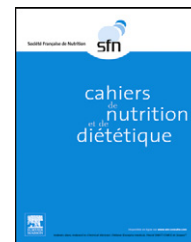




Disponible en ligne sur
SciVerse ScienceDirect
 www.sciencedirect.com

Elsevier Masson France
EM|consulte
 www.em-consulte.com



ÉCONOMIE

Modification des achats en réponse à l'apposition de différents logos d'évaluation nutritionnelle sur la face avant des emballages

Consumer responses to various nutrition 'front-of-pack' rating icons

Laurent Muller^a, Bernard Ruffieux^{a,b,*}

^a Inra, UMR 1215 Gael, 38000 Grenoble, France

^b Institut polytechnique de Grenoble, 46, avenue Félix-Viallet, 38031 Grenoble cedex 1, France

Reçu le 12 septembre 2011 ; accepté le 20 février 2012

Disponible sur Internet le 23 avril 2012

MOTS CLÉS

Système d'évaluation nutritionnelle ;
 Label ;
 Politique nutritionnelle ;
 Comportement des consommateurs ;
 France

KEYWORDS

Food rating icons;
 Label;
 Nutrition policy;
 Consumer behavior;
 French

Résumé Nous étudions l'impact sur la qualité nutritionnelle des achats alimentaires de logos d'évaluation nutritionnelle apposés en face avant des produits (273 produits, regroupés en 35 familles). Outre les RNJ, six logos sont testés. Ils sont basés sur les teneurs en sel, sucres libres et AGS et diffèrent selon trois critères : affichage de la qualité par produit ou par nutriment, évaluation par famille ou en rapport à tous les produits, signalement des meilleurs produits uniquement, ou aussi des moins bons. La méthodologie est celle de l'économie expérimentale. Chacun des 364 sujets remplit un caddie familial pour deux jours (caddie de référence), puis le révisé après introduction d'un logo. Les sept logos améliorent la qualité nutritionnelle. Choisir un signal 'produit' améliore l'efficacité du logo. Signaler les bons et les moins bons produits est plus efficace, mais induit plus d'effets pervers individuels. Les RNJ sont dans la moyenne des logos. Le sel est le nutriment pour lequel les effets pervers sont les plus fréquemment observés. © 2012 Publié par Elsevier Masson SAS pour la Société française de nutrition.

Summary In a laboratory experiment, we study consumer responses to seven nutrition 'Front-of-Pack' rating icons. Nutritional quality is assessed according to the levels in salt, free sugar and saturated fatty acids. In addition to the GDA icons, the six other icons vary according to three choices: rating the whole product or breaking down nutrients, relating to the whole set of products or to a product family, signalling or not bad ratings. Three hundred and sixty-four subjects were asked to fill their shopping cart for 2 days of household consumption. They could choose among 273 products grouped into 35 families. In a second step, they could revise their shopping cart after one icon had been exhaustively implemented to the 273 products. Every

* Auteur correspondant.

Adresse e-mail : Bernard.Ruffieux@grenoble-inp.fr (B. Ruffieux).