

## Marques ! Tremblez : vous êtes critiquées !

Grâce à Internet, nous avons tous accès à toutes sortes d'informations, exactes ou non, personne n'en est sûr. Ainsi, il suffit de jeter le doute sur un produit et la toile s'enflamme. Tous sont concernés : marques, mais aussi praticiens, soignants, établissements, produits ...

Côté nutrition, rien ne va plus !

Côté objets connectés, rien ne va plus, non plus. Ces services magiques sont comme des organes d'information pointus et ... ils décident à votre place ce qui est bon ou pas. Alors là, Danger !

### La toile : un mode d'emploi serait souhaitable

Délation ou usurpation de bienfaits : toute personne, bien ou service évoqués sur la toile ne sont pas là par hasard. S'ils sont là, c'est pour en dire trop de bien ou trop de mal. Sachez-le ! Quel média aurait intérêt à évoquer des banalités ?

Comme la presse, même intelligente, les événements ou les informations sont traités avec la verve journalistique qui va bien afin de captiver le lecteur. Pour la toile, c'est pareil... pire même, car il n'y a aucun contrôle, aucun comité éditorial ni de direction, et ... aucun système juridique capable de verbaliser l'indélicat qui aura fait de la délation, lancer des injures ou des exagérations pour vanter les mérites d'un produit alimentaire ou santé, au défi de la loi.

Certains juges semblent passer leur vie sur les forums, jetant l'opprobre, accusant, montrant du doigt, souvent impunément, mais le mal est fait, définitivement !

Ces délateurs sont insolubles, insaisissables, et ils le savent.

### Que font les marques pour leur e-réputation ?

Elles font comme vous : elles restent modestes, peu bavardes, et bienveillantes pour les internautes qui viennent à elles, même s'ils sont la plupart du temps non consommateurs.

Mais pas que !

Avec seulement 30 % des consommateurs français qui ont encore confiance dans les produits alimentaires vendus en rayon<sup>1</sup>, 27 % en Italie, et 53 % au royaume-Uni, il est urgent de se réveiller et de recréer du lien.

Elles disent à mots pesés mais toujours sincèrement tout ce qu'elles ont ou font de bien et de vertueux. Elles décrivent les services et bénéfices associés à leurs produits. Elles aiment aussi laisser la parole à leurs ambassadeurs, souvent non rémunérés et qui expliquent les bonnes expériences qu'ils vivent avec les produits de la marque.

Les marques sont à l'écoute des consommateurs ou des passants de la toile. Les pires critiqueurs !

Finis les superlatifs. Finis les mots flous et totipotents, usés par tous et désormais vides de sens.

Observez bien le succès des désormais géants : Nature & Découverte est le seul petit morceau de forêt vierge au milieu de la ville, havre de paix et de pureté. Ikea a ancré son identité

D'autres sont mieux organisés : associations de consommateurs ou de chevaliers plus ou moins blancs, arpentant non pas les rayons mais les sites et forums, toujours mal renseignés.

Dans le domaine de la nutrition, c'est encore pire ! Si vous recherchez des informations fiables à propos de la graisse de coco qui préviendrait la maladie d'Alzheimer ou les graines de chia qui seraient ultra riches en Oméga 3, inutile de googler le seul nom de ces super-aliments : le moteur vous dirigera illico sur des sites marchands qui sont dithyrambiques !

La solution : allez directement page 3 ... et lisez en priorité les sources scientifiques : INRA, INSERM, les universités... et évitez scrupuleusement tous les sites marchands dont les allégations et promesses sont incontrôlées et leurs dirigeants inattractables.

Comment se prémunir contre ces attaques inopinées et injustes ? Comment se défendre en cas d'attaque ? Comment réparer les dégâts ?

dans le simple, le « sans fioritures » et le populisme « accessible à tous ». Michel & Augustin montrent deux petits lascars qui passent leur journée à élaborer dans une kitchenette, à la main, de délicieux biscuits premium un peu comme à la maison. Ils sont forts tous deux pour produire tout ça !

