

Le Nutri-Score influence les achats alimentaires des consommateurs

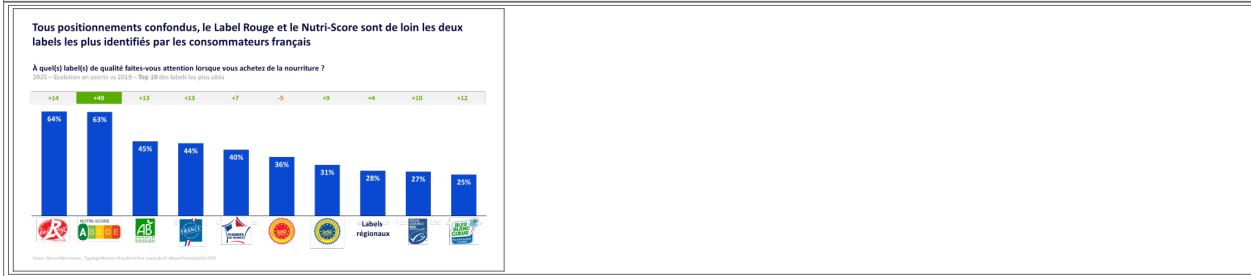
25 mars 2026

[Une étude de NielsenIQ fournit des informations sur la façon dont Nutri-Score est perçu et influence les achats alimentaires des consommateurs](#)

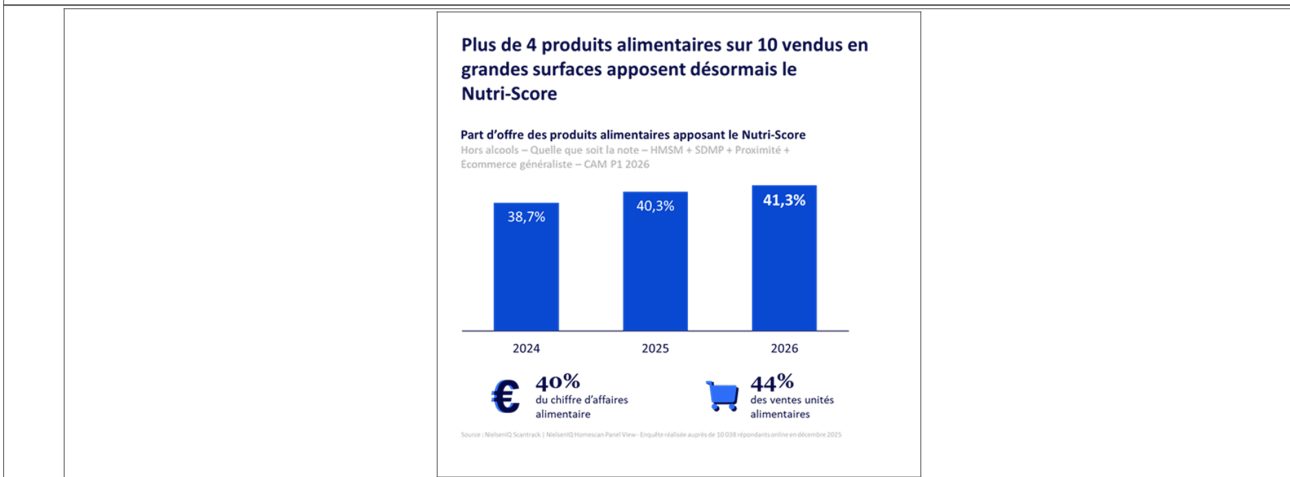


Par **blog Nutri-Score (from EREN, Sorbonne Paris Nord University)** le 24 mars 2026

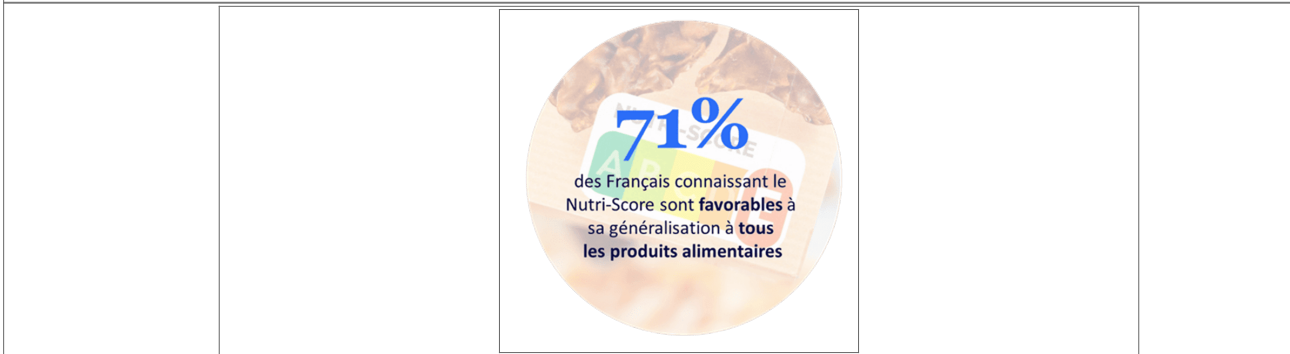
Selon l'étude réalisée par NielsenIQ (présentée en mars 2026 au [CFIA Rennes](#)) s'appuyant sur un panel de distributeurs et un panel de consommateurs (voir détails méthodologiques dans l'encadré en fin de texte), il apparaît parmi la multitude de labels existants, que le Nutri-Score et le Label Rouge sont les labels les plus cités par les consommateurs français. L'analyse des données du panel consommateur met en évidence que 63 % des personnes interrogées déclarent faire attention au Nutri-Score lors de leurs achats alimentaires. Le Nutri-Score rejoint le Label Rouge qui est signalé par 64 % des participants mais à noter que ce label a été mis en place il y a déjà plus de 60 ans (alors que Nutri-Score est apparu sur le marché français progressivement depuis 2017). Le label AB bio apparaît en troisième position, signalé par 45 % des participants relégué à 18 points du Nutri-Score (alors qu'il est apparu en 1985).



