

## DE L'ÉTIQUETAGE À LA NORME

### Le Nutri-Score et la fabrique des « bons » comportements nutritionnels



*Image libre de droit, crédit : Dreamstime.com*

Présenté par

**Charlotte HEMERY**

Sous la direction d'Hélène GORGE

---

Mémoire de recherche Cycle Master 1 – Majeure Communication et Médias

Année universitaire 2024-2025

*Sciences Po Lille n'entend donner aucune approbation ni improbation aux thèses et opinions émises dans ce mémoire de recherche. Celles-ci doivent être considérées comme propres à l'auteur.*

*J'atteste que ce mémoire de recherche est le résultat de mon travail personnel, qu'il cite et référence toutes les sources utilisées et qu'il ne contient pas de passage ayant déjà été utilisé intégralement dans un travail similaire.*

**RÉSUMÉ :** Alors que les maladies chroniques ne cessent d’augmenter en France, les pouvoirs publics cherchent à guider les consommateurs vers des comportements nutritionnels plus vertueux à travers des dispositifs d’étiquetage simplifié. Le Nutri-Score, introduit officiellement en 2017, s’inscrit dans cette logique de prévention par l’information. L’objectif de ce mémoire est d’interroger l’efficacité, la réception et les effets normatifs du logo. A partir d’une enquête qualitative, nous avons observé comment les consommateurs s’approprient ou non cet outil, pour analyser sa légitimité dans les représentations sociales. Ce travail s’appuie notamment sur la théorie néo-institutionnelle afin de comprendre comment le Nutri-Score est devenu un repère institutionnel stabilisé dans le champ de l’alimentation, malgré les résistances et les stratégies concurrentes. Le Nutri-Score permet-il réellement d’orienter les habitudes alimentaires ? Dans quelle mesure est-il institutionnalisé dans les pratiques quotidiennes ? Quelle est son influence sur les représentations sociales du « bien manger » ?

**MOTS CLÉS :** nutrition ; Nutri-Score ; étiquetage nutritionnel ; prévention ; santé publique ; alimentation ; théorie néo-institutionnelle, comportements alimentaires ; PNNS.

**ABSTRACT:** As chronic diseases continue to rise in France, public authorities are seeking to guide consumers toward healthier eating behaviors through simplified labeling systems. Introduced officially in 2017, the Nutri-Score is part of this preventive approach based on information. This thesis aims to explore the effectiveness, reception, and normative effects of the label. Based on a qualitative study, we examine how consumers do—or do not—appropriate this tool, in order to assess its legitimacy within participants’ social representations. This research draws particularly on neo-institutionalist theory to understand how the Nutri-Score has become a stabilized institutional reference within the food field, despite resistance and competing strategies. Does the Nutri-Score truly influence eating habits? To what extent is it institutionalized in everyday practices? How does it shape social representations of “healthy eating”?

## REMERCIEMENTS

---

Pour commencer, je souhaite adresser mes sincères remerciements à Madame Hélène Gorge, directrice de mon mémoire, pour son accompagnement bienveillant et son soutien tout au long de ce travail. Son regard rigoureux et son expertise précieuse sur les enquêtes de consommation m'ont grandement aidée à structurer ma démarche de recherche. Je la remercie également pour le temps qu'elle consacrera à la lecture de ce mémoire.

De la même façon, je tiens aussi à remercier Madame Fatima Regany, qui fera partie du jury de soutenance, pour son attention et la lecture bienveillante qu'elle portera à ce travail, ainsi que pour sa disponibilité le jour de la soutenance.

Je souhaite ensuite exprimer toute ma gratitude aux dix consommateurs qui ont accepté de participer à mon étude, en me laissant les accompagner pour faire leurs courses et en répondant à mes nombreuses questions. Je suis consciente que ce type de requête peut sembler inhabituel et que cet exercice n'était pas toujours simple. Leur disponibilité et leur confiance ont grandement contribué à donner vie à cette recherche.

Je remercie aussi ma maman, qui a nourri mon intérêt pour le sujet depuis l'enfance. C'est elle qui, la première, m'a transmis la conviction qu'une bonne santé commence dans l'assiette. Sa curiosité pour la composition des aliments, son goût pour le fait maison, et les nombreuses discussions que nous avons eues autour des macronutriments m'ont transmis une sensibilité précieuse pour ce travail.

Et puis, il y a celui qui, tout au long de ce travail et bien au-delà, a su me rassurer dans les moments de doute, poser un regard attentif et exigeant sur mes idées, et rendre le quotidien plus léger quand la pression devenait trop forte.

Enfin, merci à toutes celles et ceux qui, de près ou de loin, m'ont accompagnée dans la réalisation de ce mémoire. Que cette lecture soit pour vous aussi enrichissante à lire qu'elle l'a été à écrire pour moi.

## TABLE DES MATIÈRES

<b>REMERCIEMENTS</b>	4
<b>INTRODUCTION</b>	7
Définition des contours de l'objet d'étude	9
<b>PARTIE 1 : Le Nutri-Score, un outil de prévention et de promotion de la santé au service des techniques de changements de comportements en nutrition</b>	<b>17</b>
<b>1.1. Aux origines du Nutri-Score : l'institutionnalisation de la prévention en santé et la politisation de la nutrition</b>	<b>18</b>
a) De l'industrialisation à la régulation du marché : aux origines des politiques publiques de l'alimentation	18
b) Crises sanitaires et montée en puissance des experts : vers une logique de prévention	21
c) Au fondement de la prévention en santé publique : l'idéologie du risque	25
d) La politisation de la nutrition en Europe et en France	27
<b>1.2. Informer et éduquer : la promotion de la santé à l'origine du Nutri-Score</b>	<b>32</b>
a) De l'éducation sanitaire à l'éducation pour la santé : les prémices du Nutri-Score	34
b) Le marketing social et les sciences comportementales au service de la santé publique	40
c) L'étiquetage nutritionnel au fondement du projet Nutri-Score	43
d) La « bataille cognitive » du Nutri-Score : conception et contestation du dispositif	45
<b>1.3. Les effets sociologiques du Nutri-Score : entre réceptions, usages et résistances</b>	<b>50</b>
a) Les pratiques alimentaires : inégalités sociales et styles de vie différenciés	51
b) Du logo à l'acte d'achat : diffusion et réception du Nutri-score dans les pratiques	53
c) Les initiatives concurrentes au Nutri-Score	57
d) Un logo contesté : réception du Nutri-Score dans le secteur agroalimentaire	59
<b>Question de recherche</b>	<b>61</b>
<b>PARTIE 2 : le Nutri-Score à l'épreuve des pratiques de consommation : entre normalisation des comportements nutritionnels et résistances</b>	
<b>Méthodologie</b>	<b>62</b>
<b>Résultats de terrain</b>	<b>69</b>

<b>2.1. Entre connaissances, appropriation et inertie des pratiques : où en est l'institutionnalisation du Nutri-Score</b>	
a) Une connaissance généralisée mais superficielle du Nutri-Score	69
b) Une attention sélective selon les circuits d'achat	71
c) Intégration et usages sociaux différenciés du Nutri-Score	74
<b>2.2. Le Nutri-Score comme producteur de normes nutritionnelles : entre intériorisation différenciée et résistances</b>	
a) Les représentations sociales du « bien manger » : le rôle de l'éducation et de l'information dans les « bonnes » habitudes de consommation	78
b) Le Nutri-Score comme vecteur d'une norme de santé : quel impact sur les représentations sociales de l'alimentation ?	80
c) Nutri-Score à l'épreuve des habitudes et des « plaisirs coupables » : entre culpabilité et indifférence	83
<b>2.3. Le revers de la norme : l'institutionnalisation du Nutri-Score à l'épreuve des critiques et résistances</b>	
a) Entre standardisation et pluralité des références nutritionnelles	86
b) Critiques et disqualification du Nutri-Score	89
c) Un processus d'institutionnalisation fragile, encore en construction	92
<b>CONCLUSION</b>	95
<b>ANNEXES</b>	99
<b>GLOSSAIRES</b>	117
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	118

## INTRODUCTION

Le 14 mars 2025, après plusieurs mois de débats et de tensions au sein du gouvernement<sup>1</sup>, la France a officiellement validé la nouvelle version du Nutri-Score, un système d'étiquetage visant à informer les consommateurs sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires. La mise à jour de l'algorithme, pourtant soutenue par les experts de santé publique<sup>2</sup>, a rencontré la résistance de la ministre de l'Agriculture, Annie Genevard, inquiète de ses effets sur la perception de certains produits traditionnels, davantage pénalisés par le nouveau mode de calcul.

Le Nutri-Score est un logo coloré apposé sur la face avant des emballages, qui classe les produits en fonction de leur qualité nutritionnelle sur une échelle de couleurs. Ce dispositif permet aux consommateurs de comparer plusieurs produits d'un même rayon pour les aider à faire des choix plus éclairés et s'orienter vers des aliments « plus sains » (PNNS, 2017). En 2016, l'idée d'intégrer ce logo au cœur des stratégies de santé publique intervient dans un contexte marqué par la montée en flèche des maladies chroniques, définies par l'OMS (2018) comme des pathologies « de longue durée qui résultent d'une association de facteurs génétiques, physiologiques, environnementaux et comportementaux ». Celles-ci incluent notamment les cancers, l'obésité, le diabète, les maladies cardiovasculaires ou les troubles respiratoires, et sont responsables chaque année de 75% des décès dans le monde (OMS, 2024). En France, la situation est tout aussi alarmante : selon l'Assurance Maladie, ces pathologies concernent désormais 35% de la population, soit près de 24 millions de personnes.

Cette tendance préoccupante n'est pas nouvelle : dès la fin des années 1990, la progression continue des maladies chroniques exerce une pression croissante sur les systèmes de santé. Dans ce contexte, les politiques de santé publique se réorientent progressivement vers une logique de prévention, visant à agir en amont sur les comportements et les habitudes de vie (tabac, alcool,

---

<sup>1</sup> *Le Monde*, « Le nouveau Nutri-Score validé en dépit de dissensions au sein du gouvernement », publié le 14 mars 2025, disponible via [https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/03/14/le-nouveau-nutri-score-valide-apres-des-dissensions-gouvernementales\\_6580810\\_3245.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/03/14/le-nouveau-nutri-score-valide-apres-des-dissensions-gouvernementales_6580810_3245.html), consulté le 17 avril 2025.

<sup>2</sup> *Le Monde*, « Nutri-Score, un étiquetage nutritionnel fragilisé, faute de soutien politique », publié le 22 octobre 2025, disponible via [https://www.lemonde.fr/planete/article/2024/10/22/nutri-score-un-etiquetage-nutritionnel-fragilise-faute-de-soutien-politique\\_6357907\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2024/10/22/nutri-score-un-etiquetage-nutritionnel-fragilise-faute-de-soutien-politique_6357907_3244.html), consulté le 18 avril 2025

« mauvaise » alimentation, « manque » d'activité physique etc.), pour limiter l'apparition de ces pathologies. Le Nutri-Score est aujourd'hui l'un des symboles les plus visibles de cette nouvelle gouvernance de la santé (Fassin, 2004).

S'il est aujourd'hui affiché volontairement par plus de 1400 marques françaises – ce qui représente environ 60% des produits commercialisés en France – ce dispositif d'étiquetage fait aussi l'objet de vives controverses depuis 2013, accusé<sup>3</sup> tantôt de stigmatiser certains produits, tantôt de ne pas aller assez loin<sup>4</sup>. Et pour cause, le Nutri-Score cristallise des enjeux qui dépassent largement le simple ajustement technique. Il implique des arbitrages politiques sensibles, des tensions économiques, des intérêts concurrents et des visions divergentes de l'alimentation. Loin d'être neutre, ce logo participe à construire une certaine vision de l'alimentation « saine » et tend à orienter, de manière plus ou moins explicite, ce qui est perçu comme bon ou mauvais, légitime ou interdit dans nos manières de consommer.

Ce mémoire a pour origine des questionnements simples : comment un seul logo apposé sur un emballage peut-il influencer durablement les pratiques de consommation ? Comment le Nutri-Score est-il perçu, compris et mobilisé par les consommateurs au moment de l'achat ? Et dans quelle mesure ce dispositif est-il aujourd'hui reconnu comme un repère légitime en société ? En retraçant la trajectoire du Nutri-Score, sa genèse et ses usages sociaux, nous espérons ainsi mieux comprendre comment un outil apparemment simple peut participer à la reconfiguration des pratiques alimentaires, et plus largement, à la normalisation des comportements nutritionnels.

---

<sup>3</sup> *Le Monde*, le 28 février 2017, « Bataille autour de la pertinence de l'étiquetage nutritionnel », [https://www.lemonde.fr/planete/article/2017/02/28/bataille-autour-de-la-pertinence-de-l-etiquetage-nutritionnel\\_5086803\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2017/02/28/bataille-autour-de-la-pertinence-de-l-etiquetage-nutritionnel_5086803_3244.html), consulté le 15 avril 2025.

<sup>4</sup> Collectif, « Rendre le Nutri-Score obligatoire en Europe est une urgence de santé publique », *Le Monde*, 24 octobre 2024. Disponible via : [https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/10/24/rendre-le-nutri-score-obligatoire-en-europe-est-une-urgence-de-sante-publique\\_6359209\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/10/24/rendre-le-nutri-score-obligatoire-en-europe-est-une-urgence-de-sante-publique_6359209_3232.html), consulté le 18 avril 2025.

## Définition des contours de l'objet d'étude

---

La nutrition est un objet d'étude complexe et polymorphe, qui relève à la fois de logiques biologiques, sociales, économiques et politiques. Face à cette complexité, il nous a fallu faire des choix dans notre approche et renoncer à l'ambition de « tout dire ». Ce mémoire ne prétend donc pas à l'exhaustivité, mais propose une approche spécifique : celle de la prévention en santé publique à travers un outil institutionnel, le Nutri-Score. Afin de saisir les enjeux notre enquête, il semble impératif de définir précisément les concepts mobilisés, les limites de notre étude mais aussi le cadre théorique dans lequel cette réflexion s'inscrit.

« Avant de chercher à savoir comment changer les habitudes alimentaires, question que posent toujours les nutritionnistes aux représentants des sciences humaines, il convient d'abord de comprendre ce que manger veut dire » (Mead, 1945).

La nutrition, dans sa dimension biologique, constitue le point de départ de notre analyse. En effet, c'est à partir de cette base scientifique que les autorités sanitaires ont pu identifier les besoins nutritionnels de la population en fonction de plusieurs critères (âge, sexe, niveau d'activité physique) pour ensuite élaborer des repères nutritionnels précis – comme les apports journaliers recommandés en calories – servant de fondement aux politiques de prévention. Dans le cadre de ce mémoire, le terme *nutrition* sera entendu dans son acception large, telle qu'elle est mobilisée en santé publique. Cette notion englobera à la fois l'alimentation et l'activité physique, qui sont deux facteurs essentiels dans l'équilibre nutritionnel.

Le terme *nutrition* provient du latin *nutrire*, qui signifie « action de nourrir ». Sur le plan biologique, la nutrition désigne à la fois l'ensemble des processus par lesquels l'organisme assimile et utilise les nutriments nécessaires à son fonctionnement, et la science qui étudie ces interactions dans l'organisme<sup>5</sup> – appelée nutrition fondamentale. Les nutriments sont « attributs invisibles » (Gomez, 2008) – des molécules – contenus dans les aliments, qui sont libérés au moment de la digestion. Ils sont essentiels à la production d'énergie, à la construction et au renouvellement des cellules ou encore à la régulation hormonale. Une carence ou un excès

---

<sup>5</sup> Université de Montréal, Faculté de médecine, Département de nutrition, « Qu'est-ce que la nutrition ? », disponible via l'url suivant : <https://nutrition.umontreal.ca/departement/quest-ce-que-la-nutrition/>

de certains d'entre eux peut entraîner des déséquilibres ou des pathologies. Sans entrer dans des développements trop techniques, il semble essentiel de clarifier cette notion en amont de ce travail. D'une part, parce qu'elle sera fréquemment mobilisée dans l'analyse des discours des participants à l'enquête, notamment pour évaluer leur niveau de compréhension des enjeux nutritionnels. D'autre part, parce que le Nutri-Score repose précisément sur une catégorisation des aliments fondée sur la qualité nutritionnelle de leurs composants. De manière schématique, nous pouvons ainsi distinguer les nutriments en deux grandes catégories. D'abord, les macronutriments comprennent les glucides (féculents, confiseries, sodas...), les lipides (huiles, fruits à coque, viandes grasses, pâtisseries industrielles...) et les protéines (viandes, poissons, œufs, lait, lentilles, etc.). Ensuite, les micronutriments regroupent les vitamines et les minéraux (calcium, fer, magnésium, potassium, etc.). Ces derniers sont présents en plus faible quantité mais restent essentiels pour maintenir la santé.

L'alimentation recouvre un ensemble d'activités complexes, qui s'étendent de la production agricole à la transformation des aliments, le transport, la distribution jusqu'à la consommation finale, sans oublier la gestion des déchets générés à chaque étape (Fouilleux, Laura, 2020). Dans le cadre de ce mémoire, notre attention se portera principalement sur la distribution – en tant qu'espace principal des approvisionnements alimentaires – et sur la consommation, envisagée non seulement comme le processus de choix, d'achat, de préparation et d'ingestion des aliments, mais aussi comme un espace traversé par des normes sociales, des logiques économiques et des enjeux de santé publique. Contrairement à la nutrition, qui relève d'un processus interne naturel, l'alimentation s'inscrit dans une démarche volontaire, socialement construite, et profondément influencée par le contexte économique, social et culturel dans lequel elle prend place (Cardon, Depecker, Plessz, 2023).

La littérature sociologique a largement mis en évidence la dimension sociale de l'acte alimentaire, traversé par un ensemble de règles, de valeurs et de représentations intériorisées dès le plus jeune âge. Cette considération apparaît très tôt dans les travaux d'Émile Durkheim (1895), qui définit l'éducation des enfants comme « un effort continu pour [leur] imposer des manières de voir, de sentir et d'agir », en précisant que « dès les premiers temps de leur vie, nous le(s) contraignons à manger, à boire [...] pour qu'il apprenne à respecter les usages, les convenances ». De manière similaire, Norbert Élias (1939), montre que les usages de table et

les pratiques alimentaires jouent un rôle central dans le processus de civilisation, en participant à la régulation des comportements et au raffinement des mœurs. Claude Fischler insiste quant à lui sur la double nature de l'alimentation : à la fois intime et collective : « Manger : rien de plus vital, rien de plus intime. Consommer un aliment, ce n'est pas seulement le consumer, le détruire. Il s'agit bien d'une substance que nous laisserons pénétrer au plus profond de notre intimité corporelle, se mêler à nous, devenir nous » (Fischler, 1994).

L'étude des pratiques alimentaires conduit ainsi à s'interroger sur notre rapport à l'alimentation : comment choisissons-nous ce que nous mangeons, comment le consommons-nous, pourquoi certains aliments sont-ils valorisés à nos yeux tandis que d'autres sont stigmatisés ? A ce titre, le Nutri-Score constitue un objet d'étude particulièrement révélateur. Imaginé en 2014 par une équipe de chercheurs dirigés par Serge Hercberg, ce système d'étiquetage est officiellement intégré aux politiques publiques françaises dans le cadre de la loi de modernisation de notre système de santé<sup>6</sup> en 2016 et du Programme national nutrition santé (PNNS) 2017-2021. Il a pour vocation d'informer les consommateurs « sur la qualité nutritionnelle des produits sous une forme simplifiée et complémentaire à la déclaration nutritionnelle obligatoire, fixée par la réglementation européenne » (Santé publique France, 2025).

Cette déclaration nutritionnelle est encadrée par le Règlement européen « INCO »<sup>7</sup>, qui vise à garantir une information transparente aux consommateurs, en imposant la mention de données essentielles telles que la liste des ingrédients, la date limite de consommation ou la déclaration nutritionnelle. Depuis son entrée en vigueur en 2016, cette déclaration est obligatoirement affichée au dos ou sur le côté de tous les produits alimentaires préemballés. Présentée sous la forme d'un tableau standardisé, elle indique, pour 100g ou 100ml, la valeur énergétique, la teneur en matières grasses, en glucides, en protéines, et en sel dans un produit transformé. L'objectif affiché est « d'aider les consommateurs qui souhaitent décider de leur

---

<sup>6</sup>Le Nutri-Score est officiellement introduit par le décret n°2016-980 du 19 juillet 2016, dans la Loi n° 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé, disponible à l'url suivant :

<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000031912641/2025-01-21/>

<sup>7</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires,

<https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/fr/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169>

alimentation et faire leurs choix diététiques de manière mieux avertis »<sup>8</sup>. Cependant, en pratique, ce tableau s'avère souvent difficile à interpréter pour les personnes peu familières avec les notions nutritionnelles. C'est précisément pour cette raison que les pouvoirs publics ont décidé d'introduire un logo sur la face avant des produits alimentaires, visible en un coup d'œil.

Le Nutri-Score a été pensé comme un outil visuel simplifié, avec une échelle graduée de couleurs et de lettres, allant du vert foncé (A) pour les produits les plus favorables sur le plan nutritionnel, à l'orange foncé (E) pour les produits dont la consommation devrait être limitée. Ce système de notation permet ainsi d'identifier rapidement la qualité nutritionnelle globale des aliments, calculée pour 100g ou 100ml de produit. Le score est déterminé par un algorithme élaboré par un comité d'experts en nutrition, sur la base des recommandations officielles (**Tableau 1 en annexe**). Le calcul se fait sur la base de points attribués à chaque nutriment contenu dans un produit alimentaire. D'abord, certains nutriments dits « à limiter » comme le sucre, le sel, les acides gras saturés et le nombre de calories reçoivent des points négatifs allant de 0 à 20<sup>9</sup>, qui, une fois additionnés, peuvent totaliser jusqu'à 55 points. Plus ils sont présents en grande quantité, plus le score est pénalisant. Ensuite, les autres nutriments à « favoriser » comme les fibres, les protéines, les fruits et les légumes, reçoivent des points positifs, qui peuvent rapporter jusqu'à 7 points. Plus ils sont présents en grande quantité, plus le produit sera valorisé. Leur présence dans un produit permet également de compenser, en partie, les points négatifs. Enfin, le score final est obtenu en soustrayant les points positifs aux points négatifs. Le résultat, compris entre -15 (meilleur score nutritionnel) et +40 (le moins bon) est ensuite converti en couleur et en lettre, pour offrir au consommateur une indication claire et synthétique. Cependant, il convient de rappeler que son affichage est entièrement volontaire et relève du bon vouloir des industries agroalimentaires. Pour y adhérer, il est nécessaire que les industriels s'enregistrent sur une plateforme en ligne<sup>10</sup> mise en place par les autorités publiques.

---

<sup>8</sup> Voir l'article 26 du Règlement (UE) n°1169/2011, consulté le 4 avril 2025.

<sup>9</sup> D'après la dernière mise à jour de l'algorithme, en mars 2025.

<sup>10</sup> Procédure d'enregistrement de l'exploitant pour obtenir le droit d'usage de la marque collective déposée "Nutri-Score", disponible au lien suivant : [https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/nutri-score\\_enregistrement\\_france](https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/nutri-score_enregistrement_france), consulté le 4 avril 2025.

A la fin des années 1980, la transition épidémiologique modifie profondément les priorités de la santé publique : alors que les maladies chroniques deviennent les principales causes de morbidité, l'intervention de l'État s'oriente vers une logique de prévention qui vise à agir en amont sur les comportements et les modes de vie (Berlivet, 2000 ; Bergeron & Castel, 2018). Patrick Peretti-Watel et Jean-Paul Moatti définissent la prévention comme une entreprise morale dont le « premier objectif est de nous inciter à adopter certains comportements (manger cinq fruits et légumes par jour, faire de l'exercice physique) et à en abandonner d'autres (fumer, abuser de l'alcool) au motif que ces comportements détériorent notre état de santé » (2009). Le Nutri-Score est sans doute l'un des instruments les plus emblématiques de cette évolution. Conçu pour orienter les consommateurs vers des aliments plus sains, ce dispositif interroge : comment un simple logo peut-il concrètement agir sur nos choix de consommation, influencer sur la composition de nos assiettes et redéfinir les frontières entre ce qui est perçu comme « bon » et « mauvais » pour la santé ? Pour comprendre ces dynamiques, il faut alors appréhender ce dispositif non pas comme un outil neutre, mais comme un instrument politique et social. En effet, au-delà de son aspect technique, le Nutri-Score véhicule une certaine vision de l'alimentation, et s'inscrit dans des enjeux de pouvoir (Benamouzig, Blanck, 2023), de régulation (Dubet et al. 2017) et de légitimation (Nabec et al. 2015). Cela suppose ainsi d'étudier comment il a été construit, négocié, approprié et parfois contesté, par quels acteurs et dans quels contextes.

Dans cette perspective, la théorie néo-institutionnelle (TNI) offre un cadre précieux pour analyser le Nutri-Score et la normalisation des comportements alimentaires. Développée à la fin des années 1970 avec les travaux fondateurs de John W. Meyer et Brian Rowan (1977), puis de Paul DiMaggio et Walter Powell (1983), cette approche s'est imposée en sociologie des organisations pour expliquer pourquoi certaines pratiques se diffusent alors qu'elles ne répondent pas nécessairement à des critères d'efficacité – contrairement à ce que croyait l'approche classique dans la théorie des organisations. Ces chercheurs ont ainsi montré que les organisations adoptent certaines normes ou structures par mimétisme parce qu'elles sont perçues comme légitimes et évidentes dans un champ organisationnel (Chaney, Ben Slimane, 2014). La TNI s'est ensuite progressivement étendue dans les domaines du marketing et de la consommation (Kates, 2004 ; Sandikci, Ger, 2009 ; Humphreys, 2010 ; Scaraboto et Fischer,

2013 ; Coskuner-Balli et Thompson, 2013 ; Nabec et al. 2015 ; Merigot, Nabec, 2016). La notion de champ organisationnel est un concept clé de la TNI et son principal niveau d'analyse. W. Richard Scott (1995) la définit comme une « communauté d'organisation qui a un système commun de compréhension et dont les participants interagissent plus fréquemment les uns avec les autres qu'avec les acteurs en dehors du champ ». Chaque champ est ainsi structuré autour d'une culture propre, c'est-à-dire un ensemble de croyances, de valeurs, de normes et de pratiques que ses membres ont en commun. Cette culture partagée guide les comportements, façonne les attentes et crée une forme de cohérence entre les acteurs. C'est ce système de significations et de pratiques qui permet de distinguer un champ organisationnel et d'en assurer la stabilité. C'est aussi dans cette arène (Fligstein, 2001) que les acteurs s'affrontent et construisent les normes et le sens social de la réalité (Greenwood *et al.* 2008 ; Slimane, Chaney, 2014). La TNI permet ainsi de mettre en lumière les processus de légitimation et d'institutionnalisation à travers lesquels s'imposent certaines pratiques sociales, mais aussi les « guerres institutionnelles » (Hoffman, 1999), qui cherchent à déstabiliser et à changer les pratiques sociales (Maguire, Hardy, 2009 ; Ziestma, Lawrence, 2010 ; Delacour, Leca, 2011).

La notion d'*institution* est au cœur de cette approche théorique. Dans la TNI, les institutions ne désignent pas seulement des organisations formelles : elles renvoient à un ensemble de règles, de normes et de significations durables qui façonnent les préférences et les comportements des acteurs (Lartigot-Hervier, 2019). Peter A. Hall et Rosemary C.R Taylor les définissent ainsi comme des « procédures ou normes formelles, des systèmes de symboles, des schémas cognitifs et des modèles moraux qui fournissent les “cadres de signification” guidant l'action humaine » (1997). Ces normes sont intériorisées au cours d'un processus d'institutionnalisation, c'est-à-dire « un processus complexe de routinisation de pratiques, de construction et de transformations d'organisations, de bureaucraties, de règles, de procédures et de savoirs spécifiques, afin de réduire les incertitudes des acteurs, de stabiliser leurs relations et de favoriser des façons d'agir standardisées, dans des domaines précis » (Aguilera, Rouzeau 2020). Une fois intériorisées, ces normes deviennent tellement « évidentes » qu'elles sont reproduites comme des habitudes (Barley, Tolbert, 1997). Elles aident les individus à donner du sens à ce qu'ils vivent et orienter leurs décisions pour choisir ce qui leur paraît le plus légitime ou approprié dans un contexte donné (March, Olsen, 1989). Selon John W. Meyer et Brian Rowan « les règles institutionnelles

fonctionnent comme des mythes que les organisations incorporent, leur permettant ainsi de gagner en légitimité, d'obtenir des ressources, de stabiliser leur fonctionnement et d'augmenter leurs chances de survie. » (1977). Ce concept est essentiel pour comprendre à la fois la continuité, la stabilité et le changement des pratiques sociales (Maguire et Hardy, 2009). Ce processus d'institutionnalisation suppose l'intervention d'acteurs spécifiques, que Paul DiMaggio (1988) qualifie « d'entrepreneurs institutionnels », c'est-à-dire des individus ou collectifs qui mobilisent des ressources pour créer et diffuser de nouvelles institutions ou transformer celles qui existent déjà (Maguire *et al.* 2004). Dans le champ de la consommation, les acteurs sont nombreux : entreprise, distributeurs, prescripteurs, législateurs, médias, consommateurs, professionnels de santé, agences sanitaires, associations, etc. Depuis les années 1990, le champ de la nutrition est devenu un espace de négociation intense, où se construit une multitude de normes alimentaires (Dubet et al. 2017). Dans cette perspective, la TNI permet ainsi d'éclairer les conditions dans lesquelles l'étiquetage nutritionnel s'est imposé comme un instrument légitime, en analysant les discours, les stratégies et les rapports de force qui ont structuré sa conception, sa diffusion et son adoption officielle. La notion de légitimité est définie par Robert Suchman (1995) comme « un postulat partagé selon lequel les actions d'une entité sont désirables, correctes ou appropriées au sein de systèmes de normes, valeurs, croyances et définitions socialement construites ». La légitimité n'a rien de naturel : elle se construit symboliquement dans les représentations sociales, à travers des processus d'interprétation, de construction de sens et de légitimation.

Pour comprendre comment certaines pratiques s'imposent durablement, W. Richard Scott (1995) d'analyse les institutions à travers trois piliers interdépendants : le pilier réglementaire, le pilier normatif et le pilier cognitif. Le premier repose sur les règles explicites, les lois et les mécanismes de sanction qui encadrent les comportements. Pour R. Scott, une institution puise une part de sa légitimité dans le cadre légal ou institutionnel qui l'encadre – qu'il s'agisse de l'État, d'une loi ou d'un règlement officiel. Le second concerne les normes, les valeurs et les attentes partagées au sein d'un groupe ou d'une société. Selon ce pilier, une pratique gagne en légitimité si elle correspond à ce que la société perçoit comme socialement juste et acceptable. Enfin, le pilier cognitif renvoie aux représentations mentales, aux schémas d'interprétation et aux cadres de compréhension dans lesquels s'inscrivent les pratiques. Une institution devient

d'autant plus puissante qu'elle est perçue comme naturelle et allant de soi aux yeux des individus. Ce pilier est particulièrement puissant : il permet à certaines pratiques de ne plus être remises en question, simplement parce qu'elles font sens dans un système de représentations partagées (Benamouzig, Blanck, 2023). Pour Karim Ben Slimane et Damien Chaney (2014), ces trois piliers existent autour de chaque pratique de consommation et leur « changement influence directement comment les individus consomment et se comportent par rapport à une offre ». Appliquée au Nutri-Score, cette grille permet ainsi d'analyser la normalisation du dispositif, c'est-à-dire le processus par lequel ce repère impose des standards implicites et des normes sociales dans les pratiques de consommation alimentaire. Dans le cadre de ce mémoire, la TNI permettra ainsi de retracer l'émergence du Nutri-Score et les contextes politiques et institutionnels qui l'ont rendu possible. Il s'agira ainsi de montrer comment l'alimentation, puis la nutrition, ont progressivement été construites comme des problèmes publics, sous l'impulsion de divers acteurs. Puis, de mettre en lumière les formes de justification (Boltanski, Thévenot, 1991) et de légitimation (Suchman, 1995) mobilisées par ces acteurs ainsi que les rapports de force à l'œuvre dans ce processus. Enfin, la TNI permettra d'étudier les effets de normalisation du Nutri-Score, afin de comprendre comment ce simple dispositif d'étiquetage nutritionnel a aujourd'hui acquis le statut de repère légitime dans les pratiques de consommation et les représentations des consommateurs.

## **PARTIE 1 : Le nutri-score, un outil de prévention et de promotion de la santé au service des techniques de changements de comportements en nutrition**

En décembre 2023, 99,6 % des Français déclaraient avoir déjà vu ou entendu parler du Nutri-Score, et un tiers d'entre eux affirmait l'utiliser spontanément pour évaluer la qualité nutritionnelle des produits qu'ils achètent (Santé Publique France, 2024). En quelques années seulement, ce dispositif a intégré nos pratiques de consommation quotidiennes, au point de devenir un repère familier dans les rayons des supermarchés. Mais comment expliquer qu'un simple outil graphique ait pu s'imposer à ce niveau dans l'univers alimentaire, au point d'influencer les choix des consommateurs et les stratégies industrielles ?

Pour comprendre cette diffusion massive, il faut d'abord s'interroger sur les conditions qui ont permis à la nutrition de devenir un enjeu politique majeur, justifiant l'intervention de l'État. Cette évolution n'a rien de spontané, ni de naturel. Elle repose sur un ensemble de dynamiques historiques, scientifiques et institutionnelles qui, au fil des décennies, ont contribué à faire de l'alimentation un problème public. La reconnaissance institutionnelle de la nutrition suppose tout un travail de problématisation – défini comme le processus cognitif et normatif de définition et de qualification d'un phénomène social (Garraud, 1990) – de cadrage et de légitimation, porté par des groupes aux intérêts souvent divergents (Dubet *et al.* 2017). A ce titre, Henri Bergeron et Patrick Castel (2018) soulignent ainsi que « pour qu'une condition ou un trouble de santé, perçu par des individus, émerge dans l'espace social, puis éventuellement s'inscrive sur l'agenda public, et ainsi, pour que de condition il devienne problème social, puis problème public, il faut que des acteurs se mobilisent et fassent valoir leur cause auprès d'autres acteurs ». Dans cette lutte pour définir ce qui mérite ou non l'attention publique, Joseph Gusfield (2009) rappelle que la construction d'un problème public « implique une dimension cognitive et morale », qui engage non seulement des théories et des croyances, mais aussi des jugements moraux sur le problème et ceux qui sont jugés responsables.

L'émergence du Nutri-Score s'inscrit pleinement dans ce processus de problématisation de la nutrition. A partir des années 1970, sous l'effet de la montée de l'épidémiologie nutritionnelle,

certaines comportements alimentaires sont progressivement identifiés comme des facteurs de risque modifiables, associés à la survenue de pathologies chroniques. Cette mise en risque de l'alimentation transforme progressivement les représentations de la santé, en, déplaçant le curseur de l'intervention publique : il ne s'agit plus seulement de soigner, mais aussi d'informer et de responsabiliser les individus dans la gestion de leur propre santé. Ce glissement vers une logique préventive implique alors un changement profond de paradigme dans l'action publique. Cette première partie se propose ainsi de tracer la sociogenèse du Nutri-Score, en revenant sur les dynamiques et le contexte institutionnel qui ont rendu possible son émergence. Nous verrons d'abord comment l'alimentation et la nutrition sont progressivement devenues des enjeux de régulation publique au 20<sup>e</sup> siècle (1), puis nous analyserons le rôle de l'information et la promotion de la santé pour agir sur les comportements nutritionnels (2). Ce travail de contextualisation est indispensable pour comprendre les conditions de possibilité du Nutri-Score. Il nous permettra ainsi, de revenir en détail sur l'histoire mouvementée du logo avant d'interroger les effets sociologiques qu'il produit sur nos pratiques alimentaires (3).

Pour cela, nous mobiliserons plusieurs approches sociologiques : la sociologie de l'alimentation, la sociologie de la santé publique et la sociologie des problèmes publics. Ces grilles de lecture permettront de comprendre les conditions de possibilité du Nutri-Score, les savoirs qu'il mobilise, les normes qu'il véhicule, et les formes de pouvoir qu'il contribue à instituer.

## **1.1. Aux origines du Nutri-Score : l'institutionnalisation de la prévention en santé et la politisation de la nutrition**

### *a) De l'industrialisation à la régulation du marché : aux origines des politiques publiques de l'alimentation*

Historiquement, l'alimentation a toujours représenté un enjeu public et politique central lié à la survie des populations – principalement en temps de famines et de crises agricoles – et à la stabilité sociale qu'elle garantit (Laura, Fouilleux, 2022). Pourtant, l'idée que l'alimentation

puisse devenir un objet de régulation des conduites, dans une perspective de santé publique, est relativement récente. Et pour cause, l'alimentation a longtemps été perçue comme une affaire banale et intime, relevant des habitudes culturelles, des traditions familiales et des préférences personnelles.

Au début du 19<sup>e</sup> siècle, la logique dominante en France est celle du « *caveat emptor* », c'est-à-dire qu'il revient à l'acheteur de faire preuve de vigilance, car le vendeur ne peut être tenu responsable en cas de défaut du produit (Thévenot, 1995 ; Canu, Cochoy, 2004). Mais avec l'industrialisation de la production alimentaire et l'essor des échanges marchands au 20<sup>e</sup> siècle, l'alimentation devient progressivement un objet politique à part entière. Avant la Première Guerre mondiale, les pouvoirs publics ont pour priorité de structurer le marché, de définir les produits et de protéger la population contre les fraudes. Les premières normes ne visent donc pas à protéger la santé mais à réguler la production alimentaire et encadrer la concurrence pour garantir la loyauté des échanges (Séguy, 2010). En 1905, la loi du 1<sup>er</sup> août sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises en est une illustration emblématique : elle interdit la falsification des denrées alimentaires, encadre les procédés industriels et encourage leur standardisation (Dessaux, 2006). De manière indirecte, ces premières réglementations contribuent ainsi à faire émerger une figure nouvelle : celle du consommateur, qui passe progressivement d'agent économique à protéger, à un acteur politique porteur de droits à la fin du 20<sup>e</sup> siècle (Cardon, Plessz, Depecker, 2023). Pour Laure Séguy (2010), ces lois ont ainsi « permis dans un premier temps de légitimer l'information donnée aux consommateurs puisque de cette information est censé dépendre le bon fonctionnement du marché, c'est-à-dire la libre expression de la concurrence ».

A partir des années 1960, la régulation alimentaire évolue sous l'effet des transformations de l'offre alimentaire et l'émergence de savoirs scientifiques (Séguy, 2017). L'industrialisation de l'agroalimentaire et le développement de « produits nouveaux » modifie en profondeur la composition des régimes alimentaires (Fardet, Rock, 2020). Les aliments ultra-transformés (AUT), riches en sucres, graisses saturées, additifs et conservateurs, envahissent les rayons des

supermarchés<sup>11</sup>. Proposés à bas coûts, ces produits sont progressivement intégrés par les consommateurs dans leurs habitudes de consommation, participant à la formation de nouveaux goûts (Cohen, *et al.* 2021). Dans ce contexte, les autorités sanitaires constatent alors l'augmentation de nouvelles pathologies : les maladies « de civilisation » (maladies cardiovasculaires, cancers, diabète, etc.), qu'ils expliquent par l'industrialisation et les transformations des modes de vie (Fassin, 2004). Parallèlement, l'essor de l'hypermarché et du libre-service transforme en profondeur l'expérience d'achat : les consommateurs sont désormais laissés « seuls face aux produits qui leur sont présentés, ce qui renforce l'importance politique de l'information, de la publicité et de l'étiquetage des produits » (Cardon, Plessz, Depecker, 2023). Le recul des médiateurs dans les commerces, comme les épiciers, laisse alors place à un espace d'incertitude. Dans ce contexte, les stratégies de marketing investissent massivement le secteur agroalimentaire afin d'attirer les consommateurs face à une offre toujours plus diversifiée, mais aussi d'influencer les représentations qu'ils se font de cette « modernité » alimentaire (Chatriot, Chessel, 2006).

