

Perception, compréhension et utilisation du logo Nutri-Score

Contexte

À la suite d'une phase de concertation réunissant consommateurs, industriels, distributeurs, scientifiques et pouvoirs publics puis à son évaluation en conditions réelles, le logo Nutri-Score a été adopté en France le 31 octobre 2017, par la signature d'un arrêté par la ministre des Solidarités et de la Santé, le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation et le secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances.

Le Nutri-Score a fait son apparition sur certains emballages en rayon dès novembre 2017.

Afin de développer la notoriété du Nutri-Score auprès des consommateurs, Santé publique France a diffusé en mai 2018 une campagne de communication auprès du grand public, via un spot TV.

Dans le but d'évaluer l'efficacité de cette campagne et de suivre l'évolution de la notoriété, la perception et l'utilisation du logo Nutri-Score au cours du temps, Santé publique France a réalisé une étude quantitative.

Méthodologie de l'étude

Deux vagues d'enquête ont été réalisées, avant et après la campagne de promotion du Nutri-Score, diffusée à la télévision et sur Internet du 7 au 27 mai. L'enquête a été effectuée via un questionnaire accessible en ligne. Au total 1005 et 2000 personnes ont répondu au questionnaire, respectivement avant et après la campagne. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas. Les questions posées portaient sur la notoriété, la perception, la compréhension et l'utilisation d'une part et la reconnaissance et l'impact du spot d'autre part. Les différents indicateurs que sont la notoriété, la perception, la compréhension et l'utilisation du Nutri-Score seront amenés à être évalués régulièrement afin de mesurer leur évolution au cours du temps.

Principaux résultats

Malgré un déploiement encore limité en rayon, la notoriété du Nutri-Score est bonne : 75% des Français ont déclaré fin mai/début juin connaître le Nutri-Score.

Les opinions à l'égard du logo sont également très positives. Pour 93% des Français connaissant le logo, le Nutri-Score permet d'avoir une information rapide. Il est également perçu comme facile à comprendre pour plus de 9 personnes sur 10 et à repérer sur l'emballage pour 86% d'entre eux. Il est intéressant de noter que les personnes ayant aujourd'hui des difficultés à comprendre les étiquettes nutritionnelles sont aussi très nombreuses à vanter la facilité de compréhension du logo (90%). De plus, le Nutri-Score bénéficie d'une bonne crédibilité puisque 77% des français déclarent avoir confiance dans les informations qu'il fournit.

Le Nutri-Score remporte une large adhésion de la part des Français : 91% d'entre eux se montrent favorables à la présence du logo sur les produits alimentaires et une proportion également très importante va encore plus loin, estimant que son apposition devrait être obligatoire sur tous les emballages (87% y sont favorables dont 53% tout à fait). Il contribue également à améliorer l'image des marques qui se sont engagées puisque 7 Français sur 10 déclarent avoir une meilleure image des marques qui apposent ce logo sur leurs emballages.

En ce qui concerne l'utilisation du logo, 9 personnes sur 10 connaissant le Nutri-Score ont déjà été ou disent être potentiellement influencées à l'avenir par le Nutri-Score dans le choix de leurs produits alimentaires, principalement en se reportant sur une autre marque pour un même produit ou en limitant l'achat de produits moins bien classés. Un nombre non négligeable de personnes affirment même que le Nutri-Score serait susceptible de les amener à changer durablement certaines habitudes alimentaires (par exemple consommer moins de produits sucrés ou de charcuterie, manger plus de féculents complets).