



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# NUTRI-SCORE

ÉVALUATION DU LOGO NUTRITIONNEL  
NUTRI-SCORE POUR 2021



MAI 2022

# Chiffres clés en 2021

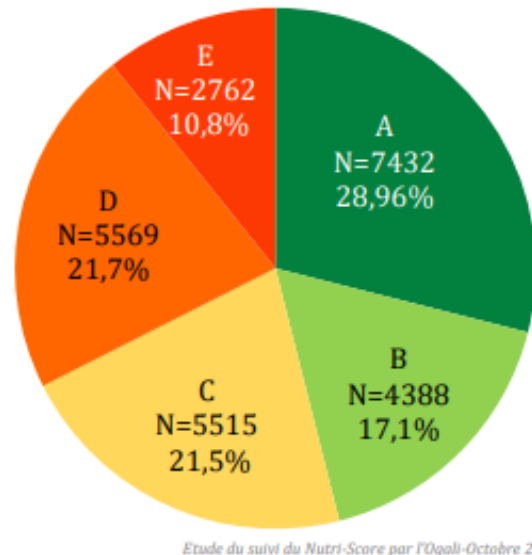
- En **juin 2021**, plus de **700 entreprises** étaient **engagées** en faveur du **Nutri-Score**, représentant **57% des parts de marché** en volumes de ventes. Pour rappel, en juin 2020, elles étaient 415 entreprises engagées.
- La **notoriété du Nutri-Score auprès des consommateurs** reste **très élevée**, avec **95%** des **adultes** français et **97%** des **adolescents** ayant déjà vu ou entendu parler du Nutri-Score.
- **Presque un adolescent sur deux** connaissant le Nutri-Score déclare avoir été **incité à choisir un produit de meilleure qualité nutritionnelle** grâce au logo.
- **43% des adultes** français indiquent que le **Nutri-Score** pouvait leur faire **changer durablement certaines habitudes alimentaires**, contre 35% en 2020.

## 1| Un engagement dynamique des opérateurs en faveur du Nutri-Score

Depuis l'étude de 2020 (1), les nouvelles données de l'Observatoire de l'alimentation (Oqali) témoignent **d'un déploiement croissant du Nutri-Score sur le marché français** (2). En juin 2021, sur l'ensemble des produits vendus en grandes et moyennes surfaces et distributeurs spécialisés (GMS/DS) étudiés, **la classe A est, comme en 2020, la plus représentée (29%) et la classe E la moins fréquente parmi les produits porteurs de Nutri-Score (10,8%)** (Figure 1). En considérant uniquement les produits transformés (exclusion des produits bruts et des produits non suivis par l'Oqali<sup>1</sup>), la répartition est plus homogène pour les classes A, B, C et D, la classe D étant la plus représentée (25,4%), et E la moins fréquente (12,6%).

### Nombre de références par classe de Nutri-Score

(d'après les informations prises en compte dans l'étude de suivi du Nutri-Score d'octobre 2021)



Étude du suivi du Nutri-Score par l'Oqali-October 2021

**Figure 1 :** Répartition des produits vendus en GMS/DS par classe de Nutri-Score (Oqali, 2021)

Parmi les produits vendus en GMS/DS étudiés, **la répartition des produits par classe de Nutri-Score est globalement similaire pour les produits de marques de distributeurs spécialisés, du hard discount et de distributeurs** : entre 25 et 30% des produits sont classés A, entre 14 et 18% classés B, entre 21 et 23% classés C, entre 23 et 26% classés D et entre 6 et 14% classés E. En revanche, **la répartition apparaît différente pour les produits de marques nationales**, pour lesquelles la part de produits classés A (39%) ou B (27%) s'avère plus élevée que pour les autres segments de marché, et celles des produits classés D (8%) ou E (2%) largement plus faibles. **Ces résultats tendent en effet à montrer que les marques nationales qui s'engagent à apposer le Nutri-Score commercialisent des catégories de produits principalement classés en Nutri-Score A ou B. A l'inverse, les distributeurs (distributeurs, hard discount et distributeurs spécialisés) de par les règles fixées dans les textes réglementaires et le règlement d'usage du logo,**