Cependant cette industrialisation soulève de nouvelles inquiétudes sur la nature des aliments et leurs effets potentiels sur la santé. Claude Fischler (1990) décrit ainsi les aliments modernes comme « devenus mystérieux, mal identifiés et suspects ; de plus en plus transformés, transportés, conditionnés, cellophanisés ». Il qualifie alors ces nouveaux produits d'« OCNI » : des « objets comestibles non identifiés ». Dans un environnement alimentaire de plus en plus opaque, la défiance s'installe. C'est dans ce climat de perte de repères que se développent les premières associations de défense des consommateurs. L'UFC-Que Choisir (Union fédérale des consommateurs), fondée en 1951 par André Romieu, incarne cette mobilisation (Séguy, 2017). Cette association indépendante est la première à défendre les consommateurs en France en alertant le public sur les pratiques abusives et les informations trompeuses dans le champ de la consommation. A travers leurs actions, les associations de consommateurs font ainsi émerger une nouvelle figure sociale et politique dans le débat public : celle du consommateur, reconnu progressivement comme un acteur légitime et détenteur de droits. A partir des années 1970, la

---

<sup>11</sup>, Anthony Fardet (chargé de recherche dans l'Unité de Nutrition humaine, Inrae), Edmond Rock (directeur de recherche, Inrae), *The Conversation* « Les aliments « ultra transformés » sont aussi très mauvais pour la planète », 23 juin 2020. Article disponible via l'url : <https://theconversation.com/les-aliments-ultrains-formes-sont-aussi-tres-mauvais-pour-la-planete-140869>

figure du consommateur fait son entrée sur l'agenda politique sous la présidence de Valéry Giscard d'Estaing (Chatriot, 2005). Dans un discours prononcé en 1972 à l'occasion du premier Salon international de la consommation à Paris, ce dernier, alors Ministre des Finances, déclare : « nous vivons dans une société de consommation, dit-on. C'est vrai. Mais pas encore dans une société de consommateurs. Ceux-ci sont les figurants muets d'une pièce dont ils sont pourtant censés être le personnage central. » Cette reconnaissance se traduit par la création d'un secrétariat d'État à la Consommation en 1986, confié à Christiane Scrivener. En 1978, deux lois fondatrices sont aussi adoptées sur l'information et la protection du consommateur, visant à protéger juridiquement le consommateur contre les pratiques commerciales abusives ou trompeuses mais aussi à rééquilibrer les rapports entre consommateurs et professionnels, dans un contexte de montée en puissance de la grande distribution. En 1993, l'adoption d'un Code de la Consommation s'inscrit pleinement dans cette logique : elle marque l'aboutissement d'un long processus de reconnaissance juridique et politique du consommateur, en donnant une visibilité juridique et symbolique à ce nouvel acteur. Cependant, à la fin des années 1990, une série de crises sanitaires met en lumière les limites de cette protection, essentiellement centrée sur les droits économiques et juridiques du consommateur. Désormais, l'enjeu n'est plus seulement de le protéger contre les abus commerciaux mais aussi de garantir sa sécurité sur le plan sanitaire.

*b) Crises sanitaires et montée en puissance des experts : vers une logique de prévention*

« Mieux vaut prévenir que guérir ». Largement repris dans les discours des professionnels de santé et ceux des individus, cet adage s'impose désormais comme un principe de bon sens. Le Nutri-Score en incarne d'ailleurs pleinement la logique, en intervenant en amont de la consommation alimentaire et des risques associés. Pourtant, cette approche préventive n'a pas toujours occupé une place aussi centrale dans les politiques de santé publique. Le savoir scientifique a joué un rôle moteur dans la mise à l'agenda de la question nutritionnelle.

A partir des années 1980-1990, plusieurs crises sanitaires majeures (sida, sang contaminé, encéphalopathie spongiforme bovine, hormones de croissance, etc.) mettent en lumière des défaillances de l'État, et « l'insuffisante prise en compte de problématiques sanitaires dans la définition des politiques alimentaires » (Alam, 2010). Fortement médiatisées, ces affaires créent

alors « un espace de recevabilité pour tout discours sur la santé, et plus particulièrement sur les discours appelant à la mise en œuvre d'une politique nationale nutritionnelle » (Romeyer, 2015). Face à ce climat d'incertitude, l'État n'a d'autre choix que de réaffirmer sa légitimité par le déploiement de politiques et d'outils nouveaux, fondés sur l'expertise (Fassin, 1996). Face à la demande de protection et de transparence dans les processus décisionnels (Dab, 1997), les pouvoirs publics se réorientent progressivement vers une approche préventive, fondée sur l'anticipation des risques et la gestion rationalisée des menaces sanitaires (Drucker, 2002). Cette évolution transforme en profondeur les modalités de gouvernance, en conférant une place croissante aux experts scientifiques dans la définition des priorités politiques (Bergeron, Castel, 2018).

L'idée selon laquelle les pouvoirs publics pourraient – et devraient – agir en amont des maladies liées à la « mauvaise » alimentation émerge ainsi à partir des années 1980, sous l'influence croissante de l'épidémiologie d'intervention. Cette discipline scientifique, née en Grande-Bretagne au 19<sup>e</sup> siècle, étudie la fréquence, la distribution et les principaux déterminants des problèmes de santé dans la population<sup>12</sup> et vise à évaluer l'efficacité des interventions. En France, cette science s'installe à partir des années 1930, avec les premières enquêtes nutritionnelles de la Société scientifique d'hygiène alimentaire (SSHA), portées par les physiologistes André Mayer et Lucie Randoïn. Ces enquêtes pionnières – fondées sur des pesées d'aliments au domicile des enquêtés – permettent d'élaborer les premières rations alimentaires de référence, en tenant compte des besoins physiologiques et des conditions de vie des différents groupes sociaux (Depecker, Lhuissier, 2016). A partir des années 1940, ce programme évolue sous l'influence d'experts américains de la Fondation Rockefeller, qui introduisent une dimension clinique et biologique dans les enquêtes. La création de l'Institut national d'hygiène (INH) en 1943 consacre cette nouvelle approche : il ne s'agit plus seulement d'enregistrer ce que les individus mangent, mais aussi de mesurer les effets physiologiques de leur alimentation.

---

<sup>12</sup> Définition de l'épidémiologie dans le guide « Déontologie et bonnes pratiques en épidémiologie », élaboré en 1998 sous la direction de Marcel Goldberg. Ce document a été révisé en 2007 par une unité d'épidémiologistes de l'Inserm. Consulté le 9 avril via l'url suivant : <https://host.credim.u-bordeaux.fr/dnn-adelf/Portals/0/DOCUMENTATION/Recommandations%2020-%20Version%20finale-France-Aout%202007.pdf>

Le service nutrition, dirigé par Lucie Randoïn et Jean Trémolières, croise alors les enquêtes alimentaires avec des examens médicaux standardisés et des analyses sanguines. Ce nouveau mode de raisonnement permet ainsi d'établir, pour la première fois, des corrélations statistiques entre certains modes de vie (alimentation, tabac, alcool, sédentarité) et la probabilité de développer une pathologie (Buton, 2006), dans un contexte de transition épidémiologique. Développé par Abdel Omran en 1971, ce concept désigne le passage, dans les pays développés, d'un régime sanitaire dominé par les maladies infectieuses et transmissibles, à un régime dominé par les maladies chroniques, dites « de civilisation » (diabète, cancers, maladies cardiovasculaires...). Alors que la médecine classique se concentrait sur la lutte contre les épidémies, la santé publique contemporaine s'oriente vers la gestion des styles de vie, en identifiant les comportements individuels susceptibles de produire des effets délétères à long terme.

Dans les années 1960-1970, la consolidation des statistiques biomédicales contribue à l'autonomisation de l'épidémiologie comme discipline scientifique à part entière. L'Inserm (Institut national de la santé et de la recherche médicale, ancien INH) devient le lieu principal de production de savoirs sur la santé des populations. Toutefois, ces recherches restent confinées au monde académique, sans influence sur les décisions politiques. Il faut attendre les années 1990, marquées par une succession de crises sanitaires, pour que l'épidémiologie dite « d'intervention » devienne un outil central dans la gestion des risques sanitaires (Drucker, 2002). La création du Réseau national de santé publique (RNSP) en 1992, qui deviendra l'Institut national de la veille sanitaire (InVS) en 1998, marque ce tournant. Dès lors, il ne s'agit « plus de faire confiance à des experts isolés ou à des commissions, mais de se doter d'un établissement capable de prévenir à temps les pouvoirs publics de l'émergence en cours ou probable d'un risque sanitaire et de suivre l'évolution des maladies » (Got, 2005).

Le scandale du sang contaminé joue un rôle déterminant dans cette évolution (Alam, 2010). En France, ce scandale éclate en 1991, lorsque la journaliste Anne-Marie Casteret révèle que le Centre national de transfusion sanguine (CNTS) a volontairement transfusé certains produits sanguins contaminés par le virus du VIH à des milliers d'hémophiles entre 1984 et 1985. Malgré la connaissance des risques, les autorités tardent à adopter des mesures de sécurité comme l'utilisation de tests de dépistage. Cette inaction conduit à la contamination de près de 2000

personnes, dont environ 800 sont décédées<sup>13</sup>. Pour la première fois en France, ces révélations médiatiques entraînent des poursuites judiciaires contre trois anciens ministres. Cette affaire ébranle profondément la confiance du public. Pour Aquilino Morelle (1996), conseiller de Bernard Kouchner entre 1992 et 1993, cette crise révèle les failles structurelles du monde administratif français et signe la « faillite d'un système tout entier ». La publicisation du scandale agit comme un révélateur des limites du modèle administratif en vigueur, perçu comme incapable d'anticiper et de répondre efficacement aux crises.

Au début des années 1990, cette prise de conscience est renforcée par l'arrivée, au sein du cabinet de Bernard Kouchner, d'un nouveau groupe de hauts fonctionnaires, issus des grandes écoles et des corps prestigieux de l'État. Parmi eux figurent Aquilino Morelle, Didier Tabuteau, Martin Hirsch ou encore Danièle Jourdain-Menninger. Ces conseillers, surnommés « les Kouchner Boys » par la presse, vont jouer un rôle décisif dans la formulation d'un projet de réforme structurelle du secteur de la santé publique (Adam, 2010). Très critiques à l'égard de l'administration sanitaire traditionnelle, ils s'engagent alors dans une entreprise de « légitimation d'un discours se réclamant d'un nouvel ordre de la santé publique » (Fassin, 2001), en rupture avec les logiques médicales curatives dominantes. C'est ainsi qu'ils promeuvent une nouvelle approche, fondée sur le principe de la sécurité sanitaire (Tabuteau, 2002). Dans un entretien réalisé par Thomas Alam en 2006, Didier Tabuteau explique la genèse du concept :

« On l'a inventé dans mon bureau. On a dit “voilà, il faut présenter la réforme. Ça va être une réforme de sécurité” – ça c'était clair puisque c'était ça le problème. Et là on a commencé à tourner. “Sécurité médicale”: oui, mais, il n'y a pas que les médecins en cause, l'administration a failli aussi. Et puis moi, j'ai dit “sécurité sanitaire” et à l'époque, sanitaire, c'était juste pour les toilettes et les commodités ! Et on a retenu ces deux mots, on les a mis dans le discours. Les journalistes l'ont repris un petit peu. Moi, j'ai fait un petit tour de France pour marteler la sécurité sanitaire, pour expliquer les enjeux, etc. Et puis progressivement, le terme est rentré dans le jargon du secteur » (Alam, 2010).

Ce travail sémantique constitue une étape clé dans l'institutionnalisation de la prévention. A travers des conférences, des circulaires et des prises de paroles publiques, les réformateurs entreprennent un travail de pédagogie et de propagande en imposant un vocabulaire, des outils

---

<sup>13</sup> INA, “1991-1993 : l'affaire du sang contaminé”, publié le 07/02/2009, consulté le 12/04/2025, disponible via l'url suivant : <https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/1991-2003-l-affaire-du-sang-contamine>

et des indicateurs qui redéfinissent la gestion des risques. Pour Thomas Alam (2010), la sécurité sanitaire fonctionne comme un mythe d'action publique : une construction narrative qui donne du sens, de la cohérence et une légitimité à une réforme en cours. Ce changement de paradigme est juridiquement consolidé par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1998,<sup>14</sup> qui renforce la veille sanitaire, et crée de nouvelles structures d'expertise sanitaire, comme l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA). A la fin du 20<sup>e</sup> siècle, les savoirs scientifiques ne se contentent plus d'éclairer l'action publique : ils contribuent activement à définir les problèmes, à cadrer les réponses et à justifier l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine de la santé (Bergeron, Castel, 2018), jouant ainsi un rôle déterminant dans l'institutionnalisation de la prévention.

*c) Au fondement de la prévention en santé publique : l'idéologie du risque*

La reconfiguration de l'action publique autour de la sécurité sanitaire est indissociable de la montée en puissance d'un concept central – sinon fondateur – de la prévention contemporaine : celui de *risque*. A partir des années 1990, la veille sanitaire se développe progressivement dans une logique d'anticipation des menaces, fondée sur l'identification en amont des facteurs susceptibles d'induire le développement de pathologies chroniques. Cette notion, issue du lexique de l'épidémiologie est essentielle pour comprendre comment une activité privée et ordinaire peut être progressivement redéfinie comme un enjeu de santé publique nécessitant une intervention étatique. Comme l'a montré, François Ewald (1986), la notion de risque ne décrit pas une réalité en soi, mais constitue une construction sociale et cognitive : « le risque ne sert pas seulement à penser ce qui serait, en soi, des accidents ; c'est plutôt parce que certains événements sont pensés comme des risques qu'ils deviennent des accidents ». Si rien n'est un risque en soi, tout peut donc le devenir. La recherche épidémiologique joue un rôle central dans ce processus. En mobilisant des outils statistiques et des dispositifs de surveillance à grande échelle, elle établit des corrélations objectivées entre certains styles de vie et l'apparition de pathologies, qui permettent de « mettre au jour un ensemble de « facteurs de risque » pour des troubles ou des pathologies, composées de comportements et de conduites (consommation de

---

<sup>14</sup> Loi n° 98-535 du 1 juillet 1998 relative au renforcement de la veille sanitaire et du contrôle de la sécurité sanitaire des produits destinés à l'homme, disponible à : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000573437/>, consultée le 14 avril 2015.

tabac, d'alcool, usage de drogue, « mauvaise » alimentation, « manque » d'activité physique, etc.) » (Bergeron, Castel, 2018).

Ce déplacement épistémologique transforme en profondeur les logiques d'intervention. La santé publique contemporaine repose désormais sur une « médecine de surveillance » (Armstrong, 1995), visant à modifier les comportements avant même l'apparition de symptômes. Les habitudes alimentaires, les pratiques sportives et les styles de vie sont alors appréhendées comme des « conduites à risque », objets légitimes de réforme publique. Dans ce contexte, la notion de risque s'impose progressivement comme une ressource cognitive au cœur des politiques de santé publique, qui structure la manière dont les problèmes sont construits et traités (Berlivet, 2000). L'État ne se contente plus de protéger les citoyens contre des menaces extérieures : il cherche à transformer leurs conduites, au nom de leur intérêt futur. Dans cette nouvelle vision, « l'individu est ainsi promu acteur de sa propre santé, décideur autonome auquel il incombe, une fois qu'il aura été convenablement informé par les actions de prévention, de prendre soin de son « capital santé » et de gérer les risques qui menacent son bien-être » (Peretti-Wattel, Moatti, 2009). Cette approche consacre l'idée que la santé est aujourd'hui une valeur et que chacun est, pour une part, acteur de sa propre santé, et donc responsable des risques qu'il prend. Dans cette perspective, la santé est conçue non seulement comme un état à préserver, mais aussi comme un idéal à atteindre et à entretenir dans toutes les sphères de la vie. Pour Lynn Abou Jaoudé (2024), cette forme de « santéisme » est ainsi devenue une véritable « idéologie morale de l'hygiène de vie », dans le sens où la santé est avant tout considérée comme une responsabilité individuelle qui implique tout un ensemble de devoirs tels que le fait de manger sainement, de faire du sport ou d'éviter les excès.

C'est dans cette conception élargie de la santé publique que la nutrition émerge comme un levier central du bien-être individuel et collectif. Bien se nourrir permet à la fois d'entretenir son capital physiologique et d'affirmer sa valeur personnelle. La conformité aux normes de beauté et préventives devient ainsi le signe d'une maîtrise de soi : « de même que l'éthique protestante incitait les calvinistes à rechercher la réussite professionnelle non pour elle-même mais comme un signe de leur élection, la conformation aux normes préventives est aussi une manière de démontrer sa capacité à diriger sa vie et garder le contrôle » (Peretti-Wattel, Moatti, 2009). Dans ce contexte, les politiques de santé publique modernes promeuvent une vision

positive de la santé, qui repose sur une forme de *self-empowerment* (encapabilisation), en valorisant la capacité des individus à prendre en main leur santé (Fassin, 2000). Cette orientation transforme en profondeur les dispositifs de prévention, qui cherchent davantage à éduquer, informer et inciter les citoyens à faire des choix éclairés. En rendant visibles les recommandations scientifiques et en facilitant l'adoption de « bons comportements » via des dispositifs pédagogiques et informatifs (Bossy, 2010), la nutrition devient un objet stratégique majeur des politiques contemporaines. Depuis la fin du 20<sup>e</sup> siècle, l'institutionnalisation de la santé, promue comme une nouvelle valeur dans les discours publics, participe ainsi à un glissement vers la médicalisation de l'alimentation (Poulain, 2002), défini comme « le processus pendant lequel des problèmes non médicaux deviennent définis et traités en tant que problèmes médicaux, généralement au sujet des maladies » (Conrad, 1992). La nourriture, qui était principalement perçue comme une source de plaisir, de culture et de sociabilité, est de plus en plus abordée sous l'angle de la santé, du risque et de la prévention médicale. Celle-ci devient notamment l'objet de nombreux discours médicaux, scientifiques et politiques, associés à des recommandations, des normes et des connaissances nutritionnelles, largement diffusées à travers les médias.

#### *d) La politisation de la nutrition en Europe et en France*

La question nutritionnelle fait son entrée dans l'agenda politique européen à la fin des années 1980, bien avant que l'obésité ne devienne un problème public médiatisé. Cette thématique apparaît d'abord dans les premières stratégies de lutte contre le cancer, dans un plan d'action du Conseil européen de 1986, visant à améliorer la nutrition pour prévenir les risques de cette maladie (Séguy, 2010). En 1999, la directive 90/496/CEE<sup>15</sup> impose que l'étiquetage nutritionnel figure dès lors qu'une allégation de santé est apposée sur l'emballage des denrées alimentaires – le tableau des valeurs nutritionnelles, tel qu'on le connaît aujourd'hui, trouve ses origines dans cette mesure. Cette même année, le Conseil étend le champ de la nutrition à la prévention d'autres pathologies, en insistant sur la nécessité d'informer les citoyens plus efficacement « pour leur permettre d'opérer, dans le cadre de leur mode de vie, les choix nécessaires en vue

---

<sup>15</sup>Journal Officiel du Conseil européen, directive n°90/496/CEE, consultée le 16 avril 2025, disponible via l'url suivant : <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1990/496/oj/eng>

d'une alimentation appropriée et adaptée aux besoins de chacun »<sup>16</sup>. A ce titre, l'année 1994 est proclamée « année européenne de la nutrition ». Laura Séguy (2010) constate ainsi que, dans les années 1990, « l'information nutritionnelle devient non seulement un élément d'harmonisation du marché commun mais également un élément central des politiques, en voie d'autonomisation, de prévention en santé publique et de protection des consommateurs ».

Au début des années 2000, l'augmentation préoccupante du surpoids et de l'obésité alerte les institutions européennes. La progression de ces maladies, souvent liées aux modes de vie (alimentation déséquilibrée, sédentarité, tabagisme...), engendre des coûts croissants sur les systèmes de santé. Dans ce contexte, la prévention apparaît alors comme une alternative au modèle du « tout hospitalier », plus soutenable à long terme que la seule réponse curative. En janvier 2001, le Conseil de l'Union européenne appelle ainsi les États à inscrire la nutrition au cœur des politiques de santé publique.

En France, deux figures scientifiques jouent un rôle central dans la construction du « problème nutritionnel » à la fin des années 1990 : Serge Hercberg, médecin nutritionniste et épidémiologiste, et Arnaud Basdevant, endocrinologue spécialiste de l'obésité. Depuis 1991, S. Hercberg dirige plusieurs enquêtes nationales au sein de l'unité de recherche épidémiologie nutritionnelle (Inserm/Inra/CNAM/Paris 13) – qu'il dirige de 1991 à 2019 – et de l'unité de surveillance et d'épidémiologie nutritionnelle. Il est notamment à l'origine de l'étude SUVIMAX (Supplémentation en vitamines et minéraux antioxydants), réalisée entre 1994 et 2002, et qui analyse les effets d'une association de vitamines et de minéraux antioxydants sur la survenue de cancers et de maladies cardiovasculaires. Cette étude est financée à la fois par des acteurs privés (majoritairement issus des industries agro-alimentaires) et des acteurs publics (agences sanitaires, universités, ministères, instituts de recherches comme l'Inserm) et met en évidence les vertus bénéfiques d'une alimentation riche en fruits et en légumes, source de vitamines et antioxydants. Les conclusions serviront ainsi de base à la célèbre recommandation : « manger 5 fruits et légumes par jour » (Hercberg, 1998).

---

<sup>16</sup> Journal Officiel du Conseil européen, directive n° C329, 31/12/1990, consultée le 16 avril 2025, disponible via l'url suivant : [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=oj:JOC\\_1990\\_329\\_R](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=oj:JOC_1990_329_R)

Arnaud Basdevant, quant à lui, est chef de service en nutrition à la Pitié-Salpêtrière à Paris et directeur du Centre de recherches et d'études sur l'obésité. Dès 1977, il réalise avec la chercheuse en épidémiologie Marie-Aline Charles la première grande enquête statistique sur l'obésité en France, l'étude ObEpi-Roche. Malgré leurs parcours distincts, S. Hercberg et A. Basdevant partagent le même objectif : inscrire durablement la nutrition à l'agenda de la santé publique. En 1998, ils remettent un rapport programmatique à la Direction générale de la santé (DSG), appelant à la « création d'une politique nutritionnelle de santé publique en France » (Hercberg, 1999). Par ce travail, ils incarnent pleinement la figure d'entrepreneurs institutionnels, en mobilisant leur légitimité scientifique pour institutionnaliser un enjeu alors encore marginal (Romeyer, 2015). Ce premier jalon marque le début d'un processus de cadrage et de légitimation qui permettra, quelques années plus tard, le lancement du Programme national nutrition santé (PNNS).

Le contexte institutionnel joue un rôle déterminant dans la réception de ces propositions. Selon Myra Marx Ferree (2003), la réussite d'un cadrage dépend en effet de sa capacité à s'inscrire dans un contexte institutionnel favorable. Ainsi, certains cadrages ont davantage de chance d'être entendus et acceptés parce qu'ils entrent en résonance avec ce qu'elle appelle une « structure d'opportunité discursive ». C'est précisément ce qui se joue à l'occasion de la présidence française de l'Union européenne au second semestre 2000. A ce moment, les autorités cherchent un thème de politique publique susceptible de donner une visibilité à la France sur la scène européenne. Joël Ménard, directeur général de la Santé, propose alors de faire de l'alimentation-santé un thème prioritaire de l'agenda européen (Bouabal, 2018). Ce choix repose autant sur son intérêt personnel – il est médecin spécialiste de l'hypertension – que sur un contexte politique et sanitaire favorable : les crises alimentaires des années 1990 et la diffusion croissante des discours sur les risques liés à l'alimentation, largement relayés dans les médias, ont créé un terrain particulièrement propice à l'émergence de la nutrition dans le débat public (Romeyer, 2015). En 1999, J. Ménard réunit trois experts pour élaborer des propositions concrètes : S. Hercberg, A. Basdevant, et Ambroise Martin, professeur de nutrition et membre de plusieurs instances d'expertise nationales.

En mars 1999, leurs travaux donnent lieu à un nouveau rapport intitulé *Des objectifs pour une politique nutritionnelle de santé publique*, qui insiste notamment sur la nécessité de disposer de

données fiables sur l'état nutritionnel de la population (Bouabal, 2018). A la suite de ce rapport, le secrétaire d'État à la Santé et à l'Action sociale, Bernard Kouchner, et la Ministre de l'Emploi et de la Solidarité, Martine Aubry, saisissent le Haut Comité de la Santé Publique (HCSP) pour produire une expertise sur l'état des connaissances actuelles. Le groupe de travail, composé de représentants des ministères, d'agences sanitaires, de chercheurs et de professionnels, remet un rapport d'expertise coordonné par Serge Herberg et Anne Tallec. Celui-ci comporte deux volets : le premier, intitulé *Constat et enjeux*, dresse un état des lieux des données de consommation alimentaire et du paysage institutionnel de la nutrition en France. Le second, consacré aux *Recommandations*, propose une série de mesures pour structurer une politique nutritionnelle ambitieuse. Ces dernières couvrent un large éventail d'actions, allant de la lutte contre les publicités trompeuses à la régulation de la restauration collective, en passant par le développement d'outils d'information, la formation des professionnels de santé ou encore le soutien à la recherche. A ce stade, il ne s'agit pas encore d'un plan de santé publique à proprement parler, mais les conditions de sa formalisation sont en train de se mettre en place (*Ibid*).

Ce processus s'accélère à la fin de l'année 2000, dans un contexte de crises particulièrement sensible : listéria, dioxine, seconde crise de la vache folle... ces affaires engendrent une perte de confiance du public envers les autorités. Pour y répondre, le gouvernement lance les « États Généraux de l'Alimentation », destinés à « recueillir l'information sur les perceptions du public »<sup>17</sup>. Des ateliers participatifs sont organisés dans plusieurs villes, associant citoyens, experts et professionnels du secteur. En parallèle, une vaste enquête d'opinion menée par Ipsos révèle une forte demande d'information de la part des Français. Pour les pouvoirs publics, cette crise de confiance devient un signal fort : il ne suffit plus de garantir la sécurité des aliments, il faut aussi répondre à une inquiétude plus diffuse, liée à une perception décalée entre les risques réels et les peurs ressenties. Lors de la clôture des États Généraux de l'Alimentation en décembre 2000, le Premier ministre Lionel Jospin souligne l'importance de l'information : « pour bien manger, il faut être bien informé ». Il conclut alors en annonçant le lancement officiel du premier

---

<sup>17</sup> *États généraux de l'alimentation, que voulons-nous manger ?* Mission d'animation des Agrosociences, INRA, Toulouse.

Programme national nutrition santé dès janvier 2001. En s'appuyant sur les travaux de S. Hercberg et A. Basdevant, L. Jospin pose ainsi les fondations politiques du plan :

« Chaque individu doit rester libre de ses choix alimentaires. Se nourrir, en effet, ce n'est pas seulement répondre à un besoin biologique, c'est aussi traduire une identité culturelle, sociale, affective. Cependant, le choix des produits consommés comme le comportement alimentaire global des Français doivent être éclairés par une information scientifiquement valide, accessible à tous, contrôlée et indépendante. Ainsi, les habitudes alimentaires pourront être orientées de façon à promouvoir les facteurs de protection à l'égard des maladies chroniques et à réduire l'exposition aux facteurs de risque. »<sup>18</sup>

La rédaction du plan est confiée à la Secrétaire d'État à la Santé, Dominique Gillot, chargée de le finaliser en un mois. Le rapport final, d'une quarantaine de pages, pose les bases de la première politique nutritionnelle nationale, dont l'objectif est d'« améliorer l'état de santé de la population en agissant sur l'un de ses principaux déterminants : la nutrition » (PNNS 2001-2005). En réalité, il s'agit surtout de changer les représentations de l'alimentation en responsabilisant les individus dans leurs pratiques quotidiennes (Ollivier-Yaniv, Rinn, 2009). Pour cela, le premier PNNS fixe « neuf objectifs nutritionnels », qui peuvent être divisés en trois catégories (Barraud de Lagerie, Pilmis, 2016). D'abord, *les objectifs relatifs à la consommation* visent à augmenter la consommation de fruits et légumes, ainsi qu'à réduire les apports en graisses saturées, en sucres simples et en alcool. Ensuite, *les objectifs en termes de résultats sur la santé publique* visent à réduire la prévalence de l'obésité, du cholestérol et de l'hypertension. Enfin, *les objectifs relatifs au mode de vie* visent à augmenter la pratique de l'activité physique au quotidien. Ce plan repose aussi sur six « principes généraux », inspirés du discours de L. Jospin, valorisant la liberté de choix, le plaisir, la diversité alimentaire et la « triple dimension biologique, symbolique et sociale de l'acte alimentaire ». Enfin, le plan se décline en six axes stratégiques (**encadré 1**), qui servent chacun de cadre normatif pour la mise en œuvre d'actions concrètes (Bouabal, 2018).

**Encadré 1:** « Six axes stratégiques », PNNS 2001-2006 (p10)

1. Informer et orienter les consommateurs vers des choix alimentaires et un état nutritionnel satisfaisant. Éduquer les jeunes et créer un environnement favorable à une consommation alimentaire et un état nutritionnel satisfaisant
---

<sup>18</sup> Ibid

2. Prévenir, dépister et prendre en charge les troubles nutritionnels dans le système de soins
3. Impliquer les industriels de l'agro-alimentaire et la restauration collective ainsi que les consommateurs au travers des associations de consommateurs et de leurs structures techniques
4. Mettre en place des systèmes de surveillance alimentaire et nutritionnelle de la population
5. Développer la recherche en nutrition humaine : recherches épidémiologiques, comportementales et cliniques
6. Engager des mesures et actions de santé publique complémentaires destinées à des groupes spécifiques de population

L'approche de la nutrition se veut avant tout positive : il s'agit de promouvoir les spécificités du modèle alimentaire français – diversité, modération, convivialité, plaisir – tout en mettant l'accent sur la dimension nutritionnelle de l'alimentation. Pour atteindre ses objectifs, le PNNS mobilise plusieurs instruments de communication publique : campagnes d'information, outils pédagogiques, soutien à la recherche, formation, mais aussi partenariats avec des institutions éducatives, médicales et agroalimentaires. Ces instruments visent à orienter les comportements alimentaires sans coercition, en renforçant les capacités de jugement des citoyens. Dans ce contexte, les PNNS participent ainsi au processus de « nutritionnalisation » de l'alimentation (Poulain, 2009), c'est-à-dire le processus par lequel les aliments sont de plus en plus pensés et catégorisés en fonction de leurs propriétés nutritionnelles (apports en sucres, graisses, fibres, protéines, vitamines, etc.), plutôt que sur leurs dimensions sociales ou symboliques – comme le plaisir, la culture, les pratiques sociales, etc. (Poulain 2009, 2012 ; Tibère, Rochedy, Sarrat, 2018; Lecerf, 2022).

## **1.2. Informer et éduquer : la promotion de la santé à l'origine du Nutri-Score**

L'ambition de changer les comportements individuels est au cœur du principe même du gouvernement (Bouabal, 2018). Michel Foucault (1975) montre que le gouvernement des conduites constitue un aspect central de l'exercice du pouvoir dans les États modernes. Ce pouvoir ne s'exerce pas uniquement par la loi ou la contrainte, mais s'incarne aussi à travers la mise en œuvre de dispositifs disciplinaires et de sécurité, qui visent à encadrer la population de manière diffuse et continue. Ces formes de régulation des corps et de contrôle biopolitique s'inscrivent ainsi au cœur de ce que Foucault nomme le biopouvoir, qu'il définit comme

« l'ensemble des mécanismes par lesquels ce qui, dans l'espèce humaine, constitue ses traits biologiques fondamentaux va pouvoir entrer à l'intérieur [...] d'une stratégie générale de pouvoir, autrement dit comment la société, les sociétés occidentales modernes [...] ont repris en compte le fait biologique fondamental que l'être humain constitue une espèce humaine » (Foucault, 2004).

Les instruments de gouvernement des conduites sont nombreux (Padioleau, 1997). Certains sont incitatifs et non contraignants, comme les campagnes d'information et de « persuasion sociale » (*ibid*), l'éducation pour la santé, les incitations financières à consommer des produits jugés favorables pour préserver la santé ou encore le dépistage précoce. D'autres relèvent de la régulation plus stricte, par des normes juridiques ou réglementaires, en particulier lorsque les comportements sont considérés comme « à risque » et imposent déjà le respect de règles précises. Dans ce cas, il s'agit alors de réguler « l'offre et la distribution du bien en question par l'obligation de respecter des standards de qualité fixés, par l'imposition de restrictions des opérations publicitaires et promotionnelles, de limitation de la distribution du bien considéré (dans les écoles par exemple), par l'interdiction de vente aux mineurs, par l'obligation de mentions informatives et de messages de prévention sur les produits ou dans les publicités, etc. » (Bergeron, Castel, 2018). Enfin, certaines mesures relèvent de champ de la régulation économique, en s'appuyant sur des instruments fiscaux tels que les taxes, subventions ou primes. C'est le cas, par exemple, de la taxe sur les boissons sucrées, dite « taxe soda », introduite en 2012 et récemment renforcée dans le cadre du projet de loi de financement de la Sécurité Sociale (PLFSS 2025) en France. Cette mesure vise à réduire la consommation de sucres ajoutés en rendant ces produits moins attractifs économiquement, tout en incitant les industriels à reformuler leurs recettes pour diminuer la teneur en sucre.

Au début du 21<sup>e</sup> siècle, les politiques de santé publique prennent une dimension nouvelle. Dans le prolongement des approches épidémiologiques, la santé publique moderne tend à faire du risque une catégorie cognitive routinière (Berlivet, 2000), qui transforme progressivement les outils de gouvernement des populations. Face à la progression des maladies chroniques, la prévention repose désormais sur une participation active et volontaire des individus, appelés à adopter des conduites « favorables à la santé » (Moore, Fraser, 2006). Pour inciter les individus à aller en ce sens, les pouvoirs publics cherchent désormais moins à agir sur l'offre que de

modifier les comportements en amont, en jouant sur les perceptions, les habitudes et les représentations des citoyens. Dans ce contexte, les politiques de santé publique font de l'information, la communication et l'éducation les piliers de leur stratégie pour diffuser des règles « bonne conduite » et optimiser la santé de la population (Bergeron, Castel, 2018). Le 9 août 2004, la loi « relative à la santé publique » vient consacrer cette évolution en inscrivant la prévention au centre des priorités de la santé publique (Bergeron, Nathanson, 2014). Elle affirme également de manière claire les compétences de l'État dans ce domaine, marquant ainsi un tournant institutionnel majeur (Morelle, Tabuteau, 2010). La prévention passe alors par la diffusion de messages et de connaissances dans les médias, à la télévision et dans les campagnes d'éducation à la santé, censés orienter les choix individuels vers des pratiques jugées saines (Boutaud *et al.* 2024). Pour élaborer ces campagnes, les pouvoirs publics s'appuient de plus en plus sur les apports des sciences humaines et sociales ainsi que sur les recherches issues des sciences cognitives, qui permettent d'affiner la compréhension des mécanismes de décision et des leviers d'action sur les comportements (Borraz, Guiraudon, 2010 ; Dubuisson-Quellier, 2016 ; Granier, 2017). Ces savoirs, intégrés dans les dispositifs de communication sanitaire, participent à la production de messages plus ciblés, plus efficaces et potentiellement plus acceptables (Armstrong, 2009).

*a) De l'éducation sanitaire à l'éducation nutritionnelle : les prémices du Nutri-Score*

L'intervention publique sur les comportements et les modes de vie s'ancre dans une longue histoire (Bourdelaïs, 2001). Dès la fin du 18<sup>e</sup> siècle, l'État français commence à se préoccuper de l'état sanitaire de sa population, non plus seulement pour protéger les individus, mais pour préserver les forces productives et militaires de la nation, mises à mal par la défaite militaire de 1870 et les épidémies de tuberculose (Murard, Zylberman, 1996 ; Galluzzo, Gorge, 2020). Cette logique est notamment incarnée par le développement de l'hygiénisme, qui s'impose au 19<sup>e</sup> siècle comme un vaste projet de rationalisation des corps, visant à prévenir les maladies en s'attaquant à leur environnement de propagation : l'eau, l'air, les logements, les comportements. L'institutionnalisation de ce mouvement passe alors par la diffusion de normes corporelles, de prescriptions comportementales et de dispositifs de contrôle, collectivement construits par un ensemble d'entrepreneurs institutionnels tels que l'État, les médecins hygiénistes, l'école, la

presse et plus tard les entreprises (Galluzzo, Gorge, 2020). Sous la Troisième République, l'école républicaine devient un acteur clé dans l'apprentissage de la propreté : on y enseigne les bases de l'hygiène et la pratique de la gymnastique est valorisée comme un moyen de renforcer les corps (Guillaume, 2005 ; Parayre, 2011), notamment à travers des supports pédagogiques (affiches, chansons, films) incitant à se laver régulièrement, à se brosser les dents, ou à ne pas cracher par terre (Csergo, 1988 ; Galluzzo, Gorge, 2020). L'hygiène devient à la fois une obligation sanitaire et une exigence morale. Le non-respect des normes d'hygiène expose à des humiliations publiques, notamment à l'école où les enfants peuvent être renvoyés pour manque de propreté (Csergo, 1988). La saleté devient un stigmate, tandis que la propreté est associée à la santé, au succès social et à la réussite amoureuse. A partir des années 1930, la publicité vient renforcer ce travail normatif, en diffusant des représentations idéalisées de la propreté et en valorisant de nouveaux produits d'hygiène comme les savons ou le dentifrice. Cette dimension symbolique, fondée sur la valorisation de la norme et la peur du rejet social, participe à la légitimation des nouvelles pratiques (Moisander, Hirsto, Fahy, 2016).

Mais à partir des années 1970, les discours hygiénistes sont de plus en plus contestés pour leur tonalité moralisatrice, culpabilisante et très stigmatisante (Berlivet, Castel, 2018). Ce tournant marque alors l'émergence d'une nouvelle approche : l'éducation *sanitaire*, centrée sur la norme et la contrainte, cède peu à peu la place à une forme d'éducation *pour la santé*, « capable d'aider les individus à trouver eux-mêmes les ressources pour prendre en charge leur santé et transformer leurs comportements aux conséquences délétères » (*Ibid*). De ce point de vue, Hélène Gorge et Anthony Galluzzo (2020), observent ainsi une évolution des représentations dans les publicités sur l'hygiène : « plutôt que de stigmatiser les déviants, les annonces vont dès lors valoriser la conformité à la norme, en mettant en scène la félicité, le bonheur permis par le produit ».

Cette inflexion se traduit par la création du Comité Français d'Éducation pour la Santé (CFES) en 1972, puis par les premières campagnes de prévention contre le tabagisme lancées à partir de 1976, sous l'impulsion de Simone Veil. Cette orientation s'inscrit notamment dans une double dynamique : d'un côté, la montée des « maladies nutritionnelles » (Lantham, 2001) et des dépenses de santé pousse les gouvernements à envisager la prévention comme un levier d'action plus soutenable économiquement (Jobert, 1981). De l'autre, l'implication de Simone Veil dans

la lutte contre le tabagisme contribue à donner un poids politique à l'éducation pour la santé. En 1975, la ministre de la Santé est alertée par un rapport de la Commission du cancer, qui pointe du doigt la hausse continue des cancers du poumon et la responsabilité du tabagisme dans cette progression. Largement exposée dans la controverse sur l'avortement, Simone Veil voit alors dans ce « problème public » en pleine construction une opportunité de se repositionner dans le débat public, à travers une cause plus consensuelle (Fassin, 2004). En janvier 1976, la loi Veil encadre strictement la publicité pour les produits du tabac et interdit de fumer dans certains lieux publics. Ce texte s'accompagne de mesures inédites : pour la première fois en France, de vastes campagnes d'information grand public sur les dangers du tabac sont alors diffusées à la télévision, posant ainsi les bases d'une nouvelle communication de santé, fondée sur l'éducation et l'information des citoyens.

En parallèle de cette évolution, une autre forme d'intervention éducative se consolide progressivement dans les années 1980 : l'éducation nutritionnelle. Selon son théoricien, François Baudier, l'éducation nutritionnelle désigne un champ d'action en santé publique qui vise à améliorer les comportements alimentaires en développant à la fois les connaissances, les compétences pratiques et le sens critique des individus à propos de leur alimentation (Baudier *et al*, 1992). Cela se traduit notamment par la mise en place d'ateliers pédagogiques, de jeux destinés aux enfants, de cours de cuisine ou de dégustation. L'éducation nutritionnelle ne cherche pas à imposer des règles strictes, mais à créer les conditions pour que chacun puisse faire des choix éclairés, adaptés à son environnement, à ses ressources et à ses habitudes. De ce point de vue, Camille Boubal souligne ainsi que « cette éducation ne repose pas seulement sur la transmission de connaissances des aliments mais sur l'acquisition d'un savoir-faire, par la découverte sensorielle des aliments et la cuisine ». En France, cette approche a été progressivement conceptualisée à partir des années 1980, sous l'influence des travaux de François Baudier, médecin formé au Québec. En 1982, celui-ci crée le premier Comité départemental d'éducation pour la santé (CODES) dans le Doubs, qui devient rapidement un laboratoire d'innovation en matière de prévention. Selon le médecin, la nutrition présente l'avantage, par rapport à des thématiques comme le tabac ou l'alcool, de permettre une approche de l'éducation à la santé moins médicalisée et plus accessible. Sous sa direction, le comité conçoit ainsi des outils pédagogiques tels que des campagnes d'affichage, des interventions de

professionnels de santé, ou encore des kits pédagogiques, qui s'adressent à un large public, notamment dans les écoles. François Baudier défend une vision de l'éducation nutritionnelle comme un travail collectif, qui mobilise autant les cuisiniers que les enseignants ou les infirmières scolaires. Il milite pour une approche à la fois ludique et sensorielle, centrée sur la découverte des aliments et la pratique de la cuisine, dans l'idée que le plaisir alimentaire est compatible avec la santé.

