



LES APPLICATIONS DE NOTATION

UN INGRÉDIENT DE POIDS SUR LE
CHEMIN DE LA TRANSITION
ALIMENTAIRE

NOTRE DÉMARCHE

Dans le prolongement de ses travaux sur la transition alimentaire, Terra Nova s'intéresse ici **aux applications de notation alimentaire**. Ces outils ont rencontré un succès important, comme l'indique le nombre élevé de leurs utilisateurs. En quelques années, elles ont permis de faire bouger des lignes et de **faire évoluer le rapport de force entre consommateurs et acteurs du secteur agro-alimentaire**.

Les applications répondent en effet à des demandes fortes et légitimes de consommateurs qui sont de plus en plus soucieux de la qualité sanitaire et nutritionnelle de leur alimentation et de leur impact environnemental. De nombreux dispositifs ont émergé, en réponse à ces nouveaux besoins, que ce soit à l'initiative des distributeurs, des consommateurs, de la puissance publique ou d'ONG.

Toutefois, cet engouement suscite encore des interrogations de la part de certains industriels, scientifiques et associations de consommateurs. Les principales critiques concernent **la rigueur scientifique des systèmes de pondération, la fiabilité des données utilisées, la transparence des algorithmes et l'usage des données personnelles** des utilisateurs.

Alors que le nombre d'initiatives ne cesse d'augmenter, nous proposons quelques mesures pour :



Mieux réguler le secteur des applications et limiter les risques pour les consommateurs



Favoriser l'implication continue des consommateurs et des industriels dans l'amélioration de la qualité de l'alimentation



Répondre à leur demande croissante d'information et de transparence vis-à-vis des producteurs, des industriels et des distributeurs qu'il s'agisse de la qualité nutritionnelle des produits mais également de leur impact social et environnemental



Terra Nova est une association loi 1901 reconnue d'intérêt général. A travers nos publications et nos événements, nous promovons des propositions innovantes et opérationnelles dans tous les domaines de politiques publiques. Nous diffusons gratuitement nos travaux via notre site Internet www.tnova.fr et les réseaux sociaux auprès d'un large public.



Ce rapport a été réalisé par **Suzanne Gorge**, responsable du mécénat et des partenariats de Terra Nova.

Nos précédents rapports sur le sujet de l'alimentation :

- [Les enfants à table : accélérer la transition alimentaire dans les cantines scolaires](#)
- [La viande au menu de la transition alimentaire : enjeux et opportunités d'une alimentation moins carnée](#)

www.tnova.fr

QUELQUES CHIFFRES CLÉS

3/4

DES PERSONNES
INTERROGÉES
DÉCLARENT ÊTRE
PRÊTES À PAYER
PLUS POUR MANGER
MIEUX

LES ÉMISSIONS DE GAZ À
EFFET DE SERRE ISSUES DE
LA PRODUCTION ET DE LA
CONSOMMATION DES
ALIMENTS DESTINÉS AUX
MÉNAGES EN FRANCE
S'ÉLÈVENT À 163 MT D'EQCO₂,
SOIT

24%

DE L'EMPREINTE
CARBONE DES
MÉNAGES EN FRANCE

95%

D'ENTRE ELLES
RECONNAISSENT
LE LIEN ENTRE SANTÉ
ET ALIMENTATION

82%

DES CONSOMMATEURS
NE COMPRENNENT PAS
LES INFORMATIONS
INDIQUÉES SUR LES
ÉTIQUETTES



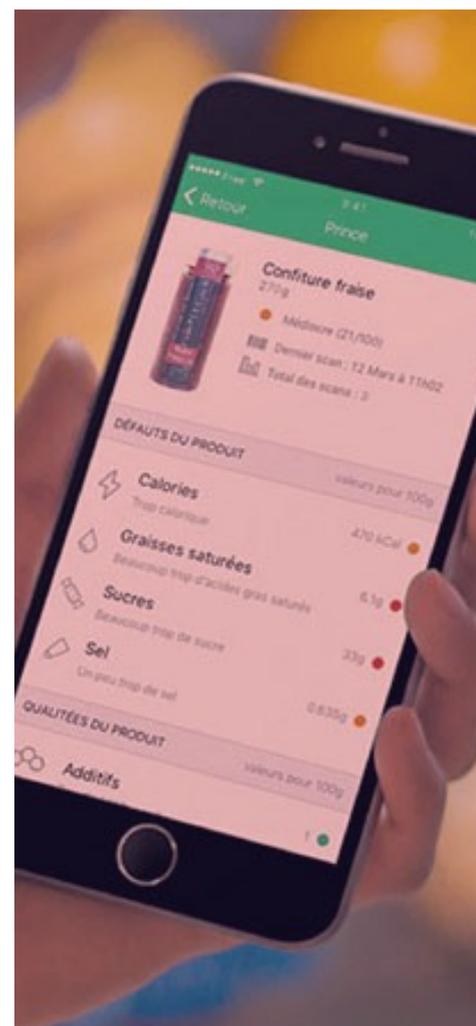
**QUELLES
APPLICATIONS
POUR QUELS
UTILISATEURS ?**