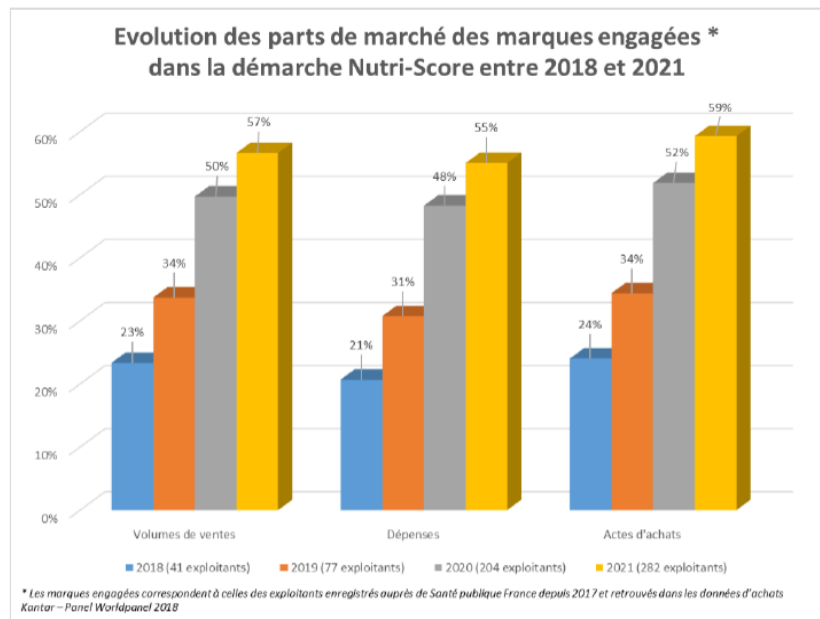
<sup>1</sup> Les secteurs Oqali considérés pour l'étude du Nutri-Score sont : Apéritifs à croquer, Barres céréalières, Biscuits et gâteaux industriels, Boissons Rafraichissantes Sans Alcool, Bouillons et potages, Céréales pour le petit-déjeuner, Charcuterie, Chocolat et produits chocolatés, Compotes, Confiseries, Confitures, Conserves de fruits, Fromages, Glaces et sorbets, Jus et nectars, Margarines, Panification croustillante et moelleuse, Plats cuisinés appertisés, Plats cuisinés frais, Plats cuisinés surgelés, Préparations pour desserts, Produits laitiers et desserts frais, Produits traiteurs frais, Produits transformés à base de pomme de terre, Sauces chaudes, Sauces condimentaires, Sirops et boissons concentrées à diluer, Snacking surgelé, Viennoiseries et desserts surgelés.

Les définitions sont détaillées dans l'Annexe 4 du Règlement d'usage du Nutri-Score.

**apposent le Nutri-Score sur l'ensemble des catégories de produits qu'ils commercialisent, ce qui implique que les différentes classes de Nutri-Score soient réparties de façon plus homogène.**

Pour les produits vendus en GMS/DS étudiés, l'ensemble des secteurs Oqali concernés par le Nutri-Score contiennent au moins un produit porteur du Nutri-Score. En particulier, les secteurs alimentaires où le Nutri-Score est le plus présent sur les produits (emballage et e-commerce confondus) sont les produits traiteurs frais, les produits laitiers et desserts frais et la charcuterie.

En juin 2020, 415 entreprises étaient engagées en faveur du Nutri-Score, soit environ 50% des parts de marché en volume de ventes. Un an plus tard, **en juin 2021, 702 entreprises étaient engagées dans la démarche Nutri-Score en France.** Depuis 2018, la part de marché des marques engagées n'a cessé de croître pour atteindre en 2021, **57% des volumes de ventes<sup>2</sup>** (Figure 2). Sur ces 57% estimés, les marques de distributeurs et les marques nationales engagées en faveur du Nutri-Score représentent 48% des parts de marché en volumes de ventes, tous secteurs confondus. **En 2021, quasiment toutes les marques de distributeurs sont engagées** à apposer le Nutri-Score, avec **99%** des volumes des marques de distributeurs, entrée de gamme ou non, engagées dans la démarche, suivies des distributeurs spécialisés (65% des parts de marché du segment, en volumes de ventes), du hard discount (43%), des marques nationales (34%) et des distributeurs spécialisés biologiques (0,2%).