En janvier 2001, le lancement du premier PNNS consacre pleinement cette nouvelle approche, en se fixant pour première mission d'« informer, éduquer, orienter », tout en respectant l'idée que l'acte alimentaire est aussi « un moment de plaisir revendiqué » (PNNS 2001-2005). Pour justifier ce discours, les autorités sanitaires s'appuient notamment sur les travaux du sociologue Claude Fischler, qui parle de « cacophonie diététique » pour décrire la confusion des consommateurs contemporains, dans un environnement saturé d'informations contradictoires depuis les crises alimentaires des années 1990. Cette situation, aggravée par les médias, alimente ainsi un climat croissant d'anxiété alimentaire (Apfelbaum, 1998), que le premier PNNS entend clarifier. Dans sa préface, Bernard Kouchner présente ainsi ce plan comme un rempart contre les idées reçues et un moyen de restaurer la confiance des consommateurs contemporains :

« La rumeur gronde, inquiète, sur les marchés et derrière les caddies : que pouvons-nous encore manger ? (...) Face à cette situation, les Français sont en droit d'attendre de l'ensemble des acteurs concernés transparence, initiative, continuité et cohérence ».

Le fondement de l'action publique repose ainsi sur l'idée que le consommateur, bien informé, peut adopter un comportement alimentaire plus sain. Dans ce contexte, l'éducation nutritionnelle devient un pilier des politiques de prévention en santé publique. Pour faire la « promotion du bien manger », les institutions déploient tout un ensemble de « dispositifs symboliques afin d'informer, d'inciter ou d'avertir les individus et de les amener à rendre leurs comportements conformes aux normes ainsi fabriquées » (Ollivier-Yaniv, 2018). Cela passe notamment par la production de guides nutritionnels destinés au grand public et aux professionnels de santé, le développement de supports pédagogiques, l'organisation de campagnes de communication nationales, ou encore la mise en place d'outils de formation pour accompagner les relais institutionnels dans la diffusion des repères alimentaires (PNNS 2001-

2005). La cantine scolaire est aussi pensée comme un véritable levier éducatif dans le cadre de ce programme, considérée comme un environnement idéal pour mettre en pratique les recommandations nutritionnelles. Le PNNS insiste en effet sur la nécessité d’agir concrètement dans les établissements scolaires pour « faire prendre de bonnes habitudes alimentaires dès le plus jeune âge » (*ibid*). Dans cette perspective, Marie Berthoud (2020) remarque que la cantine est ainsi devenue un « outil éducatif par lequel les enfants apprennent les règles nutritionnelles et expérimentent la « bonne » nutrition ». En outre, le plan prévoit également la création d’un logo officiel de communication, destiné à distinguer les actions conformes à ses recommandations dans la grande distribution, ainsi qu’un guide nutritionnel, conçu comme un outil d’aide à la décision pour orienter les choix alimentaires. Ensemble, ces deux instruments visent ainsi à renforcer la lisibilité des messages de santé et à fournir au public des repères clairs, accessibles et scientifiquement fondés. Même s’il est encore loin du Nutri-Score, ce projet amorce ainsi une réflexion sur la lisibilité des repères nutritionnels, qui ouvrira, plus d’une décennie plus tard, la voie à l’apparition d’un logo directement apposé sur les emballages. Enfin, le PNNS sert également de cadre juridique à l’élaboration de nouvelles normes, telles que la loi du 28 février 2007<sup>19</sup>, qui exige que les industriels apposent un message sanitaire dans les publicités en faveur de boissons sucrées ou de produits alimentaires manufacturés. Ainsi, il n’est plus possible d’ignorer aujourd’hui que pour être en bonne santé, mieux vaut éviter « de manger trop gras, trop sucré et trop salé », ou « de grignoter entre les repas », et qu’il est important de « pratiquer une activité physique régulière ». Par ailleurs, le PNNS 2006-2010 cherche également à agir sur la production alimentaire dans une logique de co-régulation, en incitant les industriels agroalimentaires à s’engager volontairement dans l’amélioration de la qualité nutritionnelle de leurs produits. Pour cela, les pouvoirs publics mettent en place des *chartes d’engagement volontaire de progrès nutritionnel*, qui définissent des objectifs de réduction de la teneur en sucre, en sel ou en graisse dans certaines gammes de produits alimentaires pour les rendre conformes aux objectifs de santé publique. Ce mode de régulation repose sur l’idée que les entreprises peuvent être des actrices de la santé publique si elles sont correctement incitées et valorisées. Cependant, les études d’impact sur ce dispositif révèle un bilan mitigé : malgré leur participation formelle aux chartes de reformulation nutritionnelle, les industriels se

---

<sup>19</sup>Article L. 2133-1 du Code de la santé publique, disponible via l’url : [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000041466290/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000041466290/), consulté le 24 avril 2025

montrent souvent réticents à transformer en profondeur leurs pratiques. En effet, une étude publiée en 2016 par l'OQALI – l'Observatoire de la qualité de l'alimentation – montre que les produits ayant fait l'objet d'une modification dans le cadre de la charte étaient, pour la plupart, moins bien positionnés du point de vue nutritionnel que les autres produits de leur catégorie. L'un des arguments fréquemment avancés par les industriels est notamment la difficulté à modifier la composition des produits sans altérer leurs propriétés organoleptiques (goût, texture, aspect visuel, odeur), des qualités qui rendent les produits plus attractifs. Dans ce contexte, certains industriels préfèrent introduire de nouveaux produits « allégés » à côté de leurs gammes classiques, plutôt que de réformer directement leurs références phares (Barraud de Lagerie, Pilmis, 2016). Cette stratégie de double offre permet ainsi de répondre aux attentes de santé publique tout en préservant les parts de marché.

Depuis 2002, la réalisation des PNNS est confiée à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES), héritier direct du CFES. L'INPES est créé dans un contexte de redéfinition du rôle de l'État en matière de prévention, dans le sillage des grandes crises sanitaires des années 1990. Placé sous la tutelle du ministère de la Santé, cet établissement public administratif bénéficie de moyens considérablement renforcés, avec un budget annuel d'environ 100 millions d'euros et une équipe spécialisée en nutrition. Considérée comme le « bras armé » du ministère (Tabuteau, 2010), cet institut incarne ainsi la volonté « d'affirmer la prévention comme priorité d'État, historiquement critiqué pour guérir plus que prévenir » (Boubal, 2018). Ses missions, inscrites dans le code de la santé publique<sup>20</sup>, couvrent un large spectre : il s'agit notamment de mettre en œuvre les programmes de santé publique, fournir une expertise en matière de prévention et de promotion de la santé, développer l'éducation pour la santé sur l'ensemble du territoire ou encore de concevoir des programmes de formation à l'éducation à la santé. Pour renforcer l'efficacité de ses actions, l'INPES s'appuie de manière croissante sur les apports des sciences humaines et sociales, qui deviennent des ressources clés dans la conception des politiques de prévention.

---

<sup>20</sup> Article L1417-1 du Code de la santé publique.

b) *Le marketing social et les sciences comportementales au service de la santé publique*

Au début du 21<sup>e</sup> siècle, les politiques d'éducation nutritionnelle se développent dans le cadre d'une tension constante « entre la croyance en une indispensable liberté des individus et la nécessité de prendre en compte les possibles effets néfastes de l'alimentation en tant que problème public » (Cardon, Depecker, Plessz, 2023). Si la promotion de la santé a pour ambition d'encourager les individus à adopter des comportements jugés plus « sains », tout l'enjeu réside alors dans la capacité à formuler des recommandations suffisamment claires et incitatives tout en laissant aux citoyens une réelle marge de décision. Il s'agit de guider sans contraindre, d'influencer sans imposer, en maintenant l'équilibre délicat entre intervention publique et respect du libre arbitre. C'est dans cette optique que se développent, au tournant des années 2000, de nouvelles approches inspirées des neurosciences et de la psychologie sociale : le marketing social et, plus récemment, le *nudge*. David Armstrong (2009) constate en effet que « le « changement comportemental » est devenu le Graal de la médecine, en ce que les chercheurs explorent toutes les technologies qui vont permettre de transformer les comportements, d'éviter les maladies et de repousser la mort ».

Les principes du marketing social sont définis par Philip Kotler et Gerard Zaltman (1971) comme « l'application des techniques utilisées en marketing commercial pour analyser, planifier, exécuter et évaluer des programmes dont le but est la modification du comportement d'une cible d'individus, afin d'améliorer leur bien-être personnel et celui de la société ». Cette discipline émerge aux États-Unis dans les années 1980-1990 en s'inspirant des outils classiques du marketing (étude de la cible, test de message, segmentation, etc.) pour faire adopter des comportements favorables à la santé (**Tableau 1**). Contrairement au marketing commercial, cette approche ne vise pas le profit, mais cherche à promouvoir le « changement social » en agissant sur l'environnement d'achat des consommateurs. Cette méthode consiste à « analyser l'impact du marketing des entreprises (alcool, tabac, agroalimentaire, etc.) sur les représentations et comportements des individus, à en informer les acteurs de la santé publique puis à proposer des actions de « démarketing » ou de « contre-marketing » efficaces pour contrer les efforts commerciaux des firmes » (Gallopel-Morvan, 2014). Cet outil fournit ainsi aux acteurs publics une compréhension fine des mécanismes psychologiques, sociaux et cognitifs à

l'œuvre dans les choix individuels, qui permet ensuite d'ajuster les messages aux croyances et valeurs des publics visés. Le citoyen est dès lors pensé comme un consommateur « qu'il faut convaincre et conquérir, en jouant sur le plaisir, le désir ou l'estime de soi » (Bergeron, Castel, Noguez, 2011). Pour cela, les campagnes de communication déploient un ensemble de stratégies visant à valoriser les conduites jugées vertueuses pour la santé (comme le fait de manger équilibré ou de pratiquer une activité physique) tout en stigmatisant les comportements dits « à risque », alors représentés comme des choix déviants ou irresponsables. En construisant une opposition entre les « bons » et les « mauvais » comportements alimentaires, ces politiques contribuent ainsi à normer les pratiques, en érigeant certains modes de vie en modèles à suivre, tandis que d'autres sont relégués dans le registre du laisser-aller ou du manque de volonté.

Par exemple, dans le cadre de la lutte contre le tabagisme aux États-Unis, les campagnes n'hésitent pas à utiliser des images repoussantes de fumeurs, en les représentant comme des drogués, stupides, qui coûtent cher au système de soin (Peretti-Watel, Moatti, 2009). Pour détourner les individus du tabac, les publicités américaines utilisent également des slogans choc tels que « embrasser un fumeur, c'est comme lécher un cendrier », dressant ainsi un portrait peu flatteur des personnes qui ont de « mauvais » comportements. En 2008, une enquête de l'INPES révèle alors que 58% des Français considèrent que la lutte antitabac donne une image négative des fumeurs. Cette logique se manifeste aussi, dans une moindre mesure, dans certaines campagnes de sensibilisation aux habitudes alimentaires, dès le plus jeune âge. Dans un conte destiné aux enfants de maternelle, intitulé *Les Journées de Benjamin*, le récit dresse un portrait inquiétant d'un enfant qui ne boit pas de lait, qui aurait alors plus de difficultés à s'endormir, mangerait déséquilibré, serait agité toute la journée et dissipé à l'école (*Ibid*).

Dans le prolongement du marketing social, une nouvelle approche se développe dans les années 2010 : la théorie du *nudge*, popularisée par l'économiste Richard Thaler et le juriste Cass Sunstein. Inspirée de l'économie comportementale, cette méthode s'appuie sur les enseignements des sciences cognitives pour identifier les situations dans lesquelles les individus prennent des décisions irrationnelles, influencées par des biais cognitifs – comme l'excès de confiance, la surabondance de choix, l'inertie ou les limites de la volonté. En effet, dans l'alimentation, la rationalité n'est pas la seule forme de raisonnement : « elle cohabite avec des raisonnements en valeurs, c'est-à-dire une forme de rationalité dans laquelle le respect de

certaines valeurs est plus important que les conséquences de la décision elle-même. Pour être respectables et respectées, ces valeurs doivent être considérées comme légitimes, ce qui mobilise des arrière-plans aussi divers que la science, le religieux, le symbolique » (Poulain, 2002). Dans ce contexte, le nudge – littéralement « coup de coude » – vise ainsi à modifier l’environnement décisionnel des individus afin d’orienter les valeurs et les comportements sans supprimer la liberté de choix. Cette approche est ainsi définie par ses théoriciens comme une forme de « paternalisme libertarien », qui propose d’influencer les décisions dans un sens favorable à leur santé, tout en laissant aux individus la possibilité d’opter pour d’autres choix. Richard Thaler et Cass Sunstein résument ainsi cette idée (2008) :

« Le paternalisme libertaire est un paternalisme relativement modéré, souple et non envahissant car les choix ne sont pas bloqués ni interdits. Si l’on fume des cigarettes, ou que l’on mange beaucoup de sucreries [...] un paternaliste libertaire ne forcerait personne à faire autrement, ni même ne condamnerait-il de telles pratiques. Néanmoins, l’approche que nous recommandons relève bien d’une forme de paternalisme puisque les architectes des choix publics et privés ne cherchent pas simplement à repérer ou implémenter des choix anticipés. Plutôt, ils sont consciemment tentés de pousser les personnes vers une décision qui saura améliorer leur vie. Ils mettent un petit coup de coude. »

Dans les programmes suivants, le recours au *nudge* est pleinement assumé comme un levier d’action publique. A ce titre, le PNNS de 2019-2023 – dernier en date – insiste sur la nécessité « d’identifier les actions de type « nudge » favorisant la mise en œuvre de comportements favorables pour la santé et durables dans le temps, relevant des champs de l’alimentation, de l’activité physique et de la sédentarité, pour divers groupes de population, particulièrement les populations les plus en difficulté ». Dans cette perspective, les pouvoirs publics vont essentiellement chercher à agir sur l’environnement de choix des consommateurs, en s’appuyant sur les biais cognitifs mis en évidence par les sciences comportementales. C’est dans cette logique que s’impose un nouvel outil d’intervention : l’étiquetage nutritionnel, conçu comme un repère visuel facilitateur, destiné à aider les consommateurs à faire des choix plus favorables à leur santé.

### *c) L’étiquetage nutritionnel au fondement du projet Nutri-Score*

L'étiquetage nutritionnel, tel qu'on le connaît aujourd'hui, est le fruit d'une longue évolution. À l'origine, dans les années 1970, l'objectif principal des mentions obligatoires sur les emballages était de limiter les fraudes et falsifications, en imposant la définition précise des produits et la liste des ingrédients (Cochoy, 2002). Très vite, ces exigences s'étendent à la dimension nutritionnelle, dans un contexte de forte croissance de la consommation alimentaire mais aussi de montée en flèche des maladies chroniques liées à l'alimentation (Séguy, 2010). Dans les années 1990, l'étiquetage devient alors un outil d'information à destination des consommateurs, qui vise à réguler implicitement leurs choix en donnant accès à des données objectives (calories, nutriments, etc.) sur la composition des produits transformés. Ce principe repose notamment sur l'idée que mieux informés, les individus pourront faire des choix plus favorables à leur santé, sans qu'il soit nécessaire de recourir à une régulation contraignante. Cependant, le format technique de l'étiquetage nutritionnel le rend souvent difficile à comprendre pour une partie des consommateurs. Son interprétation reste majoritairement l'apanage d'un groupe social déjà sensibilisé aux enjeux de santé, que J. Craig Andrew et ses collègues qualifient « d'élite nutritionnelle » (Andrew et al., 2011). Mathilde Touvier, directrice de recherche à l'Inserm, résume bien cette situation paradoxale : « on sait qu'il ne faut pas manger trop gras, trop sucré ou trop salé, mais comment faire pour que les citoyens s'emparent en pratique de ces connaissances ? S'il faut demander aux consommateurs de retourner l'emballage et de déchiffrer la composition, parfois très complexe, personne ne va le faire, et encore moins les populations les plus défavorisées. ». Cette remarque met ainsi en lumière une contradiction centrale : alors que les politiques publiques de nutrition-santé cherchent précisément à cibler les publics les plus exposés aux risques de surpoids, d'obésité et de maladies chroniques – notamment les personnes à faible revenu (Viswanathan, 2009) – les outils mobilisés restent souvent inaccessibles à ceux qui en auraient le plus besoin. C'est ce constat qui pousse, au début des années 2000 en France, à une réflexion autour d'un étiquetage nutritionnel simplifié.

Depuis son lancement, le PNNS a fait l'objet de nombreux travaux scientifiques pour légitimer l'utilité du programme. Dans un rapport sur le succès du PNNS paru en 2017, Serge Hercberg souligne ainsi les « améliorations significatives de l'état nutritionnel de la population française », s'appuyant sur un ensemble d'études nutritionnelles réalisées dans la seconde moitié

des années 2000. Cependant, pour le professeur, l'approche du PNNS qui repose exclusivement sur outils de communication et d'information nutritionnelle ne suffisent pas à endiguer les inégalités sociales de santé. Selon lui, il est donc nécessaire que les politiques publiques cherchent « à améliorer non seulement les déterminants individuels des comportements alimentaires (et de la pratique d'activité physique), mais aussi intervenir sur leurs déterminants environnementaux » (Hercberg, 2017). A ce titre, il plébiscite l'intérêt de mettre en place un système d'étiquetage nutritionnel unique sur la face avant des emballages alimentaires qui permettrait de renseigner le consommateur sur la qualité des aliments. C'est ainsi, sous sa direction, que le Nutri-Score prendra forme un peu plus tard.

Dans une volonté d'harmoniser l'étiquetage nutritionnel à l'échelle européenne, la Commission européenne envisage, en 2006, d'instaurer « un système de feux tricolores », qui permettrait d'identifier rapidement les produits à consommer avec modération. En 2007, cette orientation est formalisée dans un document stratégique majeur : le Livre Blanc de la Commission, qui rappelle que : « seul un consommateur averti est en mesure de prendre des décisions en connaissance de cause ». Dans cette logique, l'information – et plus particulièrement l'étiquetage nutritionnel – devient un instrument central. Le Livre Blanc consacre même un paragraphe entier à cette question, évoquant explicitement la possibilité de rendre l'étiquetage nutritionnel obligatoire sur tous les produits alimentaires. Cependant, cette proposition rencontre une forte opposition, notamment de la Confédération européenne des industries alimentaires de la boisson, ainsi que du secteur agroalimentaire dans son ensemble, qui parviennent à faire obstacle à son application obligatoire (Séguy, 2014). En 2008, un nouveau règlement dit ICDA (Information des Consommateurs sur les Denrées Alimentaires), prévoit alors une obligation d'afficher les données nutritionnelles (valeur énergétique, matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres et sel) sur la face avant de l'emballage des produits alimentaires transformées. Ce dernier autorise également les États à mettre en place des systèmes nationaux volontaires, incluant des formats graphiques comme des logos, pour renforcer la lisibilité des informations (Commission européenne, 2010). Si le règlement européen ICDA est adopté en 2011, son caractère obligatoire n'est cependant pas retenu, pour que chaque État membre conserve la liberté de mettre en place un système adapté à ses spécificités nationales. Il faut alors attendre 2014 pour que le règlement INCO rende obligatoire

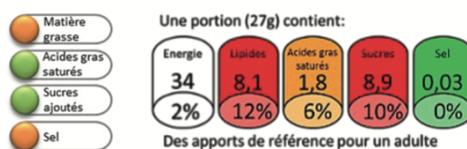
l'étiquetage nutritionnel sur la face arrière des emballages alimentaires au sein de l'Union européenne.

*d) La « bataille cognitive » du Nutri-Score : conception et contestation du dispositif*

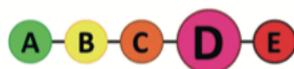
C'est dans ce contexte institutionnel favorable que la France introduit pour la première fois l'idée d'un logo nutritionnel simplifié dans le PNNS 2011-2015. Porté par le professeur Serge Hercberg, président du PNNS, ce projet vise à rendre les repères nutritionnels plus accessibles, notamment pour les publics les plus modestes – qui sont les plus touchés par l'obésité (18% chez les ouvriers et les employés contre 10% chez les cadres supérieurs [Obépi-Roche, 2020]). Cependant, ce projet rencontre rapidement des résistances, tant chez les industries agroalimentaires que chez certains professionnels de santé, attachés à l'idée qu'il n'existe pas de « bons » ou « mauvais » produits en soi, mais qu'il s'agit plutôt d'une question de diversité et d'équilibre alimentaire (Benamouzig, Blanck, 2023).

Pour élaborer ce repère, le professeur Hercberg et son équipe se sont inspirés du modèle britannique du *Traffic Light* (**Figure 1**), développé par la Food Standard Agency (FSA), pour l'adapter aux spécificités du contexte alimentaire français. En 2013, les chercheurs optent ainsi pour une échelle à cinq catégories qui, selon eux, permet une plus grande « discrimination entre les produits » (Hercberg, 2023). Pour faciliter la transmission du message, ils s'appuient ensuite sur la symbolique des couleurs, chacune associées à des lettres allant de A à E (**Figure 2**). Enfin, chaque lettre est mise en valeur par un effet loupe, afin de renforcer la lisibilité du dispositif. Dans cette phase de conception, le logo devient ainsi un véritable repère cognitif, pensé pour guider à la fois les consommateurs et les stratégies des industriels.

**Figure 1** : Modèle du label nutritionnel britannique, dit « *Traffic Light* »



**Figure 2** : Modèle du label nutritionnel dit « 5-C » élaboré par l'équipe du PNNS



Ce système d'étiquetage, baptisé 5-C (pour cinq couleurs), est remis en 2013 à la ministre de la Santé, Marisol Touraine. Elle décide alors d'en faire une mesure phare dans la future loi de santé publique, y voyant une initiative « peu coûteuse, fortement visible et beaucoup plus facile à justifier, y compris au sein du gouvernement, que des taxes ou des subventions » (Benamouzig, Blanck, 2023). Cependant, les promoteurs du logo sont rapidement confrontés à de vives oppositions en début d'année 2014, après sa présentation au Conseil national de l'alimentation. L'Association nationale des industries agroalimentaires (ANIA) dénonce alors une mesure stigmatisante et réductrice, susceptible de jeter l'ombre sur certains produits (Roy, 2014). Cette controverse illustre une configuration typique de « guerre institutionnelle » (Hoffman, 1999), dans laquelle des acteurs dominants s'opposent à l'introduction d'une norme susceptible de déstabiliser les équilibres établis au sein du champ organisationnel. Face à cette offensive, la Société Française de santé publique et des associations de consommateurs adressent une lettre ouverte au Premier Ministre le 13 mai 2014<sup>21</sup> pour défendre l'utilité de ce dispositif. La presse généraliste, de son côté, relaie favorablement la mesure, en la présentant comme une « réponse aux attentes des consommateurs »<sup>22</sup>, tandis que les chercheurs favorables se mobilisent pour publier des données scientifiques prouvant son efficacité (Benamouzig, Blanck, 2023). A partir de 2015, plusieurs études menées par l'équipe de S. Hercberg montrent que le logo 5-C est le plus lisible, compréhensible et efficace pour comparer les produits. Dans cette configuration, les porteurs du projet peuvent être analysés comme des « entrepreneurs institutionnels » (DiMaggio, 1988), c'est-à-dire des acteurs qui, en mobilisant des ressources scientifiques, des alliances sociales et des cadrages symboliques, cherchent à transformer les institutions existantes et à imposer une nouvelle grille de lecture de la réalité nutritionnelle. Ainsi, ce qui n'était au départ qu'un outil issu du monde académique commence

---

<sup>21</sup> « Pour un étiquetage nutritionnel simple, intuitif et compréhensible par tous, sur la face avant des emballages ». *Lettre ouverte au Premier Ministre des Sociétés savantes médicales, Associations de consommateurs, Associations de malades, portant pétition*, disponible à <https://www.sfsp.fr/images/letouv-etiquetr0514.pdf>, consulté le 17 avril 2025.

<sup>22</sup> « Étiquetage alimentaire : les consommateurs réclament des logos simples », *BFM TV avec AFP*, 14 mai 2014 ; D. Chayet, « Les médecins veulent des feux tricolores sur la nourriture », *Le Figaro*, 15 mai 2014.

progressivement à circuler dans l'univers bureaucratique des agences sanitaires, chargées de stabiliser et de traduire cet outil en instrument officiel d'action publique.

En 2015, le directeur général de la Santé, Benoit Vallet, confie à l'Anses (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation) et au Haut conseil de la santé publique (HCSP) la mission d'ajuster les seuils du score, tandis que Santé publique France travaille avec une agence de communication pour construire l'identité visuelle du logo. Le système 5-C est ainsi renommé Nutri-Score, pour insister sur sa fonction de notation nutritionnelle. Pour déterminer la forme définitive du logo, trois versions graphiques du logo (**Figure 3, logo 1**), sont testées auprès de mille personnes (Nugier, Serry, Thanh, 2016).

*Figure 3 : Les trois formats de logo soumis à l'étude de perception en 2016*



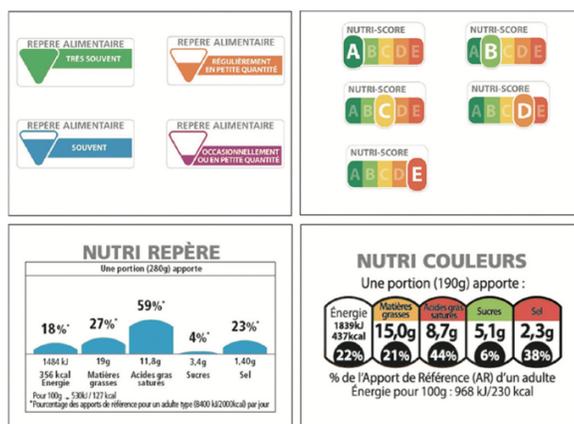
Source : Angélique Nugier, Anne-Juliette Serry, Viêt Nguyen Thanh, 2016.

La préparation du « projet de loi relatif à la santé » en 2014, portée par Marisol Touraine, marque une nouvelle étape dans l'institutionnalisation du logo nutritionnel. Cependant, la ministre doit composer avec l'opposition des ministères de l'Agriculture et de l'Économie et des Finances, traditionnellement plus proches des milieux industriels (Benamouzig, Blanck, 2023). Le texte de loi adopte alors une posture conciliatrice en prévoyant que le système d'étiquetage nutritionnel soit défini par décret, après avis de l'Anses – agence placée sous la double tutelle des ministères de la Santé et de l'Agriculture. Cette stratégie reflète une tension institutionnelle classique dans la TNI, où les acteurs doivent composer avec des logiques concurrentes (économique, sanitaire, réglementaire), en négociant des compromis pour faire évoluer les normes sans rompre les équilibres de pouvoir.

Dans cette impasse, la DGS engage un dialogue avec toutes les parties prenantes – distributeurs, industriels, associations de consommateurs, scientifiques – pour trouver un compromis politique. Sara Brimo (2017) souligne la complexité de la situation : « comment, en effet, parvenir avec ces derniers à un consensus sur l'édiction d'une norme juridique, lorsque

celle-ci conduit implicitement à discriminer plusieurs catégories d'aliments comme « trop gras, trop salés ou trop sucrés » ? ». Puisque le logo ne peut pas être rendu obligatoire au regard des règles européennes, les industriels proposent alors d'expérimenter plusieurs systèmes d'étiquetage en conditions réelles d'achat pour évaluer le plus pertinent. La DGS accepte cette expérimentation selon des conditions strictes, et fixe qu'elle soit encadrée par deux comités : un comité de pilotage et un comité scientifique. Cependant, S. Hercberg et Nicole Darmon, deux figures majeures du projet Nutri-Score, en sont exclues à la demande des industriels. Pour Louise Danguy (2015), la production du PNNS s'apparente ainsi à un véritable « marchandage normatif », où chaque acteur engagé cherche à légitimer sa vision du projet et à défendre ses propres intérêts. L'expérimentation débute en décembre 2015, et met en concurrence quatre logos (**Figure 4**) : le Nutri-Score, le logo Sens, soutenu par des chercheurs en nutrition, le Nutri-Repères, proposé par plusieurs fédérations industrielles, et le Nutri-Couleurs, proposé par les six grands industriels internationaux (Nestlé, Unilever, Mondelez, Mars, Pepsi et Coca-Cola). L'opération est financée à hauteur de 2,2 millions d'euros via un partenariat public-privé, confié au Fonds Français Alimentation Santé (FFAS). La ministre fixe un calendrier serré, espérant faire adopter le logo avant l'élection présidentielle de 2017.

**Figure 4** : Dispositifs testés lors de l'expérimentation en conditions réelles d'achat



Source : Direction générale de la santé.

Un comité de pilotage composé d'experts en épidémiologie, économie de la consommation, nutrition et marketing social, est constitué pour définir les modalités de cette opération, sous la direction de Noël Renaudin, magistrat à la Cour des comptes et ancien président du Comité

économique du médicament. Dans ce contexte, le Nutri-Score est ainsi débattu dans une instance *ad hoc*, qui ne relève ni de la science académique, ni de la science réglementaire, ce qui souligne un certain flou institutionnel autour du projet (Benamouzig, Blanck, 2023). L'expérimentation est menée entre septembre et décembre 2016, sur un échantillon réduit par rapport aux prévisions initiales : 800 produits (au lieu de 1200) et 60 supermarchés (Serra-Mallol, 2021). Cependant, cette phase d'évaluation est marquée par plusieurs dysfonctionnements : manque de coopération de certaines enseignes, problèmes de logistique, absence d'étiquetage sur certains produits, controverses méthodologiques. Des chercheurs dénoncent une gestion opaque, un calendrier politique incompatible avec les exigences scientifiques et une proximité problématique de certains experts avec l'industrie agroalimentaire (Grandin *et al.* 2016). Trois d'entre eux démissionnent du comité scientifique. En mars 2017, après des mois de tensions, un rapport est finalement remis à la DGS. Ce dernier conclut à une nette supériorité du Nutri-Score, défini comme « le système le mieux compris et le plus performant pour améliorer la qualité nutritionnelle du panier d'achat de toute la population et davantage encore pour les clients défavorisés » (Allais *et al.*, 2017). Cette validation scientifique permet à M. Touraine d'annoncer officiellement l'adoption du Nutri-Score comme repère nutritionnel institutionnel. La DSG sécurise juridiquement cette décision en faisant publier un arrêté<sup>23</sup> et en notifiant la Commission européenne, qui donne son feu vert. Le logo est ensuite inscrit dans la Loi de modernisation de notre système de santé<sup>24</sup>. Des industriels comme Danone, Leclerc ou Fleury-Michon s'engagent alors à utiliser le Nutri-Score, tandis que d'autres continuent de promouvoir des alternatives. Peu de temps après, le logo est adopté par sept autres pays européens, plébiscité pour sa simplicité et un large consensus scientifique : l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg, les Pays-Bas, l'Espagne, le Portugal et la Suisse.

Ce processus illustre ce que Daniel Benamouzig et Julia Blanck (2023) qualifient de « bataille cognitive » : dans ce long travail de cadrage, il s'agit moins de convaincre par la force que de légitimer une vision du monde, une définition de la santé et du rôle de l'État dans la régulation

---

<sup>23</sup> Arrêté fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'État en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du Code de la santé publique, en date du 24 avril 2017, disponible en ligne [http://ec.europa.eu/growth/toolsdatabases/tris/fr/search/?trisaction=search\\_detail&year=2017&num=159](http://ec.europa.eu/growth/toolsdatabases/tris/fr/search/?trisaction=search_detail&year=2017&num=159) consulté le 17 avril 2025.

<sup>24</sup> Loi n°2016-41 du 26 juillet 2016 de modernisation de notre système de santé, disponible via l'url : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000031912641>, consultée le 17 avril 2025.

des comportements. Le Nutri-Score devient ainsi plus qu'un logo : il incarne un modèle de gouvernance de la santé publique fondé sur la prévention, l'information et la responsabilisation du consommateur. Dès lors, il convient d'interroger les effets concrets de sa mise en œuvre et la stabilisation du dispositif comme institution, entendue comme un ensemble de règles, de normes et de significations partagées, socialement légitimées, qui structurent durablement les comportements.

### **1.3. Les effets sociologiques Nutri-Score : entre réception, usages et résistances**

Dans un rapport de 2022 sur l'information du consommateur, la Commission des Affaires économiques du Sénat alertait sur la complexité croissante des informations commerciales et nutritionnelles sur les produits alimentaires. Avec plus de 12 mentions obligatoires sur l'étiquette d'un produit, près de 400 labels distincts<sup>25</sup>, jamais les consommateurs n'ont eu accès à autant de données sur les produits qu'ils achètent. Comme le souligne ainsi le rapport, « être consommateur est devenu un métier : le flux d'informations est désormais si dense que seuls les plus aguerris et motivés savent faire la différence entre une information obligatoire et une information facultative, un label et un score, une allégation fiable et un slogan marketing, l'origine d'un produit et celle de son ingrédient principal ». C'est précisément à cette problématique que le Nutri-Score cherche à répondre depuis son adoption officielle en octobre 2017. En effet, le logo nutritionnel vise deux principaux objectifs. D'abord, il cherche à simplifier la lecture des informations nutritionnelles au dos des emballages, très peu consultées jusque-là – seuls 8,8% des Français déclarent y prêter attention (Grunert *et al*, 2010) – pour freiner la progression du surpoids et de l'obésité. Dans cette perspective, le Nutri-Score peut être envisagé comme un outil de « capabilisation » (Giesler et Veresiu, 2014) visant à renforcer la capacité des individus à faire des choix éclairés en matière d'alimentation et à devenir acteurs de leur propre santé. D'autre part, les pouvoirs publics misent sur le Nutri-Score pour inciter les industriels à améliorer la composition de leurs produits, en les encourageant à réduire les teneurs en sel, sucres ou acides gras saturés pour obtenir une meilleure note. Mais qu'en est-il réellement ?

---

<sup>25</sup> Commission des Affaires Économiques, Sénat, Rapport d'information « Information du consommateur : privilégier la qualité à la profusion », 22 juin 2022.

*a) Les pratiques alimentaires contemporaines : goûts et styles de vie différenciés*

A la fin du 19<sup>e</sup>, la question alimentaire entre progressivement dans le champ des sciences sociales avec les premières enquêtes nationales sur la consommation et les styles de vie des ménages (Halbwachs, 1912 ; Veblen, 1899). Ces enquêtes permettent d'étudier la place de l'alimentation dans les dépenses des ménages et mettent en évidence le caractère socialement construit des besoins et des goûts alimentaires. Dans ses travaux sur la classe ouvrière, Maurice Halbwachs (1912) compare ainsi les dépenses des ménages d'ouvriers avec celles des employés et montre qu'à revenu égal, « un ouvrier dont les revenus s'élèvent fortement n'alignera jamais son mode de vie sur celui d'un cadre. Il vivra comme un riche ouvrier. ».

Cette lecture permet de dépasser les approches purement économiques pour montrer que la nature de la consommation est déterminée par le mode de vie des ménages. Cette théorie est également développée par Pierre Bourdieu (1979), qui affirme que la consommation est au cœur des rapports sociaux hiérarchiques entre les dominants et les dominés. Selon lui, les goûts et les « styles de vie » ne sont pas uniquement liés aux moyens financiers des individus : ils dépendent de l'habitus, un ensemble de dispositions intériorisées au cours de la socialisation et qui fonctionnent comme des « principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations ». Ce concept permet à la fois de comprendre l'héritage social de l'individu, transmis par son capital culturel, économique et social, et d'éclairer l'origine de ses pratiques, de ses choix et de ses habitudes. P. Bourdieu distingue ainsi les « goûts de luxe » des classes supérieures, caractérisés par des aliments coûteux et peu nourrissants et des activités improductives comme le sport ou les loisirs, aux « choix du nécessaire » des classes populaires, « au sens à la fois de ce qui est techniquement nécessaire, « pratique », [...] et de ce qui est imposé par une nécessité économique et sociale condamnant les gens « simples » et « modestes » à des goûts « simples » et « modestes » (1979). Les travaux de Christian et Claude Grignon (1980) sur les styles d'alimentation s'inscrivent dans cet héritage bourdieusien et halbwachsien. Dans leur enquête, les sociologues montrent en effet que les goûts populaires privilégient les plats nourrissants et peu coûteux comme les pommes de terre ou le lapin – conséquence de leurs contraintes économiques – tandis que les cadres consomment davantage de fruits exotiques ou de viandes « bourgeoises ». Au XX<sup>e</sup> siècle, les pratiques alimentaires constituent ainsi un prisme central dans les études sociologiques pour

comprendre les mécanismes de la stratification sociale et la définition des classes sociales (Cardon, Plessz, Depecker, 2023).

Depuis 1979, l'INSEE réalise tous les cinq ans une enquête *Budget de famille* (BDF) pour étudier la structure des dépenses des ménages dans divers domaines (logement, alimentation, santé, loisir, etc.). Les données recueillies permettent ainsi de mesurer des phénomènes économiques comme l'inflation et de comparer les comportements de consommation entre les groupes sociaux (Régnier *et al.* 2006). Comme le souligne l'INSEE sur son site<sup>26</sup>, « l'enquête *Budget de famille* est la seule source capable de faire le lien entre les dépenses des consommateurs et leurs caractéristiques sociales ou leur niveau de vie ». Ces travaux ont notamment permis de montrer le recul de l'alimentation dans les dépenses de consommation des ménages, dont elle représentait 46% en 1950, 25% en 1975 et moins de 20% aujourd'hui (Larochette, Sanchez-Gonzalez, 2015). Ces données révèlent également d'importantes disparités de consommation selon les revenus des ménages : en 2019, les ménages aisés consacraient ainsi une part plus élevée de leur budget alimentaire aux produits aquatiques (10% contre 8% en moyenne) et aux fruits (9% contre 7%), contrairement aux ménages modestes, dont les dépenses dédiées aux fruits et légumes étaient nettement inférieures à la moyenne nationale (Samson, 2024).

Les enquêtes BDF s'intéressent aussi aux lieux d'achat de l'alimentation. En 2011, 72% des achats alimentaires étaient réalisés dans les grandes surfaces, 15% dans les commerces spécialisés et 6% sur les marchés ou auprès de producteurs (Kranklader, 2014). Dans le cadre du dispositif Nutri-Score, ce critère prend une place particulière, puisque la majorité des produits affichant ce logo sont commercialisés en grande surface. Depuis la crise sanitaire liée au Covid-19, les pratiques d'achat alimentaire ont beaucoup évolué, notamment avec la montée en puissance du drive. Selon une étude de l'Institut Nielsen pour la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), 11,2 millions de foyers français commandaient régulièrement des produits alimentaires sur Internet en 2019 (sur les 27,9 millions de foyers recensés), et 81% d'entre eux utilisaient le drive pour récupérer leur commande. Par ailleurs, selon l'enquête de 2020 sur l'accès à la pratique sportive, deux personnes sur trois déclaraient pratiquer une activité physique régulière en France. Cette enquête met en lumière de fortes disparités sociales et de genre : 71% des hommes déclarent avoir

---

<sup>26</sup> <https://www.insee.fr/fr/information/7652980>, consulté le 15 avril 2020.

une pratique sportive régulière contre 60% des femmes, et les catégories sociales supérieures ainsi que les diplômés du supérieur y sont nettement surreprésentés. A l'inverse, les personnes ne pratiquant aucune activité physique cumulent souvent des difficultés financières et sociales (faible niveau de diplôme, isolement, précarité). Enfin, l'enquête identifie quatre grands profils de pratiquants : ceux qui pratiquent pour le plaisir (36%), ceux motivés par la santé (29%), un noyau dur de sportifs (20%) et ceux attirés par la compétition, le risque ou l'aventure (15%).

Ces données soulignent ainsi que les pratiques de consommation alimentaire et d'activité physique sont profondément marquées par des déterminants sociaux : le genre, le niveau de diplôme, la catégorie sociale ou encore les conditions économiques influencent largement les comportements. En cela, la sociologie de l'alimentation a montré combien ces pratiques, loin de relever de choix purement individuels, sont socialement ancrées et traversées par des inégalités structurelles. Dans cette perspective, il devient essentiel de s'interroger sur l'impact d'outils de santé publique tels que le Nutri-Score.