Bref : chacune de ces marques s'est approprié un univers particulier et un territoire d'expression : ils se positionnent chacun comme un expert de leur spécialité : ils sont de ce fait uniques et inégalables.

Ils ont su aussi intégrer les souhaits des Urbains actifs : paix à la planète, naturalité sans concession, simplicité et prix abordables. Toutes ces marques recherchent une relation durable, exactement à l'opposé de ces marchands d'illusions des bords de trottoir qui cherchent à plumer le chaland.



# CONSULTATION NUTRITION

## La nutrition, une priorité

Les chiffres des maladies chroniques et du surpoids sont en progression, inexorablement et sans que les moyens mis en œuvre par la santé publique ne les fassent plier.

Les Etats mettent au point des grilles, scores et autres feux de couleurs afin de guider les consommateurs vers des choix plus sains. En France, le Nutri-Score, au Royaume-Uni, les Traffic lights, en Australie le Five stars rating, en Suède, au Danemark et en Norvège le Nordic Keyhole, au Brésil, la classification Nova, ... Pour éviter de se voir imposer un logo qui pourrait ne pas leur être favorable, cinq multinationales - Mondelez, Nestlé, Pepsico, Coca-Cola et Unilever se sont unies pour mettre au point leur

propre système : Evolved Nutrition Label, qui intègre la notion de portion plutôt que de se référer aux 100 g... mais quand on « prend un coca ou un pepsi », s'en tient-on à 250 ml ? Quand on s'attaque aux Pépito, se limite-t-on à 3 biscuits ? Mars qui était également dans le projet au départ s'est finalement retiré. Parallèlement, des applications, des associations de consommateurs, mettent au point des grilles d'évaluation nutritionnelle et de qualité qui soulignent la présence d'additifs jugés dangereux, ou une composition nutritionnelle défavorable, et proposent des produits mieux disant.



## Le Nutri-Score® : une aide pour les consommateurs ?

Dans le grand combat que se sont livrés la Fédération du commerce de détail (FCD), représentant certains distributeurs, l'association nationale des industries alimentaires (ANIA), représentant les fabricants de produits et les scientifiques pour faire reconnaître chacun leur logo nutritionnel simplifié, une vérité scientifique étayée par de nombreuses études et reconnue de tous les adversaires : l'apposition d'un logo simplifié sur les produits alimentaires améliore les choix alimentaires de nos concitoyens.

Restait à définir lequel et c'est l'ancienne ministre de la santé qui a tranché en faveur du Nutri-Score® après que des tests comparatifs aient confirmé qu'il était le plus efficace.

Derniers tests publiés :

- Une étude réalisée par Inbox pour les magasins E. Leclerc<sup>2</sup> sur leurs consommateurs en drive qui indique que le profil nutritionnel moyen des paniers s'améliore de 10 % et même de 13 % chez les populations défavorisées (celles les plus touchées par le surpoids et l'obésité). Fort de ces résultats, Leclerc annonce qu'il abandonne le logo Nutrimark au profit du Nutri-Score®.

- Une étude publiée dans la revue Nutrients<sup>3</sup> a comparé l'impact des 3 labels européens : Evolved, Traffic lights et Nutri-Score sur la taille des portions de junk foods. Des produits de même

catégorie, sans aucun label ont servi de contrôle.

- o Les résultats indiquent que le Nutri-Score conduit aux plus petites tailles de portions, suivi par le Traffic lights.

- o Evolved ne conduit pas à la réduction des portions vs contrôle, et a même parfois conduit à l'augmentation des portions (pâte à tartiner).