Il existe aujourd'hui de nombreuses applications permettant aux consommateurs **de mieux connaître la qualité nutritionnelle des produits** qu'ils achètent. Créées par des collectifs de citoyens, des entreprises, des industriels de l'agroalimentaire ou des associations de consommateurs, ces applications **reposent sur des systèmes de notation différents**.

L'important taux d'équipement en smartphone de la population leur a permis de trouver leur public, malgré des inégalités d'accès à l'information.

Elles ont un impact à la fois sur les consommateurs, qui ont transformé certaines de leurs habitudes de consommation, et sur les recettes des marques, qui ont fait évoluer leurs produits pour y être mieux notés.

Au même titre que la consommation responsable, les premières applications sont nées dans la volonté de dénoncer, auprès des consommateurs, des marques ou des produits qui ne correspondent pas à un ensemble de critères de responsabilités du producteur ou du distributeur. Progressivement les applications se sont en partie détournées de ces modèles de confrontation en essayant de **promouvoir plutôt que de dénoncer**, de susciter des améliorations de leurs produits de la part des industriels en rendant plus visible leurs impacts.



Créée en 2016 par trois individus inquiets de la qualité de leur alimentation, le succès de **Yuka** a été extrêmement rapide avec 18 millions d'utilisateurs dans 9 pays dont 13,5 millions en France.

Pour la première fois dans le secteur de l'industrie agroalimentaire, il ne s'agissait ni d'une association de consommateurs, ni de l'Etat, ni d'un industriel, mais de quelques personnes qui se sont emparées d'un sujet et ont contribué à vaincre les inerties.

Portée par la révolution digitale, cette application a permis d'accélérer un mouvement qui rencontrait jusqu'alors de fortes résistances et a participé à l'accélération rapide des transformations de la part des industriels en termes d'affichage, de communication et de reformulation.



Créée en 2012, en réaction à l'épidémie mondiale d'obésité et aux incidences de la « malbouffe », **Open Food Facts** est une association qui s'est donné pour mission de faciliter les choix du consommateur, en toute transparence, et d'orienter les politiques publiques et la recherche grâce à la collecte citoyenne de données.

Les utilisateurs peuvent ajouter des produits à cette base en scannant le code barre d'un produit. Le consommateur obtient le Nutri-score correspondant, le groupe NOVA, des alertes sur les allergènes éventuels, et les additifs alimentaires.

En 2020, 1,2 millions de données collaboratives avaient déjà été saisies par les contributeurs.



Le nombre d'applications existantes est en augmentation constante. Même si Yuka reste largement plébiscitée par le public, plusieurs nouveaux autres acteurs s'y sont faits une place notamment en élargissant leurs critères de notation aux dimensions sociales et environnementales.

Pour se différencier des concurrents et consolider leurs modèles économiques, les applications exclusivement nutritionnelles vont devoir **proposer davantage de services de conseils et de coaching personnalisés**.

En effet, les applications apportent aujourd'hui peu de plus-value par rapport au Nutri-score. Elles se différencieront en permettant au consommateur d'indiquer ses préférences, ses envies et de recevoir ainsi des conseils et des recommandations singularisés.

Cependant, plus le modèle est basé sur des indicateurs physiques et physiologiques personnalisés, plus le risque est élevé pour les consommateurs. Des applications de surveillance santé pour les diabétiques ou les personnes allergiques peuvent avoir de vraies incidences sur la santé de leurs utilisateurs.



Siga est une application basée sur le repérage des aliments ultra transformés. L'application note le produit en fonction de son degré de transformation, de 1, pour les produits bruts, à 7 pour les plus ultra-transformés.