#### *b) Du logo à l'acte d'achat : diffusion et réception du Nutri-score dans les pratiques*

Selon la dernière étude d'impact menée en 2021 par Santé publique France, 43% des Français déclaraient avoir déjà modifié durablement certaines habitudes alimentaires à cause d'une mauvaise note sur le Nutri-Score, et 63% estimaient que sa présence avait influencé positivement leurs achats (Ducrot, Serry, 2022). Ces chiffres traduisent ainsi une notoriété croissante du dispositif et un certain niveau d'adhésion. Néanmoins, ils doivent être interprétés avec prudence. En effet, cette reconnaissance ne garantit pas à elle seule que les objectifs de santé publique soient atteints, notamment en matière de réduction du surpoids et de l'obésité en France. Comme le rappelle Lydiane Nabec (2027), « mettre à disposition des consommateurs de l'information en apposant sur l'emballage des produits un étiquetage, quel qu'il soit, ne suffit pas à améliorer les comportements de consommation : l'étiquetage doit avant tout être perçu, traité, compris et pris en compte par les consommateurs ». Or, la progression continue du taux d'obésité et de surpoids en France montre bien que cette mesure seule ne suffit pas : si la prévalence de surpoids stagne autour de 30% depuis 1997, celle de l'obésité est passée de 8,5% à 15% en 2012, pour atteindre plus de 17% aujourd'hui. Selon l'Inserm, près d'un Français sur deux serait désormais en excès de poids aujourd'hui. La chercheuse Annick Fontbonne (2023) observe ainsi avec

inquiétude que « depuis la mise en œuvre du Programme national nutrition santé en 2001, l'obésité en France ne fait que s'accroître, année après année ». Ce paradoxe interroge : si le Nutri-Score est si bien connu du grand public, pourquoi ses effets semblent-ils limités en matière de santé publique ?

En facilitant l'accès à l'information, le Nutri-Score devrait en théorie encourager des comportements alimentaires plus vertueux et, à terme, contribuer à améliorer l'état de santé global de la population. En effet, la logique du dispositif est fondée sur l'idée que si le consommateur est bien informé, il pourra alors adopter un comportement alimentaire plus sain. Cette approche repose ainsi sur une vision néoclassique du consommateur, inspirée de *l'homo economicus*, qui considère que les individus agissent toujours de manière rationnelle pour optimiser leurs choix en fonction de l'information disponible. Or, les travaux en sociologie de la consommation montrent bien que les achats alimentaires ne répondent que rarement à des motivations strictement utilitaires ou nutritionnelles (Miller, 1998). En effet, la consommation est avant tout une pratique relationnelle et une activité ritualisée chargée d'affect, largement déterminée par des habitudes sociales durables, le niveau de revenu ou encore les normes culturelles (*ibid*). Plus largement, certains travaux (Bauman, 2006) ont souligné l'instabilité des comportements des consommateurs, dans un contexte marqué par un flux permanent d'injonctions contradictoires entre marketing et santé publique : il faut manger sain et de manière responsable mais les excès sont parfois permis, consommer local tout en respectant son budget, préserver sa santé tout en se faisant plaisir et en respectant l'environnement, etc... A ce titre, Simona De Iulio (2011) constate ainsi que « les discours publicitaires arrivent ainsi de plus en plus fréquemment à jouer sur le caractère paradoxal de la communication des industries agro-alimentaires en posant un dilemme aux mères-acheteuses : santé ou plaisir ? Écouter les conseils du corps médical ou répondre aux goûts et aux attentes des enfants ? Respecter l'ordre des repas ou céder aux grignotages ? ». Cette tension constante entre normes de santé, contraintes économiques et quête de satisfaction personnelle complexifie la mise en pratique des bonnes intentions, qui ne se traduisent pas toujours par des actions concrètes. De plus, les comportements alimentaires sont aussi fortement conditionnés par les inégalités d'accès à l'information, à la santé, au temps disponible pour cuisiner ou encore à la capacité d'interpréter les messages nutritionnels (Desrosières, 2003 ; Dubuisson-Quellier, 2025). Cette situation est

d'autant plus inquiétante que les inégalités alimentaires engendrent des écarts durables en matière de santé : les personnes en situation de précarité vivent moins longtemps en bonne santé, et les maladies liées à l'alimentation – comme l'obésité, le diabète de type 2 ou les maladies cardiovasculaires – affectent plus particulièrement les catégories populaires (Viswanathan, 2009). Une étude de Santé Publique France (2017) révèle ainsi que la prévalence du surpoids et de l'obésité diminue significativement avec le niveau d'éducation : en 2015, le taux d'obésité dans la population française était deux fois supérieur chez les adultes ayant un niveau d'étude inférieur au Bac, par rapport aux individus dont le niveau d'étude s'élève à un Bac+3.

Dans une enquête sur le format des logos nutritionnels, Lydiane Nabec et Philippe Mériqot (2016) montrent que le Nutri-Score, en tant que logo « interprétatif », est particulièrement efficace pour orienter les comportements alimentaires. Contrairement aux logos descriptifs (**Figure 4**), qui requièrent une certaine expertise nutritionnelle, le format du Nutri-Score est plus accessible car il synthétise visuellement les informations sur la qualité d'un produit. Ce format remplit également deux effets : un « effet d'alerte » qui dissuade d'acheter les produits mal notés, et un « effet de promotion » qui valorise ceux mieux classés. Ce double mécanisme s'avère d'autant plus efficace que les consommateurs sont aujourd'hui plus attentifs à la qualité nutritionnelle de leur alimentation (Loupiac, Bluntz, 2020). Toutefois, ce format peut induire certains biais. En simplifiant l'information nutritionnelle, cet étiquetage peut d'abord entraîner un effet de halo, c'est-à-dire un biais cognitif qui influence la perception globale d'un produit, conduisant à une évaluation excessive ou trop positive de ce dernier (Andrews, Burton & Kees, 2011). Prenons l'exemple des céréales Chocapic©, notées Nutri-Score A. Ce score signifie qu'elles sont parmi les meilleures de leur catégorie, grâce à une teneur en sucre et en sel plus faible et une richesse en fibres. Dès lors, le consommateur pourrait penser que ce produit est bon pour la santé, sans interroger leur degré de transformation ou la présence d'édulcorant, qui ne sont pas pris en compte dans le calcul du Nutri-Score. Or, ce bon classement ne signifie pas qu'il s'agit d'un aliment sain en soi. Malgré leur A, les Chocapic© restent un produit ultra-transformé, riche en sucres (8 g de sucres par portion, soit 30 % des apports journaliers recommandés en sucre ajouté), dont la consommation doit rester modérée. De ce point de vue, certains produits, bien classés dans leur catégorie, peuvent être perçus comme plus sains qu'ils ne le sont réellement, au risque d'entraîner une consommation excessive en donnant l'illusion

d'un aliment équilibré (Gomez, Werle & Corneille, 2013). Par ailleurs, comme l'ont montré Pauline Barraud de Lagerie et Olivier Pilmis (2015), il ne suffit pas de proposer des produits plus sains pour que les comportements changent : beaucoup de consommateurs cherchent avant tout à se rassurer, à entretenir l'illusion de mieux manger, sans pour autant remettre en question leurs habitudes profondes. Ainsi, le simple achat d'un produit « allégé » ou « sans sucre ajouté » peut donner l'impression d'un geste santé, tout en permettant de maintenir les pratiques de consommation habituelles.

D'autres biais cognitifs influencent également l'interprétation des logos. D'abord, le biais de négativité pousse à surestimer l'importance des éléments perçus comme négatifs ou malsains, même lorsqu'ils sont présents en faible quantité, sans tenir compte des effets positifs du produit (Rozin, Royzman, 2001). Par exemple, le miel, noté C ou D en raison de sa teneur en sucre, pourrait amener les consommateurs à sous-évaluer la qualité globale du produit, en ignorant ses bienfaits reconnus pour la santé. A l'inverse, le biais d'optimisme repose sur un effet de halo positif : la présence d'un élément valorisé – vitamine, ingrédients naturels, ou allégation santé – tend à améliorer globalement la perception du produit, même en présence d'ingrédients moins favorables à la santé (Wansink & Chandon, 2006). Ainsi, un produit allégé portant un logo indiquant une faible teneur en sucre peut être perçu comme plus sain qu'il ne l'est réellement, poussant le consommateur à en consommer de plus grandes quantités. Certaines études dans le champ de l'obésité révèlent même des effets contre-productifs de ces allégations nutritionnelles : les produits étiquetés comme « allégés » peuvent inciter à une surconsommation, en créant un sentiment de légitimité ou de relâchement (Nestle, 2007).

Ensuite, Isabelle Chalamon et L. Nabec (2013) proposent une analyse sémiotique particulièrement éclairante pour comprendre la réception des dispositifs d'étiquetage nutritionnel. Leur enquête révèle en effet que les étiquettes nutritionnelles sont interprétées de manière différenciée par les consommateurs, filtrées par des représentations sociales de la nutrition, des routines alimentaires et des schèmes d'interprétation propres à chaque individu. Les auteures identifient ainsi trois profils types : les « optimiseurs » (comme les adeptes du naturel ou les sportifs), qui lisent activement les étiquettes dans une logique de performance ou de santé ; les « régulateurs » (préventifs du risque santé ou soucieux de leur ligne), qui mobilisent les informations nutritionnelles pour éviter certains composants jugés nocifs ; enfin, les «

insouciantes » ou « non-impliqués » (gourmands, ou encore mangeurs pratiques), peu enclins à s'attarder sur ces informations, souvent jugées complexes, contraignantes ou déconnectées de leurs préoccupations premières (plaisir, prix, commodité). Cette typologie souligne un point central : un logo, aussi lisible et synthétique soit-il, ne peut être réellement efficace que s'il parvient à entrer en résonance avec les systèmes de représentation des individus. De ce point de vue, les auteures soulignent ainsi que la nutrition est toujours « appréhendée comme un ensemble de « conseils », de « règles à suivre », c'est-à-dire comme un système prescriptif, un ensemble d'obligations et d'interdits impactant les choix alimentaires ».

De plus, le Nutri-Score produit également des effets différenciés sur le consentement à payer (CAP) des consommateurs, en particulier ceux à faibles revenus (Nabec, Marette, Durieux, 2019). En effet, ce logo modifie la perception de la valeur d'un produit, en revalorisant les produits les mieux notés dans les représentations et le CAP, et inversement en diminuant la valeur perçue des produits de moins bonne qualité nutritionnelle. Cet effet est d'autant plus marqué lorsqu'il est accompagné d'explications claires sur son fonctionnement. Pour les pouvoirs publics, cette recherche souligne que le Nutri-Score est un levier efficace pour guider les consommateurs à faible revenu vers des choix plus favorables à leur santé, à condition qu'il soit accompagné d'une communication pédagogique adaptée. De plus, cette étude montre également que la marque joue un rôle modérateur dans l'effet du Nutri-Score. En effet, la marque fonctionne comme « une heuristique de choix » (*ibid*), c'est-à-dire que les consommateurs lui font confiance plus facilement en l'associant spontanément à la qualité. Dès lors, un mauvais Nutri-Score sur un produit de marque nationale peut susciter une certaine surprise et dissonance.

### *c) Les initiatives concurrentes au Nutri-Score*

Dans un contexte de choix multiples et de surcharge informationnelle, le Nutri-Score joue un rôle clé en facilitant les choix alimentaires grâce à un système simple, lisible et interprétable. Cependant, la motivation à manger plus sainement ne suffit pas à elle-seule pour expliquer les achats des consommateurs. En effet, les consommateurs évoluent aussi dans un environnement marqué par le foisonnement de labels souvent opaques et une succession de scandales alimentaires (fraude à la viande de cheval en 2013, affaire des pizzas Buitoni, scandale des eaux

contaminées Nestlé, etc.) qui ont profondément entamé la confiance du public. A cela s'ajoute une conscience accrue des injustices sociales – notamment la précarité des agriculteurs – et de l'impact environnemental de l'industrie agroalimentaire, qui nourrissent, depuis quelques années, une volonté de mieux s'alimenter en intégrant des critères éthiques, sociaux et environnementaux dans l'acte d'achat (Loupiac, Bluntz, 2020). Dans ce contexte de défiance généralisée et en l'absence de régulation forte de la part de l'État, de nouveaux acteurs se sont alors emparés de ce vide, en lançant de nouvelles initiatives citoyennes et privées, qui tentent de reconstruire une relation de confiance autour de la consommation. Ces dispositifs, comme Yuka, Open Food Fact ou encore la marque participative C'est qui le patron ?!, s'appuient sur des logiques de transparence radicale et de participation active des consommateurs. D'abord, Yuka est une application mobile lancée en 2017, qui permet aux consommateurs de scanner le code-barre d'un produit alimentaire ou cosmétique pour en connaître instantanément la qualité, grâce à un système de notation sur 100 accompagné d'un code couleur allant de « mauvais » à « excellent ». Si un produit est jugé défavorable, l'application propose une alternative plus saine, en guidant les choix du consommateur. Yuka fonctionne ainsi comme un véritable tableau de bord : l'utilisateur peut accéder à son « score global » mensuel, qui indique la répartition de ses achats selon leur qualité. Cette visualisation permet non seulement une prise de conscience individuelle, mais encourage également une forme de régulation comportementale continue. Ensuite, Open Food Facts est une base de données collaborative sur les produits alimentaires, créée en 2012 en France. Surnommée le « Wikipédia de l'alimentation », elle repose sur la contribution volontaire de milliers d'utilisateurs, qui renseignent des informations essentielles sur les produits qu'ils consomment. Open Food Facts joue un rôle central dans la diffusion du Nutri-Score, puisqu'il permet de calculer automatiquement la note nutritionnelle des produits, en se basant sur leurs données disponibles. Ce système s'avère particulièrement précieux dans un contexte où l'étiquetage officiel reste volontaire. De cette manière, Open Food Facts pallie ainsi l'absence de régulation stricte et rend effectif l'usage du Nutri-Score, même lorsque les industriels ne jouent pas le jeu. Ces initiatives illustrent la montée en puissance de nouveaux intermédiaires de confiance dans le champ de la consommation alimentaire et un glissement du modèle traditionnel de prévention vers des formes plus horizontales et participatives de régulation. Elles participent ainsi à une reconfiguration des rapports entre consommateurs, entreprises et institutions, où la norme se négocie désormais avec les citoyens (*ibid*).

*d) Un logo contesté : réception du Nutri-Score dans le secteur agroalimentaire*

En 2023, le comité scientifique européen en charge du Nutri-Score a recommandé une évolution de son algorithme,<sup>27</sup> afin d'assurer une meilleure cohérence avec les recommandations nutritionnelles nationales. Cette réforme, initialement prévue pour janvier 2024, visait à améliorer l'algorithme du Nutri-Score, pour mieux tenir compte des spécificités de certains aliments. Cependant, elle s'est heurtée à l'opposition de la ministre de l'Agriculture, Annie Genevard, qui a refusé de signer l'arrêté nécessaire à sa mise en application, invoquant des préoccupations concernant l'impact de cette réforme sur les produits du terroir : « le lait, par exemple, a été classé comme boisson et non plus comme aliment, ce qui est proprement scandaleux de mon point de vue. Le Nutri-Score pose un certain nombre de problèmes à des filières de qualité. » (Genevard, 2025). Les industriels, notamment dans les secteurs des produits laitiers et des charcuteries, ont vivement critiqué la révision du Nutri-Score, estimant qu'elle pénalise injustement les produits traditionnels, souvent plus riches en sel ou en gras. Pourtant, le nouveau mode de calcul revalorise désormais le profil nutritionnel des huiles végétales qui présentent une faible teneur en gras saturés – comme l'huile d'olive – mais aussi de certains poissons en raison de leurs apports bénéfiques. Mais il est vrai que le barème est aussi devenu plus sévère à l'égard des produits riches en sucre et en sel, dans le but de réduire l'obésité en France. Les boissons contenant des édulcorants comme certains sodas dits « sans sucre », ont ainsi vu leur score déclassé.

Dans ce climat, certaines entreprises ont révisé leur positionnement à l'égard du Nutri-Score. C'est notamment le cas de Danone, qui a décidé de retirer le logo de certains de ses produits emblématiques, affectés négativement par la réforme de l'algorithme, alors même que l'entreprise s'était imposée comme la « pionnière du Nutri-Score » en France en 2017. Parmi eux, Actimel et Danonino – deux produits particulièrement populaires auprès des enfants – ont vu disparaître le Nutri-Score pour préserver leur attractivité commerciale, au détriment de l'information des consommateurs.

---

<sup>27</sup>« Activity report of the transnational governance of Nutri-Score, 2023 », disponible en anglaise à l'url suivant : [https://www.santepubliquefrance.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/nutriscore\\_annual\\_report\\_2023](https://www.santepubliquefrance.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/nutriscore_annual_report_2023)

Au niveau européen, le Nutri-Score fait également l'objet d'une « campagne de lobbying très intense » (Calvert, 2025), notamment orchestrée par l'Italie et sa puissante industrie agroalimentaire. Alors que la Commission européenne envisageait initialement d'imposer un étiquetage nutritionnel harmonisé à l'échelle européenne, fondé sur le modèle du Nutri-Score, des documents internes publiés par une enquête de *France Inter* ont récemment révélé que cette initiative a été abandonnée sous la pression des lobbies, en particulier italiens, farouchement opposés au dispositif. Pourtant, une étude récente menée par les chercheurs de l'OCDE, qui a estimé que l'adoption généralisée du Nutri-Score dans les 27 pays de l'Union européenne permettrait d'éviter près de 2 millions de cas de maladies non transmissibles entre 2030 et 2050.

Depuis une dizaine d'années, les recherches ont largement souligné l'intérêt des dispositifs d'étiquetage nutritionnel pour guider les consommateurs dans leurs choix alimentaires en contexte de surcharge informationnelle. Le Nutri-Score, introduit en 2017, s'inscrit pleinement dans cette dynamique. Les travaux consacrés au Nutri-Score ont principalement cherché à mesurer ses effets : effet d'alerte pour dissuader l'achat de produits mal notés, effet de promotion des produits mieux classés, influence sur le consentement à payer, etc. Mais ces études abordent souvent le Nutri-Score comme un outil d'incitation ou d'éducation, sans interroger sa portée normative.

Or, un tel dispositif ne se limite pas seulement à informer ou orienter des choix. Il s'agit aussi d'un outil normatif, qui hiérarchise symboliquement les aliments et contribue, d'une certaine manière, à définir les représentations du "bien manger", à légitimer certaines pratiques alimentaires et à orienter les représentations et les jugements ordinaires autour de la nutrition. Son rôle est donc aussi symbolique : il ne vise pas seulement à transformer des pratiques, mais à inscrire une norme dans le quotidien des consommateurs. Cette fonction de normalisation reste pourtant largement sous-étudiée dans les enquêtes empiriques. À ce jour, aucune enquête approfondie n'a été conduite sur les effets normatifs du Nutri-Score dans les pratiques et les discours, ni sur son institutionnalisation auprès des consommateurs. Pourtant, cette question est essentielle, car un dispositif peut être bien perçu sans pour autant faire autorité dans les pratiques.

Si le Nutri-Score est aujourd'hui bien identifié par les consommateurs et reconnu pour sa lisibilité, il reste à comprendre à quel point ce dispositif est véritablement naturalisé dans les pratiques et les représentations alimentaires. Autrement dit, dans quelle mesure le Nutri-Score s'impose-t-il comme un repère institutionnalisé, perçu comme légitime et intégré dans les arbitrages quotidiens des consommateurs ? Et comment ce dispositif participe-t-il à la normalisation des comportements nutritionnels, en façonnant les représentations sociales du « bien » manger ?

## **PARTIE 2 : le Nutri-Score à l'épreuve des pratiques de consommation : entre normalisation des comportements nutritionnels et résistances**

### **Méthodologie et terrain**

Si plusieurs enquêtes ont été menées par les pouvoirs publics entre 2018 et 2021 pour mesurer la notoriété et l'impact du Nutri-Score, force est de constater qu'aucune actualisation n'a été publiée depuis quatre ans. Ce silence institutionnel interroge, et ce d'autant que le logo fait aujourd'hui l'objet de vives critiques, notamment de la part des lobbies industriels qui cherchent à freiner sa généralisation, voire à obtenir son retrait. Dans ce contexte, la réalisation d'une enquête de terrain indépendante présente un double intérêt. D'une part, elle permet d'actualiser l'état réel de la réception et de l'appropriation du Nutri-Score par les consommateurs. D'autre part, ce travail permet d'interroger la capacité du dispositif à faire autorité dans un espace social traversé par des pressions économiques, culturelles et symboliques contradictoires. L'enjeu est ainsi de comprendre comment ce logo, pensé comme outil de santé publique, se confronte aux réalités du quotidien : routines alimentaires, marketing de marque, perceptions du "bon" et du "sain", attachement au goût ou à l'origine.

Pour étudier les effets du Nutri-Score sur les comportements alimentaires, j'ai donc choisi de mobiliser une démarche qualitative, combinant observation directe et entretiens semi-directifs. L'usage d'un dispositif comme le Nutri-Score ne peut pas se comprendre uniquement à travers des statistiques de consommation, comme les enquêtes du gouvernement : il est nécessaire d'observer comment les consommateurs s'approprient (ou ignorent) cet outil dans leur quotidien, comment ils lui donnent du sens, et quels autres critères sociaux, économiques ou symboliques pèsent sur leurs décisions.

#### *L'observation*

L'enquête s'est déroulée en deux temps : chaque entretien a été précédé d'une observation directe, en conditions réelles d'achat, pour analyser les comportements des consommateurs au moment de l'achat et confronter leurs discours à des actes concrets.

Dans le cadre de cette enquête, j'ai porté une attention particulière à la diversité des profils afin de refléter la pluralité des pratiques de consommation et les différents rapports à la nutrition. L'objectif n'est pas d'établir des statistiques, mais de multiplier les situations sociales, professionnelles et générationnelles pour enrichir l'analyse.

Pour cela, j'ai constitué un échantillon de dix participants, âgés de 20 à 79 ans, répartis entre 6 femmes et 4 hommes. Ce léger écart de genre s'explique notamment par le fait que, dans de nombreux foyers contactés, ce sont majoritairement les femmes qui assurent les courses alimentaires. Le groupe est composé de profils professionnels variés : un étudiant, trois employés (dont un actuellement au chômage), deux indépendants/chefs d'entreprise, deux cadres et deux retraités, anciennement ouvriers.

Géographiquement, les participants viennent majoritairement de Lille, en particulier du quartier Moulin et de ses alentours (Villeneuve d'Ascq) ainsi que de l'Oise (Le Plessis-Belleville). Cette répartition offre ainsi un équilibre entre contexte urbain (Lille) et un environnement plus rural (Oise).

Les participants ont été recrutés par l'intermédiaire de connaissances éloignées, pour m'assurer de ne pas avoir de lien personnel avec ces personnes. Ce choix visait à établir une relation de confiance suffisante pour permettre l'observation et l'entretien, tout en évitant toute proximité affective, susceptible de biaiser les comportements. Pour enrichir mon échantillon avec des profils totalement extérieurs à mon cercle social, j'ai également tenté d'approcher des participants directement en magasin. Cependant, cette méthode s'est révélée particulièrement difficile : beaucoup de personnes se sont montrées réservées, voire méfiantes face à ma démarche. Pour ne pas biaiser les comportements observés, j'ai volontairement refusé de préciser l'objet exact de mon enquête, avant d'avoir réalisé la moitié de l'entretien. J'ai uniquement précisé que je m'intéressais aux pratiques alimentaires en général, sans mentionner la nutrition ou le Nutri-Score. Ce flou volontaire était nécessaire pour laisser apparaître spontanément les effets du Nutri-Score dans leurs discours et leurs comportements d'achat. Cependant, ce choix méthodologique a eu pour effet d'alimenter la méfiance chez certains consommateurs approchés en magasin, d'autant plus dans un contexte général de prudence face

aux enquêtes commerciales. En conséquence, j'ai été confrontée à de nombreux refus et à une difficulté accrue pour obtenir deux entretiens spontanés en magasin.

Enfin, il m'a semblé important de sélectionner des participants qui utilisent des circuits d'achat différents, tels que le drive ou la livraison à domicile, afin de comparer les effets du Nutri-Score selon les modalités d'accès aux produits alimentaires. En effet, l'essor du drive et des commandes en ligne constitue aujourd'hui une évolution majeure dans les pratiques de consommation, qui peut modifier l'exposition aux informations nutritionnelles. Intégrer des participants ayant recours au drive me permettait ainsi d'explorer comment les nouveaux modes d'achat influencent ou non l'appropriation du logo Nutri-Score.

### *L'entretien*

A l'issue de chaque session de courses, j'ai réalisé un entretien semi-directif avec les participants pour croiser les observations avec l'analyse de leurs discours. L'entretien semi-directif, plus souple qu'un questionnaire fermé, permet de laisser les participants s'exprimer librement tout en suivant une trame commune, pour garantir une certaine comparabilité des résultats. Chaque entretien a duré entre 45 min et une heure, ce qui nous a permis d'approfondir les réponses des participants, en creusant parfois au-delà du cadre de la nutrition pour comprendre leur raisonnement.

Le guide d'entretien (**annexe n°1**) était structuré en trois grandes parties :

- Un premier volet était consacré au profil socio-démographique des participants et à leurs habitudes de consommation (fréquences des courses, types de commerce fréquentés, régime alimentaire).
- Le deuxième s'intéressait à la sensibilité des participants à la nutrition (éducation nutritionnelle, attention portée à la santé dans les choix alimentaires, connaissances en nutrition) ainsi qu'à leur connaissance et perception du Nutri-Score.
- Le dernier volet questionnait enfin l'influence du Nutri-Score dans le processus de décision et les pratiques de consommation des participants.

En croisant les éléments recueillis pendant les observations avec les entretiens, j'ai ainsi pu comparer les discours aux actes pour vérifier leur cohérence, identifier les critères réellement

opérants dans le choix des produits, et comprendre les mécanismes sociaux d'appropriation ou de rejet du Nutri-Score.

### *Présentation des participants et de leur profil nutritionnel*

Théo, 20 ans, est étudiant en sciences politiques à l'Université de Lille. Depuis la crise du Covid, il pratique la musculation de manière intensive (8 heures par semaine), dans une salle de sport avec un objectif de prise de masse musculaire, ce qui influence fortement ses choix alimentaires. Très attentif à son alimentation, il calcule ses apports nutritionnels en protéines selon son poids pour optimiser ses résultats sportifs. Théo est issu d'une famille ouvrière, où il ne pouvait pas choisir ses repas en raison de contraintes économiques. De fait, il apprécie beaucoup de décider librement ses repas aujourd'hui. Il vit seul et fait ses courses au Lidl de Lille. Il consomme une grande quantité de viandes et d'œufs pour atteindre ses objectifs, privilégiant l'efficacité nutritionnelle et le coût. L'entretien a été réalisé chez Théo le 17 mars et a duré 43 minutes.

Alice, 24 ans, est employée dans le commerce de vêtement et vit seule. Elle se définit comme flexitarienne : son alimentation est majoritairement végétarienne mais elle consomme parfois de la viande ou du poisson. Alice fait ses courses en soirée au supermarché Match de Moulin. Son rapport à l'alimentation est marqué par un parcours complexe : lorsqu'elle était étudiante en internat, elle a souffert d'une alimentation imposée, qu'elle jugeait trop grasse et d'une addiction au sucre. Pour retrouver un rapport plus sain à la nourriture, Alice s'est ainsi faite accompagner par un hypnotiseur. Aujourd'hui, elle va mieux et cuisine beaucoup. L'entretien a été réalisé chez Alice le 11 mars et a duré 47 minutes.

Corentin, 30 ans, est steward long courrier chez Air France. Son rythme de vie professionnel influence fortement son alimentation. Il vit en couple et se fait livrer l'essentiel de ses courses et repas via *Uber Eat*, pour des raisons de praticité et de gain de temps. Corentin pratique la musculation 5 heures par semaine dans un objectif de prise de masse. Pour renforcer ses apports en protéines, il consomme des shakers protéinés, sans toutefois calculer précisément ses macronutriments. Son alimentation est diversifiée, mais ses repas sont souvent décalés en fonction des vols et du décalage horaire. Il lui arrive fréquemment de manger à des heures

inhabituelles ou de composer avec ce qui est proposé dans l'avion ou dans les hôtels. De fait, la moitié du temps, il ne prépare pas lui-même ses repas. L'entretien a été réalisé chez Corentin le 23 mars et a duré 50 minutes.

Bruno, 35 ans, est joueur de rugby professionnel à l'Olympique Marcquois Rugby de Lille. Son activité exige des besoins nutritionnels élevés en période d'entraînement, et il suit pour cela un plan alimentaire adapté, conçu par une nutritionniste dans son club. Il fait principalement ses courses chez un grossiste du quartier et complète ses achats au supermarché Match pour les produits frais. Au sein de son club, il bénéficie de formations spécialisées en nutrition qui l'ont sensibilisé à l'importance de l'alimentation. Contrairement à ses coéquipiers, Bruno refuse de s'enfermer dans un régime hyperprotéiné rigide. Il veille à diversifier ses repas en intégrant des légumes et des féculents pour préserver le plaisir de manger. L'entretien a été réalisé chez Bruno le 21 mars et a duré 45 minutes.

Marie<sup>28</sup>, 46 ans, est mariée à Ludovic et mère de deux enfants, Rebecca (10 ans) et Basile (13 ans). Tous deux sont cadres dans la fonction publique à Lille (lui au Conservatoire et elle au Palais des Beaux-Arts). Le couple se partage les courses : Ludovic achète la viande et les produits secs en grande surface, tandis que Marie s'occupe des produits frais. Pour cela, elle se rend régulièrement au supermarché Match de Moulin et à l'épicerie associative Robin des Bio. Cette épicerie joue un rôle particulier dans son rapport à l'alimentation. Au-delà de la qualité des produits, Marie tient à rémunérer les producteurs au juste prix et apprécie l'ambiance conviviale de ce lieu tenu par des bénévoles. Pour elle, l'épicerie est un espace de sociabilité important, où elle retrouve ses amies et partage des valeurs communes autour d'une alimentation plus responsable. Ses enfants pratiquent une activité sportive régulière et Marie fait de la zumba. Elle est attentive à l'alimentation familiale d'autant plus que son mari souffre d'un léger surpoids. L'entretien a été réalisé le 8 mars à Robin des Bio et a duré 1h15 (**annexe n°2**).

Anne-Gaëlle, 48 ans, est expert-comptable à son compte et vit avec Jean-Luc, 50 ans, hypnothérapeute et leurs deux fils, Lucas (18 ans) et Anthony (12 ans). Le parcours de santé de la famille a un impact profond sur leur rapport à l'alimentation aujourd'hui. Son mari souffre

---

<sup>28</sup> Les retranscriptions de l'entretien et de l'observation de Marie sont disponibles en annexe n°2.

d'obésité (IMC 35), Anthony a été atteint d'un cancer à l'âge de 4 ans et Anne-Gaëlle a été récemment opérée d'un cancer de l'utérus. Ces expériences ont ainsi éveillé un certain niveau de conscience chez la famille sur les liens entre santé et alimentation. Cependant, au quotidien, chacun mange selon ses envies et les enfants consomment beaucoup de produits industriels. Anne-Gaëlle fait ses courses sur le drive et son mari complète les achats chez Auchan. Elle est soucieuse de son empreinte écologique et fait attention à la saisonnalité des fruits et légumes. Elle privilégie aussi l'agriculture biologique et n'achète plus de viande rouge. L'entretien a été réalisé chez Anne-Gaëlle le 17 mars et a duré 47 minutes.

Kathy, 50 ans, est cadre chez Auchan Production Alimentaire, tout comme son mari Paul-Édouard (50 ans), et mère de deux garçons : Édouard (23 ans) et Charles (19 ans). Tous deux sont issus d'une grande école de marketing, ce qui influence fortement leur rapport à la consommation, tant du point de vue nutritionnel qu'en terme de marketing. Cette sensibilité transparait dans les pratiques quotidiennes de la famille. Par exemple, il n'y a pas de micro-onde à leur domicile, tout est chauffé au bain-marie pour éviter les microparticules de plastique. Kathy fait une partie de ses courses sur le drive d'Auchan, mais elle privilégie surtout Ô'Tera pour ses produits frais. Il s'agit d'un marché frais en circuit court qui propose une sélection de produits locaux. Kathy consomme beaucoup de légumes, exclusivement d'origine France, et évite les produits transformés. L'entretien a été réalisé chez Kathy le 15 avril et a duré 58 minutes.

Valérie, 55 ans, est actuellement au chômage après avoir travaillé comme employée comptable. Depuis la période du Covid, son rapport à l'alimentation et à la santé a profondément évolué : elle pratique le jeûne intermittent pour se sentir mieux physiquement, elle cuisine davantage et s'est remise au sport. Elle s'est aussi intéressée à la nutrition, cherchant à mieux comprendre l'impact des aliments sur son bien-être. Valérie fait ses courses au Leclerc ou au Lidl du Plessis-Belleville (c'est d'ailleurs ici que je l'ai rencontrée spontanément pour l'entretien). Elle fait attention à la saisonnalité des légumes qu'elle consomme en grande quantité et utilise systématiquement Yuka pour analyser les produits. L'entretien a été réalisé le 29 mars chez Valérie et a duré 46 minutes.

Catherine 65 ans, est une ancienne ouvrière vivant seule. Elle souffre de cholestérol, ce qui l'oblige à une certaine vigilance alimentaire. Ancienne coureuse régulière, elle a dû arrêter la

course suite à une opération du genou, entraînant quelques problèmes de surpoids. Aujourd'hui, elle fait régulièrement du vélo pour entretenir sa forme. Son alimentation est diversifiée et elle refuse toutes formes de régimes restrictifs, en défendant l'idée que l'alimentation est une source de plaisir et non de contrainte. Après avoir consacré l'essentiel de son existence au travail, elle revendique aujourd'hui le droit de profiter pleinement de ce qu'elle aime, sans sacrifice. J'ai rencontré Catherine spontanément au supermarché Match de Moulin. L'entretien a été réalisé chez elle le 22 mars et a duré 45 minutes.

Christian, 79 ans, vit avec sa femme Chantal, 75 ans. Tous deux sont retraités et anciens ouvriers. Christian entretient un grand potager où il cultive lui-même une large variété de légumes de saison. Pour leurs courses, le couple se rend au Leclerc du Plessis Belleville, en particulier le samedi, jour d'affluence. Ils apprécient ce moment qui leur offre aussi un temps de sociabilité, où ils retrouvent d'autres habitués et maintiennent un lien social précieux. Sur le plan alimentaire, leur régime est très diversifié. Par ailleurs, le ménage pratique une activité physique régulière : ils sont membres d'un club de marcheurs et participent à des activités de danse, maintenant ainsi un mode de vie actif et dynamique malgré leur âge. L'entretien a été réalisé à leur domicile le 29 mars et a duré 53 minutes.

### *Limites*

Le choix de limiter l'enquête à dix entretiens est un choix méthodologique assumé. En effet, l'objectif de l'approche qualitative n'est pas de produire des résultats généralisés mais de saisir la diversité des logiques sociales et discursives autour du Nutri-Score. Cependant, il aurait été intéressant, en disposant davantage de temps et de moyens, de croiser l'enquête avec des données quantitatives sur un échantillon plus large pour valider ou nuancer les tendances observées dans les entretiens et les observations (par exemple en étudiant la composition des caddies pour analyser la fréquence réelle du Nutri-Score dans les paniers de consommation des participants). Une autre limite de cette enquête réside aussi dans l'absence de participants ouvriers actifs au sein de l'échantillon. En effet, les deux ouvriers qui figurent parmi les enquêtés (Catherine et Christian) sont aujourd'hui retraités, ce qui implique que leur rapport à l'alimentation est façonné par d'autres logiques sociales qu'un ouvrier actif : une situation économique plus stabilisée, une certaine distance avec les contraintes du travail et un temps plus

important pour faire les courses. Ces trajectoires ne permettent donc pas de comprendre finement les arbitrages actuels des ouvriers en activité, souvent confrontés à des emplois du temps rigides, à des conditions de travail fatigantes et à des revenus limités.

Enfin, la réalisation de cette enquête a également exigé des formations spécifiques, qui dépassent les enseignements très sociologiques que j'ai reçus dans le cadre de mon cursus académique. Comprendre les comportements alimentaires et les usages du Nutri-Score nécessite en effet de croiser plusieurs approches, comme la psychologie des comportements et le marketing pour identifier les mécanismes parfois inconscients qui orientent les pratiques, au-delà des discours. Cela m'a donc demandé un effort supplémentaire pour prendre du recul, interroger mes propres grilles d'analyse et dépasser les simples discours.

## **Résultats du terrain**

### **2.1. Entre connaissance, appropriation et inertie des pratiques : où en est l'institutionnalisation du Nutri-Score ?**

#### *a) Une connaissance généralisée mais superficielle du Nutri-Score*

Depuis son lancement officiel, le Nutri-Score bénéficie d'une large visibilité dans l'espace de consommation. Les observations en magasin et les entretiens confirment que la totalité des participants reconnaissent spontanément le logo et savent le nommer sans difficulté. Tous savent également interpréter la notation des produits grâce au gradient de couleur et décrire l'utilité du dispositif, considéré comme un outil d'aide à la décision. Les participants savent également resituer l'origine de ce dispositif dans un contexte plus large de lutte contre l'obésité. Cependant, les entretiens permettent aussi de soulever des limites importantes dans la compréhension du Nutri-Score. En effet, lorsque les participants étaient interrogés sur les critères d'évaluation utilisés pour attribuer un score aux produits, très peu étaient capables de citer clairement les éléments pris en compte :

« Pour moi, le Nutri-Score, il analyse du coup tout ce qui va être ajouté au produit de base que t'achètes. Je ne sais pas, j'imagine donc que j'achète des... céréales, donc le concept c'est d'avoir du blé avec du chocolat dedans et lui va me dire la quantité de sucre qui a été rajoutée, de graisse, de produits avec des noms à rallonge incompréhensible, des formules chimiques... et du coup il va

définir ceux qui sont le plus proches du produit naturel. J'ai conscience du côté très flou de ce que je te dis... **pour moi le Nutri score A c'est ce qui va correspondre à des produits où les réhausseurs de goût comme le sucre vont être moins présents et où on a essayé de limiter au maximum la transformation et la conservation.** Et le D ça va être des produits qui sont extrêmement chargés en graisse, en sucre, en sel et en des tas de produits genre réhausseurs de goût et autres. Voilà en gros je dirais que c'est ça. »

Marie, 46 ans

« Les **critères de valeur, je ne les connais pas**, comment ils évaluent A, B, C, D, je ne sais pas, mais c'est la qualité de ce qu'il y a dedans, si ce n'est pas trop salé, sucré, **si ça respecte l'environnement et s'il n'y a pas d'additifs** ».

Anne-Gaëlle, 48 ans

Ce flou conduit alors certains participants à surestimer le champ d'action du Nutri-Score. Nombre d'entre eux pensaient que le score intégrait également la présence d'additifs alimentaires ou de conservateurs de synthèse, dont on connaît aujourd'hui les conséquences néfastes pour la santé. Or, il n'en est rien. Seules les personnes déjà sensibilisées à la nutrition (en lien avec la pratique poussée d'une activité physique ou avec une activité professionnelle) savent expliquer précisément les modalités de calcul du dispositif :

« Le Nutri-Score il calcule la **valeur nutritionnelle globale**, donc il regarde les calories, les matières grasses saturées, le sucre, le sel, et après il prend aussi en compte les fibres et les protéines pour compenser »

Kathy, 50 ans.

« C'est un **calcul mathématique** qui croise les taux de sucre, de graisse, de protéine ou de sel, comparé à la masse globale du produit. Et en fonction du score calculé avec les nutriments il attribut ensuite une note »

Corentin, 30 ans.

Cette situation montre ainsi que l'objectif initial du Nutri-Score – qui est d'orienter les consommateurs vers des produits plus sains grâce à une information nutritionnelle accessible à tous – ne diffuse pas nécessairement le savoir associé auprès de l'ensemble de la population. Si les consommateurs ont le sentiment de mieux consommer en choisissant un paquet de gâteau noté B (mais riche en conservateurs et en additifs), ont-ils autant pleinement conscience des risques potentiels que ce produit pourrait présenter pour leur santé ? Rien n'est moins sûr. Ce phénomène interroge également sur la portée réelle du dispositif en dehors du contexte d'achat.

