

Monsieur le directeur général de la santé, Cher Jérôme,  
Monsieur le directeur Nutrition santé et développement de l'OMS  
Cher Serge Heberg  
Madame, Monsieur,

Merci à vous d'être venu ce matin pour ce moment d'échanges autour du Nutri-score.

Nous sommes heureux à Santé publique France de pouvoir l'organiser.

**La nutrition est un sujet majeur pour une agence de santé publique comme la nôtre.**

Agir sur les principaux déterminants de santé et travailler à améliorer les comportements des français, agir sur les environnements pour promouvoir une bonne alimentation et augmenter l'activité physique sont une priorité de Santé publique France.

Vous le savez, dans notre pays, un tiers de la population est en surpoids et 7 millions de nos concitoyens sont obèses.

Agir sur l'alimentation est donc naturellement un levier que nous devons encore plus largement activer !

**Alors, imaginez aisément l'importance que revêt le Nutri-score dans ce contexte !**

Il s'agit pour nous d'un très beau projet, initié par des scientifiques de grande qualité, par une équipe que nous connaissons bien, et par les pouvoirs publics.

Le Nutri-Score est aussi le résultat d'une alchimie entre la prévention comportementale et la prévention environnementale : on s'adresse individuellement aux personnes tout en agissant sur le milieu !

Je ne reviens pas sur la chronologie. Ils viennent d'être rappelés et sont connus.

Juste un mot !

En regardant un peu en arrière, je me souviens de nos premiers échanges sur le Nutri-Score. C'était en 2015 – il nous fallait réfléchir à la forme de ce logo. On avait réalisé les premiers tests ! Les résultats en termes de compréhension et d'adhésion étaient déjà spectaculaires...

- 82% de compréhension y compris pour les catégories les plus défavorisées
- 82% d'appréciation
- 87% des répondants disaient que le Nutri-score les ferait réfléchir à la qualité nutritionnelle des aliments qu'ils achètent
- 86% étaient d'accord avec le fait qu'une marque qui choisirait de mettre le logo sur ses emballages serait une marque responsable

**Le Nutri-score est un dispositif de prévention**  
**Mais revenons à l'objet de cette réunion**

Je souhaite que nous puissions faire passer le message que le Nutri-score est un dispositif de prévention.

- Un dispositif de prévention soutenu et développé par les pouvoirs publics en lien avec plusieurs ministères : la santé, l'agriculture et le ministère de l'économie et des finances.
- Un dispositif de prévention développé également dans une logique de marque Nutri-score.

Pour notre Agence, c'est aussi une évolution. Les dispositifs que nous mettons en œuvre sont réalisés dans des cadres précis :

- ***un cadre juridique, celui d'une marque et d'un règlement d'usage*** qui permet de protéger l'utilisation de ces logos et de garantir un niveau d'information fiable.
- ***Un cadre qui permet aussi la diffusion large de nos outils : car nous avons besoin de partenariats et de collaborations pour déployer nos actions et nos politiques.***

Pour cela, je sais pouvoir compter sur les sociétés savantes, sur les associations de consommateurs, sur les relais médiatiques, sur la société civile de manière large.

Bien entendu, je n'oublie pas les administrations et les pouvoirs publics. Merci à la DGS de porter ce sujet et merci aux autres ministères de leur aide. Je me réjouis que le ministère de l'agriculture, à travers la DGAL soit présent.

Je salue le travail réalisé en lien avec l'ANSES et l'OQALI.

Et puis le travail réalisé par l'INRA. Ils sont présents ce matin et nous aurons la chance de pouvoir bénéficier d'une démonstration du calculateur mis en place. Ce calculateur il est à destination des industriels mais aussi – et nous y tenons collectivement – des consommateurs et des citoyens pour que chacun puisse bénéficier d'une information claire et fiable.

**Le Nutri-Score, c'est aussi pour nous une nouveauté. Un nouvel horizon.**

Au travers du Nutri-score, Santé publique France, s'ouvre d'une certaine façon – à une forme de partenariat avec les industriels et les exploitants.

Nos amis anglais – avec leur agence le PHE – ont ouvert cette voie depuis quelques années. Ils ont développé des partenariats nombreux, les mettent en avant et disposent même d'un site dédié mettant à disposition leurs outils.

Notre ambition est de prendre ce chemin pour travailler ensemble à améliorer la santé des français.

Cela entre directement dans notre logique de marketing social que je défends.

Seul le prononcé fait foi

Nous sommes une agence d'expertise et la parole donnée doit être scientifiquement fondée. Notre travail doit être réalisé dans le respect des règles éthiques et déontologiques et c'est pourquoi notre comité d'éthique et de déontologie a été associé à cette démarche et a rendu des premières recommandations. Merci à eux.

C'est aussi je le disais l'ouverture à la société que nous prônons.

**Ce matin, je suis donc très heureux de vous exposer le dispositif de déploiement prévu.**

**Nous avons réalisé un kit** à votre disposition et qui vous sera transmis

Il contient :

- ***Un dossier pédagogique avec des interviews***
- ***Un flyer que vous pouvez utiliser et sur lequel vous pouvez même apposer votre marque ou votre logo***
- ***Une infographie pédagogique.***

Parce que nous avons besoin de faire connaître le Nutri-Score et de faire de la pédagogie, je peux vous annoncer ce matin que **nous avons travaillé à une campagne de promotion pour les grands médias.**

Cette campagne sera diffusée à la télévision en mai prochain.

Mais je veux être clair sur deux points :

- il faut que la mise en œuvre soit tangible pour les consommateurs.
- il faut donc que tous les acteurs, dont vous êtes, jouent le jeu : nous avons besoin d'avoir des produits étiquetés dans les rayons au moment de la campagne, nous avons besoin d'avoir encore plus d'entreprises qui nous rejoignent. En début de semaine vous étiez 33,
- Il faut que vous, les industriels et distributeurs, nous accompagniez. J'ai lu avec beaucoup d'intérêt la lettre d'information de Fleury Michon : 2/3 de nos produits au quotidien seront A ou B en 2022. Avec des exemples d'évolution de la composition des produits entre juillet 2017 et octobre 2017. L'exemple de l'escalope de dinde milanaise est exemplaire : -30% de matière grasse, -50% de sucres ... Pour le blanc de poulet c'est -25% de sel.

Et il nous faut continuer à agir, notamment en région, au plus près. Notre ambition est qu'au moins une action départementale de promotion du Nutri-score puisse se tenir cette année.

Pour cela, nous avons besoin de vous tous ici présents.

Je compte donc sur vous.

Je vous propose donc de découvrir :

- ***Le flyer que vous pouvez utiliser et sur lequel vous pouvez même apposer votre marque ou votre logo***
- ***L'infographie pédagogique sur laquelle il est également possible d'apposer votre logo en fin de film***

Place maintenant à la table ronde et au débat.

Bonne matinée à toutes et tous.