**Figure 2 :** Evolution, entre 2018 et 2021, des parts de marché des marques engagées dans la démarche Nutri-Score depuis 2017 (Oqali, 2021)

En 2021, les secteurs alimentaires les plus engagés dans la démarche Nutri-Score (dont les parts de marché des marques engagées sont supérieures à 60% des volumes de ventes du secteur) sont les **céréales pour le petit-déjeuner, les produits transformés à base de pomme de terre, les conserves de fruits, les**

<sup>2</sup> Sous l'hypothèse que les ventes des différentes marques varient faiblement sur la période 2018 – 2021 et que les exploitants engagés ont apposé, dès leur engagement, le Nutri-Score sur tous les produits des marques sur lesquelles ils se sont engagés, sans tenir compte du délai d'apposition autorisé dans le Règlement d'usage (24 à 36 mois, selon le nombre de références concernées).

**plats cuisinés appertisés, les margarines, la panification croustillante et moelleuse, la charcuterie, les plats cuisinés surgelés, les produits traiteurs frais, les plats cuisinés frais, les compotes, les sauces chaudes, le snacking surgelé, les produits laitiers et desserts frais, les bouillons et potages et les apéritifs à croquer.** Enfin, depuis 2018, le nombre d'exploitants engagés augmente pour l'ensemble des secteurs alimentaires étudiés. Les données de l'Oqali ont montré une **augmentation modérée des parts de marché des marques engagées, entre 2020 et 2021, pour tous les secteurs alimentaires suivis.**

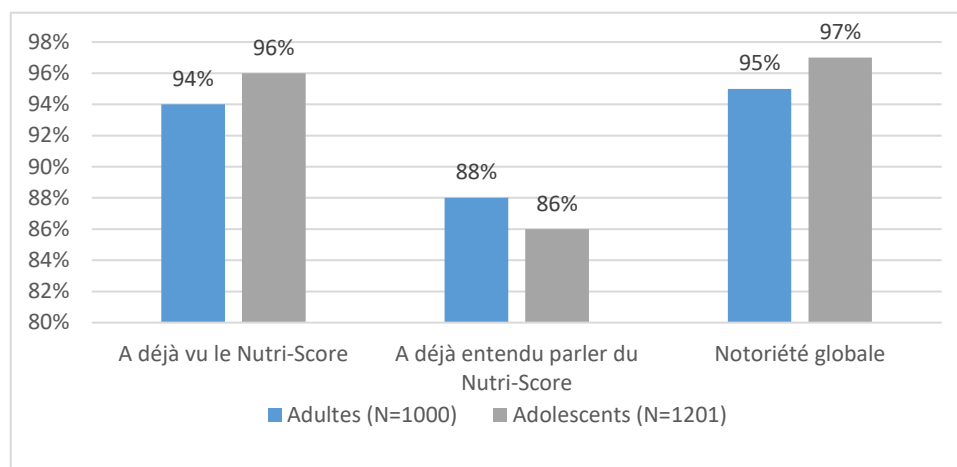
## **2| Une notoriété croissante du Nutri-Score auprès des consommateurs**

Une nouvelle enquête a été menée auprès de consommateurs adultes par Santé publique France en juillet 2021 après la diffusion d'une campagne de communication visant à renforcer l'utilisation du Nutri-Score lors des achats et à améliorer sa compréhension par les consommateurs<sup>3</sup>. Ainsi, en juillet 2021, 95% des adultes interrogés ont déclaré avoir déjà vu ou entendu parler du Nutri-Score (contre 93% en septembre 2020), et 77% des français ont déjà acheté un produit porteur du Nutri-Score (contre 70% en septembre 2020). Parmi les consommateurs connaissant le logo, 45% ont déclaré que le Nutri-Score pouvait les encourager à choisir un produit mieux noté dans un même rayon (contre 36% en 2020) et 43% ont indiqué que le logo pouvait leur faire changer durablement certaines habitudes alimentaires (contre 35% en 2020).

