage de fruits et légumes et la teneur en fibres) :
 - Transparence vis-à-vis du consommateur
 - Pas d'analyse complémentaire nécessaire pour les producteurs



Niveau de l'aliment

Cohérence avec recommandations nutritionnelles

Variabilité du score
→ différencier qualité nutritionnelle des produits

- entre groupes alimentaires,
 - dans un même groupe,
- pour des produits équivalents (Julia, 2014, 2014, 2015)

Reformulation → changement catégorie

Amélioration de l'offre alimentaire? (Julia 2015)



Niveau de l'individu

Caractérisation du comportement alimentaire

- Par rapport aux consommations alimentaires (Julia 2014)
- Par rapport aux apports nutritionnels (Julia 2014)
- Par rapport aux biomarqueurs du statut nutritionnel (Julia 2016)

Association prospectivement avec événements de santé

- Cancer toutes localisations confondues (Donnenfeld 2015)
- Cancer du sein (Deschasaux, 2017)
- Prise de poids et obésité (chez l'homme) (Julia 2015)
- Syndrome métabolique (Julia, 2015)
- Maladies cardiovasculaires (Adriouch¹³2016, 2017)

**Score
FSA**

COMMENT EST-IL ATTRIBUÉ?



Tableau de valeurs nutritionnelles

VALEURS NUTRITIONNELLES MOYENNES	POUR 100 g	POUR 30 g ⁽¹⁾	% ⁽²⁾ POUR 30 g
Energie	2256 kJ 541 kcal	677 kJ 162 kcal	8%
Matières grasses dont saturées	34 g 2,7 g	10 g 0,8 g	14% 4%
Glucides dont sucres	52 g 0,3 g	15 g 0,1 g	<1%
Fibres	4,4 g	1,3 g	
Protéines	6,1 g	1,8 g	
Sel	1,3 g	0,39 g	7%

Liste d'ingrédients

INGRÉDIENTS : PÂTES ALIMENTAIRES, TOMATES (TOMATES, JUS DE TOMATES, SEL, ACIDE CITRIQUE-ACIDULANT), PROTÉINE DE SOJA TEXTURISÉE (EAU, GLUTEN DE BLÉ, ISOLAT DE PROTÉINE DE SOJA, SAVEUR NATURELLE, POUVRE D'OIGNON, POUVRE D'AIL, EXTRAIT DE LEVURE AUTOLYSÉE, JUS DE CANNE À SUCRE ÉVAPORÉ, SEL, PROTÉINE DE SOJA)

Eléments à limiter
0-40 points

- Energie (KJ)
- Sucres simples (g)
- Acides gras saturés (g)
- Sodium (mg)

-

- Fruits, Leg, noix (%)
- Fibres (g)
- Protéines (g)

Eléments à favoriser
0-15 points

Score FSA



Adaptations pour 3 familles d'aliments:

- Matières grasses ajoutées: beurre, huile...
- Fromages
- Boissons



QUELS EFFETS ATTENDUS ?

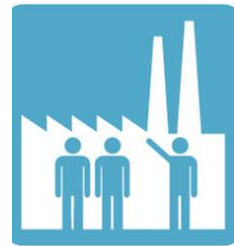


CONSOMMATEURS

Guider vers des choix alimentaires de meilleure qualité nutritionnelle

INDUSTRIELS

Encourager la reformulation des produits



QUELS EFFETS ATTENDUS ?



CONSOMMATEURS

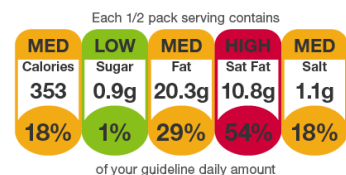
Guider vers des choix alimentaires de meilleure qualité nutritionnelle

QUELS EFFETS ATTENDUS ?