Une analyse plus détaillée de la composition est aussi disponible : nombre d'ingrédients ultra-transformés, additifs à risque, seuils nutritionnels, etc.

Si la classification NOVA a fait l'objet de nombreux travaux qui ont montré un lien épidémiologique entre les aliments ultra-transformés et la santé, la classification SIGA n'a jamais été validée par une instance scientifique.



Cette application propose à ses utilisateurs une notation basée sur une vingtaine de critères organisés autour de trois familles thématiques : santé, environnement et social.

Parmi ces critères, on peut citer les suivants : éviter les OGM, limiter le risque d'absorber des résidus de pesticides, éviter les allergènes, éviter la présence d'antibiotique, refuser le travail des enfants, assurer une rémunération juste aux agriculteurs, préserver les populations locales...

L'application travaille en partenariat avec de nombreuses ONG, qui lui transmettent les informations sur les produits (CIWF France, Greenpeace France) et avec l'Institut national de la consommation (INC). Ces partenaires sont les garants de la fiabilité des données communiquées aux consommateurs.



LA RÉPONSE
DES
ENTREPRISES
ET DES
POUVOIRS
PUBLICS

QUELLES RÉPONSES DES ACTEURS DE L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE ?

De plus en plus scrutés par les autorités sanitaires et les consommateurs, les industriels ont dû faire évoluer leurs pratiques et faire preuve d'une **plus grande transparence** dans leur communication. Certains l'ont fait volontiers, convaincus du bien-fondé de leurs démarches. D'autres y ont consenti de manière plus contrainte. Mais dans tous les cas, la tendance va vers plus de transparence et de pédagogie.

MODIFICATION DES RECETTES

En réponse aux demandes de leurs parties prenantes (fournisseurs, consommateurs, régulateurs), les industriels ont cherché à améliorer la qualité nutritionnelle de leurs produits, en insistant particulièrement sur la diminution des additifs et conservateurs. Cette évolution est encore lente et l'effort n'est pas généralisé. Néanmoins, on observe de nombreuses reformulations de produits en réponse à la demande de consommation de produits sains, moins sucrés, moins salés, moins gras.

CHARTES D'ENGAGEMENTS

Les entreprises qui souhaitent s'engager dans une démarche d'amélioration nutritionnelle de leurs produits peuvent être signataires de chartes d'engagement volontaires de progrès nutritionnel. Par ce moyen, les pouvoirs publics reconnaissent et valident les engagements volontaires pris par une entreprise du champ alimentaire principalement sur l'amélioration de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires qu'elle met sur le marché. Les engagements doivent nécessairement contribuer à atteindre des objectifs du Programme national nutrition santé : diminution du sel, des sucres, des graisses, des acides gras saturés, augmentation des fibres ou des glucides complexes.

CRÉATION D'UN OUTIL : NUM-ALIM

Sous le statut de société coopérative d'intérêt collectif, Num-Alim est un catalogue numérique des aliments piloté par l'Ania en partenariat GSI France, un organisme de standardisation. Résultant des Etats Généraux de l'Alimentation organisés en 2017, cette plateforme numérique a été lancée en décembre 2018 et son déploiement progressif est prévu jusqu'en 2023. La spécificité de cette plateforme est qu'elle contient des données issues des marques elles-mêmes.

Les marques sont donc assurées de la fiabilité de l'information et elles ont la possibilité d'effectuer des mises à jour en temps réel, donc immédiatement dès la modification des recettes d'élaboration des produits. L'interface propose, sur une même plateforme, les cartes d'identité numériques de tous les produits alimentaires mis sur le marché avec des informations telles que les modes de production, la notation Nutri-score, les labellisations, une estimation de l'empreinte environnementale, etc. A terme, les consommateurs devraient pouvoir savoir comment ont été cultivés et transformés les produits qu'ils ont achetés.





**NOS
PROPOSITIONS**

INFORMATION ET TRANSPARENCE



AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE SUR L'INTÉGRALITÉ DES PRODUITS

Aujourd'hui, tous les consommateurs n'ont pas accès aux applications, notamment parmi les plus modestes et les plus âgés, et n'accèdent pas à l'information. Un affichage obligatoire du Nutri-score permettrait d'y remédier. Si tous les produits indiquaient obligatoirement le Nutri-score, cela pousserait probablement les consommateurs à amender leurs choix et à se tourner vers des produits de meilleure qualité nutritionnelle.