Les travaux ayant été menés jusqu'ici auprès de consommateurs adultes, une nouvelle étude a été réalisée par Santé publique France, afin d'évaluer la notoriété et l'usage du Nutri-Score chez les adolescents, cible prioritaire en prévention nutritionnelle. Les résultats de l'étude menée en octobre 2021 sur un échantillon national représentatif d'adolescents âgés de 11 à 17 ans, ont montré une **forte notoriété du Nutri-Score, avec 97% des adolescents interrogés déclarant avoir déjà vu ou entendu parler du logo** (Figure 3). Par ailleurs, les données ont permis de mettre en évidence une **très bonne compréhension et perception du logo**. En effet, deux tiers des adolescents ont répondu spontanément que le Nutri-Score permettait d'apporter des informations sur la composition et la qualité nutritionnelle d'un produit, proportion encore plus élevée lorsqu'une liste de critères leur était proposée (93% des adolescents). 96% ont par ailleurs déclaré que le logo était facile à repérer sur les emballages et 91% le considèrent facile à comprendre.

---

<sup>3</sup> <https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2022/notoriete-perception-et-utilisation-declaree-du-nutri-score-par-les-adolescents-des-resultats-inedits>



**Figure 3 :** Comparaison de la notoriété du terme Nutri-Score et de son logo chez les adolescents (octobre 2021) et les adultes (juillet 2021) (*Santé publique France, 2022*)

Concernant les achats, le critère de la qualité nutritionnelle semble peu pris en compte par les adolescents au moment de l'acte d'achat. **Néanmoins, lorsqu'il s'agit d'évaluer la qualité nutritionnelle d'un produit**, ces derniers ont recours en priorité à deux types d'information : les **informations nutritionnelles** du produit et l'utilisation d'un **outil d'évaluation**. Parmi ces outils, **le Nutri-Score apparaît comme celui de référence**, très nettement devant les autres applications nutritionnelles telles que Yuka. En octobre 2021, 70% des adolescents ont déclaré avoir déjà acheté un produit porteur du logo. De plus, 47% des adolescents connaissant le logo ont déclaré que ce dernier avait pu les inciter à choisir un produit plutôt qu'un autre sans logo, et une proportion similaire les faire choisir un produit avec un meilleur Nutri-Score.

### 3| Une coordination européenne de la mise en œuvre du Nutri-Score dans les 7 pays engagés

Depuis son adoption en **France** en octobre 2017, le Nutri-Score a également été adopté en **Belgique** en 2018, **Suisse** en 2019, **Allemagne** en 2020 et **Luxembourg** en 2021, tandis que **l'Espagne** et les **Pays-Bas** ont annoncé leur volonté de le faire. Ainsi, le 12 février 2021, ces 7 pays engagés ont officiellement annoncé **la mise en place d'une gouvernance transnationale afin d'assurer une gestion coordonnée** du logo sur les différents territoires, à travers un comité de pilotage et un comité scientifique.

Ainsi, le **comité de pilotage**, constitué de représentants des autorités nationales en charge du déploiement du Nutri-Score dans chacun des 7 pays engagés, est en charge de **coordonner la mise en œuvre du système, à travers des procédures harmonisées, afin d'assurer un outil simple et efficace** pour les opérateurs économiques et les consommateurs.

Un **comité scientifique** a également été constitué avec des experts indépendants des différents pays engagés afin **d'évaluer de potentielles évolutions de l'algorithme** du Nutri-Score, avec une attention particulière à la **complémentarité du score avec les recommandations alimentaires des pays européens**. Dans le cadre du processus de révision de l'algorithme, le comité de pilotage a par ailleurs lancé un **appel à contributions en septembre 2021 pour que les parties prenantes** (i.e. industriels, associations de consommateurs, etc.) **transmettent leurs questions et propositions d'évolutions**.

Au cours de l'année 2021, le comité scientifique a identifié et priorisé les domaines d'évolution de l'algorithme, pour des **modifications fondées sur des preuves scientifiques solides**. Si le Nutri-Score est un outil dont l'efficacité a été démontrée par de nombreux travaux scientifiques, le comité a identifié une amélioration possible du score concernant quelques groupes d'aliments/nutriments, ce qui permettrait au Nutri-Score de fournir une meilleure discrimination entre les aliments, en cohérence avec les recommandations alimentaires : **poissons et fruits de mer, huiles et matières grasses, produits à base de céréales complètes, boissons, produits laitiers, sel et sucre**. Un premier rapport sur les **évolutions potentielles du Nutri-Score par le comité scientifique est attendu d'ici l'été 2022**.