Validation scientifique de l'effet du Nutri-Score

FORMAT DU LOGO

Logos analytiques

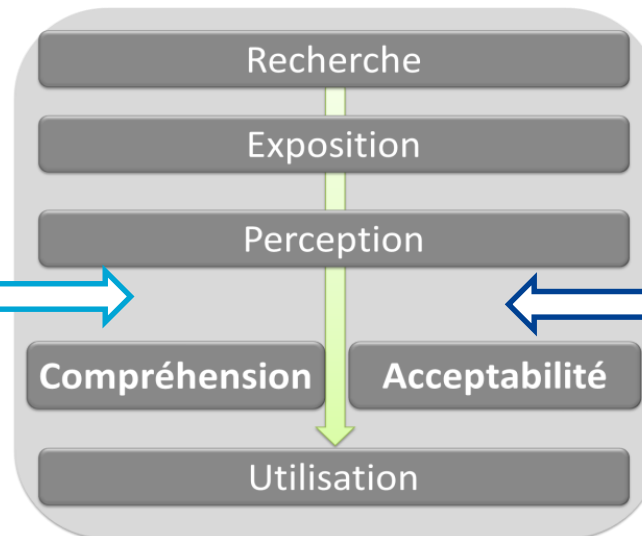


Logos synthétiques

Binaires



Graduels



Adapté du schéma de Grunert and Wills, 2007

CARACTÉRISTIQUES INDIVIDUELLES

- Intérêt
- Connaissances
- Données sociodémographiques

Etudes sur le logo 5-C / Nutri-Score

Acceptabilité

logo 5-C perçu comme **facile à identifier, facile et rapide à comprendre** (Ducrot 2015)

Compréhension

logo 5-C le plus efficace pour **augmenter la capacité des individus à classer les produits** en fonction de leur qualité nutritionnelle chez l'ensemble des individus, y compris ceux à risque (Ducrot 2015)

Utilisation

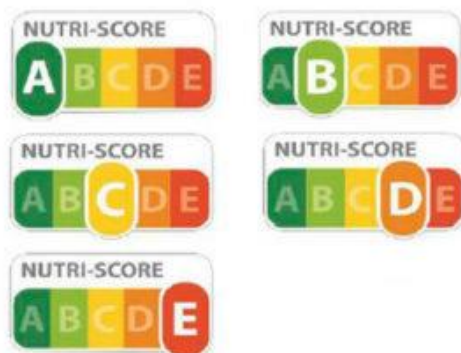
Logo 5-C / Nutri-Score plus efficaces pour **augmenter la qualité nutritionnelle du panier d'achat** (Ducrot 2015, Crossetto 2016, Ruffieux 2017, étude ex-ante)

FOCUS ÉTUDE EN CONDITIONS RÉELLES

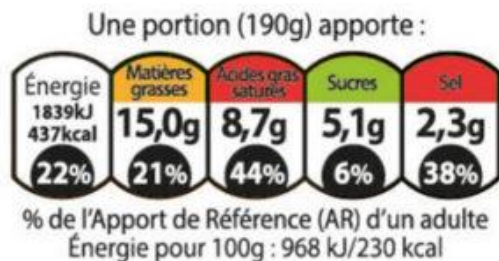
Objectif :

Comparer 4 systèmes d'étiquetage en fonction de leur impact sur la composition nutritionnelle des paniers alimentaires achetés dans des supermarchés par les clients ordinaires.

Nutri-Score



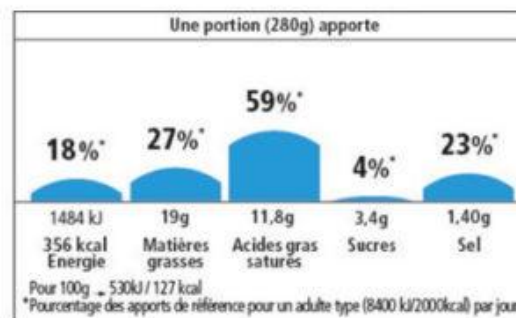
Nutri-Couleurs



SENS



Nutri-Repères



4 régions

- Ile de France
- Hauts de France
- Haute Normandie
- Auvergne-Rhône-Alpes

60 supermarchés

- De 3 enseignes volontaires (**Casino, Carrefour, Auchan**)
- 10 par magasins par système et 20 magasins témoins
- Choisis par tirage au sort/ dont **50% dans des zones défavorisées**