Ce qui est le plus marquant, pour le Nutri-Score, c'est surtout l'évolution de sa notoriété au cours des dernières années. Sa notoriété a explosé avec une augmentation de 49 points en 6 ans (passant de 14% en 2019 à 63% en 2025). Par contre, l'augmentation pendant cette même période n'a été que de 14 points pour le Label Rouge, de 13% pour le label AB Bio et a été beaucoup plus faible pour tous les autres labels. Les analyses sur le panel distributeurs montrent qu'actuellement, 41 % des produits alimentaires affichent le Nutri-Score sur les emballages des produits alimentaires, un chiffre qui est en progression au cours des 3 dernières années.

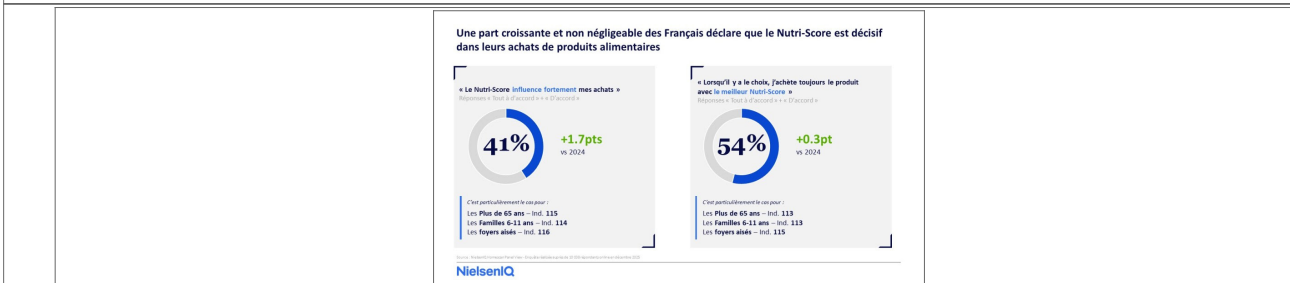


Bien que ces chiffres soient encourageants, ils sont tout de même jugés insuffisants, et les consommateurs français souhaitent en grand nombre, que le Nutri-Score soit affiché sur tous les aliments: ils sont 71% à se dire favorables à sa généralisation à l'ensemble des produits alimentaires.



Les résultats de cette étude sur le panel consommateurs mettent en évidence qu'une part croissante des consommateurs déclare que le Nutri-Score est décisif dans leurs achats alimentaires :

- 41 % déclarent que le Nutri-Score influence fortement leurs achats
- 54 % déclarent que lorsqu'il y a le choix, ils achètent toujours le produit avec le meilleur Nutri-Score



Méthodologie de l'étude

Les résultats spécifiques sur Nutri-Score s'appuient sur

- 1) un panel distributeurs. Sont récupérées les données de sorties caisse de 100% des hypermarchés et supermarchés, de 99% des drives et service de livraison à domicile des acteurs de la grande distribution et de 75% des magasins de proximité de France métropolitaine. Ces données, permettent d'identifier chaque produit, ses performances en magasin et toutes ses caractéristiques (notamment le Nutri-Score), grâce au traitement de l'information issue des codes-barres et à l'analyse des visuels 4 faces des produits. Ceci permet une vision complète des performances des produits Nutri-scorés, y compris à un niveau de granularité avancé
- 2) un panel consommateurs composé de 20 000 foyers représentatifs de la population française sous une multitude de critères d'ordre socio-démographiques (âge, taille, niveau et lieu de vie...) et selon les habitudes de courses (représentativité des clients de chaque enseigne présente en France par exemple). Il est demandé à ces foyers de scanner l'ensemble de leurs achats de produits de grande consommation. Cette source de données permet ainsi, sur le même périmètre que le panel distributeur, de croiser des informations « produits » avec des données de comportement d'achats et de critères socio-démographiques. Ce panel permet aussi de mener des études d'interrogations (« Panel View ») sur le Nutri-Score.