COMMUNICATION OBLIGATOIRE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE DES PRODUITS DANS UNE BASE DE DONNÉES OPEN DATA

Il serait également utile que les industriels aient l'obligation de faire figurer les compositions nutritionnelles précises ainsi que la présence et la quantité d'additifs de tous les aliments mis sur le marché dans une base de données qui serait rendue publique et accessible aux consommateurs, aux chercheurs et aux applications.

REGULATION PLUS FORTE DES APPLICATIONS



VIGILANCE FACE AUX RISQUES SUR LA SANTÉ DES UTILISATEURS DES APPLICATIONS PERSONNALISÉES

Au rythme où il s'est développé ces dernières années, le marché des applications ne tardera pas à approcher d'une phase de maturité. Pour se différencier des concurrents et consolider leurs modèles économiques, ces acteurs vont devoir proposer davantage de services de conseils et de coaching personnalisés.

Plus le modèle est basé sur des indicateurs physiques et physiologiques personnalisés, plus le risque est élevé pour les consommateurs. Si cela n'est pas a minima contrôlé, des applications de surveillance santé pour les diabétiques ou les personnes allergiques peuvent avoir de vraies incidences sur la santé de leurs utilisateurs.



ATTENTION RENFORCÉE SUR L'UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, pourrait s'assurer de la bonne gestion des données personnelles des utilisateurs d'applications.

Il est important de contrôler la manière dont les applications gèrent des données personnelles de leurs utilisateurs.

Qu'il s'agisse des habitudes alimentaires détaillées des consommateurs, de leurs informations médicales, ou de celles liées à leur pratique religieuse, ces données sont personnelles, doivent rester confidentielles et ne peuvent être transmises sans l'accord explicite des individus.

IMPLICATION CONTINUE DES CONSOMMATEURS ET DES INDUSTRIELS



ACCROITRE LE NOMBRE D'ACCORDS COLLECTIFS VOLONTAIRES ENTRE PRODUCTEURS, FILIÈRES ET POUVOIRS PUBLICS

En France, plusieurs accords collectifs ont été signés ces dernières années pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits, par exemple dans le secteur de la charcuterie. Il est envisageable de faire de même dans tous les domaines de l'agro-alimentaire en associant à la démarche l'ensemble des acteurs de la filière. Changer l'élaboration des produits peut engendrer des coûts qui seront répercutés sur le prix de vente. Pour ne pas pénaliser uniquement ceux qui s'engagent dans cette démarche au risque de créer un biais concurrentiel, il est important d'intégrer le maximum d'acteurs.



FAVORISER L'IMPLICATION DES CONSOMMATEURS

Le développement des applications a participé à transformer les rapports de force dans le secteur de l'agro-alimentaire, au bénéfice des consommateurs. Il est important de continuer de les associer à l'amélioration de leur alimentation. Si l'on veut aller plus loin, il faut favoriser l'extension de ces initiatives à d'autres secteurs de consommation. Ces extensions appelleront d'autres référentiels et d'autres indicateurs (carbone-score, réparabilité des produits, durée de vie, équité sociale, etc.). Une meilleure visibilité de son impact carbone par le consommateur serait de nature à accélérer des tendances déjà à l'œuvre (montée du bio, diminution de la consommation de viande...) et à en initier d'autres.



INCITATION ÉCONOMIQUE À REFORMULER LES PRODUITS

Le taux de TVA des produits alimentaires pourrait être réduit pour ceux qui affichent un Nutri-score A. Cette diminution du taux de TVA profiterait au consommateur final via une baisse des prix (ce qui rendrait les produits concernés accessibles à des ménages plus modestes), ou au producteur en lui apportant un supplément de marge et en lui permettant d'investir. A long terme, le coût des moindres rentrées fiscales pour l'Etat serait compensé par les économies de frais de santé, le coût social annuel de l'obésité et du surpoids, par exemple, ayant été estimé par le Trésor public en 2016 à 20,4 milliards d'euros.



[L'ensemble des propositions est à retrouver sur le site de Terra Nova](#)



@TerraNovaThinkTank



@ Terra Nova



Terra Nova- think tank

www.tnova.fr

Contact presse :

Annalivia Lacoste | annalivia.lacoste@tnova.fr