

Le logo nutritionnel arrive dans les rayons des supermarchés

Le système d'étiquetage Nutri-Score a été adopté par une partie des industriels mais certains promeuvent une alternative critiquée par les associations de consommateurs.

LE MONDE SCIENCE ET TECHNO | 20.02.2018 à 06h00 • Mis à jour le 21.02.2018 à 06h40 | Par Pascale Santi
(/journaliste/pascale-santi/)

Il fait une entrée timide dans les rayons des supermarchés. Trois mois après la signature d'un arrêté ministériel, le 31 octobre 2017, et après l'aval de la Commission européenne, trente-trois entreprises de l'agroalimentaire et de la grande distribution ont annoncé, jeudi 15 février, leur engagement à mettre le Nutri-Score sur leurs produits. Si cela reste facultatif, plusieurs sociétés ont déjà commencé à l'adopter : Danone, Bonduelle, McCain, Fleury-Michon, Auchan, Casino, Intermarché, Leclerc et d'autres.

Recommandé par l'Etat et la communauté scientifique, le Nutri-Score est apposé sur la face avant des emballages. Il permet d'évaluer, à l'aide d'une échelle de couleurs et de lettres allant de A à E, les qualités nutritionnelles des produits manufacturés (céréales, pizzas, biscuits, desserts lactés, plats cuisinés, conserves, etc.), de les comparer et d'identifier le plus équilibré, le moins gras, le moins sucré et le moins salé.

Lire aussi : Nouveaux repères nutritionnels : moins de viande, de charcuterie (et de pesticides) (/planete/article/2017/03/28/nouveaux-reperes-nutritionnels-moins-de-viande-de-charcuterie-et-de-pesticides_5102177_3244.html)

Médecins, représentants du ministère et industriels étaient réunis ce 15 février par Santé publique France, « *un moment historique* », pour François Bourdillon, directeur général de l'agence sanitaire, qui va lancer en mai une campagne télévisée et mettre à disposition des outils sur son site. Le feuillet dur depuis des années. Le professeur Serge Hercberg, qui préside le Programme national nutrition santé (PNNS), a remis il y a quatre ans à l'ancienne ministre de la santé Marisol Touraine un rapport sur la politique nutritionnelle de santé, dont le logo était l'une des mesures phares. Quatre ans pendant lesquels nombre d'industriels ont combattu une telle mesure.

« Mettre en musique les recommandations nutritionnelles »

Reconnus par l'Organisation mondiale de la santé, qui y a consacré sa revue *Panorama* en décembre 2017, les bienfaits de Nutri-Score sur la santé ont été validés scientifiquement par plus d'une vingtaine de publications internationales. Jérôme Salomon, nouveau directeur général de la santé, a rappelé que l'alimentation représentait l'un des piliers majeurs de la prévention pour améliorer la santé et faire reculer les maladies chroniques, dont l'obésité, qui touche 7 millions de personnes en France.

Pour Serge Hercberg, le Nutri-Score « *permet au consommateur de mettre en musique les recommandations nutritionnelles* », à savoir manger moins gras, moins sucré, moins salé... Un outil utile car il est difficile, voire impossible, de décrypter les étiquettes des aliments. En revanche, il ne prend pas en compte le degré de transformation des aliments, dont l'étude Nutrinet-Santé, pilotée, elle aussi, par Serge Hercberg, vient de mettre en évidence un lien avec le risque de développer un cancer.

Lire aussi : Les aliments « ultratransformés » favoriseraient le cancer
(/planete/article/2018/02/16/les-aliments-ultra-transformes-favorisent-le-cancer_5257759_3244.html)

La trentaine d'industriels qui se sont engagés pour le Nutri-Score, et qui représente environ 20 % de part de marché, souhaitent avoir un « effet boule de neige ». « *L'intégralité de nos produits sera étiquetée fin 2018* », a indiqué David Garbous, de Fleury-Michon. « *Je suis convaincu qu'on pourra persuader d'autres acteurs. Certains se disent prêts mais hésitent encore, par peur des*

conséquences sur leurs ventes », a expliqué Franck Geretzhuber, secrétaire général d'Auchan, qui aura étiqueté plus de 1 600 produits à la fin 2018. Intermarché va apposer, lui, le Nutri-Score sur 800 produits de sa marque.

Alliance d'industriels

Six grands groupes (Coca-Cola, Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo et Unilever) ont, dès mars 2017, - déclaré ne pas vouloir du Nutri-Score et annoncé leur intention d'utiliser leur propre système d'étiquetage, basé sur une approche par portions, et non pas aux 100 grammes. En 2016, la plupart des industriels s'étaient pourtant engagés, par la voix du Fonds français pour l'alimentation et la santé (FFAS), à respecter les résultats d'une étude en conditions réelles d'achat qu'ils avaient eux-mêmes réclamée. Non exempte de critiques (conflits d'intérêts dans le comité scientifique, présence des industriels dans le comité de pilotage...), ses résultats étaient sans appel en faveur du Nutri-Score.

Lire aussi : [Nutrition : la guerre de l'étiquetage continue](/sciences/article/2017/12/05/nutrition-la-guerre-de-l-etiquetage-continue_5224697_1650684.html) (/sciences/article/2017/12/05/nutrition-la-guerre-de-l-etiquetage-continue_5224697_1650684.html)

Fin 2017, des professionnels de santé, sociétés savantes, associations (UFC-Que choisir, CLCV, Foodwatch France), notamment, avaient dénoncé le nouveau logo alternatif proposé par les « Big 6 ». Un document interne de cette alliance d'industriels montre comment ceux-ci se « *partagent l'Europe* » pour exercer leur lobbying. L'Union européenne doit rouvrir les discussions sur l'étiquetage fin 2018. « *Un système concurrent contribuerait à un brouillage inadmissible pour les consommateurs, pour qui l'intérêt du Nutri-Score est évident* », prévient Olivier Andrault, de l'association UFC-Que choisir. En effet, « *on cuisine de moins en moins, on délègue la préparation des produits à l'industriel, le Nutri-Score est un moyen de déjouer les astuces marketing et de distinguer les produits qu'il faut consommer de façon raisonnable* », poursuit-il. « *Multiplier les dispositifs n'apporterait que de la confusion* », prévient Jean-Marc L'Huillier, d'Intermarché.

Alors que des applications se développent, comme Open Food Facts (qui permet d'obtenir le score de la plupart des aliments), Yuka ou Foodvisor..., les consommateurs veulent aller plus loin dans la transparence sur les différentes substances ajoutées aux aliments (additifs, conservateurs...), sans parler des pesticides et autres perturbateurs endocriniens.