De point de vue de la théorie néo-institutionnelle, il semble que le Nutri-Score s'inscrit pleinement dans le pilier réglementaire (Scott, 1995) en ce qu'il s'agit d'un dispositif appuyé

par un cadre légal, fixé par l'autorité de l'État et soutenu par des règles formelles. Même si l'affichage du Nutri-Score n'est techniquement pas obligatoire, il répond pleinement à ce cadrage, pour plusieurs raisons. D'abord, le logo bénéficie d'une reconnaissance officielle : il a été validé par des instances institutionnelles, inscrit dans une politique de prévention à travers le PNNS et recommandé par Santé publique France. Plusieurs des participants associent ainsi spontanément le logo à une initiative publique, ce qui lui confère une autorité symbolique. Ensuite, le Nutri-Score est aussi utilisé comme outil de régulation du marché : les pouvoirs publics ont défini un ensemble de règles techniques que les entreprises doivent respecter pour pouvoir afficher le Nutri-Score sur leurs emballages. Ce cadre institutionnel tend ainsi à renforcer la cohérence et la standardisation du dispositif, tout en incitant les producteurs à reformuler leurs produits pour obtenir une meilleure note et les consommateurs à s'orienter vers des produits plus sains. Il fonctionne donc comme un instrument de gouvernement, au sens foucauldien du terme : sans être imposé de façon autoritaire, il oriente plus ou moins les comportements des acteurs économiques et des consommateurs, en agissant à travers la norme. Cependant, la légitimité du Nutri-Score ne repose pas uniquement sur ce socle réglementaire. Son efficacité réelle dépend aussi fortement de son appropriation, de la manière dont les individus le perçoivent et des effets qu'il produit dans les représentations collectives.

*b) Une attention sélective selon les circuits d'achat*

Même s'il est aujourd'hui affiché par plus de 1400 marques en France, le Nutri-Score n'a pas une visibilité et une influence égale selon le lieu d'achat. En effet, la manière dont les participants font leurs courses joue un rôle déterminant dans la probabilité que le logo soit vu, pris en compte ou ignoré – étant donné que le dispositif n'est pas obligatoire en France. Les observations en conditions réelles d'achat ont ainsi permis de constater une attention très variable au logo selon le contexte d'achat, les infrastructures de distribution mais aussi les logiques de consommation associées à ces différents circuits.

Tout d'abord, le Nutri-Score est plus facilement visible sur les produits emballés dans les supermarchés traditionnels car ils proposent une grande diversité de produits transformés, qui sont précisément les produits sur lesquels le Nutri-Score est apposé. Ensuite, la dimension physique de l'expérience d'achat renforce également l'exposition au logo. Contrairement au

drive, où les achats se font via des recherches rapides, ici les participants peuvent manipuler les produits, prendre le temps de lire les étiquettes et surtout comparer visuellement plusieurs aliments, ce qui les expose d'autant plus aux informations sur les emballages. Lors des observations en magasin, j'ai réalisé une mise en situation avec chaque participant, en leur demandant de choisir entre deux produits de gamme similaire – en considérant que leur prix était égal – et dont le Nutri-Score était différent. L'objectif était ainsi d'observer concrètement le comportement des consommateurs lorsqu'ils sont exposés au Nutri-Score pour comprendre les effets de ce dispositif au moment de la comparaison :

« Je sélectionne deux paquets de yaourts équivalents de marques différentes. L'un a un Nutri-Score B, apposé sur le côté de l'emballage (ce Nutri-Score est visible lorsque le produit est posé sur l'étagère du rayon, mais l'est moins une fois le produit tenu en main), et l'autre Nutri-Score C sur la face avant. [...] Alice me parle plusieurs fois des **packagings, de la couleur, de la taille et de la typographie** qui semblent retenir son attention [...] Je lui suggère de retourner le produit. Alice me confie qu'elle **n'a jamais ce réflex**. En manipulant les produits, elle **remarque alors immédiatement le Nutri-Score B sur le côté**. Sa réaction est intéressante. Depuis le début, Alice avait ouvertement exprimé une préférence pour le paquet de droite sans avoir remarqué son Nutri-Score sur le côté. Ce choix était largement influencé par le visuel et le marketing du produit. Mais lorsqu'elle s'est aperçue que le Nutri-Score était mieux noté que l'autre produit, elle s'est montrée rassurée, comme si cette information venait légitimer son choix en lui confirmant qu'il était le meilleur. « **En plus, c'est Nutri-Score B, donc c'est encore mieux !** » m'a-t-elle dit, sans ne jamais avoir fait de commentaire sur le Nutri-Score C de l'autre produit. »

Extrait d'observation avec Alice, au Supermarché Match de Moulin

Les conditions matérielles en supermarché et la présence du Nutri-Score sur la face avant des emballages, avec ses couleurs vives, favorisent ainsi sa visibilité : le logo est immédiatement perceptible lorsque le consommateur tient le produit en main. Cependant, cette visibilité diminue fortement dans d'autres circuits d'achat. Dans le cas des courses en ligne, via le *drive* ou la livraison à domicile (*Uber Eat*), le Nutri-Score est très peu consulté par les participants, pour des raisons autant pratiques que visuelles. En effet, sur les interfaces de ces applications (**annexes n°3 et 4**), les produits sont affichés sous la forme d'images réduites, où les détails graphiques du Nutri-Score sont plus difficilement lisibles. Sur Auchan *Drive*, il faut cliquer sur le produit pour voir sa fiche et accéder au Nutri-Score, ce qui suppose une démarche volontaire du consommateur pour consulter ces informations (**annexe n°5**). L'interface d'*Uber Eat* est encore moins développée : le Nutri-Score n'apparaît que sur les images réduites du menu déroulant (**annexe 6**). Ces contraintes techniques limitent ainsi fortement la capacité de ses usagers à comparer les produits selon le Nutri-Score. Le logo, peu visible et peu accessible perd

alors de son efficacité. Ainsi, le Nutri-Score joue un rôle très marginal lors des achats effectués sur ces plateformes, à moins d'être spécifiquement recherché par l'utilisateur.

Enfin, dans les circuits courts comme les épiceries bio, les marchés de producteurs ainsi que dans les commerces alimentaires traditionnels (boucherie, boulangerie, fromager, etc.), le Nutri-Score est pratiquement toujours absent. Cette situation, liée au caractère non obligatoire du logo, freine donc son ancrage cognitif. Pour devenir un repère intégré, le Nutri-Score doit en effet être visible et activé dans les pratiques courantes des consommateurs. Or, dans ces circuits, il n'est ni affiché, ni consulté, ce qui limite son appropriation. Cependant, les observations en magasin montrent que l'absence du Nutri-Score ne manque pas aux participants pour comparer plusieurs produits car ils s'appuient sur d'autres repères pour juger la qualité nutritionnelle. Parmi l'ensemble des enquêtés, seules Marie et Kathy déclarent faire régulièrement leurs courses dans des circuits courts, comme les marchés frais ou des épiceries bio. Et ce choix n'est pas anodin : il s'inscrit dans un certain mode de vie, qui mobilise des ressources économiques et sociales et des valeurs spécifiques. Toutes deux cadres supérieures, Marie et Kathy occupent des postes à responsabilités et disposent d'un niveau de capital culturel et économique élevé, qui leur permet non seulement d'accéder à ce type de circuit souvent plus coûteux, mais aussi de donner du sens à leur pratique. P. Bourdieu (1979) définit le capital comme l'ensemble des ressources qu'un individu intériorise au cours de sa socialisation et qui traduisent sa position dans l'espace social. Leur fréquentation des circuits courts témoigne ainsi d'un niveau de sensibilisation préalable aux enjeux alimentaires : nutrition, écologie, juste rémunération des producteurs, traçabilité, volonté de soutenir un modèle de consommation plus responsable, etc. Dans ces espaces, l'acte d'achat est aussi un acte de sens, en cohérence avec des valeurs personnelles. La qualité est présumée garantie par l'origine, le mode de production et une dimension éthique. Le lien de confiance avec le commerçant ou le producteur remplace ici la médiation du logo, ce qui permet à ces consommateurs d'intégrer des normes nutritionnelles et sanitaires sans passer par l'outil institutionnel :

« Ce que j'aime, c'est que le **cultivateur pose le prix** qui lui paraît équitable. [...] Il y a une démarche d'entraide, de quartier, [...] c'est **pas une logique comptable**. »

Marie

« Je vais toujours regarder la **traçabilité** des fruits et des légumes. Donc j'achète des légumes de saison et **origine France**, c'est-à-dire que je vais pas aller acheter des tomates au mois de décembre, c'est complètement débile, c'est cher, c'est pas bon et c'est souvent traité. Je **fais attention aussi au non-traitement** des fruits et légumes que j'achète, parce qu'en plus j'ai des enfants donc tout ce qui est perturbateurs endocriniens, je fais gaffe. Le jambon, **c'est sans nitrite**. Mais c'est ce que je te disais, j'ai une déformation professionnelle **où je suis aussi sensibilisée à ça** »

Kathy

*c) Intégration et usages sociaux différenciés du Nutri-Score*

Même si le Nutri-Score est présent sur une large gamme de produits en grande surface, il n'est pas utilisé de la même manière par tous. En effet, ses usages varient selon les trajectoires sociales et les ressources économiques des participants, mais aussi selon leurs rapports à la santé et à l'alimentation et leurs priorités quotidiennes.

Tout d'abord, chez les participants déjà fortement sensibilisés à la nutrition, nous observons que le Nutri-Score est rarement un critère déterminant dans les choix d'achat. Cela ne signifie pas qu'il est ignoré, mais plutôt qu'il est éclipsé par d'autres repères jugés plus riches en informations, telles que la liste des ingrédients à l'arrière de l'emballage ou des données sur l'origine du produit. Ce phénomène s'explique notamment par le fait que ces personnes disposent déjà de ressources suffisantes pour juger elles-mêmes de la qualité d'un produit à partir de sa composition. Par exemple, Kathy, cadre dans la production alimentaire chez Auchan, possède une expertise qui rend le Nutri-Score secondaire dans ses décisions. De la même manière, Marie lui prête une certaine utilité, mais de manière sélective, notamment pour vérifier les produits destinés à ses enfants. Cela s'explique aussi par le fait qu'au quotidien, les deux femmes s'orientent surtout vers des produits bruts ou les moins-transformés possibles, comme les légumes ou des produits traiteurs, où il n'y a pas d'emballage donc pas de Nutri-Score. Et quand c'est le cas, l'outil est seulement utilisé en appui, pour confirmer ou nuancer un choix déjà construit autrement :

« Je n'ai **jamais été sensible au Nutri-Score** je trouve que c'est... que ça enfonce des portes ouvertes. Alors **peut-être que ça aide** des personnes qui ne sont pas du tout sensibles ou qui ne sont pas... qui ne **connaissent pas du tout comment ça fonctionne**, l'industrie agro... Voilà mais... Moi ça me parle pas dans le sens où c'est ce que je te dis, je sais quand j'achète un produit mauvais. Mon chocolat blanc qui n'a pas l'ombre de cacao dans le composant, **je regarde même pas**, je sais que ça va être D. Et si c'était E, ça n'influencerait pas non plus mon achat. »

Kathy

« Le Nutri-Score, c'est quelque chose que je regarde vraiment **sur certains produits seulement**. Je vais le regarder sur les produits **que mes enfants consomment**. Je vais avoir tendance à vérifier parce que souvent c'est des produits qui sont plus transformés que le reste. [...] après tout ce qui est fromage, je ne regarde pas parce que pour moi de toute manière, ça n'a pas d'intérêt, je connais les fromages qui sont très gras et je les évite. En plus le fromage j'évite de l'acheter sous vide **du coup il n'y en a pas de Nutri-Score** »

Marie

Cette logique se retrouve aussi chez les participants très sportifs, dont les ressources en nutrition sont liées à leur pratique physique régulière et à leurs objectifs de performance. En effet, la consommation de Théo, Bruno et de Corentin, est structurée autour d'objectifs précis (prise de masse musculaire), ce qui les conduit à s'intéresser avant tout aux macronutriments des produits qu'ils achètent. Plutôt que de s'appuyer sur un indicateur global comme le Nutri-Score, jugé trop généraliste, ces participants préfèrent ainsi lire les informations sur la déclaration nutritionnelle à l'arrière des emballages, pour cibler un certain taux de protéines.

« Je mets Bruno en situation avec des boîtes de biscotte au même prix. L'une est notée A, l'autre C. Son premier **réflex est de les retourner pour lire directement les informations** à l'arrière, sur la déclaration nutritionnelle. Il commence par lire la liste des ingrédients, et remarque que le sucre est le 2<sup>e</sup> ingrédient présent en plus grande quantité dans un des produits. Ce facteur suffit pour le convaincre de détourner le regard vers la deuxième boîte pour s'assurer que la quantité de sucre est moins importante. Il **lit ensuite à voix haute les valeurs nutritionnelles du 2<sup>e</sup> produit noté A**, qu'il finit par choisir. A priori, Bruno semble maîtriser la lecture des étiquettes nutritionnelles ».

Extrait d'observation de Bruno, rugbyman, au Supermarché Match de Moulin.

« Franchement, le Nutri-Score c'est un indicatif qui **peut être bon**, mais je pense qu'il ne faut pas tout le temps prendre en compte parce **qu'il est souvent faussé**. C'est-à-dire qu'il peut y avoir des produits Nutri-Score D qui contiennent de bonnes graisses, des bons lipides. Et, si tu contentes de regarder juste les Nutri-Scores, et à choisir uniquement des produits en A ou B, tu risques de vite de **retrouver avec des carences**, parce que du coup il n'y a pas de graisse, **il n'y a rien des choses importantes pour la santé**. »

Théo, 20 ans.

A l'inverse, il semble que les participants qui sont sensibles à la nutrition mais qui n'ont pas de connaissance approfondie, accordent une forme de confiance plus renforcée envers le Nutri-Score, entraînant ainsi des ajustements concrets dans leurs pratiques alimentaires. En effet, ces consommateurs sont souvent sensibles à l'alimentation et à ses effets sur la santé, mais ne disposent pas toujours des compétences techniques pour lire une étiquette nutritionnelle au dos du produit. Dans ce contexte, le Nutri-Score peut devenir un outil d'aide à la décision, notamment pour celles et ceux qui ont vécu des épreuves de santé ou de transformation

personnelle. C'est par exemple le cas d'Anne-Gaëlle, dont les expériences de vie (obésité de son mari et cancer de son fils à 4 ans) ont sensibilisé la famille à l'importance de la qualité nutritionnelle :

« Le Nutri-Score, il n'y en a pas partout, **mais quand il y en a, oui je fais attention**. Depuis Anthony.... Pourtant j'aurais dû faire attention plus tôt c'est sûr... mais maintenant pour moi, il faut que ce soit un bon Nutri-Score. Par exemple, il y a les céréales que je mange le matin, c'est A. En plus, c'est bio et c'est une bonne marque, et pour moi l'impact environnemental c'est hyper important. Il y a d'autres céréales que j'achetais **avant, c'était un Nutri-Score C, du coup, je les achète plus maintenant, c'est vrai**. Je ne sais pas, **ça m'influence** parce que je ne sais pas comment interpréter les tableaux derrière. [...] Donc j'ai déjà **supprimé des achats** à cause d'une mauvaise note, même s'ils étaient bio ».

Anne-Gaëlle.

Ce type de comportement montre ainsi que l'évaluation symbolique apportée par le Nutri-Score est pleinement intégrée dans l'acte d'achat. Anne-Gaëlle ne lit pas la composition du produit car le score lui suffit pour déterminer la valeur des produits qu'elle consomme. Le Nutri-Score permet alors de compenser une certaine incertitude ou une méconnaissance des tableaux nutritionnels. Progressivement, la lecture du Nutri-Score semble s'être peu à peu installée comme un réflexe dans son comportement d'achat, au point qui l'emporte même aujourd'hui sur d'autres valeurs comme le bio, car il est perçu comme plus fiable. Toutefois, Anne-Gaëlle précise également par la suite qu'il y a toujours des produits qui font figure d'exception comme les gâteaux que ses enfants consomment.

Enfin, chez les personnes plus âgées et qui ont moins de moyens économiques, l'attention du Nutri-Score est souvent supplantée par d'autres logiques, notamment économiques, comme la recherche de « bonnes affaires ». En effet, le logo passe souvent inaperçu ou est jugé inutile par plusieurs enquêtés car le critère du prix et de la quantité passe avant toute considération nutritionnelle. Cette situation s'explique en partie par des contraintes économiques fortes, mais aussi par des habitudes ancrées, et une certaine distance culturelle avec les outils de la prévention publique.

« Je saisis deux paquets de jambon équivalents, l'un avec un Nutri-Score B, l'autre C. Je lui demande de choisir un des deux produits et de m'expliquer pourquoi. Son premier réflexe est de me demander le prix. Je lui réponds que les deux prix sont les mêmes pour le réorienter vers des considérations plus nutritionnelles. J'observe que Christian **retourne les deux produits pour regarder la liste des ingrédients**. Il m'explique qu'il choisira celui qui semble être le moins

transformé. Une fois qu'il a fait son choix, je lui demande s'il avait vu le Nutri-Score et si le logo l'a aidé dans son choix. Il me répond fermement qu'il ne **le regarde jamais et qu'il s'en fiche.** »

Extrait d'observation avec Christian, 79 ans, au Leclerc du Plessis-Belleville.

Lorsque je demande ensuite à Christian de hiérarchiser cinq critères qui peuvent intervenir dans la prise de décision (prix, marque, tableau nutritionnel au dos de l'emballage, Nutri-Score, information marketing de type « light » ou « protéiné »), sa réponse ne fait que confirmer les faits observés en magasin. Il en va de même pour Catherine, ancienne ouvrière, qui ignore le Nutri-Score :

« D'abord **le prix, toujours.** Après c'est éventuellement la composition des produits qui rentrent en ligne de compte dans la conservation, dans l'assaisonnement et tout ça. Ensuite peut être la marque, les info marketing. **Nutri-Score, ça viendrait pour moi en dernier** »

Christian, 79 ans.

« Le plus important, c'est **que je prends ce que j'aime,** déjà dans un premier temps. Après pour certains produits **je privilégie quand même le prix et la qualité.** Il y a des trucs plus ou moins qui m'intéressent quand c'est des dates qui arrivent à terme...certains trucs comme les yaourts et tout ça je sais que ça peut se conserver un peu plus longtemps donc là j'ai pas de scrupules à prendre quoi. Mais la valeur nutritive et le **Nutri-Score, pour moi, je dirais que c'est en dernier** »

Catherine, 65 ans.

Par ailleurs, Christian et Catherine soulignent aussi des obstacles très concrets à la lecture des informations nutritionnelles, qui sont notamment liés à leur âge. En effet, pour ces personnes, la taille très réduite des caractères sur les emballage complexifie la lecture, ce qui rend ainsi les informations nutritionnelles moins visibles à leurs yeux :

« Je ne regarde pas parce que je dois prendre mes lunettes et j'ai pas envie de me balader avec mes lunettes. Voilà, il faut que je **prenne une loupe** parce que c'est tellement petit. »

Catherine

Ce manque d'attention au logo ne signifie donc pas un rejet de toute considération diététique, mais traduit aussi une autre hiérarchie des priorités : il s'agit surtout de s'alimenter à moindre coût, avec des produits connus, accessibles et en quantité suffisante.

## **2.2. Le Nutri-Score comme producteur de normes nutritionnelles : entre intériorisation différenciée et résistances.**

a) *Les représentations sociales du « bien manger » : le rôle de l'éducation et de l'information dans les « bonnes » habitudes de consommation*

Pour plusieurs des participants, l'expression « bien manger » ou « manger sain » ne se limite pas seulement à une question de goûts. Elle est fortement liée à l'idée que certains aliments sont « bons pour la santé » parce qu'ils permettent de prévenir certaines maladies ou de mieux maîtriser son poids, tandis que d'autres sont « mauvais ». Tous les enquêtés montrent une connaissance de base des grands repères en nutrition : ils savent que les légumes sont meilleurs pour le corps que les desserts trop sucrés ou les produits ultra-transformés, même s'ils ne suivent pas toujours ces principes dans leurs pratiques. Dans les entretiens, tous précisent également que le plus important est de trouver un juste « équilibre » dans la composition des assiettes et l'alimentation au quotidien. Pour beaucoup, manger sain ne signifie pas forcément de se restreindre, mais plutôt de trouver un juste milieu en adaptant son alimentation à ses besoins et à son rythme de vie et en évitant les excès. Tous les participants reconnaissent ainsi que ce qu'ils mangent a un impact sur leur santé. Aujourd'hui, le lien entre alimentation, bien-être et santé est ainsi largement intégré dans les consciences des participants.

Cette prise de conscience témoigne ainsi d'un certain succès des politiques publiques de prévention en France, et en particulier des PNNS. En effet, à travers leurs campagnes de communication et le travail d'éducation nutritionnel, ces politiques ont contribué à ancrer durablement l'idée qu'« il faut manger équilibré » pour être en bonne santé. Ce cadrage normatif produit aussi des effets concrets dans les discours : les participants qui déclarent ne pas faire de sport ou avoir une alimentation déséquilibrée expriment souvent un sentiment de culpabilité, reconnaissant qu'ils devraient « faire plus attention » pour rester en bonne santé :

« J'ai l'impression quand même de faire le maximum pour que ce **soit le plus sain possible**. Du coup, j'estime que **je fais ce que je dois faire**. Après **je culpabilise** plus sur le fait que je suis assez sédentaire et que ma pratique sportive est réduite à une fois par semaine et ça fait peu de temps, ça pour le coup c'était très culpabilisant. J'ai conscience que je pourrais nuire **à ma bonne santé** et du coup **générer des problématiques de santé** qui vont ensuite nécessiter des soins et du coup c'est vrai qu'inconsciemment quelque part, j'estime que c'est autant le **devoir de l'État** ensuite de prendre en charge mon soin, mais c'est aussi à moi de faire en sorte que ça n'arrive pas ou que ça arrive le plus tard possible. Je me sens redevable de ça parce qu'en échange, je trouve que c'est normal qu'il y ait une couverture sociale. »

Marie

Ce sentiment révèle la force du pilier normatif de la TNI (Scott, 1995), c'est-à-dire la manière dont les individus intègrent des injonctions sociales comme des attentes personnelles. Les effets des campagnes de prévention ne se limitent pas à une modification des pratiques : elles influencent aussi les manières de penser, de juger et de parler de son propre comportement alimentaire. Manger sain devient alors une norme intériorisée, un « devoir » envers soi-même et envers la société pour entretenir son capital santé et réduire son impact sur le système de santé.

Par ailleurs, ce niveau de conscience généralisé s'explique également par l'éducation (familiale ou scolaire) que les personnes ont reçue, mais aussi de plus en plus par l'influence des médias, des réseaux sociaux et des nouveaux prescripteurs en nutrition. Aujourd'hui, de nombreuses figures (influenceurs bien-être, émission de santé, etc.) participent à diffuser massivement des conseils nutritionnels. Cette multiplication des sources d'information rend ainsi les individus plus exposés à des discours sur le « bien manger », en témoigne le cas d'Alice ou de Corentin :

« - Alice : Je sais que **c'est important** dans une assiette d'avoir autant de lipides, glucides, des choses comme ça, parce que c'est bien dans ton organisme, et **qu'il faut** au moins avoir un peu viande, poisson ou œuf, et de légumes ou de pâtes par exemple.

- Et ça tu le sais d'où ?

Alice : Alors il y a un peu d'école, quand on est petit on apprend ça. Et quand j'en parle aussi autour de moi et aussi **sur les réseaux sociaux**, parce que je tombe très souvent sur des vidéos d'une diététicienne par exemple qui réagit à des vidéos de nana qui font une journée dans mon assiette et elle dit « bah là c'est bien...là par contre un peu moins », mais sans jugement et du coup c'est agréable.

- Et il y a des vidéos qui ont pu créer des changements de comportements alimentaires chez toi ?

- Alice : Bah par exemple **le matin du coup j'ai changé**, avant je prenais des petits gâteaux et je sais que c'était très sucré et maintenant je prends des *overnight out* (flocons d'avoine) parce que notamment j'ai suivi une nana qui présentait ça et je voulais goûter parce qu'apparemment c'est super bon pour la santé, donc je continue et c'est vrai que ça me remplit bien l'estomac. »

Alice, 26 ans.

« Je m'informe **surtout sur X** (ancien Twitter). Aujourd'hui il y a énormément d'informations qui circulent au sujet de la nutrition donc c'est facile. Et puis bien-sûr, mes parents ont joué un rôle dans tout ça, **ma mère a toujours cuisiné beaucoup de légumes**, même si j'aime pas trop ça je sais que c'est important d'avoir une alimentation équilibrée ».

Corentin

Ces sources sont d'autant plus importantes pour les personnes qui n'ont pas été sensibilisées par leurs parents ou à l'école. En effet, certains participants ont développé leurs repères en opposition au modèle alimentaire transmis par leurs parents, notamment dans un contexte sportif et grâce à un accès plus large à l'information. C'est notamment le cas de Théo et de Bruno, joueur de rugby professionnel :

- C'est important pour toi de manger sain ?

- Bruno : Ouais, j'essaie, franchement, j'ai eu une **très mauvaise éducation alimentaire** au début et maintenant, je suis content avec mon boulot, ça vient naturellement. Après, il a fallu un certain temps pour apprendre et s'adapter.

- Tu as dit que tu avais reçu une mauvaise éducation ?

- Bruno : oui quand j'étais jeune, mes parents, **c'était n'importe quoi à la maison**. Maintenant que j'ai le recul, tu vois les bols de céréales le matin, les cookies le soir en rentrant, les sandwiches triangles en voyage, ou le coca, tous ces trucs-là chez moi c'était à volonté... personne ne contrôlait rien. Et c'est à force d'avoir rencontré des diététiciens, des nutritionnistes avec le rugby, et d'avoir lu plein de trucs sur **Internet, je me rends compte que ce n'était pas du tout normal...**

Bruno, 35 ans.

Cependant, ces nouveaux supports d'éducation ne touchent pas tout le monde de la même manière. Par exemple, les générations plus âgées n'ont pas reçu d'éducation nutritionnelle à l'école et fréquentent peu les réseaux sociaux. De plus, ces moyens d'information supposent aussi une volonté et une capacité préalables à s'informer, souvent inégalement répartie. Catherine, par exemple, revendique une forme d'indifférence à ces discours : elle préfère cuisiner ce qu'elle aime sans se laisser dicter de règles.

« Ah il ne faut **pas me parler de régime** ! Moi je ne vais **pas m'empêcher de manger** de la rilette si j'ai envie de manger de la rilette, même si c'est marqué C ou D. Par contre, j'évite de prendre des biscuits industriels, j'essaie de faire le plus possible à manger de moi-même, **pas des trucs tout faits.** »

Catherine

*b) Le Nutri-Score comme vecteur d'une norme de santé : quel impact sur les représentations sociales de l'alimentation ?*

Comme l'ont montré les observations et entretiens, les usages du Nutri-Score varient profondément dans les comportements d'achat. Si certains s'en servent comme un repère

ponctuel ou régulier, d'autres lui s'en détournent au profit d'outils plus précis ou de logiques économiques. Ainsi, tous les consommateurs ne partagent pas les mêmes normes ni les mêmes repères pour choisir leur produits en magasin. L'analyse sémantique des entretiens a aussi permis de mettre en évidence une opposition quasi manichéenne dans les représentations de l'alimentation : d'un côté, les aliments dits « sains », « naturels », « faits maison », « bruts », sont fortement valorisés comme une forme de maîtrise et un moyen de prendre soin de soi. Tandis que de l'autre, ceux qui sont « gras », « trop sucrés », « industriels » et qui « font grossir » sont stigmatisés et associés à une forme de relâchement moral. Ce vocabulaire employé n'est pas anodin : il montre que pour beaucoup, se nourrir ne se résume pas à répondre à ses envies et besoins, mais c'est aussi faire des « bons » ou « mauvais » choix, au sens moral du terme.

Chez plusieurs enquêtés, le Nutri-Score vient renforcer cette logique binaire. En effet, ce dispositif ne se limite pas à un simple outil d'information : il fonctionne également comme un repère normatif qui, en hiérarchisant symboliquement les produits selon des critères officiels, suggère ce qu'il faudrait consommer pour « bien faire ». Le Nutri-Score n'est pas, en soi, à l'origine des normes de « bonne alimentation » : celles-ci existent déjà dans les esprits et sont construites à travers l'expérience, les discours médiaux, l'école, les médias et le contexte familial. Cependant, le Nutri-Score vient souvent confirmer cette attention à la nutrition et renforcer les normes et les catégories de jugement préexistantes en leur donnant une forme graphique et visuelle.

Chez les participants qui prennent en considération le Nutri-Score dans leurs achats, le logo apparait en effet comme un marqueur symbolique, un signe qu'ils sont en train de faire « le bon choix » en prenant des produits notés A ou B. Ce mécanisme s'explique notamment par la système symbolique particulièrement efficace du dispositif : avec son code couleur, le logo agit comme un raccourci mental qui facilite les prises de décision rapides. Il fournit une grille d'interprétation simple qui permet de catégoriser les aliments selon une hiérarchie implicite. Ce mécanisme renvoie directement au pilier cognitif de la TNI, selon lequel une institution devient stable lorsqu'elle repose sur des catégories mentales partagées, faciles à mobiliser, et perçues comme « allant de soi ». Le Nutri-Score active précisément ce type de réflexes cognitifs : la couleur verte rassure tandis que le rouge alerte. Ainsi, le consommateur comprend intuitivement

que le A vert est un “bon” choix, tandis que le E rouge est à éviter. Ce pouvoir de signification immédiate permet au logo de s’inscrire facilement dans les routines de consommation. Lorsqu’il est présent sur les emballages, le Nutri-Score tend à être activé automatiquement, sans être remis en question. Ainsi, chez plusieurs enquêtés, le Nutri-Score semble jouer un rôle de guide moral pour arbitrer leurs choix de consommation :

« Marie me confie que son fils mange des céréales Trésor au petit déjeuner. La manière dont elle me partage cette information s’apparente davantage à une **confession qu’une information banale**. Elle m’avoue avoir **conscience** que ce type de petit déjeuner **est très mauvais** : « c’est le pire truc, Nutri-Score E ou D. »

Extrait des notes d’observation avec Marie au supermarché Match de Lille

« - Est-ce que tu as déjà modifié une habitude d’achat ou de consommation à cause d’un mauvais Nutri-Score ?

- Là typiquement c’est le cas des trésors qui a déclenché la chose, des céréales que Basile s’est mis à consommer et qui était nutri-score D. J’ai pas arrêté de l’acheter parce que je ne suis pas un dictateur dans ma maison mais tu vois j’ai pensé que c’était bien plus **intéressant d’avoir une discussion** avec lui pour qui **conscientise** le fait qu’il aime ce produit **mais que c’est pas sain**, et que progressivement en fait il en vient à **diminuer sa consommation lui-même**. »

Marie

« Je prends jusqu’à D, mais quand c’est Nutri-Score E, je ne prends pas. **E c’est rédhibitoire**. En fait dès qu’on commence à être dans **le rouge, ça me fait peur**. »

Anne-Gaëlle

« Dès que je découvre un nouveau produit, je le **compare avec les autres et je le scanne sur Yuka**. S’il est mal noté par le Nutri-Score ou sur mon appli, **je le repose**. »

Valérie, 55 ans.

« Dans le magasin, j’aime **bien être rapide**. Du coup, si je vois qu’un produit est noté A je vais plus être enclin à le prendre parce que je me dis ‘**A, c’est le mieux hop je le prends**’. »

Alice

Ainsi, pour plusieurs enquêtées, le Nutri-Score participe ainsi à structurer leur vision et discours de ce qui est « bon », « acceptable » ou « à éviter ». Le choix d’un produit bien noté leur donne le sentiment d’agir « correctement », surtout pour les parents comme Anne-Gaëlle et Marie, qui se sentent responsables de faire les bons choix pour la santé de leurs enfants. Ce mécanisme renvoie ainsi au pilier normatif de la TNI : la norme n’est pas imposée de l’extérieur, mais intériorisée comme une ligne de conduite socialement valorisée. Dans cette perspective,

le Nutri-Score fonctionne alors comme un repère moral, que les consommateurs ne suivent pas par obligation formelle mais pour être en accord avec leurs valeurs personnelles, leurs rôles sociaux (comme celui de parent) ou une représentation intériorisée du « bien manger » et du « bon comportement ». Certains enquêtés affirment ainsi avoir déjà changé leurs habitudes d'achat ou réduit la consommation de certains produits, simplement en raison de leur mauvais classement. Marie, par exemple, n'a pas supprimé les céréales de son fils, mais a ajusté leur quantité dans la consommation de sous l'effet du Nutri-Score. Ce compromis témoigne d'un rapport souple à la norme : celle-ci est prise en compte, mais adaptée au quotidien.

Même s'il n'est pas utilisé par tous les participants, le Nutri-Score apparaît ainsi comme un outil valorisé et reconnu comme légitime, à la fois parce qu'il simplifie la lecture nutritionnelle (pilier cognitif) et parce qu'il donne le sentiment d'agir conformément à une attente sociale spécifique (pilier normatif). Ce double ancrage permet au dispositif de s'inscrire durablement dans les habitudes quotidiennes et les jugements des participants qui lui prêtent attention.

*c) Nutri-Score à l'épreuve des habitudes et des « plaisirs coupables » : entre culpabilité et indifférence*

Les observations précédentes ont mis en évidence le rôle du Nutri-Score dans les représentations et catégories de jugement des participants, en matière d'alimentation. En fournissant une information synthétique et symbolique sur la qualité des produits, le logo tend à influencer les arbitrages des consommateurs, et notamment de ceux qui se sentent concernés par les enjeux de santé. En cela, le Nutri-Score agit ainsi comme un indicateur moral discret, susceptible d'encadrer certains comportements. Cependant, le pouvoir prescriptif du dispositif semble présenter quelques limites face à des logiques concurrentes.

Comme l'ont montré les travaux de sociologie cités plus tôt, se nourrir ne relève pas uniquement de décisions rationnelles ou de critères nutritionnels : cela implique aussi des habitudes, des préférences personnelles, des contraintes pratiques, des routines bien ancrées et une relation au plaisir difficilement réductibles à un système de notation. Si le Nutri-Score est bien mobilisé par certains participants pour guider leurs choix, les entretiens et observations révèlent qu'il est aussi régulièrement contourné ou ignoré face à d'autres logiques.

D'abord, l'efficacité réelle du Nutri-Score dans les comportements d'achat reste fortement conditionnée par le poids des routines alimentaires des consommateurs. En effet, les observations en magasin mettent en évidence le caractère routinier et mécanique des achats. Pour la majorité des participants, les courses sont réalisées de manière rapide et organisée, avec une liste établie au préalable, pour gagner du temps et éviter d'oublier des articles. Quand ils recherchent des produits habituels, les participants se dirigent directement dans le rayon concerné pour les trouver, et bien souvent, ils ne prêtent pas attention aux autres produits du rayon. Comme les consommateurs achètent ce qu'ils connaissent et apprécient déjà, ils n'ont pas non plus tendance à consulter les étiquettes nutritionnelles, ni à remettre en question la qualité du produit. Dans ce contexte, les achats sont rarement l'occasion de reconsidérer un produit ou de le comparer à un autre, à moins que les offres à côtés soient intéressantes ou attirent l'œil. Chez Théo, par exemple, le parcours des courses est totalement ritualisé :

« En entrant dans le magasin, Théo m'explique que les courses **vont aller vite** car il suit toujours le même circuit pour gagner du temps. Étape 1 : le rayon des viandes au fond du magasin, étape 2 : les produits frais, étape 3 : les fruits et légumes à l'entrée du magasin. [...] Lorsque Théo sélectionne ses aliments, **il ne s'arrête jamais pour les analyser plus en détails**. Il me précise qu'il a l'**habitude** d'acheter les mêmes produits toutes les semaines, ce qui lui permet de gagner du temps sans se poser trop de questions. Je remarque qu'il regarde à peine les autres produits des rayons quand il cherche précisément un aliment [...] Les courses n'auront duré qu'une dizaine de minutes au total »

Extrait d'observation de Théo au Lidl de Lille.

Dans ces conditions, la présence ou l'absence du Nutri-Score devient ainsi secondaire : il n'est ni recherché, ni consulté par les consommateurs car les produits sont déjà identifiés comme légitimes ou de confiance dans les habitudes alimentaires. De plus, si plusieurs enquêtés reconnaissent l'intérêt du Nutri-Score, cela ne les empêche pas pour autant de consommer certains produits mal notés, en invoquant des arguments de goût ou de praticité. Dans ces situations, le Nutri-Score ne disparaît pas nécessairement des représentations, mais il est alors désactivé ou relativisé, au profit d'autres justifications comme le plaisir ou le souci de praticité :

« - Anne-Gaëlle : Oui je pense que le Nutri-Score ça aide, mais après il y a beaucoup de choses où **je ne me peux pas me permettre de dépendre que de ça évidemment**. Moi j'achète beaucoup de Bio, d'ailleurs, une fois j'ai vu un **produit Bio noté E** et je n'ai pas compris comment c'était possible.

-Et à ce moment-là qu'est-ce que tu as fait avec ce produit ? Tu as continué de l'acheter ?

- Anne-Gaëlle : Oui, parce qu'il est très très bon, mais aussi parce qu'il y a une question plus psychologique et de goût qui prend dessus sur la qualité de ce qu'on mange des fois.

Anne-Gaëlle

« Ouai bon le Nutri-Score je vais surtout le regarder sur les produits que mes enfants consomment, mais après tout ce qui est fromage, etc je ne regarde pas parce que pour moi, de toutes manières, ça n'a pas d'intérêt. [...] Cela dit, je pense que les produits qui affichent le Nutri-Score, d'un point de vue communication, c'est assez malin en fait d'accepter de se soumettre à ces choses-là, parce que comme tu le vois, **ça ne va pas m'empêcher d'acheter certains produits qui sont D** comme les céréales de Basile. »

Marie

-Quand tu dois choisir un produit spécifique que tu n'as jamais acheté avant et qu'il est noté D, que fais-tu dans ce cas-là ?

-Alice : Ça dépend si j'ai une recette en tête ou pas. Et ça dépend aussi si je me dis que j'ai vraiment envie de me faire plaisir. Je pense que si c'était D, je me dis que vu que je ne mange pas beaucoup et que c'est pour me faire plaisir, je peux à ce moment-là me permettre de que ce soit pas top top. [...] Et après le midi quand je travaille dès fois selon mon organisation j'ai pas le temps de me cuisiner un truc donc j'achète des plats préparés comme des Noodles.

*(Durant l'observation en magasin, Alice a justement acheté ces fameux Noodles, en me confiant avec culpabilité qu'elle sait que ce n'est pas bon pour la santé)*

-Tout à l'heure quand tu as pris le paquet, tu m'as dit « je sais que c'est pas bon pour la santé ». Tu peux développer ?

-Alice : en fait j'ai appris sur les réseaux sociaux que c'était cancérogène, mais parce que c'est comme des plats instantanés en fait. C'est très transformé et donc il y a beaucoup de choses dedans qui ne sont pas bonnes. C'est pour ça qu'il y a des moments où je prends pas cette poudre parce que je sais que c'est la poudre qui n'est pas bonne alors que les pâtes quand tu les mets dans l'eau en fait c'est comme des pâtes classiques. »

Alice

Cette tension entre les injonctions nutritionnelles et le plaisir alimentaire montre ainsi que la présence du logo sur un emballage ne garantit ni son usage, ni son pouvoir normatif sur les pratiques. Par ailleurs, les achats réalisés sur les plateformes en ligne tendent à neutraliser davantage les effets prescriptifs du Nutri-Score. En effet, les paniers enregistrés sur les applications permettent aux utilisateurs de reconstituer rapidement leurs achats habituels, sans passer par une phase de sélection ou de comparaison des produits. Grâce aux algorithmes, les plateformes mémorisent les références les plus fréquemment achetées et propose de les ajouter directement au panier, dans une logique de gain de temps. Cette automatisation produit ainsi

une forme de stabilité dans les choix de consommation, qui se répètent sans remise en question. Le Nutri-Score, même lorsqu'il est affiché, n'est pas activé comme un outil d'arbitrage car les produits sont sélectionnés par habitude. Ce contexte limite alors fortement les conditions de mobilisation du Nutri-Score : les consommateurs ne se retrouvent plus dans une situation de choix actif, et les jugements s'effacent au profit de routines ancrées dans l'interface :

« Là bon tu vois, typiquement on sait bien que des gâteaux apéro **c'est pas bon** mais chez nous l'apéro **c'est sacré**, donc j'ai toujours mes petits produits **enregistrés**, genre le houmous, Tamara j'adore, les gressin... Et si on regarde le détail... **bon certains sont notés D tu vois, mais j'estime qu'on mange suffisamment équilibré** le reste du temps pour se faire plaisir le soir en rentrant du boulot. »

Kathy, désignant les produits de son « panier enregistré » sur Auchan Drive

La majorité des comportements observés reposent donc sur la répétition, ce qui limite fortement l'activation du Nutri-Score dans les gestes d'achat quotidiens. Cette hiérarchisation entre la fidélité au produit et les données nutritionnelles montre que le Nutri-Score ne devient réellement opérant que dans les situations de nouveauté, de comparaison ou d'incertitude. En dehors de ces contextes, le dispositif fonctionne davantage comme un repère souple qui tend à s'effacer derrière la force de l'habitude. Ces observations mettent en lumière les limites concrètes du processus de normalisation. Les contraintes de temps, de budget, ou simplement les habitudes et le plaisir de manger font que, dans bien des cas, « bien manger » passe après d'autres logiques économiques et sociales. Le Nutri-Score est bien reconnu, mais son usage fait l'objet d'ajustements permanents selon les circonstances.