- o Les chercheurs indiquent que, même si l'impact est faible (-2,25 g de pâte à tartiner pour le Nutri-Score vs + 0,11g pour Evolved), si le produit est consommé tous les jours, à la fin de l'année, le Nutri-Score aura permis de ne pas consommer 822 g, quand Evolved aura augmenté la consommation de 603g

- Une étude publiée dans PLOS Medecine<sup>4</sup> portant sur 471 495 personnes (10 pays européens), suivis entre 1992 et 2014 (cohorte EPIC) montre que les participants consommant le plus de produits avec un Nutri-Score élevé ont un risque accru de cancer de 7 %

A ce jour, près de 90 entreprises ont adhéré au Nutri-Score®, dont des distributeurs comme Leclerc, Auchan ou Intermarché. Selon une étude de Santé Publique France<sup>5</sup>, déjà 91 % des Français sont favorables à l'apposition du logo Nutri-Score®, 77 % déclarent avoir confiance dans les informations données, 88 % associent Nutri-Score® et qualité nutritionnelle.



# CONSULTATION NUTRITION

## L'avis de la nutritionniste

Le Nutri-Score est un système d'information destiné aux personnes nutritionnellement défavorisées. Et il a prouvé son efficacité. De fait, la Nutritionniste que je suis, ne peut que le soutenir et informer les patients de son mode d'emploi. J'y vois un autre avantage, immense : il entraîne les professionnels à se pencher sur la composition des produits qu'ils mettent en marché et ... à les améliorer. On gagne donc sur les deux terrains !

## Classification NOVA

Mise au point par des chercheurs brésiliens<sup>6</sup> en lutte contre l'obésité galopante dans leur pays, testé scientifiquement tout comme notre Nutri-Score français, la classification NOVA réunit en 4 cases les aliments les plus courants. Du plus simple et brut au plus élaboré. Tout le monde aura compris. Une pomme de terre est en classe 1, la frite utilise un ingrédient de classe 2, l'huile, pour arriver en classe 3. Si la frite est panée, assaisonnée, elle part dans la classe 4.

Les études épidémiologiques ont démontré qu'une alimentation riche en aliments de classe 4 était liée à un risque accru de cancers et pathologies chroniques.

### Groupe 1. Aliments non transformés ou peu transformés

Les aliments crus issus de la nature, comme les parties comestibles de plantes (graines, fruits, feuilles, tiges, racines) ou d'animaux (muscles, abats, oeufs, lait), ainsi que les champignons, les algues et l'eau. Les aliments minimalement transformés sont les aliments naturels altérés par des processus qui incluent l'élimination des parties non comestibles ou indésirables, le séchage, concassage, broyage, fractionnement, filtrage, torréfaction, ébullition, fermentation sans alcool, pasteurisation, réfrigération, congélation, placer dans des conteneurs et emballer sous-vide. Ces processus préservent la naturalité des aliments, permettent le stockage, et les rendent sûrs ou comestibles ou plus agréables à consommer.

**Groupe 2.** Aides culinaires comme huiles, beurre, sucre, sel, et substances dérivées des aliments du groupe 1 ou de la nature par des processus qui incluent le pressage, raffinage, broyage et séchage.

**Groupe 3. Les aliments transformés**, tels que les légumes en bocal, le poisson en conserve, les fruits au sirop, les fromages et les pains fraîchement préparés essentiellement en ajoutant du sel, de l'huile, du sucre ou d'autres substances des aliments du groupe 2 au groupe 1. Les processus incluent diverses

méthodes de conservation ou de cuisson et, dans le cas de pains et fromages, fermentation sans alcool.

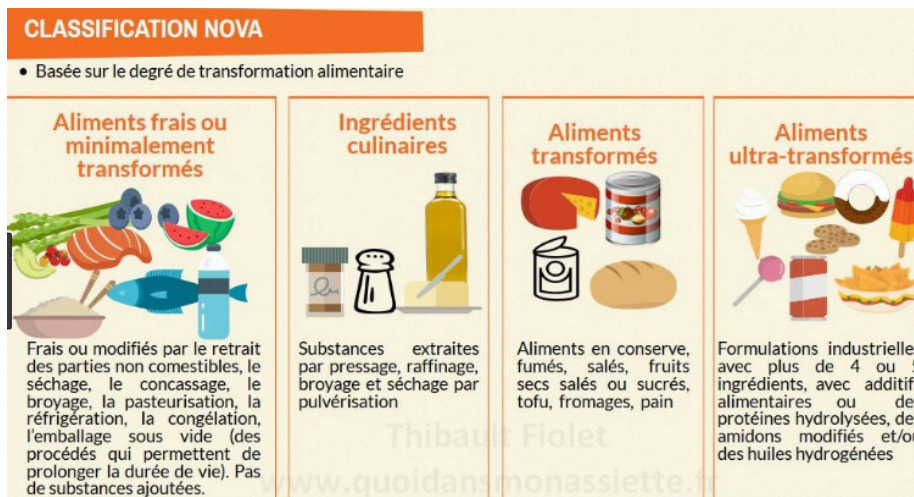
Ces aliments transformés ont deux ou trois ingrédients et sont reconnaissables comme version modifiée des aliments du groupe 1. Le but du traitement ici est d'augmenter la durabilité des aliments du groupe 1, ou modifier ou améliorer leurs qualités sensorielles.