10 semaines

Du 26 septembre au 4 décembre 2016

4 Rayons concernés

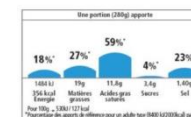
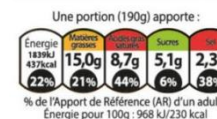
- Traiteur frais (*hors snacking, charcuteries, produits de la mer*)
- Viennoiserie industrielle (*brioches, croissants, pains fourrés...*)
- Pains et pâtisserie industriels (*pains de mie, pains tranchés, pains spéciaux...*)
- Plats cuisinés en conserve (*plats préparés, traiteurs en conserve...*)

Différents indicateurs ont été évalués : qualité nutritionnelle du panier, teneur en calories

Différentes analyses ont été réalisées:

- Sur l'ensemble des rayons / par rayon
- Chez les porteurs de carte de fidélité, chez les individus achetant les produits les moins chers
- En tenant compte ou non de variables de contrôle (prix et/ou taux d'erreur d'étiquetage)

➔ Au global, sur l'ensemble des analyses réalisées :



	Nutri-Score	Sens	Nutri-Couleurs	Nutri-Repères
Nombre d'analyses avec effets (-) : FAVORABLES	26	16	19	14
Nombre d'analyses avec effets (+) : DÉFAVORABLES	0	4	4	2

- Seul Nutri-Score implique systématiquement soit une amélioration non-significative soit une **amélioration significative des indicateurs choisis**.
- Il n'entraîne **aucun effet défavorable**.
- Nutri-Score a **plus d'impact que les autres logos sur les populations achetant les produits moins chers**

QUELS EFFETS ATTENDUS ?



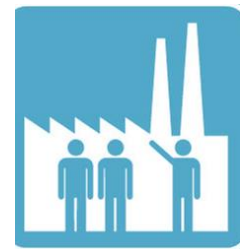
CONSOMMATEURS

Guider vers des choix alimentaires de meilleure qualité nutritionnelle



INDUSTRIELS

Encourager la reformulation des produits



2 études (Pays-Bas, Nouvelle-Zélande) ont montré que l'introduction d'un logo pouvait avoir un **impact positif sur la qualité de l'offre** au travers des reformulations et des lancements de nouveaux produits de meilleure qualité

(Vyth 2010; Young 2002)

Peu de données sur ce sujet car peu de pays ont des observatoires de la qualité de l'alimentation



Analyse de l'évolution de l'offre par l'Oqali : intérêt +++

RÔLE DE SANTÉ PUBLIQUE FRANCE

Objectif stratégique : concevoir, déployer/mettre en œuvre, évaluer les interventions, afin d'améliorer les pratiques alimentaires

Objectif opérationnel : améliorer les connaissances et renforcer les compétences en matière d'alimentation :

1. Formuler les nouveaux repères du PNNS à partir des avis de l'Anses et du HCSP et assurer leur diffusion
2. Renforcer les compétences alimentaires
3. Soutenir la mise en place du Nutri-Score

En 2015

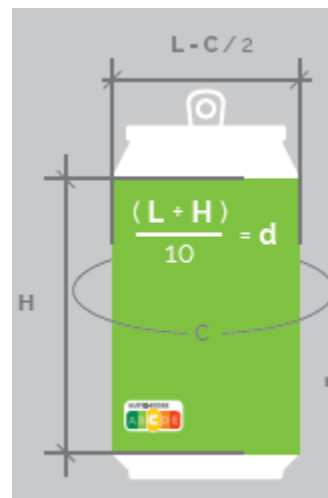
- **Conception de visuels** et **création de la marque Nutri-Score**
- **Evaluation** de la compréhension, la perception du logo et de son impact sur les intentions d'utilisation et l'image des marques → définir la forme graphique du logo 5 couleurs