### **2.3. Le revers de la norme : l'institutionnalisation du Nutri-Score à l'épreuve des critiques et résistances**

#### *a) Entre standardisation et pluralité des références nutritionnelles*

Jusqu'ici, l'enquête a permis de montrer que le Nutri-Score s'est progressivement imposé, pour ceux qui le regardent, comme un repère légitime dans l'univers des produits transformés, mais que son usage réel reste largement dépendant du contexte d'achat, du type de produit et surtout des logiques personnelles qui structurent les pratiques alimentaires. Cependant, s'il est aujourd'hui bien connu du grand public, le Nutri-Score cohabite aussi avec d'autres formes de

repères – applications mobiles, labels bio, etc. – qui viennent parfois renforcer son autorité, mais aussi le concurrencer voire le rendre secondaire.

En effet, les entretiens et observations en magasin ont aussi permis d’interroger la place de ces outils dans le processus de décision des participants, et il semble que Yuka soit un repère plus décisif que le Nutri-Score – pour ceux qui utilisent l’un et l’autre – notamment en raison de la richesse des informations proposées (**annexe n° 7**). En effet, le Nutri-Score repose sur un algorithme de calcul simplifié qui évalue les produits selon des standards nutritionnels qui évoluent fréquemment, ce qui fragilise ainsi la note nutritionnelle véhiculée par le logo. En revanche, il ne prend pas en compte des éléments essentiels pour une partie des consommateurs, comme la présence d’additifs, de conservateurs, ni le degré de transformation du produit – contrairement à ce que la majorité des participants pensaient.

Or, c’est précisément ce que plusieurs enquêtés attendent d’un outil d’information nutritionnelle. Yuka, de son côté, se distingue précisément par sa capacité à reprendre l’intégralité des informations qui figurent au dos de l’emballage, à les interpréter et à les rendre lisible. La plateforme attribue à chaque produit une note sur 100 – qui donne le sentiment d’un repère plus fin – accompagnée d’une analyse détaillée et un code couleur qui permettent d’alerter les consommateurs sur la présence de composés potentiellement dangereux, ou à l’inverse de les informer sur les éléments favorables à la santé des produits. De plus, le Nutri-Score présente une limite structurelle importante liée à sa logique volontaire : puisqu’il n’apparaît pas sur la totalité des produits en magasin, cela fragilise son statut de standard universel. A l’inverse, Yuka permet de scanner n’importe quel produit, qu’il affiche ou non le Nutri-Score, et fournit systématiquement une évaluation complète, ce qui en fait un repère plus constant et perçu comme plus fiable. Enfin, il semble que Yuka soit plus apprécié par les personnes déjà sensibilisées à la nutrition car il facilite l’interprétation des composés, ce qui renforce le sentiment de contrôle et de connaissance.

« Il y a des choses que j’ai déjà **supprimées parce que Yuka les notait mal**, alors que c’était bio, que c’était une bonne marque [...]. Et comme c’était genre 5/100 je l’ai arrêtée direct »

Anne-Gaëlle

« J'ai eu ma période Yuka, où je scannais tout, et je t'avoue que **je préfère de loin Yuka au Nutri-Score**, parce que Yuka **analyse tous les composants**, c'est beaucoup plus complet et en plus ça sert aussi pour les cosmétiques.

Kathy

« Je remarque que Valérie **utilise systématiquement son application** Yuka pour évaluer la qualité des produits qu'elle ne connaît pas. Elle m'explique qu'en raison de sa situation professionnelle actuelle (chômage), elle a la chance de **pouvoir prendre le temps** de comparer plusieurs produits en rayon pour choisir le meilleur. Lorsqu'elle connaît déjà les produits, Valérie les prend directement sans regarder les autres. Mais quand il s'agit d'un nouveau produit, **elle vérifie toujours** son score et sa composition sur son application. **Si la note est mauvaise** (moins de 50/100, présence d'additifs à risque, etc.), elle le repose immédiatement pour **en trouver un mieux**, même s'il est plus cher et que cela prend du temps.»

Extrait d'observation de Valérie au Leclerc du Plessis-Belleville.

« Moi je scanne toujours tout sur Yuka. Parce que le **problème avec le Nutri-Score** c'est que même si c'est A des fois t'as quand même des additifs. Donc pour certains produits je m'y fie quand même parce que **A c'est toujours mieux que E** pour des chips, mais pour le plus important je reste quand même sur Yuka, ça reste ma dernière réponse »

Valérie

Par ailleurs, les entretiens et observations permettent aussi de relever une préoccupation croissante pour l'origine des produits, en particulier les labels d'origine locale, perçu comme plus éthique et durable. Dans un contexte de sensibilisation croissante aux enjeux écologiques, climatiques et sociaux, plusieurs enquêtés accordent une priorité symbolique et morale à l'achat local, qui peut primer sur des critères purement nutritionnels. L'exemple des circuits-courts, privilégiés par Marie et Kathy illustrent cette volonté de soutenir un autre modèle de consommation, où le Nutri-Score n'a pas sa place. Mais ce ne sont pas les seules. Lors de la mise en situation avec Alice, la première chose que celle-ci a repéré sur l'emballage était le drapeau de la France, et Alice a précisé que ce critère avait renforcé son choix final. De la même manière, Valérie et Anne-Gaëlle ont affirmé qu'elles veillaient toujours à manger des fruits et légumes de saison, en priorité d'origine France, et si possible de la région. Catherine et Christian ont eux aussi exprimé un attrait particulier pour les produits du terroir français et la consommation des produits locaux – Christian cultive d'ailleurs ses propres légumes sans pesticide dans son jardin. Ces nombreux exemples montrent ainsi que pour de plus en plus de consommateurs, l'origine des produits et la volonté de manger le moins transformé possible devient un critère déterminant, capable de supplanter le Nutri-Score lorsqu'il est en tension avec d'autres valeurs. Dans ces cas-là, la notion de « bon produit » ne passe plus seulement par une

analyse nutritionnelle, mais par une évaluation qui intègre des considérations écologiques et sociales.

Ces propos montrent ainsi que le Nutri-Score, même lorsqu'il est regardé, est rarement utilisé comme seul critère de décision. Dans la plupart des cas, il est intégré dans un ensemble plus large de repères et souvent relativisé ou mis en concurrence avec d'autres outils jugés plus fiables et plus précis. Ou d'autres critères environnementaux. Le logo ne disparaît pas des pratiques, mais il perd en pouvoir prescriptif et tend à se noyer dans la pluralité d'informations disponibles. S'il a été conçu pour simplifier la décision d'achat, il semble que le Nutri-Score renforce même, dans certains cas, la complexité pour les consommateurs, en s'additionnant à la multiplicité de repères déjà présents :

« Il y en a **tellement d'informations** quand tu vas dans les rayons avec le bio, le light, le label, le vegan, le végétarien, le Nutri-Score, le machin... C'est super. Mais c'est de plus en plus compliqué de faire des choix »

Anne-Gaëlle

Ainsi, l'institutionnalisation du Nutri-Score reste partielle et fragile face à d'autres dispositifs plus valorisés socialement.

#### *b) Critiques et disqualification du Nutri-Score*

Nous avons montré que le Nutri-Score était, pour la majorité des participants, un repère utile et légitime dans certaines situations. Cependant, ce dispositif fait aussi l'objet de remise en question, de critiques et de disqualification – voire de rejet – qui révèlent une tension forte entre la norme nutritionnelle promue par l'État et la réalité des pratiques ordinaires.

Chez certains participants, cette défiance repose d'abord sur une remise en cause du mode de calcul du Nutri-Score, jugé instable en raison des multiples mises à jour, et de ses effets trop simplificateurs. Cette critique technique est d'autant plus marquée chez les consommateurs ayant un intérêt poussé pour les questions nutritionnelles. Par exemple, Théo et Corentin questionnent en effet la fiabilité d'un outil censé guider les comportements d'achat mais qui, selon eux, proposent une vision très réductrice de la qualité nutritionnelle des produits.

« Moi c'est surtout le système de couleurs qui me dérange. Je suis d'accord que tu peux avoir des gâteaux classés E qui le valent, ou une mauvaise note sur des aliments qui sont pas nécessaires à l'alimentation, c'est très bien. Ça peut éviter une surconsommation d'aliments transformés. Mais moi ce qui me dérange surtout c'est **les bons produits qui sont très mal notés**, par exemple la viande. Sur une escalope on nous met un Nutri-Score D, c'est alors que tout dépend du mode de cuisson. Tu vois, c'est sûr que si tu mets une plaquette de beurre pour faire cuire c'est pas bon, mais moi je le mets au Air Fryer sans matière grasse et sans sel en plus, et à partir de là je vois pas en quoi mon poulet il est censé être mauvais pour la santé ? ».

Théo.

« Par exemple, si on suit la logique de leur calcul, un pot de miel devrait avoir un mauvais Nutri-Score parce que c'est hyper sucré, quand bien même c'est pas forcément mauvais de manger du miel, si on mange une quantité raisonnable. Du coup, je pense que ça pourrait être amélioré puisque c'est un calcul **qui va mettre en valeur certains produits et en pénaliser d'autres**, sans pour autant que ce soit totalement juste. Moi si j'étais producteur je ne l'afficherais pas c'est sûr. »

Corentin

Au-delà des limites pratiques du Nutri-Score, certains enquêtés expriment aussi une forme de résistance plus radicale, de nature politique ou idéologique. En effet, plusieurs d'entre eux perçoivent ce dispositif comme une nouvelle tentative de contrôle des comportements et de la vie privée des individus sous couvert de santé publique, perçue comme déplacée. Même si personne ne les oblige à prendre en compte le Nutri-Score, celui-ci est vécu comme une norme sociale supplémentaire, qui dicte implicitement ce qu'il faudrait faire ou ne pas faire, alors même que l'alimentation relève de choix personnels et intimes. Ce qui dérange, ce n'est pas tant le principe du Nutri-Score en lui-même, souvent reconnu comme utile pour ceux qui sont peu informés sur la nutrition, mais bien le jugement moral qu'il induit : acheter des produits notés rouge devient « mauvais », culpabilisant, stigmatisant, alors que le « vert » est socialement valorisé. Ce sentiment d'intrusion est renforcé par le fait que l'alimentation est, pour beaucoup, un espace de plaisir, de culture, de liberté. En codant les aliments, le Nutri-Score remet ainsi en question la légitimité de certains plaisirs, ce qui entraîne ainsi un rejet fort vis-à-vis de cette forme d'autorité douce. Le rejet n'est pas celui de la nutrition, mais du regard extérieur sur des choix jugés privés.

« - Catherine : Je suppose que le Nutri-Score c'est pour faire baisser le taux d'obésité en France, parce que ça augmente beaucoup parmi les jeunes, mais bon moi j'ai 65 ans, et c'est pas maintenant qu'on **doit me dire ce qu'il faut faire et pas faire**.

- Vous savez qui a mis en place le Nutri-Score ?

- Catherine : c'est l'État, je suppose ?

- Exact.

- Catherine : Ah bah oui, tout de suite. Tous les interdits, c'est l'État. Aujourd'hui **on n'a plus le droit de rien faire**. On est suivi, pisté, les limitations de vitesse, le téléphone. On a de moins **en moins de libertés** en fait. Il faudrait rentrer dans le moule, mais moi je suis pas dans le moule. Je suis hors moule. Pendant 44 ans j'ai bossé dur comme la plupart des gens de ma génération. Et maintenant je veux profiter, **j'aime pas les interdits**, et même s'il me reste que 10 ans à vivre je veux me faire plaisir en mangeant ce que je veux, j'ai pas besoin qu'on décide pour moi ou qu'on m'aide. [...] Aujourd'hui les gamins, ils ne font plus de sport, ils restent devant la télé à jouer avec des jeux, ou ils sont dans leur chambre sur leur téléphone ou leur ordinateur. Nous, dans le temps, on n'avait pas tout ça et on se portait bien. On n'avait pas besoin de Nutri-Score pour savoir quoi manger ».

Catherine

Ces derniers critiquent également l'inefficacité du dispositif face à la hausse constante du taux d'obésité en France et le faible niveau de connaissance de la population générale sur la nutrition. Dans leurs discours, ils ne relativisent pas seulement l'utilité du logo, mais interrogent sa légitimité même : qui a le droit de nous dire ce que l'on doit manger ? Ainsi, il est possible d'observer chez ces personnes des formes de rejet symbolique de la norme sanitaire au nom de la liberté individuelle et une critique du pouvoir à travers les dispositifs de santé publique. Dans cette perspective, le Nutri-Score est d'abord critiqué pour ce qu'il incarne : un outil venu d'en haut, censé dicter une norme alimentaire jugée trop simplificatrice et culpabilisante. Ces ressentis illustrent bien une tension centrale dans les politiques de prévention (Peretti-Watel, Moatti, 2009 : « si la prévention vise à informer, conseiller, encourager les personnes qui n'ont pas de bons comportements de santé, cette main tendue finit toujours par montrer du doigt ceux à qui elle s'adresse »).

« Le Nutri-Score ça vient dans une **optique de contrôle supplémentaire** sur ce qu'on mange. E ils prétendent que c'est mauvais... donc ils mettent une couleur rouge très agressive en mode « E si tu manges ça tu vas mourir dans la minute. » A c'est tout beau, c'est tout propre, c'est magnifique. Moi j'aime pas du tout cet outil, parce que pour moi c'est **un culpabilisateur puissance grand V**, c'est à dire pour des personnes qui ont des TCA, ils vont voir un aliment, ils vont dire « E mon Dieu, je peux pas manger ça ». C'est quand même avant tout **une influence extérieure qu'on** essaye de nous **faire intérioriser**, on voit la télé maintenant sur chacune des pubs d'aliments, il va y avoir le Nutri-Score en bas à droite de l'image. On est **conscientisé au fait de regarder ce Nutri-Score**. Quand c'est Nutri-Score A ils vont appuyer le fait que ce soit noté A et dans notre inconscient, comme je l'ai dit A c'est vert, c'est beau, c'est gros et les gens se disent « bon bah c'est bon pour la santé », mais non. Ils nous poussent à faire ce qu'ils veulent, ça influence notre manière de penser, donc c'est oui, **c'est éminemment politique.** »

Théo

« Je pense que ce serait complètement biaisé de dire que l'État veut à 100% notre bien, parce qu'ils ont besoin de gagner de l'argent aussi. Pour moi, le fait qu'on instaure encore un outil **pour contrôler** notre alimentation, ça montre à quel point on arrive encore plus en plus dans une ère où **on pensait être libre**, mais en fait **on est constamment contrôlé, constamment surveillé**. Je ne sais pas quelle

est la vraie idée derrière, s'ils veulent vraiment mettre la main mise sur tous les Français, tu vois, économiquement parlant, mais je pense quand même qu'il y a un **côté pas très sain...** »

Bruno

« **L'État ferait mieux de s'occuper d'autre chose** que de ça. Moi je mange ce que je veux, et je regarde surtout le prix, point. S'il y avait moins d'inflation et qu'ils nous taxaient moins peut être que les gens auraient plus d'argent pour mieux manger. »

Christian

c) *Un processus d'institutionnalisation fragile, encore en construction*

Malgré sa large diffusion, la légitimité du Nutri-Score demeure donc fragile. Si le dispositif s'est imposé comme un repère visuel familier, même pour ceux qui ne l'utilisent pas, le dispositif cristallise une série de critiques plus profondes, notamment liées à la manière dont il a été intégré aux politiques publiques. Ce qui est contesté par les participants, ce n'est pas seulement la qualité de l'outil, mais aussi le cadre dans lequel il a été déployé. Plusieurs participants pointent en effet un paradoxe : on demande aujourd'hui aux individus de changer leurs habitudes et de mieux manger, sans leur avoir donné les moyens de d'apprendre à le faire. Or, la diffusion d'un message nutritionnel sur les emballages ne garantit pas à elle seule pour améliorer les comportements et les connaissances en nutrition en dehors de l'espace d'achat (Nabec, 2017) : encore faut-il que les individus disposent des ressources culturelles et éducatives nécessaires pour cela, notamment pour comparer les produits qui n'affichent pas le Nutri-Score.

Dans ce contexte, plusieurs enquêtés mettent en cause le cadre dans lequel le dispositif a été introduit. En effet, certains discours critiquent le logo comme une réponse trop simplificatrice à une absence d'éducation à la nutrition. Beaucoup regrettent que les pouvoirs publics interviennent si tardivement, sans agir sur l'offre pour limiter les conséquences néfastes de l'industrialisation de l'alimentation et améliorer réellement la qualité des produits. Ils regrettent que les pouvoirs publics cherchent à agir sur les comportements au lieu de développer une éducation nutritionnelle intégrée au parcours scolaire et accessible à tous. Cette critique porte notamment sur la manière dont le processus de légitimation du Nutri-Score s'est opéré, en faisant reposer sur les consommateurs la responsabilité de d'appliquer une norme qu'ils n'ont pas toujours les moyens de comprendre. Plusieurs participants expriment ainsi l'idée que ce n'est pas à l'État de corriger les comportements et que chacun devrait être en mesure d'assumer

les conséquences de ses choix alimentaires, mais que cela nécessite d'abord une meilleure éducation nutritionnelle. Ils reprochent ainsi aux pouvoirs publics de vouloir compenser aujourd'hui, par un logo sur des emballages, ce qui aurait dû être enseigné à l'école ou dans des campagnes de prévention : une vraie éducation à l'alimentation et la nutrition. Dans ce contexte, le Nutri-Score est ainsi perçu comme une mesure superficielle, qui masque des décennies d'inaction :

« Le Nutri-Score c'est bien **beau mais ça suffit pas**. Et d'ailleurs il était temps **qu'ils fassent quelque chose !** Ils ont foutu la merde partout avec l'industrie agroalimentaire et maintenant ils essaient de **rattraper le coup**, parce qu'ils voient que ça ne va pas dans la santé des gens. Bah il est peut-être temps qu'ils se réveillent ! Mais les gens, **c'est trop tard**, maintenant ils ont pris la mauvaise habitude et ça va pas changer avec un logo »

Catherine

« Moi je suis... je trouve que **ce n'est pas le rôle de l'État d'inciter les gens à mieux manger**, comme ce n'est pas le rôle de l'État de t'interdire de fumer. Tu sais que quand tu bois de l'alcool, quand tu fumes, quand tu drogues et quand tu manges... que tu risques d'avoir des maladies. Je trouve que les campagnes manger gras, salées, sucrées et cinq fruits et légumes par jour, c'est déjà quand même beaucoup en termes de culture. Après, s'il **faut apposer des logos partout... c'est chiant, tu sais**, d'apposer un Nutri-Score sur des packaging, c'est un casse-tête et ça coûte cher aux industriels... Et le problème c'est aujourd'hui, bien manger ça coûte cher, t'as bien vu en magasin avec moi. Moi j'observe beaucoup le caddie des gens en supermarché **et ils mangent mal !** Par facilité, mais par manque d'information aussi. Moi je crois beaucoup au pouvoir de l'information et ça doit commencer avec les enfants dès la primaire à l'école. **Les ancrages se font très jeune**. Tu vois les cours d'éducation civique je sais pas à quoi ils servent aujourd'hui mais je pense qu'on pourrait les **remplacer par des cours d'éducation culinaire pour sensibiliser les enfants**. »

Kathy

Dans le dernier PNNS (2019-2023), les pouvoirs publics ont pris conscience de la nécessité de développer des actions ciblées sur l'éducation. C'est dans cette perspective que le programme s'est fixé dans *Les dix mesures phares du PNNS* « d'étendre l'éducation à l'alimentation de la maternelle au lycée » à travers la mise à disposition d'outils pédagogiques adaptés à chaque tranche d'âge, tels que les « classes du goût », conçues pour sensibiliser les enfants à la diversité alimentaire dès le plus jeune âge. Cette orientation montre bien que l'État cherche aujourd'hui à renforcer le pilier éducatif, en complément des outils incitatifs comme le Nutri-Score. Il serait d'ailleurs intéressant de prolonger ce travail de recherche en interrogeant les enfants dans les établissements scolaires et leurs enseignants afin de mesurer l'impact concret de ces dispositifs sur les représentations et les comportements alimentaires. Cela permettrait ainsi d'évaluer si ces actions parviennent réellement à réduire les inégalités d'accès aux savoirs nutritionnels et à ancrer de nouvelles normes nutritionnelles dès l'enfance.

Ces résistances rappellent ainsi que les normes en matière d'alimentation ne peuvent être efficaces sans une adhésion sociale. La réception du Nutri-Score dépend étroitement du sens que les individus lui attribuent, de leur rapport au pouvoir, à l'État, à la santé et à la consommation. Lorsqu'il est perçu comme une injonction descendante, imposée sans accompagnement, il peut alors susciter de la défiance, voire du rejet. Les discours des participants permettent ainsi de mettre en lumière une attention claire vis-à-vis du Nutri-Score : pour que la norme soit reconnue et suivie, elle doit s'inscrire dans un processus éducatif pour devenir un véritable outil d'émancipation plutôt qu'un marqueur de contrôle. Pour les participants, seule l'éducation apparaît ainsi comme une réponse viable aux enjeux de santé publique, jugée plus légitime et plus efficace qu'un label pour changer les comportements et lutter contre l'obésité.

De ce point de vue, il semble donc que l'institutionnalisation du Nutri-Score soit encore fragile : s'il est aujourd'hui bien reconnu dans l'espace public, les résultats de terrain montrent que cette visibilité ne suffit pas à en faire une norme stabilisée, partagée et incorporée par tous dans les pratiques. La pluralité de conceptions mise en lumière par les entretiens montre à quel point la légitimité de ce dispositif reste encore partielle et inégale.

## CONCLUSION

Ce mémoire est parti d'une interrogation centrale : dans quelle mesure le Nutri-Score, pensé comme un outil d'information nutritionnelle, est-il un repère légitime dans les pratiques alimentaires quotidiennes ? Et plus précisément : ce dispositif agit-il comme une norme sociale et symbolique dans l'espace domestique et commercial ?

Depuis sa mise en place en 2017, le Nutri-Score s'est imposé comme l'un des dispositifs phares des politiques de prévention nutritionnelle en France. Pensé comme un outil d'étiquetage simple et accessible, ce dispositif a pour ambition initiale de simplifier l'accès à l'information nutritionnelle afin de favoriser des choix alimentaires plus sains et, à terme, de freiner la progression de l'obésité et des maladies chroniques. En proposant une lecture visuelle et standardisée de la qualité des aliments, il vise ainsi à transformer les comportements sans recourir à la contrainte, en orientant les décisions des individus tout en respectant leur liberté de choix. Plus largement, le Nutri-Score s'inscrit dans une transformation profonde de la conception de la santé, marquée par la montée du paradigme du risque et une approche de plus en plus individualisée de la prévention. La santé n'est plus seulement définie par l'absence de maladie, mais par la capacité de chacun à éviter les expositions à risque par des choix et une hygiène de vie responsable. Dans ce contexte, la nutrition est ainsi devenue un levier d'action centrale dans les politiques publiques. Depuis le début du 21<sup>e</sup> siècle, les outils d'information et d'éducation n'ont cessé de se multiplier dans une optique de gouvernement des conduites. Le Nutri-Score est sans doute l'un des dispositifs les plus emblématiques de cette évolution.

À travers l'étude de sa genèse institutionnelle, de ses enjeux de légitimation et de ses usages concrets, nous avons montré que le Nutri-Score ne se limite pas à une simple innovation technique. Il incarne une forme d'intervention publique « douce » sur les comportements, qui utilise les techniques du *nudge* pour responsabiliser du consommateur. En rendant visible une hiérarchie nutritionnelle des aliments, ce logo porte une vision normative du « bien manger », qui vise à orienter les comportements alimentaires. Il constitue ainsi un dispositif à la fois informatif, prescriptif et symbolique. Mais les résultats de l'enquête de terrain montrent que cette ambition normative rencontre des formes variées d'appropriation et de perception. Le Nutri-Score ne transforme pas les comportements de manière homogène : son efficacité dépend

fortement du contexte d'achat, des dispositions sociales des individus, et de leurs rapports différenciés à l'alimentation et à la santé. D'abord, l'enquête qualitative a permis de montrer que le cadre d'achat joue un rôle décisif dans la mobilisation du logo : en grande surface, sa visibilité facilite l'activation du Nutri-Score dans les moments d'hésitation ou de nouveauté, tandis que dans les circuits dématérialisés comme le drive ou la livraison, l'influence du Nutri-Score est largement réduite, notamment du fait des produits pré-enregistrés, du manque de visibilité et de la force des habitudes. De plus, les résultats mettent en lumière une forte disparité d'usages selon les profils nutritionnels des participants. Une attention particulière au Nutri-Score est observée chez certaines femmes, notamment mères de famille, pour qui la nutrition constitue une responsabilité quotidienne pour la santé de leurs enfants. Chez ces consommateurs, on observe ainsi une intériorisation partielle du Nutri-Score : ces participants développent des réflexes visuels et cognitifs, notamment le rejet des produits notés D ou E et la valorisation des produits notés A ou B. Dans ce contexte, le logo contribue ainsi à renforcer un sentiment de « bien faire » en validant symboliquement certains comportements et en leur procurant un sentiment de contrôle, voire de moralité dans leurs achats. En croisant les apports de la théorie néo-institutionnelle avec les résultats de terrain, il apparaît que le pilier cognitif joue un rôle plus déterminant dans l'institutionnalisation du Nutri-Score. S'il n'est pas contraignant juridiquement, ce dispositif agit comme un repère standardisé, dont la légitimité repose davantage sur sa dimension cognitive, que sur une autorité normative ou réglementaire. Par sa présence visuelle répétée et sa simplicité de lecture, le Nutri-Score est aujourd'hui reconnu comme un repère familier, sans que les participants n'aient besoin de réfléchir à son usage. Cependant, même chez les consommateurs qui le regardent, le Nutri-Score est rarement décisif à lui seul dans l'acte d'achat. De plus, son usage reste aussi très occasionnel, marginal ou contesté pour d'autres participants. En effet, les sportifs ou personnes disposant de savoirs nutritionnels développés expriment une défiance à l'égard du dispositif, jugé trop simplificateur ou peu adapté à leurs besoins spécifiques. Quant aux publics peu sensibilisés, ils reconnaissent parfois la fiabilité du logo mais ne le mobilisent pas activement, souvent au profit de critères plus immédiats comme le prix, le goût ou la familiarité avec les produits. En ce sens, le Nutri-Score apparaît moins comme un levier de transformation que comme un révélateur d'inégalités d'accès à la norme nutritionnelle.

Ce constat appelle ainsi à nuancer la portée normative réelle du Nutri-Score. S'il agit comme un repère moral et visuel efficace pour une partie des consommateurs, il ne produit pas pour autant une régulation des comportements à large échelle. Il tend plutôt à renforcer les normes et représentations déjà présentes dans l'espace social, en leur donnant une matérialité visible et immédiate. Autrement dit, le Nutri-Score ne fait pas toujours autorité, et son usage reste sélectif, situé, et souvent détourné, en fonction des ressources, des dispositions et des contextes. En somme, les études montrent donc que le Nutri-Score influence certains achats ponctuels, mais il ne modifie pas en profondeur les pratiques alimentaires. Ce mémoire rappelle ainsi qu'informer ne suffit pas : pour transformer durablement les comportements, il faut aussi agir sur les inégalités d'accès, les conditions d'achat, les logiques culturelles et économiques qui traversent la consommation. Le Nutri-Score, en tant que technologie morale et politique, révèle toute la complexité du gouvernement des conduites par l'information.

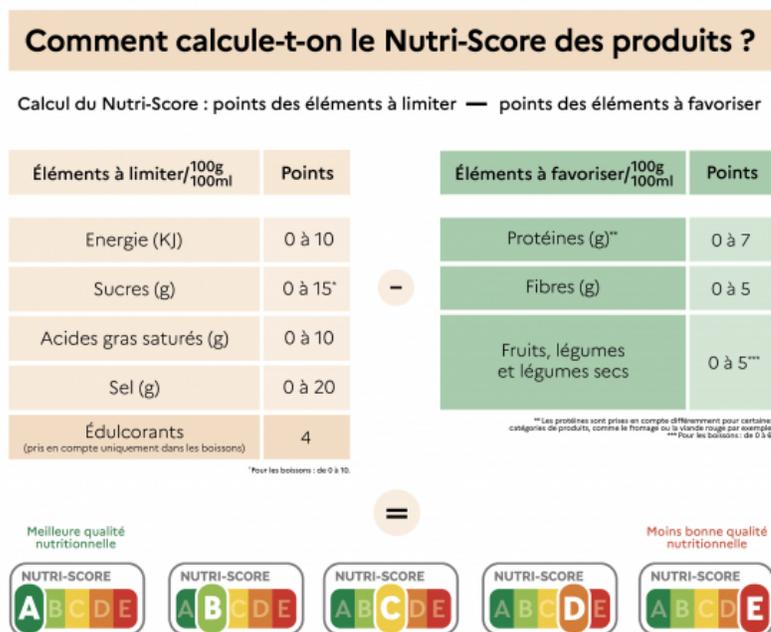
En 2024, la ministre déléguée à la Consommation, Olivia Grégoire, a annoncé le lancement d'un nouveau label, Origin'Info (**annexe n°8**), qui peut être apposé volontairement par les producteurs pour informer sur l'origine des ingrédients qui composent les produits alimentaires. Cette mesure, annoncée dans le cadre de la crise agricole et des mécontentements des agriculteurs, devait concerner « plus de 10 000 références, d'ici à la fin de l'année [2024] », selon les termes sur le site du ministère de l'Économie. Pourtant, un an après son lancement, le label reste encore largement absent des rayons : seuls une centaine de produits l'affichent à ce jour. Dans un environnement déjà saturé d'étiquettes et de labels nutritionnels, ce nouvel outil sera-t-il pris en compte par les consommateurs dans leurs achats, et quelle place aura le Nutri-Score dans ce nouveau contexte informationnel ? Dans le prolongement de cette recherche, il serait particulièrement pertinent d'interroger la réception de ce nouveau dispositif pour comprendre dans quelle mesure ce label parviendra à s'imposer comme un repère légitime intégré par les consommateurs.

Par ailleurs, il serait aussi intéressant de prolonger cette étude en s'intéressant cette fois aux stratégies de délégitimation mises en œuvre par les industries agroalimentaires. Depuis son lancement, le Nutri-Score a suscité de vives oppositions de la part de nombreux lobbies en raison de ses effets jugés pénalisants. Interroger ces discours et les stratégies de communication permettrait ainsi de mettre en lumière les mécanismes de résistances à l'édiction de normes

publiques, mais aussi les formes de cadrage concurrente mobilisées pour en affaiblir la portée. Cette étude offrirait ainsi une analyse plus complète des tensions institutionnelles et des rapports de force qui traversent la fabrique des normes nutritionnelles contemporaines.

## ANNEXES

**Tableau 1.** *Algorithme de calcul du Nutri-Score*



**Tableau 2.** *Les étapes du marketing social critique dans l'industrie du tabac*

Étapes du marketing social critique	Exemple : l'industrie du tabac et le paquet de cigarettes
1. Observer le marketing déployé par les industries qui vendent des produits risqués pour la santé	Selon l'industrie du tabac, "dans de nombreux pays, le packaging est maintenant le seul outil de communication possible" <sup>9</sup> . C'est constaté en France où des paquets très attractifs sont conçus pour attirer des jeunes et les femmes vers la tabagie.
2. Cerner l'effet de ce marketing commercial sur les attitudes, les représentations et les comportements des individus	Des recherches ont montré que les paquets de cigarettes "féminins" (en forme d'étui de rouge à lèvres), les "éditions limitées" qui ciblent les jeunes, etc., ont un impact sur l'envie de commencer à fumer, de fumer et sur la perception des risques liés au tabac <sup>9</sup> .
3. Proposer et tester des outils de contre-marketing pour contrer ce marketing industriel	Le paquet de cigarettes neutre (exempt des logos, couleurs, images) est préconisé par l'OMS pour contrer le marketing déployé sur le paquet de cigarettes. Plus de 60 études ont montré son efficacité <sup>10</sup> .
4. Informer les acteurs de la santé, les politiques pour qu'ils intègrent ces éléments dans leur prise de décision	En lien avec les résultats de ces études, le paquet de cigarettes neutre est proposé par l'OMS et la directive européenne sur les produits du tabac (2014). La ministre de la Santé Marisol Touraine a proposé sa mise en place en France en septembre 2014.
5. Informer le grand public de l'effet des actions marketing déployées par les industriels	Campagnes médias pour dénoncer la manipulation marketing des industriels du tabac : Truth aux États-Unis <sup>11</sup> . Sites Internet dédiés ( <a href="http://www.attraction-lemanga.fr/accessible/manipulations.html">www.attraction-lemanga.fr/accessible/manipulations.html</a> ). Spot de l'association britannique ASH qui montre que les enfants sont attirés par les packagings des produits du tabac ( <a href="http://www.ashscotland.org.uk/what-we-do/campaign/plain-packaging-campaign.aspx">www.ashscotland.org.uk/what-we-do/campaign/plain-packaging-campaign.aspx</a> ).

Source : Karine Gallopel-Morvan.

## **Annexe 1 : Guide d'entretien**

### **1. Profil du consommateur**

- 1.1 Nom, prénom, genre, âge, situation familiale, CSP des adultes dans le foyer.
- 1.2 Souffrez-vous de problème de santé spécifiques ?
- 1.3 Suivez-vous un régime alimentaire spécifique ?
- 1.4 Comment dériveriez-vous votre régime alimentaire ?
- 1.5 Quel est votre budget consacré aux courses chaque semaine/ mois ?
- 1.6 A quelle fréquence allez-vous faire les courses (hebdo, mensuelle ?)
- 1.7 Privilégiez-vous certains types de magasin ?
- 1.8 Faites-vous vos courses avec une liste ?
- 1.9 Vous considérez vous comme attentif(ve) à la qualité nutritionnelle des aliments que vous achetez ?
- 1.10 Qu'entendez-vous par qualité nutritionnelle ?
- 1.11 Que regardez-vous sur un produit au moment de le choisir ?
- 1.12 Classez ces critères d'importance pour vous lorsque vous choisissez un produit : prix, marque, les macronutriments sur la déclaration nutritionnelle, les informations de type « light » ou « protéinés », le Nutri-Score
- 1.13 Diriez-vous que vous avez des connaissances en nutrition ? Si oui, d'où viennent ces connaissances selon vous ?
- 1.14 Utilisez-vous des applications d'évaluation comme Yuka ?
- 1.15 Si oui, pourquoi les utilisez-vous et de quelle manière ?

### **2. Connaissance et perception du Nutri-Score**

- 1.1. Connaissez-vous le Nutri Score ?
- 1.2. Pouvez-vous m'expliquer en quoi cela consiste ?
- 1.3. Savez-vous s'il s'agit d'un dispositif d'origine publique ou privée ?

- 1.4. Savez-vous pour quelles raisons ce logo a été mis en place ?
- 1.5. Savez-vous si son affichage est obligatoire ?
- 1.6. Pourquoi n'est-il pas obligatoire selon vous ?
- 1.7. Avez-vous déjà lu ou entendu des critiques à son égard ?
- 1.8. Pensez-vous qu'il devrait être obligatoire ?
- 1.9. Pensez-vous que ce logo permettra de réduire les problèmes d'obésité en France ?
- 1.10. Depuis quand avez-vous remarqué sa présence sur les emballages ?
- 1.11. Selon vous, quels critères prend-t-il en compte dans son mode de calcul ?
- 1.12. Qu'en pensez-vous ? Avez-vous des remarques ou critiques à formuler ?
- 1.13. De 1 à 5 (5 étant le plus haut niveau), à combien pensez-vous que ce logo reflète fidèlement la qualité nutritionnelle d'un produit
- 1.14. Faites-vous confiance à ce logo ?
- 1.15. Est-il plus important pour certains produits que d'autres dans vos décisions ?  
Lesquels ?
- 1.16. Pensez-vous que les produits mieux notés sont meilleurs pour votre santé ?
- 1.17. Pensez-vous que la santé et nos choix alimentaires ont une influence réciproque ?
- 1.18. Pensez-vous que l'alimentation peut avoir un lien avec des problèmes de santé ?  
Expliquez. Vous avez des exemples ?

### **3. Influence du Nutri-score dans les décisions d'achat**

- 3.3 Lorsque vous faites vos courses, regardez-vous systématiquement le Nutri-Score ?
- 3.4 De 1 à 5 (5 étant le plus haut niveau), à combien diriez-vous que ce logo vous aide pour faire vos choix ?
- 3.5 Avez-vous déjà modifié une habitude d'achat à cause du Nutri-Score ? Si oui, pouvez-vous me donner un exemple ?
- 3.6 Si, en comparant deux produits, vous vous rendez compte que l'un est mieux noté que l'autre, cela impactera-t-il votre décision finale ?

- 3.7 Si un produit que vous aimez est noté D ou E, êtes-vous prêt.e à continuer à l'acheter malgré tout ? Pourquoi ?
- 3.8 Le Nutri-score vous semble-t-il suffisamment visible sur les emballages ?
- 3.9 Lorsque le Nutri-Score est absent d'un produit que vous recherchez, avez-vous le réflexe de regarder les autres produits pour voir leur Nutri-Score ?
- 3.10 Le Nutri-Score vous déjà-t-il été utile pour comparer deux produits entre eux ? Cela a-t-il impacté votre décision finale ?
- 3.11 Si le Nutri-Score était accompagné de campagnes d'information pour expliquer son mode de calcul, prendriez-vous le temps de vous y intéresser ?
- 3.12 Pensez-vous que d'autres mesures devraient être mises en place pour aider les consommateurs à faire des meilleurs choix ?
- 3.13 Que pensez-vous du fait que les pouvoirs publics investissent le domaine de l'alimentation pour aider les consommateurs à mieux manger ?
- 3.14 D'après vous, quels seraient les moyens les plus efficaces pour sensibiliser les consommateurs à l'impact de leur alimentation sur leur santé ?
- 3.15 (Si enfants) Vos enfants-ont-ils déjà-t-ils parlé de cours sur l'alimentation à l'école ? Connaissez-vous des initiatives mises en place dans le cadre des enseignements pour sensibiliser les enfants ?
- 3.16 Prenez-vous le temps de cuisiner ? S'agit-il d'une activité partagée avec les enfants ?
- 3.17 Avez-vous des questions ?
- 3.18 Voulez-vous ajouter quelque chose ?

## **Annexe 2 : Retranscription de l'observation et de l'entretien avec Marie.**

### *Notes d'observation*

« J'ai contacté Marie plusieurs semaines avant de faire cet entretien. À l'origine, il était prévu que j'accompagne son mari en course, car elle m'a indiquée qu'il s'occupait surtout de cette tâche dans le ménage. Mais finalement, elle s'est aperçue qu'il serait difficile de réussir à se coordonner car son mari se rend dans les supermarchés dès qu'il a un peu de temps dans ses journées et de manière très ponctuelle, ce qui ne

permettrait pas de nous accorder sur une date précise. En raison de ces difficultés, j'ai finalement réalisé cette observation et cet entretien avec Marie le 8 mars. L'observation a commencé vers 11h, au supermarché Match de Moulin. Lorsque je rejoins Marie, je constate qu'elle a en main une liste de course déjà bien établie. Elle me précise qu'elle en fait tout le temps par peur d'oublier quelque chose, et surtout pour gagner du temps en magasin. Très vite, je remarque que Marie se prend au jeu de l'observation, en me détaillant à chaque fois ses choix et ses décisions. Je remarque qu'elle s'amuse ainsi à essayer de deviner mon sujet, mais je ne laisse rien transparaître. En analysant ses commentaires sur les choix des produits, je pense qu'elle s'imagine que le critère du prix est une dimension importante de mon sujet, car elle me précise à chaque fois pourquoi elle prend tel aliment plutôt qu'un autre en basant son argumentaire sur le prix.