### Groupe 4. Aliments ultra-transformés

Boissons gazeuses sucrées ou collations salées emballées, produits à base de viande reconstituée et plats pré-préparés congelés, ce sont des aliments faits à partir de divers ingrédients et additifs, avec peu ou pas d'élément du groupe 1.

Les ingrédients de ces formulations incluent généralement ceux également utilisés dans les aliments transformés, tels que les sucres, les huiles, les graisses ou sel. Mais aussi, caséine, lactose, lactosérum et gluten, protéines hydrolysées, isolat de protéines de soja, maltodextrine, sucre inverti et sirop de glucose.

Les additifs trouvés uniquement dans les produits ultra-transformés comprennent colorants, stabilisants, arômes, exhausteurs de goût, édulcorants, et agents levants, émulsifiants, conservateurs. Plusieurs séquences de process sont nécessaires hydrogénation et hydrolyse, extrusion et moulage, et prétraitement pour la friture.



# CONSULTATION NUTRITION

## L'avis de la nutritionniste

La classification NOVA est simple et peut être comprise et mémorisée par tous : c'est son énorme avantage. Elle peut être enseignée dès l'enfance, ce qui en fait un atout remarquable, car en quelque sorte, elle supplée l'éducation alimentaire prodiguée habituellement à la maison, mais adaptée aux produits alimentaires qui sont disponibles à la vente.

Toutefois, elle est peu adaptée à la vie moderne car elle incite à acheter des produits bruts et à les préparer. Or, si nos rayons sont si riches de produits transformés, c'est qu'ils permettent un gain de temps, de savoir-faire, de nettoyage aussi souvent : ils sont donc très adaptés au mode de vie actuel.

En consultation, quel praticien ressasse encore à une femme active qu'elle doit prendre le temps de faire des approvisionnements quasi quotidiens, et cuisiner ?

NOVA est un outil simple qui pourra être enseigné. Mais on le sait : la mise en pratique est loin d'être gagnée.

## Les appli de choix nutritionnel

Les starts-up sont nombreuses à s'être lancées dans ce créneau. Faciles à mettre au point, elles se basent sur le calcul Nutri-Score, Nova, ou sur leur propre combinaison de critères d'évaluation. Et c'est là où le bât blesse.

Autant Nutri-Score et Nova sont des démarches scientifiques, autant les jugements quant à la présence d'additifs ou la qualité BIO sont erronés. Pourquoi ?

Les 364 additifs autorisés par l'EFSA ont déjà été réévalués 3 fois pour certains, leurs usages revus et étayés scientifiquement. Tout est fait pour protéger le consommateur peu averti, et la qualité et la quantité d'additif autorisé sont drastiquement fixées afin qu'aucun consommateur puisse prendre un risque, y compris s'il est très petit (un bébé), y compris s'il consomme des aliments qui contiennent tous les mêmes additifs, par effet d'accumulation. Aussi, soyez tranquille : vous ne pourrez pas vous empoisonner avec des aliments contenant des additifs. En outre, plus de la moitié des additifs est naturelle.

Si certaines des ces substances sont dangereuses à dose élevée (conservateur par exemple), n'oubliez pas qu'elles sont utilisées pour éviter de vous intoxiquer par des microbes ou des

toxines de ces microbes.