En mars 2022, les pays engagés ont par ailleurs publié des **rapports d'activité** de ces deux comités afin d'apporter aux acteurs de la **transparence et de la visibilité** quant aux travaux menés au sein de cette coordination européenne (3,4).

## **4| De nouvelles preuves scientifiques sur l'efficacité du Nutri-Score**

De nombreuses études scientifiques ont été menées ces dernières années afin de valider le Nutri-Score et son algorithme nutritionnel sous-jacent (5). Ces études conduites en France mais également dans d'autres pays européens, ont permis de mettre en évidence sa capacité à (i) discriminer la qualité nutritionnelle des denrées en cohérence avec les principales recommandations alimentaires, et (ii) aider les consommateurs à comparer les produits entre eux

et à faire des choix plus favorables, notamment par rapport à des systèmes purement informatifs, particulièrement complexes à comprendre.

En 2021, de nouveaux travaux d'expertise ont été menés quant à l'efficacité du logo auprès des consommateurs. Les principales études relatives au Nutri-Score sont notamment accessibles au lien suivant : <https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/preserver-sa-sante/nutrition/nutri-score/etudes-et-rapports-scientifiques/>.

### Focus sur les nouvelles preuves scientifiques

De nouvelles études ont observé que le Nutri-Score était un **outil efficace pour aider les consommateurs à identifier la qualité nutritionnelle des aliments en Europe** (6), et dans plusieurs pays tels que la **Belgique**, le **Royaume-Uni**, le **Maroc** ou encore le **Portugal** (7–10). Des travaux ont également mis en évidence le **potentiel du Nutri-Score pour encourager les consommateurs à réaliser des choix alimentaires plus favorables** à la santé (6,10–13), notamment auprès de **consommateurs avec de faibles revenus** par rapport à des systèmes purement informatifs tels que le logo des Apports de Référence (*Guideline Daily Amounts*) (14) ou en **restauration collective** (15).



## Conclusion

Depuis son adoption en 2017 par les pouvoirs publics en France, le Nutri-Score **poursuit son déploiement sur le marché français**, avec un nombre croissant d'entreprises engagées dans la démarche. En juin 2020, **415 entreprises** étaient engagées à apposer le logo sur leurs produits ; un an plus tard, en juin 2021 elles sont plus de **700 entreprises**. Début 2022, **elles sont désormais 875, ce qui témoigne de l'engagement dynamique et progressif des acteurs économiques** pour le Nutri-Score. Au niveau européen, alors que la Commission européenne mène des travaux en vue de proposer un étiquetage nutritionnel harmonisé en face avant des emballages d'ici fin 2022, la France poursuit la gestion coordonnée du Nutri-Score avec l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, le Luxembourg, les Pays-Bas et la Suisse.

Enfin, au-delà des denrées préemballées, le **Programme national nutrition santé 2019-2023** prévoit **d'étendre l'usage du Nutri-Score à la restauration hors foyer et aux denrées non préemballées et vendues en vrac**, afin d'accroître la transparence et l'information auprès des consommateurs et les aider à adopter des comportements alimentaires plus favorables à la santé. Pour cela, des expérimentations ont été mises en place afin de tester l'usage du Nutri-Score en restauration collective et commerciale, et permettre l'élaboration d'outils méthodologiques en cours de finalisation. Concernant l'extension du logo aux denrées non préemballées et vendues en vrac, des consultations sont menées avec les parties prenantes afin de déterminer les conditions d'application du Nutri-Score à ce type de denrées.