Dès le début, Marie me précise qu'elle achète toujours ses légumes au marché et dans une épicerie Bio dans laquelle nous nous rendrons par la suite. L'observation commence donc dans le rayon des produits frais, et plus spécifiquement les fromages. De manière très mécanique, Marie se dirige sans hésiter vers un paquet de fromage râpé qu'elle saisit sans prêter attention aux autres. Je remarque qu'il n'y a pas de Nutri-Score sur ce paquet, et lui demande si elle achète toujours celui-ci, spécifiquement cette marque, et depuis combien de temps. Elle me précise que pour ce genre d'aliment, elle ne se pose pas vraiment de question, car c'est le plus gros paquet et qu'elle a une famille de 4 bouches à nourrir, ce qui lui permet d'éviter d'en racheter trop souvent. Elle ajoute, peut-être en se sentant obligée de justifier son choix, qu'il lui arrive aussi de passer plus de temps dans le rayon lorsqu'elle s'aperçoit qu'un nouveau produit du même type vient d'être commercialisé, mais seulement dans une perspective économique : « dans ce cas-là, je vais plus me poser la question du produit que je prends, pour savoir si ça vaut le coût ou pas. Je ne prends pas le moins cher, mais généralement je ne prends pas le plus cher non plus, ça dépend de mon humeur », me dit-elle. Marie se tourne ensuite vers les yaourts, dans le rayon juste en face. Je la vois saisir un paquet flans au caramel connus sous le nom de Flamby. Là encore, l'emballage du produit ne contient aucun Nutri-Score. Elle me précise alors qu'elle n'achète pas tout le temps, parce qu'elle trouve ça trop sucré. Je comprends que ces desserts sont les préférés de sa fille, Rebecca. Marie m'explique qu'elle en achète seulement de temps en temps pour lui faire plaisir mais qu'elle reconnaît que ces desserts sont « méga-sucrés ». Elle justifie également cet achat en m'expliquant que ses enfants mangent beaucoup de légumes au quotidien, et qui ne se gavent pas de gâteaux à chaque repas. Selon elle, cet équilibre permet ainsi de légitimer la dimension de plaisir qui est associée à un dessert très calorique et riche en sucre, et ce même si Marie a conscience que ces produits ne sont pas sains pour la santé. Enfin, elle précise qu'elle ne permettra pas à Rebecca d'en manger 3 d'un coup si elle le souhaite. La notion de plaisir, qui est souvent associée à celle de la liberté et du relâchement, reste donc ici soumise à un certain contrôle parental. Nous nous rendons ensuite au rayon gâteau. Marie m'explique qu'elle a du mal à trouver des gâteaux pour le goûter qui conviennent à Rebecca. Même si sa fille semble aimer les biscuits, Marie reconnaît qu'elle se retrouve souvent à manger les gâteaux de sa fille qui, sinon, risquent de rester pendant des mois dans le placard, « et ça c'est mal, c'est pas le but ». Finalement, elle abandonne l'idée d'en acheter un nouveau paquet, et se rend au rayon des barres céréales pour son fils. Marie semble chercher une boîte en particulier, celle que son fils apprécie particulièrement. Pour la première fois depuis le début de ses achats, le Nutri-Score est enfin présent. Le paquet qu'elle saisit est noté C. Nous nous attardons sur ce produit. Marie semble encore découvrir ce produit et les aliments qui le compose. Je lui demande ce qu'elle en pense. Elle estime qu'il n'est pas trop mauvais, parce qu'il n'y a pas que du chocolat et sucre : « il y a surtout des fruits secs, donc je me dis, comme il a quand même une pratique sportive qui est vraiment très intense, ça ne peut pas lui faire de mal ». Elle me confie que son fils mange également des céréales de la marque Trésor au petit déjeuner. La manière dont elle me partage cette information s'apparente davantage à une confession qu'une information banale. Elle m'avoue avoir conscience que ces céréales sont très mauvaises : « c'est le pire truc, Nutri-Score E ». Nous arrivons enfin dans le cœur de mon sujet. Elle m'explique qu'elle a déjà discuté de ce sujet avec son fils, en essayant de lui proposer autre chose pour améliorer la qualité nutritionnelle. Pourtant, cette discussion ne semble pas avoir abouti à un quelconque changement dans le choix de ce produit. Pour elle, cela ne pose pas vraiment de souci du moment que son fils consomme ces céréales de manière raisonnée, c'est-à-dire uniquement au petit-déjeuner. Une fois encore, elle précise que « de toutes manières, il se dépense beaucoup, donc ça compense ». Je lui fais alors remarquer la mention « hyper protéinée » au centre de l'emballage, en lui demandant s'il s'agit d'un critère pour elle. Elle me répond que ce type d'information n'a pas d'importance pour elle, mais qu'elle avait surtout vu que le produit

était riche en fibre avec des céréales complètes. Elle rebondit alors en remarquant que le Nutri-Score du produit est C. Je retourne alors le produit pour regarder la déclaration nutritionnelle au dos. Marie se penche au-dessus pour regarder quelques secondes, et passe très vite à autre chose en me disant qu'elle ne s'intéresse jamais à ces informations car elle n'y a jamais été sensibilisée. En passant devant les boissons, je lui demande si elle achète du jus pour les enfants le matin. Elle me répond que les enfants n'en boivent jamais et qu'elle évite d'en acheter parce qu'elle trouve que ces produits sont vraiment très sucrés et qu'il y a déjà suffisamment de sucre dans tout ce qu'ils consomment au quotidien pour avoir besoin d'en rajouter une quantité supplémentaire. Elle précise : « là pour le coup, il n'y a vraiment aucun bien fait, mais c'est peut-être culturel aussi, car chez moi, il n'y en avait pas, et ce n'est pas plus mal vu comme c'est mauvais ». Nous terminons les courses en passant par le rayon des pâtes. De nouveau, le produit choix ne comporte pas de Nutri-Score. Marie saisit le paquet de manière très mécanique, sans prêter attention aux informations sur le produit. En sortant du magasin, nous nous rendons dans une épicerie bio au bout de la rue. Marie m'explique que cette épicerie solidaire, Robin des Bio, est tenue par une de ses grandes amies, dont la fille est très copine avec la sienne. Nous allons d'ailleurs retrouver là-bas Rebecca, qui a dormi chez elle la veille. Pour Marie, cette épicerie est devenue une étape incontournable dans ses courses, car ce moment lui permet de voir ses amis et de soutenir une cause qu'elle juge noble. Ce second temps dans les courses permet ainsi de renforcer la dimension sociale des courses, qui peuvent aussi constituer des moments et des espaces de sociabilité privilégiés pour les consommateurs. Dans ce magasin, tous les produits sont vendus en vrac et chacun donne de son temps bénévolement pour tenir la caisse. Aucun des produits vendus ne comporte de Nutri-Score, ce qui présente une limite importante dans cette observation. Cependant, cette épicerie permet aussi de mettre en évidence les autres fonctions sociales de la consommation, qui ne se réduit pas seulement à un besoin fonctionnel, mais comporte aussi une dimension sociale forte, qui permet à la fois de renforcer la sociabilité et les logiques de distinction en inscrivant sa consommation dans une démarche éthique valorisée. Ce moment permet en effet à un groupe d'individus partageants des intérêts et valeurs communes de se rassembler tous les samedis pour discuter, partager leurs bons plans, boire un café, et donner de leur temps à une cause fédératrice.

#### *Entretien Marie*

*Samedi 8 mars, 11h. Entretien réalisé au fond de l'épicerie Robin des Bio pendant 1h15.*

Bonjour. Juste pour refaire un point sur votre situation professionnelle avec ton mari. Tu m'as dit que tu travaillais dans un musée ?

Ouais, je suis titulaire de la fonction publique. Je suis cadre en fait. Et Ludo aussi. Il est cadre aussi dans la fonction publique.

Peux-tu me redonner les âges de tes enfants ?

Alors Rébecca, elle a 10 ans, enfin, elle a 9 ans et demi. Et Basile, 13 ans.

Est-ce qu'il y a des problèmes de santé spécifique dans la famille ?

Non.

Comment est-ce que tu décrirais votre régime alimentaire ?

Euh... Tu veux dire, du genre est-ce qu'on mange beaucoup de viande, beaucoup de légumes plutôt carnivores ? Écoute je pense qu'on est plutôt sur un régime de type carnivore. Je pense que c'est vrai que c'est rare qu'il n'y ait pas de viande à nos repas.

À chaque repas ?

Pas à chaque repas parce que... Parce que moi, je suis moins carnivore que Ludo. Mais... J'ai quand même... Là, tu vois, il y a quand même au moins deux d'entre nous, Basile et Ludo, qui sont des gros consommateurs de viande.

Et tu m'as dit que tu l'achètes à la boucherie ?

Beaucoup, ouais. Et ensuite, pour moi, la base de nos repas, c'est quand même beaucoup céréales, enfin des pâtes, beaucoup, dans la semaine. Ensuite, moi, je mange énormément de légumes. Mais donc après, comme je te disais, en fonction de ce que j'arrive à faire aussi, parce qu'il dit légumes, dit temps. Et puis qu'il faut que ce soit frais. Mais donc, du coup, je dirais... On essaie de le faire le plus équilibré possible. Mais par contre, avec viande.

Qu'est-ce que t'entends par équilibre ? C'est quoi ta définition d'équilibre ?

Ça veut dire de faire attention à avoir dans le repas au minimum un/deux légumes, si possible, et un fruit Et ensuite, du coup, une viande ou un poisson ou de l'œuf. Je vais essayer de faire au moins attention à ces choses-là. Mais par contre, pour moi, les notions de protéines... Enfin, je ne fais pas du tout attention parce que, à vrai dire, je ne me suis jamais pensée sur la question. Et tu vois, ce n'est pas clair pour moi. Je sais très bien, en fait, en gros, qu'un repas où tu bouffes que des pâtes avec du beurre et du fromage, il manque un truc. Mais je ne fais pas plus attention que ça. Moi-même, n'ayant jamais trop fait de régime ou quoi que ce soit. Je ne vais pas pouvoir te donner des informations sur les macronutriments. Pas du tout.

Quel est le budget que vous consacrez à quatre avec les courses que vous faites chacun de votre côté, par semaine ou par mois, si tu peux me donner une idée ?

Alors je pourrais te donner par semaine, je pense qu'on est à peu près en moyenne à 150 euros, je pense. Après, en fait, c'est compliqué pour moi de te dire ça parce qu'on a beaucoup de stock. Tu vois, il y a beaucoup de choses qu'on conserve. Du coup, par contre, effectivement, on tourne nos environ 150 euros par semaine, de trucs qui sont rachetés.

Tu m'as dit que vous faisiez chacun des courses spécifiques avec ton mari, tu peux me dire à quelle fréquence vous y aller chacun dans une semaine ?

Ouais, Ludo, il peut y aller jusqu'à deux fois par semaine. Et moi, j'y vais souvent une fois. Ludo, il va avoir tendance à anticiper sur la semaine les choses qu'il peut acheter sur la semaine complète. Tu vois, c'est lui qui va, par exemple, aller chez le boucher parce qu'il a des horaires qui ne sont pas des horaires de bureau. Et donc, il va acheter pour la semaine ou pour 3-4 jours. Et ensuite, moi, très souvent du coup c'est moi qui me charge des produits frais. Notamment des légumes parce que c'est ce qui m'intéresse.

Vous privilégiez quels types de magasin ?

Alors il y a donc Robin des Bio, une super épicerie bio solidaire. Et donc, le Supermarché Match pour le reste. Et ça nous arrive le marché.

Lequel ?

C'est vertige. Aux Halles de Wazemmes. Mais du coup, vertige, c'est un peu le même principe que Robert des bio en fait.

Est-ce que tu peux me redire ce qui te plaît dans ces types de magasin ?

J'aime bien le fait que ce soient des produits frais de saison, circuit court. Avec, surtout cas, surtout pour Robin des bio, c'est vraiment une démarche... qui n'est pas une démarche comptable, c'est-à-dire qu'il laisse

le cultivateur poser le prix en fait qui lui paraît pas équitable. Et je trouve que c'est un fonctionnement qui est adulte, qui est très dans la confiance. Et ensuite, j'aime bien aussi parce que c'est petit et que du coup il y a quelque chose de chaleureux, il y a tu sens qu'il y a une démarche aussi d'entraide ou de quartier, que ça je l'avais pas vécu à Helemmes et je trouve que c'est chouette.

Du coup, on va revenir sur la liste du course, donc tu m'as dit que l'as fait juste pour ne pas oublier, mais par contre tu n'as pas forcément des idées préconçues de ce que tu veux préparer sur la semaine ?

Non, je suis incapable en fait. J'ai essayé, mais à vrai dire... J'aime bien changer d'avis, j'aime pas l'idée, tu sais, de manger toujours la même chose, d'avoir décidé. Le soir, parfois, finalement j'ai pas envie de manger ça parce que j'ai pas mangé la même chose le midi. Tu vois, si le midi j'ai pas mangé équilibré, le soir je vais avoir envie de manger une soupe. Et donc j'aime bien l'idée aussi d'avoir le choix. Donc effectivement, tu vois, je vais faire en sorte d'avoir plusieurs sortes de légumes, des légumes qui peuvent se manger cru, des légumes qu'on va cuire. Et puis du coup, je vais me laisser le choix de comment je vais les combiner et voilà.

Je rebondis sur ce que tu disais, sur le fait que si le midi tu n'as pas mangé équilibré, le soir tu veux te « rattraper ». Dans quelle mesure c'est important pour toi et pourquoi ?

Eh ben, j'ai la sensation en tout cas que je me sens mieux quand je mange des légumes, notamment je consomme beaucoup de fruits. Mais je trouve que les légumes, ils apportent quelque chose d'un bien-être. Un bien-être, notamment parce que tu vois, moi j'ai quand même une vie qui est assez sédentaire. Je pratique du sport une par semaine, j'ai passé 40 ans et j'ai conscience aussi qu'il faut faire attention à une multitude de facteurs juste pour être bien dans son corps. Et aussi parce que je pense que pour nos enfants, il faut être les premiers à s'appliquer les règles qu'on met en place et qu'effectivement si tu les accoutumes à l'idée qu'un repas ça ne peut pas être juste des pâtes avec du fromage, du coup ils vont le reproduire et que ça ne peut pas être que bien pour eux. D'autant plus que je n'ai pas forcément la main sur toutes les cochonneries qu'ils mangent à l'école, notamment Basile maintenant qui est beaucoup laissée à lui-même et je sais très bien qu'ils consomment des chips, des bonbons avec ses copains et du coup c'est important pour lui, qu'il ait conscience que ça c'est pas bon, c'est ok parce qu'il est grand et que ça va quand même, c'est pas la fin du monde, c'est bouffe des chips, c'est des bonbons, mais du coup par contre c'est important qu'il fasse attention à ce qu'il consomme, en plus il est sportif et je mets vachement l'accent sur ça aussi.

Tu dis « c'est pas bon », c'est pas bon pour quoi ?

(Rigole comme si la réponse était évidente). C'est pas bon pour le corps, c'est-à-dire que dans ce que on va apporter à notre corps, si on veut que les muscles se développent correctement, qu'on ne s'engraisse pas, qu'on n'ait pas de problème cardio-vasculaire... Basile, je ne le formule pas forcément comme ça pour lui, mais en tout cas il a conscience, parce que notamment il y a quand même des questions de surpoids aussi, pas mal dans la famille du côté de Ludo, il a conscience en fait que la qualité, le bien-être du corps et le fait qu'on soit bien dans son corps avec le poids qui nous convient, c'est lié non seulement à une activité physique mais à ce qu'on mange. Après, il voit bien aussi que nous, on consomme pas mal d'alcool, par exemple. Et on verbalise beaucoup le fait que c'est pas forcément bon pour la santé. Et donc, j'ai conscience en fait des contradictions qu'on leur transmet, mais je pense que surtout, ce qui est important, c'est qu'il ait des réflexes pour apprendre aussi à aimer ce qu'il mange, et pas forcément des produits transformés. Et qu'il aime des produits qui sont simples, et qu'il sache aussi comment les cuisiner pour se donner la possibilité de faire le choix ensuite de ce qu'il veut.

Donc, ça veut dire que pour toi, il y a une corrélation entre la santé et l'alimentation ?

Ah, pour moi, c'est évident. Après, elle est corrélée aussi avec un plaisir. C'est-à-dire que moi, j'aime manger, mes enfants aiment manger, et pour moi, c'est important, en fait, que ce qu'ils mangent, ce soit bon. Et pour moi, c'est bon si on le fait soi-même, souvent, je trouve que c'est meilleur. Et avec les bons produits.

Dans quelle mesure tu te considères comme attentive à la qualité nutritionnelle des aliments ?

Pas trop, à vrai dire. En fait, je me rends bien compte que... Quelque part, pour moi, ça reste une lacune, que c'est intéressant, ce serait intéressant que je me penche là-dessus, mais il faut bien que je reconnaisse que ça m'intéresse pas, en fait. Et pour moi, la qualité aussi du goût, elle prime, en fait, quand même beaucoup. Beaucoup plus que la question de savoir si c'est bon pour ma santé ou pas. Enfin, je ne sais pas, par exemple, que je connais des personnes qui savent que le chou, c'est bon pour les artères ou je ne sais pas quoi que ça. Et là, pour moi, je trouve que le chou, c'est un bon goût, c'est sympa avec une saucisse, et je ne vais pas du tout m'interroger plus que ça. Je ne fais pas hyper attention à ça, c'est que pour moi, il y a la catégorie des légumes, et pour moi tout est bon dans quelques soins de légumes. Je vais faire attention, par contre, j'ai conscience que si le légume est très frais, la valeur nutritionnelle sera meilleure, et son goût aussi, et que par contre si j'attends, elle perd sa valeur nutritionnelle, mais pas plus que ça en fait. Et en plus, de toutes manières, ça m'arrive malheureusement que ça reste longtemps dans le frigo, et voilà, c'est comme ça tant pis.

Et par rapport aux produits qui sont transformés, parce que tu me disais que tu ne maîtrise pas forcément des notions techniques comme le concept de nutriments, de protéines, de glucides. Mais il me semble en t'écoutant que tu as quand même conscience que des produits trop sucrés, ce n'est pas l'idéal pour la santé, ou des produits trop gras.

En fait, tu vois pour moi, ce que tu as fait par exemple, quand tu as regardé l'étiquette derrière le produit, c'est facile pour moi de voir s'il y a beaucoup de sucre, s'il y a beaucoup de sel, mais ça ne va pas aller plus loin que ça. En revanche, en fait, je vais acheter très très peu de produits transformés. Même là, quand j'y réfléchis, à part les gâteaux, des sauces, tu vois, genre sauce tomate, en réalité, aujourd'hui, il n'y a presque plus du tout dans mon placard de produits transformés. Et ça reste hyper exceptionnel, ça rend des trucs où je n'ai pas le temps, mais pour moi, ce n'est pas du tout quelque chose qui est inscrit dans ma pratique alimentaire. Et j'essaie d'inciter les enfants à ne pas le faire non plus.

Tu dis « aujourd'hui, il n'y a presque plus du tout ». Aujourd'hui, ça veut dire qu'à l'époque c'était différent ?

Oui, quand j'étais plus jeune, je ne faisais pas très attention, en fait. Je pense que je consommais plus de mauvais produits. Notamment, tu vois, quand j'ai commencé au musée de Flandre, donc c'était en 2009, je n'avais pas encore Basile, et quasiment tous les midis, parce que je n'avais pas le temps de me faire à bouffer, je mangeais un plat tout près. Et ça, c'est quelque chose que je ne fais plus du tout aujourd'hui. C'est-à-dire que je préfère venir avec une tomate, une salade et aller m'acheter un sandwich à la boulangerie plutôt que vraiment consommer des trucs préparés, c'est hyper rare.

Et qu'est-ce qui a été déclic, alors ?

Je pense que c'est les enfants, en fait. C'est le fait de commencer à devoir prendre la peine de leur faire manger pour eux, et que ce soit bon. C'est un fait que je l'ai appliqué à moi aussi, finalement.

Je vais te donner différents critères que tu peux trouver en magasin à propos un produit. Est-ce que tu peux les classer par ordre d'importance ? Alors il y a le prix, la marque, la valeur nutritionnelle, des informations de type protéiné et le Nutri-Score. Précision, quand je dis valeur nutritionnelle, ça va vraiment être la déclaration nutritionnelle qui est au dos de l'emballage et le Nutri-Score c'est celui qui va être devant l'emballage.

Je dirais quand même que la marque, elle va primer, elle va arriver en premier. Ensuite, je dirais que le Nutri-Score arrivera après. Comme je te le disais, la valeur nutritionnelle ou tout ce qui est identique à ça je ne regarderai pas. En revanche, il se peut que je regarde la composition des ingrédients, qui est une manière plus claire pour moi que la valeur nutritionnelle, mais ça va me permettre de voir combien il y a de trucs transformés dedans. Et les trucs light ou protéinés, je ne fais pas très attention à ça. Et le prix va dépendre un peu du produit, c'est-à-dire que tu vois pour moi des choses comme les produits laitiers, des trucs qui sont des produits frais, je vais avoir tendance à ne pas prendre les prix les plus bas et voir même plus élevés parce que pour moi c'est quand même des produits un peu dangereux, le lait ça peut vite donner des problèmes à des

bactéries etc. Donc du coup je vais faire attention. Et pour tout ce qui va être, du riz, des pâtes, des choses comme ça, je vais peut-être éventuellement plus regarder le prix tout en... mais enfin tu vois c'est est relatif aussi parce que j'ai conscience que le riz, ça peut aussi être complètement chargé de plantes pesticides, de tas de trucs etc. Pour moi, le prix, il est vraiment très fluctuant, c'est pas un marqueur de choix, par contre je vais le regarder quand même.

Donc si on refait un petit point, en premier tu m'as dit la marque, en deuxième le Nutri score, en troisième du coup le prix. Ensuite les ingrédients et les informations et la valeur nutritionnelle. Alors c'est drôle parce que le Nutri score, tu le places en 2<sup>e</sup>, mais je n'ai pas eu l'impression en t'observant et par rapport à ce que tu m'as dit que c'était un élément sur lequel tu passais vraiment du temps, par rapport à la comparaison des prix et des marques.

(Rigole). Oui, effectivement tu as raison. Là pour le coup, dans les produits qu'on a regardés ensemble... je n'ai pas vraiment regardé en fait. Mais je demande est ce que ce n'est pas parce qu'il y a quand même plusieurs produits que j'ai achetés où il n'y en avait pas ?

Je pense par exemple au fromage ? Sur le paquet de gruyère il y en avait, et tu ne t'es pas arrêtée dessus, tu as pris le paquet comme si c'était celui que tu prends depuis toujours.

Ouais, le fromage je ne regarde pas.

Ensuite, les barres céréaliées c'était un Nutri-Score C. C'est d'ailleurs à ce moment-là que tu m'en as parlé. Alors est-ce qu'il y a un type de produit dans lequel le Nutri-score va être plus important pour toi ?

Ouais, ben effectivement je vais le regarder sur les produits que mes enfants consomment. Je vais avoir tendance à vérifier parce que souvent c'est des produits qui sont plus transformés que le reste. Moi je ne consomme pas de céréales, de trucs comme ça. Et du coup je vais avoir tendance à faire attention à ça sur les produits que j'achète pour eux. Mais t'as raison effectivement, après tout ce qui est fromage, ect, je ne regarde pas parce que pour moi de toute manière, ça n'a pas d'intérêt, je connais les fromages qui sont très gras et je les évite. Après tu vois le fromage j'évite de l'acheter sous vide du coup il n'y en a pas de nutriscore après et effectivement... non mais t'as raison, c'est ça le nutriscore c'est quelque chose que je regarde vraiment sur certains produits seulement. Donc quelque part on peut considérer que c'est pas une réponse qu'englobe tous les produits que j'achète

Donc tu disais que tu n'as pas de connaissance technique spécifique sur tout ce qui concerne la valeur nutritionnelle. Mais pour autant tu sais quand même que les produits sucrés ce n'est pas forcément l'idéal...donc j'ai le sentiment que tu as quand même un certain niveau de connaissance nutritionnelle si on peut appuyer ça. Selon toi d'où te viennent ces connaissances ? Parce qu'il n'y rien d'évident dans tout ce que tu m'as dit.

C'est une bonne question ! Je pense quand même que j'ai des parents qui faisaient attention à ce qu'ils mangeaient. Mon père était un sportif et ce que je vois aujourd'hui aussi c'est que j'ai des parents qui ont qui sont des années 1940 donc ils ont 85 ans et je vois l'état de santé dans lequel ils sont, qui est assez remarquable. Tu vois mes parents ils sont en pleine forme, alors bien sûr il y a de choses qui peuvent plus faire mais ils continuent à faire du vélo, ils se baladent ils voyagent ect... et je pense quand même que depuis une dizaine d'années j'ai conscientisé le fait que leur état de santé était quand même probablement lié à toute une hygiène de vie qu'ils avaient eu. Chez mes parents il n'y a aucun surpoids, et malgré le fait aussi que par ma mère ne pratique pas vraiment de sport mais c'est quelqu'un qui est très énergique et qui faisait elle-même à manger. Et donc je pense qu'il y a ça quand même qui a joué dans cette prise de conscience. Et après Ludo il n'a pas du tout la même éducation que moi et lui il vient d'une famille où il y a des vrais problèmes de surpoids, qui ne sont liés pas une mauvaise consommation de nourriture, mais à des problèmes physiologiques en fait. C'est des personnes qui emmagasinent mal les graisses, lui aussi a ce problème-là. Ma belle-mère, c'est quelqu'un qui a beaucoup fait de régime et qui fait très attention à ça et qui est quand même en surpoids, mais qui va

jamais cuire les saucisses avec le chou, qui a conscience de ça de manière très aiguë. Donc justement, elle a fait attention aux problèmes de gras, de sucre, trop de sel.

Bon, alors on en a parlé un peu mais si tu devais expliquer le Nutri-Score à quelqu'un qui ne connaît cet outil, et en quoi ça consiste, que dirais-tu ?

Alors, c'est très basique pour moi, notamment parce que je l'ai fait arriver en troisième, c'est ça ?

Deuxième. Avant le prix.

Ouais. Pour moi, le nutri-score, il analyse du coup tout ce qui va être ajouté au produit de base que t'achètes. Je ne sais pas, j'imagine donc que j'achète des... céréales donc le concept c'est d'avoir du blé avec du chocolat dedans et lui va me dire la quantité de sucre qui a été rajoutée, de graisse, de produits avec des noms à rallonge incompréhensible, des formules chimiques... et du coup il va définir ceux qui sont le plus proche du produit naturel. J'ai conscience du côté très flou de ce que je te dis... pour moi le Nutri score A c'est ce qui va correspond à des produits où les réhausseurs de goût comme le sucre vont être moins présents et où on a essayé de limiter au maximum la transformation à juste avec de la conservation. Et le D ça va être des produits qui sont extrêmement chargés en graisse, en sucre, en sel et en des tas de produits genre réhausseurs de goût et autres. Voilà en gros je dirais que c'est ça.

Tu n'as pas tout à fait tort, mais tu n'as pas tout à fait raison.

Tiens en plus je vais apprendre des trucs grâce à toi ! Parce qu'en plus, ce truc est arrivé quand ? Il y a une dizaine d'années ?

En 2017.

Ah non, moins que ça en fait. Et enfin moi, je n'ai pas souvenir d'avoir vraiment creusé la question de ce que c'était. C'est arrivé dans les conversations au boulot entre copains, sans qu'il y ait vraiment effectivement une analyse de l'objectif de ce truc-là.

Et ce que tu sais qui a mis en place ?

C'est pas l'État qui a mis en place ça ?

Oui c'est ça. Par contre, ce n'est pas une obligation. L'affichage du Nutri-Score reste sur la base du volontariat des marques.

Mais cela dit, pour moi, je pense quand même que inconsciemment aussi, les produits qu'ils mettent, je trouve qu'il y a une... Enfin je pense que d'un point de vue communication, c'est assez malin en fait d'accepter de se soumettre à ces choses-là, parce que comme tu le vois, ça ne va pas m'empêcher d'acheter certains produits qui sont D. Et que je trouve qu'au contraire du coup, c'est une espèce d'honnêteté vis-à-vis du consommateur, que je trouve saine. Et je me souviens de tas de débats aussi, par exemple, les fabricants de fromage qui critiquaient ces nutri-scores, en disant que forcément eux, ils auraient tous des D ou des E. Et que ça leur porte très préjudice, et je pense que c'est une fausse logique en fait. Ou c'est même prendre les consommateurs pour des abrutis.

Et pourtant, il y a des marques par exemple comme Danone, qui était un des premiers à soutenir les nutri-scores, qui, à partir du moment où son produit phare, l'Actimel, a eu une note dégradée suite à la mise à jour de l'algorithme, parce qu'il était considéré comme une boisson sucrée et non plus comme un aliment...

Ouais, mais ça serait intéressant de savoir, est-ce qu'ils ont perdu de la vente quand ils ont eu un nutri-score E ? Moi, je suis convaincue que non. Je sais pas. C'est vrai qu'il faudrait se pencher sur le débat.

Est-ce que tu sais quels étaient les objectifs des pouvoirs publics en adoptant cet indicateur à la base ?

J'imagine un objectif éducatif. En tout cas, d'essayer d'aider les consommateurs à faire plus attention à leur mode de consommation et à devenir aussi peut-être à prendre conscience du niveau... de certains aliments qui consomment. Je suppose que c'est pour ça. Peut-être pour lutter quand des problèmes d'obésité et de malbouffe. C'est clair que moi en tout cas ça... C'est vraiment une information que j'utilisais de manière très... Que j'utilise de manière très... dilettante quoi. Après ça correspond aussi à mon niveau d'intérêt pour ce sujet.

Et dans quelle mesure est-ce que tu penses que ce logo reflète correctement la qualité nutritionnelle d'un produit ?

Tu veux dire sur une échelle de 1 à 5 ?

Si tu veux mettre sur une échelle vas-y...

Avant que tu m'expliques, pour moi... Je pense que je le savais vraiment, j'en avais qu'en source du fait que c'était quelque chose qui avait été mis en place par l'État, ou en tout cas que c'est un truc officiel. Donc pour moi, qui suis une personne qui tendance à croire, à avoir confiance dans l'État dans lequel je vis, je vais considérer qu'aller... J'ai entièrement confiance dans l'information qui est dessus. Après, j'ai conscience que ça reflète aussi un comportement. Tu vois, je suis une personne qui s'est fait vacciner quand on nous a demandé de se faire vacciner. Je suis une citoyenne plutôt docile quoi.

Ok. Je vois. Dans quelle mesure, tu estimes que les produits qui sont mieux notés vont être les meilleurs pour la santé ?

Du coup, par rapport à ce que je t'ai dit, je vais en tout cas considérer que c'est des produits qui sont plus proches de la valeur nutritionnelle qu'ils sont censés avoir réellement. Il y aura moins d'ajout de produits qui ne sont pas nécessaires et qui visent juste à augmenter son niveau de conservation, éventuellement ces qualités gustatives et à fausser ma perception du produit. Pour moi, jusqu'ici, je pensais qu'il m'informait sur ça, sur le fait que j'allais trouver un produit qui est le plus près de ce que je veux acheter. En l'occurrence, je sais que maintenant, c'est un pas le cas. Je suis contente d'avoir appris ça.

Est-ce que tu as déjà modifié une habitude d'achat en voyant que le nutri score était moins bon ?

Là typiquement c'est le cas des trésors qui a déclenché la chose, enfin des céréales que Basile s'est mis à consommer un truc qui était nutri-score D. Du coup j'ai pas arrêté de l'acheter parce que je ne suis pas un dictateur dans ma maison tu vois il a envie de manger ça je pense que c'est bien plus intéressant d'avoir une discussion avec lui qui conscientise le fait qu'il aime ce produit et que c'est pas sain, et que progressivement en fait il en vient lui à diminuer sa consommation. Donc j'ai pas arrêté de l'acheter mais je l'achète par contre en parfaite conscience celui-là et avec l'espoir aussi que progressivement on arrive à le supprimer de nos courses, mais j'ai pas envie d'imposer la suppression de celui-là. Après je pense que sur les autres produits que je consomme je dépasse rarement les nutri-score C quand même. Ouais, c'est ça c'est le truc au milieu en fait.

Imagine que Rebecca adore un produit mais qu'aujourd'hui il a un Nutri-Score D. Demain une autre marque qui propose presque le même, avec un nutri-score A. Dans quelle mesure ce nouveau produit va attirer ou non ton attention

Je pense que je lui proposerai d'essayer. Typiquement ici ils ont des céréales qui ressemblent aux trésors et on en a acheté un paquet et on a fait le test, et il n'aime pas ça. Mais voilà on a testé, en sachant que ceux en vrac coutaient quand même beaucoup plus cher, mais que par contre je sais que derrière il y a cette alternative. Après tout ça est relatif, enfin si jamais au final Rebecca n'aime pas je vais quand même me mettre à racheter le produit initial, par contre peut-être ce que je vais éventuellement avoir tendance à faire c'est faire en sorte

que régulièrement il soit plus là tu vois, que je le rachète pas aussi fréquemment que je le ferai sur un produit meilleur pour la santé. Mais bon je pense quand même que sur deux produits que je consomme, s'il y en a un qui a un meilleur nutriscore, je vais privilégier celui-là, je vais quand même faire attention à ce qu'il soit pas deux fois plus cher, si il n'est pas deux fois plus cher, je l'achèterai.

Et s'il y en a un qui est bio avec un moins bon score, et l'autre qui n'est pas bio et qui a un nutri score plus intéressant ?

Ouais, non, le bio ne va pas forcément être l'élément déclencheur, non. J'ai conscience en fait de l'ambiguïté du terme bio.

Dans quelle mesure tu estimes que le nutri-score est suffisamment mis en avant en magasin ou dans la société en général ?

Je pense qu'il y aurait vraiment moyen de mieux éduquer le consommateur qui rentre dans le magasin à ce que c'est qu'un nutri-score, en fait. Après, non, je n'ai pas du tout l'impression que ce soit mis en valeur. J'ai quand même l'impression que ce qui guide l'installation des produits n'est pas du tout une question d'équilibre alimentaire. Mais plus des questions commerciales, ouais. Cela dit, je vois quand même qu'il y a de plus en plus de magasins qui mettent en avant les produits bio, genre biorgues, des trucs comme ça.

Quels sont selon toi les moyens d'action qui permettraient de mieux éduquer la population ? Qu'est ce qui toi te sensibiliserait ?

Pour le coup, peut-être que les produits soient classés, éventuellement, par typologies de produits ou e Nutri-Score. Peut-être éventuelles qu'il y ait un système d'affichage aussi, en tout cas des campagnes, tu vois, où tu vas sensibiliser à l'entrée du magasin, tu distribues un truc qui va expliquer ce que c'est que le Nutri-score. Et ensuite, effectivement, que ce soit organisé, je pense que forcément après, tu prends des habitudes quand même de visualisation qui vont faire que si tu sais que de droite à gauche ou de gauche à droite, ça va du A jusqu'au D...je me demande si quand même ce serait pas au moins en tout cas plus incitatif. Parce que là j'ai l'impression que.. je parle par exemple des céréales ou pour moi c'est plus évident, et c'est vrai que ça prend du temps en fait d'aller regarder tous les paquets pour vérifier ce qui est quoi et qu'au final la plupart du temps, enfin moi, je sais que j'ai pas de temps quoi j'ai envie que ça aille vite donc généralement je me fatigue pas à chercher.

Ca a l'air d'être important pour toi que tes enfants soient aussi sensibilisés à ces enjeux- là, est-ce que tu aimerais qu'on fasse aussi des campagnes pour sensibiliser les enfants à l'école ?

Carrément ! Carrément parce que je me rends bien compte que moi mes enfants j'évite de les emmener avec moi en course parce que tu vois par exemple, typiquement Rebeca mais Basile aussi, c'est vraiment des consommateurs qui sont d'une crédulité et qui sont pas du tout dans la démarche d'acheter des choses qui vont servir à se nourrir, mais plutôt à se faire plaisir et du coup j'évite de les prendre avec moi parce que c'est généralement la catastrophe et au final on s'énerve, je m'énerve. Mais j'ai conscience aussi que du coup je ne le retransmets pas du tout une manière aussi de choisir les aliments. Quelques fois je t'ai dit avec Basile, je vais lui expliquer au moins qu'il regarde la question du prix, pour qu'il se rende compte qu'il y a des choses qui te paraissent moins chères et qui en réalité au kilo sont trois fois plus chères. Et ensuite je me dis que par contre c'est en privilégiant ce genre de pratique, genre tu vas au marché pour acheter des goûts ou tu vas dans un magasin comme ici, peut-être qu'ils auront une démarche aussi d'essayer de préserver ce genre de choses et de faire attention. Mais je trouve qu'en fait ce serait le rôle de l'école tu vois, d'éduquer les enfants là-dessus. Sur la nutrition. Et même de les sensibiliser. Tu vois le fait que pour moi, protéines, glucides, lipides, c'est des choses qui sont très floues, qui n'ont pas forcément de réalité physique...je trouve que les cours de SVT pourraient inclure ce genre de notions et que ce soit plus conscientisé parce que finalement quand même, le fonctionnement du corps humain, ça passe aussi parce que t'es ingurgite et ça, je n'ai pas souvenir qu'on ait vraiment vu ça à l'école. Donc, oui, carrément. Je trouve que ça serait vraiment hyper intéressant et hyper important, mais même de passer plus de temps à faire à manger avec eux, parce que je me rends bien compte...

Basile, le mercredi, quand il a du temps, le mercredi midi, par exemple, ça lui arrive régulièrement de manger avec ses copains. Et quand ils n'ont pas un sandwich, ils vont aller bouffer au KFC. Il en a conscience que c'est pas top, mais pour lui, ça lui viendrait pas à l'idée de consommer autrement. C'est vraiment cool d'aller manger au KFC mais ça c'est la plaie du moment. Et l'autre point aussi, moi que j'ai remarqué, que j'ai découvert avec Basile, justement, c'est que ta 14 ans, tu dois manger dehors. Il n'y a pas beaucoup d'endroits où on accepte un groupe de 5, 6 gamins de 14 ans. Et voilà, et du coup, ils mangent mal. Moi ça me préoccupe vachement. Après, je pense que lui, il en a conscience, mais je me dis que ça me préoccupe parce que j'ai conscience que ce n'est pas le cas de beaucoup d'enfants et que c'est quand même fou les problèmes d'obésité. On nous en parle beaucoup et que je le vois bien. Je vois bien le nombre d'enfants qui sont en surpoids alors qu'ils ont l'âge de Rébecca. Pour moi, à l'âge de Rébecca, elle doit être comme ça, que du muscle, ce n'est pas possible qu'elle soit autrement. Ce n'est pas normal, ce n'est pas sain. Et en fait, ce que je trouve préoccupant, c'est que c'est corrélé à une manière d'être parent. Pour moi, t'es parents, tu dois faire attention à la santé de ton enfant. Et pour moi, ça doit faire être une préoccupation majeure des parents. Et je trouve que ça va aussi avec des tas de phénomènes où on laisse faire les choses. Une fatalité...

Tu as dit « on nous parle beaucoup de l'obésité et du surpoids ». Qui est ce « on » ?

J'entends par là la radio. Moi j'écoute essentiellement France Culture. Je suis tombée à de nombreuses reprises des reportages de LSD ou les pieds sur Terre qui traitaient de ces problèmes-là, d'obésité et ça m'intéresse, enfin je trouve que c'est très intéressant en fait, même si je l'écoute un peu comme une extraterrestre. Je trouve que c'est très intéressant aussi parce que moi ça m'a amenée aussi à prendre conscience du poids aussi de la tradition familiale. Notamment j'avais entendu une émission très intéressante, ça devait être un LSD, la série documentaire qui interviewait justement des personnes en obésité grave, morbide, et qui expliquait en fait la difficulté qu'ils avaient de sortir de ce cercle vicieux, qui avait été pris dès l'enfance où le repas, c'était un paquet de chips, et que c'était facile de critiquer, etc. Et je trouvais ça très, très intéressant, et je me disais justement que ça me choque d'autant plus qu'il y ait des enfants obèses de l'âge de Rébecca. Je me dis que ce serait beaucoup plus facile si le problème était réglé dès la primaire, et c'est tellement simple en fait, parce que comme tu dis, il y a moyen de consommer pour pas cher, et pour autant, tout dépend de par quoi ça passe. Comment on fait pour transmettre ça aux parents ? C'est le même problème pour la culture, c'est le même problème pour plein de choses, en fait. C'est comment faire des enfants, les prescripteurs de leurs parents, parce qu'il y a une génération qui a plusieurs générations où ça a raté.

Je suis d'accord, et je pense que c'est aussi le poids de la société, c'est-à-dire qu'aujourd'hui, les lobbies agro-alimentaires influencent tellement les décisions que c'est difficile d'échapper au fléau de la malbouffe, parce qu'on voit bien, rien que dans les publicités, que ce n'est pas la salade qui donne envie... Avec l'industrialisation de l'alimentation, et le développement des hyper-marchés, on a laissé le consommateur tout seul face à ses choix et sa santé, et voilà le résultat aujourd'hui...