Les trois formats de logos testés, chacun par 1 000 personnes



En 2017

- Réalisation de la **charte graphique** et des règles d'apposition du logo sur les packagings



- Protection de la **marque** et **règlement d'usage**. **Dépôt de la marque à l'Inpi et au niveau européen**
- Gestion de l'enregistrement des entreprises et appui technique**.
Transmission des données à l'Oqali (Observatoire de la Qualité de l'ALimentation) pour analyse

En 2018 : objectifs du dispositif de communication

➤ Pour le grand public

- Notoriété
- Identification du Nutri-Score comme LE logo officiel, soutenu par les pouvoirs publics et reposant sur une démarche scientifique solide
- Pédagogie
- Mobilisation des consommateurs en faveur du Nutri-Score

➤ Pour les professionnels (pro de santé et pro du social)

- « prescription » du Nutri-Score

➤ Pour les industriels de l'agroalimentaire et distributeurs

- Donner un signal fort de l'engagement des pouvoirs publics pour encourager l'adhésion des industriels
- Faciliter la mise en place du Nutri-Score

STRATEGIE ET DISPOSITIFS 2018

En direction des professionnels prescripteurs et du grand public



**Initiation de la notoriété /
pédagogie du Nutri-Score
/ Mobilisation des relais**

- Réunion de mobilisation des relais d'information grand public et professionnels
- Diffusion du kit d'information et de mobilisation (infographie, dossier pédagogique, itw, dépliant).

**Notoriété du Nutri-Score,
positionnement du logo comme un
dispositif innovant au service du
consommateur**

- Campagne TV
- Campagne d'influence sur le web pour mobiliser et faire la pédagogie (plusieurs prises de paroles étalées dans le temps)
- Intégration dans les guides nutrition et actualisation de la page Nutri-Score sur mangerbouger
- Relations presse
- Communication des signataires en magasin et sur les sites e-commerce

**Inscription du Nutri-Score
dans les habitudes des
consommateurs / maintien
du portage institutionnel**

- Rediffusion de la campagne TV si la part de l'offre alimentaire étiquetée est suffisante
- Communication RP sur les nouveaux repères nutritionnels/lien avec le Nutri-Score

LES OUTILS DE COMMUNICATION POUR FAIRE CONNAÎTRE LE NUTRI-SCORE

Un spot TV de lancement du Nutri-Score

qui explique de manière simple, par un traité illustratif, la vocation du logo et comment il va aider chacun à faire des choix alimentaires éclairés.



Un dépliant d'information

à destination du grand public que les industriels et distributeurs engagés peuvent s'approprier



Une vidéo pédagogique web de 2min

qui retrace l'historique du Nutri-Score, explique son utilité, son mode de calcul et comment l'utiliser.



65 entreprises engagées:

4 distributeurs : Auchan, Casino, Intermarché, Leclerc,

Des marques nationales : Bonduelle, Danone, Fleury Michon, McCain, Materne Mont Blanc, William Saurin, Père Dodu, Brossard, Jaquet

Des petites entreprises : la cuisine océane, Clarélia SAS, Glaces Martine Lambert, popote et compagnie

Des secteurs variés : produits frais, plats cuisinés, charcuterie, panification, biscuits, conserves de légumes, compotes

Quelques centaines de produits en magasin : Charcuterie et plats préparés Fleury Michon, plats préparés Bonduelle, Weight watchers, pom'Pote

E.Leclerc

Casino Bien pour Vous !