## Références

1. Suivi du Nutri-Score par l'Oqali - Analyse à trois ans [Internet]. 2020. Disponible sur: [https://www.oqali.fr/media/2021/12/OQALI\\_2020\\_Suivi\\_du\\_Nutri\\_Score\\_analyse\\_a\\_3ans\\_1-2.pdf](https://www.oqali.fr/media/2021/12/OQALI_2020_Suivi_du_Nutri_Score_analyse_a_3ans_1-2.pdf)
2. Suivi du Nutri-Score par l'Oqali - Bilan annuel 2021 [Internet]. 2021. Disponible sur: [https://www.oqali.fr/media/2022/01/OQALI-2021\\_Suivi-du-Nutri-Score-1.pdf](https://www.oqali.fr/media/2022/01/OQALI-2021_Suivi-du-Nutri-Score-1.pdf)
3. Steering committee on Nutri-Score. Activity report of the transnational governance of Nutri-Score [Internet]. 2022 mars. Disponible sur: [https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/report\\_2021\\_-\\_steering\\_committee.pdf](https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/report_2021_-_steering_committee.pdf)
4. Scientific committee on Nutri-Score. Update of the Nutri-Score algorithm: Yearly report from the Scientific Committee of the Nutri-Score 2021 [Internet]. 2022 mars. Disponible sur: [https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/annual\\_report\\_2021.pdf](https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/annual_report_2021.pdf)
5. Evaluation à 3 ans du logo nutritionnel Nutri-Score [Internet]. 2021 févr. Disponible sur: <https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/nutriscorebilan3ans.pdf>
6. De Temmerman J, Heeremans E, Slabbinck H, Vermeir I. The impact of the Nutri-Score nutrition label on perceived healthiness and purchase intentions. *Appetite*. 1 févr 2021;157:104995.
7. Bossuyt S, Custers K, Tummers J, Verbeyst L, Oben B. Nutri-Score and Nutrition Facts Panel through the Eyes of the Consumer: Correct Healthfulness Estimations Depend on Transparent Labels, Fixation Duration, and Product Equivocality. *Nutrients*. 24 août 2021;13(9):2915.
8. Packer J, Russell SJ, Ridout D, Hope S, Conolly A, Jessop C, et al. Assessing the Effectiveness of Front of Pack Labels: Findings from an Online Randomised-Controlled Experiment in a Representative British Sample. *Nutrients*. 10 mars 2021;13(3):900.
9. Aguenau H, El Ammari L, Bigdeli M, El Hajjab A, Lahmam H, Labzizi S, et al. Comparison of appropriateness of Nutri-Score and other front-of-pack nutrition labels across a group of Moroccan consumers: awareness, understanding and food choices. *Arch Public Health*. déc 2021;79(1):71.
10. Goiana-da-Silva F, Cruz-e-Silva D, Nobre-da-Costa C, Nunes AM, Fialon M, Egnell M, et al. Nutri-Score: The Most Efficient Front-of-Pack Nutrition Label to Inform Portuguese Consumers on the Nutritional Quality of Foods and Help Them Identify Healthier Options in Purchasing Situations. *Nutrients*. 30 nov 2021;13(12):4335.
11. Andreeva VA, Egnell M, Touvier M, Galan P, Julia C, Hercberg S. International evidence for the effectiveness of the front-of-package nutrition label called Nutri-Score. *Cent Eur J Public Health*. 31 mars 2021;29(1):76-9.
12. Jansen L, van Kleef E, Van Loo EJ. The use of food swaps to encourage healthier online food choices: a randomized controlled trial. *Int J Behav Nutr Phys Act*. déc 2021;18(1):156.

13. van den Akker K, Bartelet D, Brouwer L, Luijpers S, Nap T, Havermans R. The impact of the nutri-score on food choice: A choice experiment in a Dutch supermarket. *Appetite*. janv 2022;168:105664.
14. Egnell M, Boutron I, Péneau S, Ducrot P, Touvier M, Galan P, et al. Randomised controlled trial in an experimental online supermarket testing the effects of front-of-pack nutrition labelling on food purchasing intentions in a low-income population. *BMJ Open*. févr 2021;11(2):e041196.
15. Julia C, Arnault N, Agaësse C, Fialon M, Deschasaux-Tanguy M, Andreeva VA, et al. Impact of the Front-of-Pack Label Nutri-Score on the Nutritional Quality of Food Choices in a Quasi-Experimental Trial in Catering. *Nutrients*. 17 déc 2021;13(12):4530.