C'est super intéressant ton sujet. Mais en plus, il y a tellement de leviers qui sont complexes, en fait, des leviers de temps, moi pendant longtemps, j'ai dit que je n'avais pas le temps d'aller faire des courses dans ce genre de magasins. Et puis, il y a un levier, qui était un levier amical, qui a fait que j'ai réalisé que si j'ai le temps d'aller faire les courses samedi du matin dans un endroit où je pourrais consommer sain. Et c'est possible de manger bien, sans que ce soit... bien sûr, je ne vais pas faire une blanquette de veau. Je n'ai pas le temps de faire des blanquettes de veau, mais par contre, même si je fais des pâtes au champignon à mes enfants, ce sont des champignons que j'aurais acheté au supermarché, de la bonne crème... Et je me dis que ça, ce n'est pas compliqué. Mais tout est une question, du coup, d'accoutumance, c'est de transformer le truc. Et là, je trouve qu'on est laissés un peu à nous-mêmes, effectivement. Et le poids du coup de ta classe sociale, elle est forte. Je trouve que quelque part, encore une fois, en fait, c'est les classes sociales les plus défavorisées qui vont subir le poids de l'agro-alimentaire et qui vont être touchées plus fortement par l'obésité, par le chômage, partout, et c'est un cercle vicieux. Dont tu ne sais pas comment tu peux te sortir tout seul.

Et est-ce que tu te sens culpabilisée par les discours dominants? C'est-à-dire qu'on sait qu'il faut manger sainement, on entend partout vous, manger cinq fruits et légumes par jour. Comment tu te sens par rapport à ces injonctions publiques ?

Non, je sais qu'aujourd'hui en tout cas, j'ai l'impression quand même de faire le maximum pour que ce soit le plus sain possible. Du coup, j'estime que je fais ce que je dois faire, après je le fais peut-être pas forcément très bien, mais ça pour le coup je l'assume, après c'est plus par exemple, je culpabilise plus sur le fait que je suis assez sédentaire comme je te le disais et que ma pratique sportive qui est réduite à une fois par semaine et ça fait peu de temps que je me suis réduite à ça, ça pour le coup c'était très culpabilisant, mais je trouve ça très bien en fait.

Et pourquoi tu te trouves ça culpabilisant ? Qui te culpabilise ?

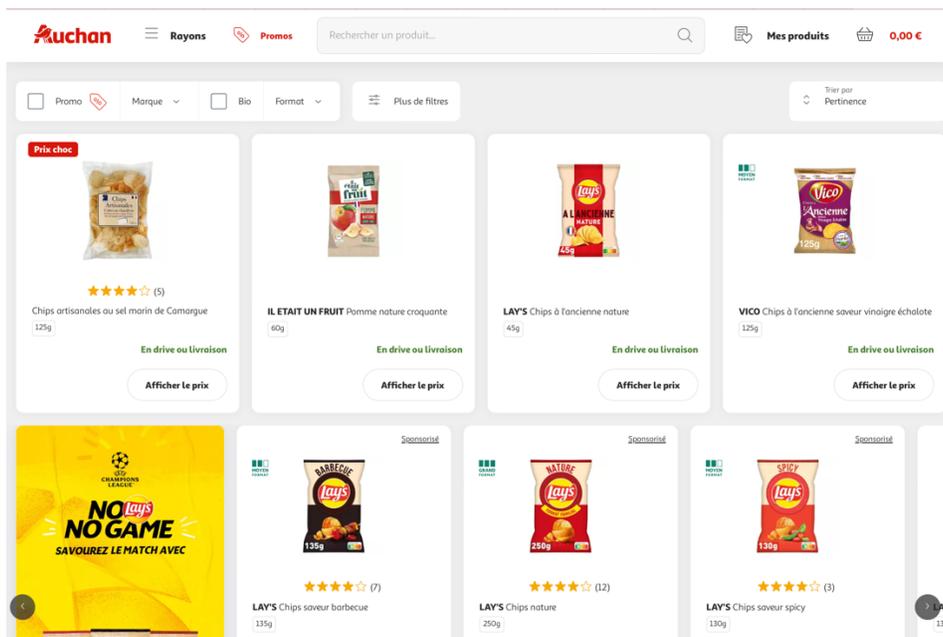
J'ai conscience en fait que je pourrais nuire ma bonne santé et du coup générer des problématiques de santé qui vont ensuite nécessiter des soins et du coup c'est vrai qu'inconsciemment quelque part, j'estime que c'est autant le devoir de l'État ensuite de prendre en charge mon soin, mais c'est aussi à moi de faire en sorte que ça n'arrive pas ou que ça arrive le plus tard possible. Donc oui, ici quand même, il y a une culpabilisation dans ce sens-là, c'est un droit et un devoir. Je me sens redevable de ça parce qu'en échange, je trouve que c'est normal qu'il y ait une couverture sociale.

Est-ce que tu aimerais que le nutri-score soit rendu obligatoire en France ?

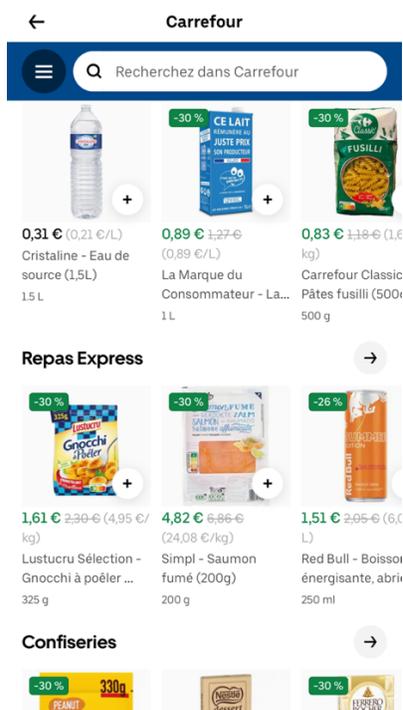
Ben écoute, je trouve que ça ne pourrait pas faire, ça ne me paraîtrait pas dans l'autoritarisme fou d'exiger ça. Dans la mesure où quand même il faut bien reconnaître que de l'autre côté en tout cas, ceux qui fabriquent les produits ne s'embarrassent pas trop de notre santé publique donc oui ce serait une marque d'honnêteté. Et comme je te le disais, je trouve que les marques qui refusent le Nutri-Score pour moi, quelque part, ils révèlent par le creux, le vide, leur absence totale de conscience de santé publique. Oui, je trouve ça très bien.

Je trouve que c'est vachement intéressant ton sujet. Je trouve que c'est intéressant pour nous aussi qui sommes l'objet de ton mémoire parce que finalement en fait les courses c'est quelque chose qu'on fait tous et qu'on fait parfois en mode automatique et je trouve que c'est vachement bien de reprendre conscience de la manière dont on consomme et de ce qu'on y met en fait. Du coup je vais me renseigner un peu plus. Peut-être regarder aussi un peu ce qu'il y a sur internet et tout.

Annexe n°3 : Capture d'écran de l'interface du drive Auchan, sur la tablette de Kathy



Annexe n°4 : Capture d'écran de l'interface d'Uber Eat, sur le smartphone de Corentin



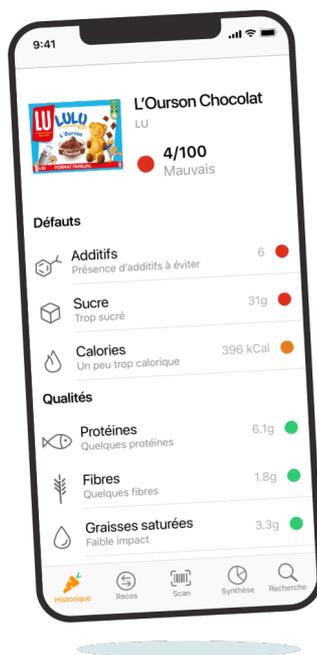
**Annexe n°5 :** Capture d'écran de la fiche descriptive des produits sur le drive Auchan, sur la tablette de Kathy

The screenshot shows the Auchan mobile app interface. At the top, there's the Auchan logo, navigation icons for 'Rayons' and 'Promos', and a search bar. Below the navigation, there's a breadcrumb trail: 'Accueil > Epicerie sucrée > Gâteaux moelleux > Gâteaux chocolat ou vanille'. The main product image is a box of 'Brossard Savane Max Moelleux au Chocolat'. To the right of the image are three circular icons: a magnifying glass, a search icon, and a share icon. Further right, there's a 'Nouveauté' badge, the brand name 'BROSSARD', the product name 'Gâteaux Savane Max moelleux au chocolat', and the weight '180g | 6 gâteaux'. Below that is the 'NUTRI-SCORE' (A B C D E) and 'Allergènes: blé, œufs, soja, lait, arachides, fruits à coque'. At the bottom right, the price is '2,65€' (14,72€ / kg) and there's a red 'Ajouter au panier' button with a cart icon. Below the button is a link 'Ajouter à une liste'.

**Annexe n°6 :** Capture d'écran de la fiche descriptive des produits sur *Uber Eat*, sur le smartphone de Corentin

The screenshot shows the Uber Eat mobile app interface. At the top left, there's a back arrow. The main product image is a package of 'Lustucru Sélection - Gnocchi à Poêler'. Below the image, the product name is 'Lustucru Sélection - Gnocchi à poêler (325g)'. The price is '1,61€' (4,95 € / kg) with a '-30%' discount badge. Below the price is the weight '325 g' and a 'Végétarienne' label. At the bottom, there's a quantity selector showing '1' with minus and plus buttons.

Annexe n°7 : Image de la fiche descriptive d'un produit noté sur Yuka. *Credit : Yuka.io*



Annexe n°8 : Logo du nouveau label Origin'Info



## GLOSSAIRES :

AFSSA : Agence française de sécurité sanitaire des aliments

ANIA : Association nationale des industries agroalimentaires

ANSES : Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation

AUT : Aliment ultra-transformé

CFES : Comité français d'éducation pour la santé

CNAM : Conservatoire national des arts et métiers

CTNS : Centre national de transfusion sanguine

DGS : Direction générale de la Santé

FSA : Food Standard Agency

FCD : Fédération du commerce et de la distribution

HCSP : Haut Comité de Santé Publique

INPES : Institut national de prévention et d'éducation pour la santé

INSERM : Institut national de la santé et de la recherche médicale

INH : Institut National de l'Hygiène

InVS : Institut national de Veille Sanitaire

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

ONHS : Office national d'hygiène sociale

PNNS : Programme national nutrition santé

RNSP : Réseau national de santé publique

SS : Sécurité sanitaire

TNI : Théorie néo-institutionnelle

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages généraux :

Henri Bergeron et Patrick Castel. *Sociologie politique de la santé*, Paris, Puf, 2015.

Boutaud Jean-Jacques, *Les Dessous de la communication alimentaire*. Ellipses, 2024.

Cardon P. Depecker T. Plessz M. *Sociologie de l'alimentation*. Armand Colin, 2023.

Régnier F, Lhuissier A, Godard S. *Sociologie de l'alimentation*, Paris, La Découverte, 2006.

### Chapitres :

Desrosières, Alain. « Chapitre 8. Du travail à la consommation : l'évolution des usages des enquêtes sur le budget des familles », in Alain Desrosières, *Gouverner par les nombres*, Presses des Mines, 2008.

Barraud de Lagerie Pauline, Pilmis Olivier. « Chapitre 9. À la recherche de la « bonne formule » La lutte contre l'obésité, entre régulation des entreprises et gouvernement des consommateurs ». Dans Sophie Dubuisson-Quellier *Gouverner les conduites* (p. 335-364). Presses de Sciences Po, 2016.

Bonhomme Marc. « Chapitre 7. Les avertissements anti-tabac : informer, ébranler, convaincre ? », in Ollivier-Yaniv C. et Rinn M., *Communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?* Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2009, p.123-137.

Guillaume P. « L'hygiène à l'école et par l'école », in Bourdelais P., Faure O. *Les nouvelles pratiques de santé - Acteurs, objets, logiques sociales (XVIIIe-XXe siècles)*. Paris Belin, 2005, p. 213-223.

Polton, D. « Chapitre 4. Qu'est-Ce Que la Transition Épidémiologique ? Parlons santé en 30 questions », *La Documentation française*, 2023. p. 32-33.

### Ouvrages spécialisés :

Berlivet, Luc. « Une biopolitique de l'éducation pour la santé ». *Le gouvernement des corps*, édité par Didier Fassin et Dominique Memmi, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2004.

Boltanski Luc et Thevenot Laurent. *De la justification. Les économies de la grandeur*, 1991, Paris, Gallimard.

Borraz O. et Guiraudon V. *Politiques publiques 2. Changer la société*. Paris : Presses de Sciences Po, 2010.

- Bourdelaï Patrice. (dir.) (2001), *Les hygiénistes, enjeux, modèles et pratiques (XVIII-XXe siècles)*, Paris : Belin.
- Bourdelaï Patrice, *Les épidémies terrassées. Une histoire de pays riches*. Paris, la Martinière, 2003.
- Bourdieu Pierre, *La Distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.
- Chatriot A, Chessel M-E, Hilton M (dir). *Au nom du consommateur. Consommation et politique en Europe et aux États-Unis au XXe siècle*. Paris, La Découverte, 2006 p329-343.
- Cochoy F. *Une sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché. Les emballages et le choix du consommateur*, 2002, Paris, Puf.
- Csergo, *Liberté Égalité Propreté : La Morale de l'hygiène au XIXe siècle*. 1988, Paris : Albin Michel.
- Daumas JC. *La révolution matérielle : une histoire de la consommation : France XIXe-XXIe siècle*. 2018, Paris : Flammarion.
- Drucker, Jacques. *Les détectives de la santé. Virus, bactéries, toxines. Enquêtes sur les nouveaux risques*. 2002, Paris.
- Dubey F. *Que manger ? Normes et pratiques alimentaires*. La Découverte, 2017.
- Dubuisson-Quellier S. *Gouverner les conduites*. 2016, Paris : Presses de Sciences Po.
- Fassin D. *L'espace politique de la santé*, 1996 Paris, Presses universitaires de France.
- Miller D., *A Theory of Shopping*, 1998.
- Fassin D. Memmi D. *Le gouvernement des corps*. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2004.
- Fischler Claude. *L'Homnivore : Sur les Fondamentaux de la Biologie et de la Philosophie*, 1990, Paris, Odile Jacob.
- Floch, J. *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*, 1990. PUF
- Foucault Michel. *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1975. Gallimard.
- Fouilleux, Ève, et Laura Michel. *Quand l'alimentation se fait politique(s)*, Presses universitaires de Rennes, 2020.
- Frickel S. et Moore K. *The New Political Sociology of Science : Institutions, Networks, and Power*. 2006, Madison : University of Wisconsin Press.

- Got, Claude. *L'expertise en santé publique*. Paris, Puf, 2005, Que sais-je ?
- Halbwachs, Maurice. *La Classe ouvrière et les niveaux de vie*, 1912.
- Lartigot-Hervier, L. *Néo-institutionnalisme sociologique*. Dans L. Boussaguet, S. Jacquot et P. Ravinet *Dictionnaire des politiques publiques*, 2019, 5e édition, p. 390-398. Presses de Sciences Po
- Lecerf, Jean-Michel. *La joie de manger*. Paris : Les éditions du Cerf. 2022.
- Morelle A. et Tabuteau D. *La santé publique*, Paris : PUF, 2010.
- Morelle, Aquilino. *La défaite de la santé publique*. Paris, Flammarion (Forum), 1996.
- Murard L. et Zylberman P. *L'hygiène dans la République. La santé publique ou l'utopie contrariée, 1870-1918*, Paris : Fayard, 1996.
- Norbert Elias, *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 1973.
- Parayre, S. *L'hygiène à l'école : une alliance de la santé et de l'éducation, XVIIIe-XIXe siècles*. PU Saint-Etienne.
- Peretti-Wattel P et Moatti J-P. *Le principe de prévention. Le culte de la santé et ses dérives*. Paris : Seuil, 2009.
- Poulain, Jean-Pierre, *Manger aujourd'hui : attitudes, normes et pratiques*. Toulouse : Privat, 2002.
- Sociologie de l'obésité. *Presses Universitaires de France*, 2009.
- Greenwood R, Oliver C, Sahlin-Andersson K et Suddaby R. *The Hand Book of Organizational Institutionalism*, London : SAGE, 2008, 1-46.
- Tabuteau, Didier. *La sécurité sanitaire*. Paris, Berger-Levrault, 2002 [1994].
- Tesh, S. *Hidden Arguments : Political Ideology and Disease Prevention Policy, New Brunswick (N. J.)*, Rutgers University Press, 1988.
- Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge : Improving Decisions about health, wealth, and Happiness*, Yale University Press, 2008, p. 312
- Thévenot Laurent, « Des marchés aux normes », dans Gilles Allaire et Robert Boyer (dir.), *La Grande Transformation de l'agriculture*, Paris, INRA, Economica, 1995, p. 33-52.
- Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Paris Galimard, 1970 (1899)
- Zygmunt Bauman, *La Vie liquide*, 2006.

## Articles scientifiques :

Alam, Thomas, 2010. « Les mises en forme savante d'un mythe d'action publique : la sécurité sanitaire » *Genèses*, n°78, p. 48-66.

Amilien Virginie. « Jean-Pierre Corbeau, Jean Pierre Poulain, *Penser l'Alimentation. Entre imaginaire et rationalité* ». *Anthropology of food*, 2003.

Andrews J. Craig, Burton Scott, Kees Jeremy. "Is Simpler Always Better? Consumer Evaluations of Front-of-Package Nutrition Symbols." *Journal of Public Policy & Marketing*, n°30, 2011, p. 175-190.

Andrews, J. Craig, Netemeyer Richard G., Burton Scott. "The Nutrition Elite : Do Only the Highest Levels of Caloric Knowledge, Obesity Knowledge, and Motivation Matter in Processing Nutrition Ad Claims and Disclosures ?" *Journal Of Public Policy & Marketing*, 2009, n°28(1), 41-55

Armstrong David. "Origins of the problem of health-related behaviours : a genealogical study." *Soc Stud Sci*. 2009, 39 : 909-26.

Barley, Stephen R., Tolbert Pamela S. "Institutionalization and Structuration: Studying the Links between Action and Institution." *Organization Studies*, 1997, 18(1), 93-117.

Baudier François, Leynaud-Rouaud Catherine. « Éducation nutritionnelle », dans Henri Dupin, Jean-Louis Cuq, Marie-Irène Malewiak, *Alimentation et nutrition humaines*, Paris ; Esf éditeurs, 1992, p.721.

Benamouzig Daniel, Blanck Julie. « La bataille cognitive des logos nutritionnels Sciences et intérêts économiques en santé publique. » *L'Année sociologique*, 2023. 73(2), 295-325.

Bergadaà Michelle., Urien Bertrand, « Le risque alimentaire perçu comme risque vital de consommation. Émergences, adaptation et gestion. » *Revue Française de Gestion*, 2006, 32(162).

Bergeron Henri, Nathanson Constance, « Faire une loi, pour faire la loi. La loi de Santé publique d'août 2004 ». *Sciences sociales et santé*, 2014, vol. 32, n°4, p. 5-32.

Bergeron Henri, Castel Patrick, Nouguez Étienne. « Un entrepreneur privé de politique publique : la lutte contre l'obésité, entre santé publique et intérêt privé » , *Revue Française de Science Politique*, 61 (2), 201-229

Berlivet Luc. « Déchiffrer la maladie », in Jean-Pierre Dozon et Didier Fassin (éd.), *Critique de la santé publique. Une approche anthropologique*. Paris, Balland, 2001, p. 75-101.

Berthoud Marie. « L'éducation alimentaire dans les écoles : diffusion, circulation et réappropriation des normes nutritionnelles. » *Les Enjeux de L'Information et de la Communication*, 2021. n°20/3A(S1).

Brée, Joël. Marketing, alimentation et obésité infantile. *Management & Avenir*, 2010 n° 37(7), 92-96.

Canu Roland, Cochoy Franck, « La loi de 1905 sur la répression des fraudes : un levier décisif pour l'engagement politique des questions de consommation ? », *Sciences de la société*, 2004 62, p. 69-92.

Chalamon, I., & Nabec, L. « Les pratiques de lecture des étiquettes nutritionnelles : une analyse sémiotique des représentations des règles de nutrition. » *Décisions Marketing*, 2013, 70, 59-74

Chaney D et Ben Slimane K. « La grille d'analyse néo-institutionnelle au bénéfice de l'élargissement du marketing a des dimensions institutionnelles, » *Recherche et Applications en Marketing*, 2014, 29(2) : 99-117.

Chauveau, S. Didier Fassin et Dominique Memmi (dir.), Le gouvernement des corps. Sébastien Dalgarrondo, Sida, la course aux molécules. *Annales Histoire Sciences Sociales*, 2(2), 2007, 486-487.

Clavier, C. « La santé publique, un enjeu politique local ? La politisation des politiques publiques en France et au Danemark ». *Revue Internationale de Politique Comparée*, 2012, Vol. 18(4), 13-27.

Clemens ES et Cook JM, « Politics and institutionalism: explaining durability and change. » *Annual Review of Sociology*, 1999, 25(1), p. 441-466.

Dab, William. 1997. « Crise de santé publique et crise de la santé publique », *Revue française des affaires sociales*, n° 3-4 : 193-200.

De Iulio S. « De la peur de manquer aux dangers de l'obésité : les discours publicitaires et la construction sociale des risques alimentaires », *Le Temps des médias*, 2011, pp 143-163.

Depecker T. et Lhuissier A. (2016), « La reconfiguration des enquêtes et des normes alimentaires en France : le service nutrition de l'Institut national d'hygiène ». *Sciences sociales et santé*, vol. 34, n°2, p. 5-36.

Dessaus, P-A. « Comment définir les produits alimentaires ? L'élaboration des références pour l'application de la loi du 1er août 1905 entre expertise et consensus professionnel », *Histoire, économie & société*, vol 25, n°1, 2006, p83-108.

DiMaggio P (1988) Interest and agency in institutional theory. In Zucker LG (éd.) *Institutional patterns and organizations : Culture and environment*. Cambridge, MA : Ballinger Publishing Co/Harper & Row Publishers, Inc., 3-21.

DiMaggio PJ et Powell WW (1983) "The Iron Cage Revisited : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American Sociological Review* 48(2) : 147-160.

Dossou, G., Gallopel-Morvan, K., & Diouf, J. (2017). "The effectiveness of current French health warnings displayed on alcohol advertisements and alcoholic beverages." *European Journal Of Public Health*, 27(4), 699-704.

Dossou, G. T., Guillou-Landreat, M., Lemain, L., Lacoste-Badie, S., Critchlow, N., & Gallopel-Morvan, K. (2023). “ How Do Young Adult Drinkers React to Varied Alcohol Warning Formats and Contents ? An Exploratory Study in France. » *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 20(15), 6541.

Dubuisson-Quellier S, *La consommation engagée*, Presses de Sciences Po, 2025.

Durkheim Emile, « Les Règles de la méthode sociologique », *Revue philosophique*, 1895.

Ferree Myra Marx, « Resonance and Radicalism : Feminist Framing in the Abortion Debates of the United States and Germany », *American Journal of Sociology*, 2003, vol 109, n°2, P. 304-344

Fligstein Neil. “Social skill and the theory of fields.” *Sociological Theory*, 2001, 19(2) : 105–125. (s. d.).

François Ewald, « L’Etat Providence et la philosophie du droit », *Droit et société*, n°7, 1987, pp. 454-464

Gallopel-Morvan, K. « Marketing social et marketing social critique : Quelle utilité pour la santé publique ? », *Les Tribunes de la Santé.*, 2004, 45(4), p. 37-43.

Gallopel-Morvan, K., Gabriel, P., Gall-Ely, M. L., Rieunier, S., & Urien, B. “The use of visual warnings in social marketing: The case of tobacco.” *Journal Of Business Research*, 2009, 64(1), p. 7-11.

Galluzzo, A., & Gorge, H. “Entrepreneurs institutionnels et stratégies de légitimation. Le cas de l’hygiène corporelle en France de 1880 à 1980. » *Recherche et Applications En Marketing* 2020, n°35(4), p. 3-22

Garraud P. « Politiques nationales : l’élaboration de l’agenda », *L’Année sociologique*, 1990, vol. 40, p.17-41.

Gomez, P. « La nutrition dans les stratégies d’innovation alimentaire : de la protection du risque de santé publique à la construction de l’avantage concurrentiel. » *Décisions Marketing*, 2008, 49, 71-83

Gomez, P., Werle, C. O. C., & Corneille, O. “The pitfall of nutrition facts label fluency : easier-to-process nutrition information enhances purchase intentions for unhealthy food products.” *Marketing Letters*, 2015 28(1), 15-27.

Grignon Claude, Grignon Christiane. « Styles d’alimentation et goûts populaires. » *Revue française de sociologie*, 1980, 21-4. pp. 531-569.

Hall Peter A. et Taylor Rosemary C. R., « La science politique et les trois néo-institutionnalismes », *Revue française de science politique*, 47 (3-4), 1997, p. 469-496.

Humphreys A. “Semiotic structure and the legitimation of consumption practices : the case of casino gambling.” *Journal of Consumer Research*, 2010. 37(3) : 490-510.

- De Oliveira Jean-Philippe et Clavier Viviane, « Alimentation et santé : construction d'un problème public et enjeux info-communicationnels », *Sciences de la société*, 108, 2021.
- Kates S. « The dynamics of brand legitimacy : An interpretive study in the gay men's community. » *Journal of Consumer Research*, 2004, 31(2) : 455–464.
- Knowles, John Hilton. « The Responsibility of the Individuel », *Daedalus*, 106, 1977, p57-80.
- Laporte, M. « Distinguer les risques sanitaire et nutritionnel perçus pour améliorer les comportements alimentaires. » *Décisions Marketing*, 2019, N° 96(4), 53-68.
- Laporte, M., Michel, G., & Rieunier, S. « Mieux comprendre les comportements alimentaires grâce au concept de perception du risque nutritionnel. » *Recherche et Applications En Marketing* (French Edition), 2014, 30(1), 81-117.
- Laure Séguy, « La genèse de l'étiquetage nutritionnel dans le droit européen », *Sciences de la société*, 80 | 2010, 28-43
- Lecorps, P. « Du bon usage de la prévention dans la santé. » *Revue Projet*, 2010, n° 319(6), 35-42
- Loupiac, P., & Bluntz, C. “II. Au croisement du marketing et de la comptabilité : l'essor des activités d'évaluation et de contrôle par le consommateur. » *Reperes*, 2020, 18-27.
- Maguire S et Hardy C. “Discourse and deinstitutionalization : the decline of DDT”. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(1) : 148–178.
- Maguire S, Hardy C et Lawrence TB. “Institutional entrepreneurship in emerging fields : HIV/AIDS treatment advocacy in Canada.” *Academy of Management Journal* , 2004, 47(5) : 657–679.
- MARCH James G. et OLSEN Johan P. “Rediscovering Institutions : The Organizational Basis of Politics, New York (N. Y.),” *The Free Press*, 1989
- Mérigot, P., & Nabec, L. « Les effets d'alerte et de promotion des logos nutritionnels sur la face-avant des produits agroalimentaires. » *Décisions Marketing*, 2016, N° 83(3), 29-47.
- Meyer JW et Rowan B. “Institutionalized organizations : formal structure as myth and ceremony”. *American Journal of Sociology*, 1977, 83(2) : 340–363.
- Moisander, J. K., Hirsto, H., & Fahy, K. M. “Emotions in Institutional Work : A Discursive Perspective”. *Organization Studies*, 2016, 37(7), 963-990.
- Nabec, L., Marette, S., & Durieux, F. « Les effets du Nutri-Score en France sur le consentement-à-payer des consommateurs à faible revenu. » *Décisions Marketing*, 2019 N° 96(4), 69-88.

Nugier A., Serry A.-J., Thanh V.-N, « Système d'information nutritionnelle à cinq couleurs sur la face avant des emballages alimentaires : comparaison de trois formats de logo », *Bulletin épidémiologique hebdomadaire*, 2016, 34, p. 598-607.

Ollivier-Yaniv, C. « Communication, prévention et action publique : proposition d'un modèle intégratif et configurationnel. Le cas de la prévention du tabagisme passif. » *Communication & Langages*, 2013(176), 93-111.

Omran Abdel R. "The Epidemiologic Transition : A Theory of the Epidemiology of Population Change" *The Milbank Memorial Fund Quarterly*, Vol. 49, No. 4, Part 1. (Oct., 1971), pp. 509-538.

Padioleau J.G. « La lutte contre le tabagisme : action politique et régulation étatique de la vie quotidienne ». *Revue française de Sciences Politiques*, 1977 vol. 27, n°6, p. 932-959.

Pallier B., Bonoli G. « Entre Bismarck et Beveridge : 'crises' de la sécurité sociale et politique(s) », *Revue Française de Sciences Politiques*, vol.45, 1996, p668-699.

Poulain, J.-P. « Socio-anthropologie du « fait alimentaire » ou food Studies. Les deux chemins d'une thématization scientifique. » *L'Année sociologique*, 2007. 67(1), 23-46.

Romeyer, H. « Le bien-être en normes : les programmes nationaux nutrition santé. » *Questions de Communication*, 2015. 27, 41-61.

Rozin, P., & Royzman, E. B. « Negativity Bias, Negativity Dominance, and Contagion. » *Personality And Social Psychology Review*, 2001, 5(4), 296-320.

Sanz-Remacha, M., Aibar, A., Sevil-Serrano, J., & García-González, L. « Evaluation of a 20-Month Physical Activity Intervention to Improve Motivational and Affective Outcomes Among Disadvantaged Adult Women. » *Qualitative Health Research*, 2021. 31(8),

Scaraboto D et Fisher E. "Frustrated fatshionistas : An institutional theory perspective on consumer quests for greater choice in mainstream markets." *Journal of Consumer Research* 2°13, 39(6) p.1234–1257.

Séguy L., « La genèse de l'étiquetage nutritionnel dans le droit européen », *Sciences de la société*, 2010, p. 28-43.

Scott, W. R. "Institutions and organizations". *Choice Reviews Online*, 1995, 33(03), 33-1848

Tibère, Laurence, Rochedy, Amandine et Sarrat Charlotte, « Le goûter résiste à la nutritionnalisation. » *Cahiers de Nutrition et de Diététique*. 1 août 2018. Vol. 53, n° 4, pp. 232-239

Viswanathan, M., Hastak, M., & Gau, R. "Understanding and Facilitating the Usage of Nutritional Labels by Low-Literate Consumers." *Journal Of Public Policy & Marketing*, 2009, 28(2), 135-145.

Von Buelzingsloewen I. et Bonah C. « De la propagande sanitaire à l'éducation pour la santé. Le &quot; devoir de santé & quot; dans la France des XXème-XXIème siècles » , Conférence à l'Université Lyon 2, 2009.

Wansink, B., & Chandon, P. "Can "Low-Fat" Nutrition Labels Lead to Obesity ?" *Journal Of Marketing Research*, 2006. 43(4), 605-617.

### **Thèses :**

Abou Jouadé, Lynn. *Les usagers en situation(s) de vulnérabilité(s) face au système de santé : expériences normatives et nouvelles allures de la vie*, Lille : Université de Lille, 2014.

Berlivet Luc. *Une santé à risques. L'action publique contre l'alcoolisme et le tabagisme en France (1954-1999)*. Thèse pour l'obtention du doctorat en sociologie, Université Rennes I, 2000.

Bossy Thibault, *Poids de l'enjeu, enjeu de poids. La mise sur agenda de l'obésité en Angleterre et en France*, Thèse de doctorat en science politique, Paris, IEP de Paris, 2010.

Boubal Camille. *Des savoirs sans effet : l'espace controversé de la nutrition*. Thèse de doctorat en sociologie dirigée par O. Borraz, Paris, Sciences Po, 2018.

Séguy Laura, *De la nutrition à l'étiquetage nutritionnel : une histoire de la domestication marchande et politique des nutriments*, thèse de doctorat en sociologie dirigée par F. Cochoy, université Toulouse Le Mirail-Toulouse 2, 2014.

### **Rapports institutionnels :**

« Activity report of the transnational governance of Nutri-Score, 2023 », disponible à l'url suivant: [https://www.santepubliquefrance.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/nutriscore\\_annual\\_report\\_2023](https://www.santepubliquefrance.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/nutriscore_annual_report_2023)

Allais Olivier, Albuquerque Paulo, Bonnet Céline, Dubois Pierre. *Évaluation Expérimentation logos nutritionnels*. Paris : Rapport pour le FFAS. 15 mars 2017.

Commission des Affaires Économiques, Sénat, Rapport d'information « *Information du consommateur : privilégier la qualité à la profusion* », 22 juin 2022.

Crosetto P., Lacroix A., Muller L. et Ruffieux B. « Mesure expérimentale en laboratoire des impacts sur la qualité nutritionnelle du panier alimentaire familial de l'apposition de « Systèmes d'étiquetage nutritionnel » en face avant des emballages. » INRA GAEL, Grenoble

Ducrot Pauline, Serry Anne-Juliette, Rapport : « Nutri-Score : notoriété, perception et impact sur les comportements d'achat déclarés des adolescents en octobre 2021 », Santé publique France, *Études et enquêtes*, 2022.

« Étude de santé sur l'environnement, la biosurveillance, l'activité physique et la nutrition (Esteban), 2014-2016. » *Volet Nutrition*. Chapitre Corpulence. Disponible sur : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/documents/rapport-synthese/etude-de-sante-sur-l-environnement-la-biosurveillance-l-activite-physique-et-la-nutrition-esteban-2014-2016.-volet-nutrition.-chapitre-corpulence>, consulté le 5 avril 2025.

Hercberg, S. & Julia, C. (2013). Propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique dans le cadre de la Stratégie Nationale Santé. Paris : Université Paris. Consulté sur [https://solidarites.sante.gouv.fr/IMG/pdf/rapport\\_Hercberg\\_15\\_11\\_2013.pdf](https://solidarites.sante.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_Hercberg_15_11_2013.pdf).

Inserm, Communiqué de presse, « Obésité et surpoids : près d'un Français sur deux concerné. État des lieux, prévention et solutions thérapeutiques », publié le 20 février 2020, disponible sur : <https://presse.inserm.fr/obesite-et-surpoids-pres-dun-francais-sur-deux-concerne-etat-des-lieux-prevention-et-solutions-therapeutiques/66542/>, consulté le 19 avril 2025

Kranklader Élodie. Insee Références – édition 2022. « Où fait-on ses courses ? » paru le 12/12/2014. Consulté le 25 avril 2025.

*Recommandations de déontologie et bonnes pratiques en épidémiologie*, 2007, disponible via l'url suivant : <https://host.credim.u-bordeaux.fr/dnn-adelf/Portals/0/DOCUMENTATION/Recommandations%2020-%20Version%20finale-France-Aout%202007.pdf>. Consulté le 24 avril 2025.

S. Hercberg et Ch. Julia, « Propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique dans le cadre de la Stratégie nationale de santé », Première partie : Mesures concernant la prévention nutritionnelle, 15 novembre 2013, disponible en ligne, [https://medias.vie-publique.fr/data\\_storage\\_s3/rapport/pdf/144000068.pdf](https://medias.vie-publique.fr/data_storage_s3/rapport/pdf/144000068.pdf), consulté le 17 avril 2025

Ministère de l'emploi et de la solidarité, *Programme national nutrition santé 2001-2005*.

*Programme national nutrition santé 2018-2021*.

Ministère des Solidarités et de la Santé, *Programme national nutrition santé 2019-2023*

Samson C. INSEE REFERENCE « Entre 2009 et 2019, la part du budget alimentaire des ménages consacrée aux produits carnés recule », paru le 27/02/2024, consulté le 25 avril 2025.

Santé publique France, « Nutri Score : notoriété, perception et impact sur les comportements d'achat déclarés des adolescents en octobre 2021. », étude d'impact, disponible via :

<https://www.santepubliquefrance.fr/view/content/437231/full/1/514579>, consultée le 5 avril 2025.

Touvier, Mathilde. « Rôle de la nutrition dans la prévention des maladies chroniques. Un enjeu de santé publique. » *Collège de France*, 2024, disponible via <https://books.openedition.org/cdf/16554>, consulté le 17 avril 2025.

### **Sources juridiques :**

Arrêté fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'État en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du Code de la santé publique, en date du 24 avril 2017, disponible en ligne <http://ec.europa.eu/growth/toolsdatabases/tris/fr/search/?trisaction=search.detail&year=2017&num=159> consulté le 17 avril 2025.

Article L1417-1 du Code de la santé publique.

Journal Officiel du Conseil européen, directive n°90/496/CEE, consultée le 16 avril 2025, disponible via l'url <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1990/496/oj/eng>

Journal Officiel du Conseil européen, directive n° C329, 31/12/1990, consultée le 16 avril 2025, disponible via l'url suivant : [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=oj:JOC\\_1990\\_329\\_R](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=oj:JOC_1990_329_R)

Loi n° 98-535 du 1 juillet 1998 relative au renforcement de la veille sanitaire et du contrôle de la sécurité sanitaire des produits destinés à l'homme, disponible à : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000573437/>, consultée le 14 avril 2015.

Loi n°2016-41 du 26 juillet 2016 de modernisation de notre système de santé, disponible via l'url : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000031912641>, consultée le 17 avril 2025.

Règlement (UE) n°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, disponible via : <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/fr/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169>, consulté le 6 mai.

Procédure d'enregistrement de l'exploitant pour obtenir le droit d'usage de la marque collective déposée "Nutri- Score", disponible au lien suivant : [https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/nutri-score\\_enregistrement\\_france](https://www.demarches-simplifiees.fr/commencer/nutri-score_enregistrement_france), consulté le 4 avril 2025.

### **Articles en ligne :**

Chayet, D. « Étiquetage alimentaire : les consommateurs réclament des logos simples », *BFM TV* avec *AFP*, 14 mai 2014

Collectif, « Rendre le Nutri-Score obligatoire en Europe est une urgence de santé publique », *Le Monde*, 24 octobre 2024. Disponible via: [https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/10/24/rendre-le-nutri-score-obligatoire-en-europe-est-une-urgence-de-sante-publique\\_6359209\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/10/24/rendre-le-nutri-score-obligatoire-en-europe-est-une-urgence-de-sante-publique_6359209_3232.html), consulté le 18 avril 2025.

« Pour un étiquetage nutritionnel simple, intuitif et compréhensible par tous, sur la face avant des emballages ». *Lettre ouverte au Premier Ministre des Sociétés savantes médicales, Associations de consommateurs, Associations de malades, portant pétition*, disponible à <https://www.sfsp.fr/images/letouv-etiquetr0514.pdf>, consulté le 17 avril 2025.

Géraldine Hallot, « Nutri-Score généralisé et obligatoire : enquête sur le renoncement de la Commission européenne », France Inter, Radio France, 1 mars 2025, disponible via l'url : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/secrets-d-info/secrets-d-info-du-samedi-01-mars-2025-3557288>.

Fardet Anthony, Edmond Rock, « Les aliments « ultra transformés » sont aussi très mauvais pour la planète », *The Conversation*, 23 juin 2020. Article disponible via l'url : <https://theconversation.com/les-aliments-ultratransformes-sont-aussi-tres-mauvais-pour-la-planete-140869>

*Le Monde*, « Le nouveau Nutri-Score validé en dépit de dissensions au sein du gouvernement », publié le 14 mars 2025, disponible via [https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/03/14/le-nouveau-nutri-score-valide-apres-des-dissensions-gouvernementales\\_6580810\\_3245.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/03/14/le-nouveau-nutri-score-valide-apres-des-dissensions-gouvernementales_6580810_3245.html), consulté le 17 avril 2025.

*Le Monde*, « Nutri-Score, un étiquetage nutritionnel fragilisé, faute de soutien politique », publié le 22 octobre 2025, disponible via [https://www.lemonde.fr/planete/article/2024/10/22/nutri-score-un-etiquetage-nutritionnel-fragilise-faute-de-soutien-politique\\_6357907\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2024/10/22/nutri-score-un-etiquetage-nutritionnel-fragilise-faute-de-soutien-politique_6357907_3244.html), consulté le 18 avril 2025

*Le Monde*, le 28 février 2017, « Bataille autour de la pertinence de l'étiquetage nutritionnel », [https://www.lemonde.fr/planete/article/2017/02/28/bataille-autour-de-la-pertinence-de-l-etiquetage-nutritionnel\\_5086803\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2017/02/28/bataille-autour-de-la-pertinence-de-l-etiquetage-nutritionnel_5086803_3244.html), consulté le 15 avril 2025.

Services Publics, « ce qu'il faut savoir sur le nouveau Nutri-Score », publié le 20 mars 2025, disponible sur : <https://www.service-public.fr/particuliers/actualites/A18128?lang=fr> consulté le 6 mars 2025.

Université de Montréal, Faculté de médecine, Département de nutrition, « Qu'est-ce que la nutrition ? », disponible via l'url suivant : <https://nutrition.umontreal.ca/departement/quest-ce-que-la-nutrition/>