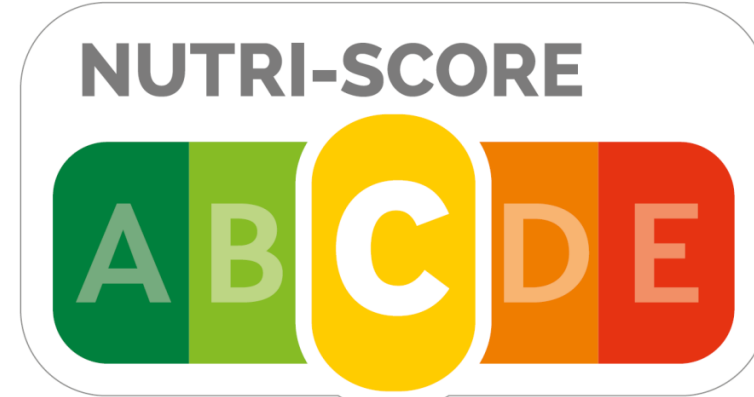
Confipote

Casino Saveurs d'Ailleurs



Santé publique France

Dukan



Le Biscuit Minceur



- Julia 2017 application of the british food standards agency nutrient profiling system in a french food composition database. Br J nutr.
- Deschasaux 2017 are self-reported unhealthy food choices associated with an increased risk of breast cancer? Prospective cohort study using the british food standards agency nutrient profiling system. BMJ open.
- Adriouch 2017 association between a dietary quality index based on the food standard agency nutrient profiling system and cardiovascular disease risk among french adults. Int J cardiol.
- Adriouch 2016 prospective association between a dietary quality index based on a nutrient profiling system and cardiovascular disease risk. Eur J prev cardiol.
- Julia 2015 Discriminating nutritional quality of foods using the 5-Color nutrition label in the French food market: consistency with nutritional recommendations. Nutr J.
- Donnenfeld 2015 Prospective association between cancer risk and an individual dietary index based on the British Food Standards Agency Nutrient Profiling System. Br J Nutr.
- Julia 2015 Prospective associations between a dietary index based on the British Food Standard Agency nutrient profiling system and 13-year weight gain in the SU.VI.MAX cohort. Prev Med.
- Julia 2016 Validation of the FSA nutrient profiling system dietary index in French adults-findings from SUVIMAX study. Eur J Nutr.
- Julia 2015 The Nutrient Profile of Foods Consumed Using the British Food Standards Agency Nutrient Profiling System Is Associated with Metabolic Syndrome in the SU.VI.MAX Cohort. J Nutr.
- Julia 2015 Performance of a five category front-of-pack labelling system - the 5-colour nutrition label - to differentiate nutritional quality of breakfast cereals in France. BMC Public Health.
- Julia 2014 Development and validation of an individual dietary index based on the British Food Standard Agency nutrient profiling system in a French context. J Nutr.
- Julia 2014 Application of the British Food Standards Agency nutrient profiling system in a French food composition database. Br J Nutr.

Crosetto 2016 Réponses des consommateurs à trois systèmes d'étiquetage nutritionnels face avant Cahiers de Nutrition et de Diététique

Ducrot 2015 Impact of Different Front-of-Pack Nutrition Labels on Consumer Purchasing Intentions: A Randomized Controlled Trial. *Am J Prev Med.*

Ducrot P 2015 Effectiveness of front-of-pack nutrition labels in French adults: results from the NutriNet-Santé cohort study. *PLoS ONE*

Ducrot P 2015 Objective Understanding of Front-of-package Nutrition Labels among Nutritionally At-risk Individuals. *Nutrients*

Vyth EL, 2010. Front-of-pack nutrition label stimulates healthier product development: a quantitative analysis. *Int J. Behav. Nutr. Phys. Act.*

Young L, 2002. Impact of the Pick the Tick food information programme on the salt content of food in New Zealand. *Health Promot. Int*

WHO (2009). 2008-2013 action plan for the global strategy for the prevention and control of non-communicable diseases, Geneva: World Health Organization.

Institute of Medicine (2012). *Front-of-Package Nutrition Rating Systems and Symbols: Promoting Healthier Choices*, Washington, D.C.: The National Academies Press.

Food Standard Agency, Welsh Government, Scottish Government, & Department of Health (2013). *Front of Package Nutrition Labelling: Joint response to consultation.*