

80 % des participants de la **cohorte NutriNet-Santé** apprécient l'idée d'avoir un **logo d'information nutritionnelle** sur la face avant des **emballages** des **produits alimentaires** pour les orienter dans leurs choix. Le **logo** en forme de **feu tricolore** est plébiscité.

Depuis quelques années, des discussions ont lieu au sein des instances de Santé Publique sur l'intérêt d'apposer un logo sur la face avant des emballages pour fournir des informations simplifiées sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires. La finalité de ce logo est d'aider les consommateurs à repérer au moment de l'achat, les produits alimentaires les plus favorables à l'équilibre nutritionnel global et à la santé. Il complète l'étiquetage nutritionnel placé en face arrière des emballages.

L'étude NutriNet-Santé (www.etude-nutrinet-sante.fr), lancée en 2009 et coordonnée par l'Unité de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle (UREN, U557 Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13) offrira l'opportunité d'identifier les facteurs de risque ou de protection des maladies chroniques liées à la nutrition. Dès à présent, cette étude permet de mieux comprendre les facteurs qui déterminent les choix alimentaires et l'état nutritionnel des populations. Elle s'appuie sur le recueil de données sur internet.

Grâce à un questionnaire internet spécifique, une des équipes en charge de l'étude

NutriNet-Santé coordonnée par Caroline Méjean (Chargée de Recherche INRA à l'UREN) a évalué la compréhension et l'acceptabilité de cinq logos présentant une information nutritionnelle. Sur des représentations d'emballage de soupes industrielles, ont été testés 5 logos allant d'une information nutritionnelle très simplifiée (le feu tricolore simple, le logo du Programme National Nutrition Santé/PNNS et la coche verte) à plus complète - (le feu tricolore multiple). Les logos testés comportent un critère de jugement soit uniquement positif, (logo PNNS, coche verte), soit positif, neutre ou négatif (feux tricolores) ou proposent un jugement moins catégorique (dégradé de couleurs).

L'analyse, réalisée sur 38 763 adultes participant à la cohorte, a évalué les différences d'acceptabilité et de compréhension des 5 logos selon les caractéristiques individuelles (pratiques lors de l'achat, facteurs socioéconomiques, niveau de connaissance en nutrition).

Les résultats de cette étude publiés dans Public Health Nutrition* montrent que 80 % des sujets apprécient l'idée d'avoir un logo d'information nutritionnelle sur la face avant des produits alimentaires conditionnés. La signification de ces logos est globalement bien comprise. Les consommateurs ont cependant tendance à préférer un modèle de logo qui apporte une information plutôt détaillée sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires emballés, tel que le feu tricolore multiple (« Traffic Lights Multiple » déjà utilisé en Grande-Bretagne sur une base volontariste). Le feu tricolore multiple est le logo pour lequel la présence sur les produits est la plus souhaitée (83 %) et le logo « dégradé de couleurs » est le moins désiré (25 %). Cependant, la priorité des politiques de santé dans l'application de tels logos est d'améliorer les comportements alimentaires des populations économiquement moins favorisées, à plus haut risque nutritionnel et, par ailleurs, généralement moins sensibles à l'information nutritionnelle. Notre étude montre que les logos simples, tel que le feu tricolore simple, semblent être des outils plus appropriés dans cette perspective, car ils présentent la meilleure acceptabilité dans ces groupes.

RAPPEL SUR L'ETUDE NUTRINET-SANTE

L'étude NutriNet-Santé (www.etude-nutrinet-sante.fr), s'est fixée comme objectif de recruter des internautes (de plus de 18 ans), les « Nutrinautes », acceptant de répondre chaque année, sur le site www.etude-nutrinet-sante.fr, à des questionnaires sur leur alimentation (3 enregistrements alimentaires de 24 h), sur leur activité physique, leurs poids et taille, leur état de santé et sur divers déterminants des comportements alimentaires. Dans le cadre de leur suivi (l'étude est programmée sur au moins 5 années), les Nutrinautes reçoivent chaque mois un e-mail les informant de l'avancement de l'étude et les invitant à remplir d'éventuels questionnaires complémentaires utiles aux chercheurs pour mieux évaluer l'état nutritionnel et la santé des participants (20 minutes en moyenne par questionnaire).

Des données sont régulièrement collectées sur la santé des participants. Pour pouvoir atteindre l'ensemble de leurs objectifs, les chercheurs souhaitent suivre un maximum de sujets pendant 5 années.

L'APPEL AU RECRUTEMENT DE NOUVEAUX NUTRINAUTES CONTINUE !
Les chercheurs de l'Inserm, de l'Inra, du Cnam et de l'Université Paris 13, en charge de l'étude NutriNet-Santé ont besoin de plus de volontaires pour participer à la plus grande étude jamais lancée dans le monde, sur Internet, pour mieux comprendre les relations entre la nutrition (alimentation et activité physique) et la
santé et améliorer la lutte contre les maladies chroniques majeures (maladies cardiovasculaires, cancers, hypertension artérielle, obésité, diabète,…), ainsi que de nombreuses pathologies ayant des conséquences importantes sur le plan humain, social et économique (polyarthrite rhumatoïde, dépression, migraine, allergies, déclin cognitif,…).

Si à ce jour plus de 238 000 internautes se sont déjà inscrits, les chercheurs rappellent qu'ils souhaitent, à terme, recruter 500 000 internautes qui acceptent de participer à cette grande aventure scientifique et humaine.

En consacrant quelques minutes par mois pour répondre, par Internet (sur le site www.etude-nutrinetsante.fr) aux différents questionnaires simples et confidentiels, sur l'alimentation, l'activité physique et la santé, les participants contribuent à faire progresser les connaissances en nutrition. Par ce geste citoyen,
chacun peut facilement devenir un acteur de la recherche et, en quelques clics chaque mois, jouer un rôle important pour l'amélioration de la santé de tous et le bien-être des générations futures.

* Perception of front-of-pack labels according to social characteristics, nutritional knowledge and food
purchasing habit par Caroline Méjean, Pauline Macouillard, Sandrine Péneau, Serge Hercberg et Katia Castetbon, Public Health Nutrition, Available on CJO 2012
doi:10.1017/S1368980012003515