Aussi grande est notre surprise en lisant que les carraghénanes<sup>7</sup> sont jugés dangereux par Yuka, alors que l'acide benzoïque<sup>8</sup> ne l'est pas !

En outre, en donnant une importance de 30 % dans la note finale, certaines applis donnent plus d'importance à des critères fondés sur rien, plutôt qu'aux estimations sérieuses de Nutri-Score. Alors vous constaterez qu'une pâtisserie industrielle faite de graisse de palme, sucre et additifs est jugé « vert » et très bon par l'appli, alors que la note Nutri-Score est médiocre. Le faux steak végétal avec 4 additifs et beaucoup de graisses saturées est vert et jugé bon. Pas le vrai steak ?

Les résultats sont erratiques, erronés et entraînent les consommateurs vers un désert de compréhension et de confiance.

Heureusement, toutes les applications ne sont pas mauvaises : Open Food Fact est un bon repère qui propose les évaluations brutes et non transformées de Nutri-Score et Nova. Mais dans quel état vont sortir les consommateurs de ce dédale de messages contradictoires ?



## L'avis de la nutritionniste

L'équilibre nutritionnel auquel une majorité de consommateurs aspirent aujourd'hui est une notion qui ne peut se résoudre à une seule de ces facettes. Non seulement l'aliment doit être sain (propre à la consommation car non contaminé par des microorganismes), mais il doit aussi être « propre », sans contaminants ni résidus, mais aussi majoritairement composé de nutriments d'intérêt (protéines, énergie, ... micronutriments, vitamines, autres éléments nutritifs), et consommé de façon variée, selon des doses particulières à chaque aliment, selon une fréquence convenable, et selon l'appétit et les goûts de chacun. Toutes ces informations ne peuvent pas être réunies dans un seul label ou score ou note. Il appartient à chacun d'être son propre diététicien.

L'effet de halo nutritionnel apporté par une allégation comme « allégé » ou « riche en vitamine X » ou tout label induit un aveuglement du consommateur, qui n'a d'yeux que pour la mention, perdant tout recul par rapport aux autres caractéristiques de l'aliment.

Aussi, les Nutritionnistes ne cessent de réclamer des cours pratiques de nutrition à l'école, dans les entreprises, à la télé ou sur les médias sociaux. Peine perdue.

Finalement, informer les consommateurs en leur apprenant à prendre du recul par rapport aux informations reçues, et les recouper avec celles qui seraient disponibles sur des sites de santé publique. Voici une piste.

# CONSULTATION NUTRITION

## Pourquoi ce succès

A l'évidence, les consommateurs donnent maintenant priorité pour leur santé. Ce phénomène récent touche même les peuples traditionnellement tournés vers leur gastronomie, comme la France, l'Italie ou l'Espagne. Et oui : le vent tourne.

Les messages de santé publique sont enfin passés dans l'ADN des mangeurs de tous bords, y compris des Gaulois. Fini le sanglier, passons aux carottes Vichy.

Mais la santé ne se lit pas seulement avec l'œil du nutritionniste et de l'équilibre alimentaire. Les craintes et terreurs du mangeur sont bien plus perméables à la sécurité alimentaire, qu'elle soit microbiologique ou, surtout, toxicologique. Pesticides, résidus (quel mot affreux pour le mangeur !), métaux lourds ou

contaminants ... jettent l'effroi et incitent les acheteurs à lire, non pas les étiquettes qu'ils croient dissimulatrices, mais les scans réalisés par les applis. Un coup de scan du code-barres et le verdict tombe, comme une guillotine. Bon, mauvais, « additif jugé dangereux » ou « excellent ».

Comme c'est rassurant ! Comme c'est pratique !

Plus besoin de connecter deux neurones : il suffit de suivre les couleurs et de se référer à « meilleurs choix » qui vous proposent un truc bien mieux.

L'effet de halo nutritionnel sévit ici aussi. Les consommateurs bien ou mal informés ne remettent jamais en question les jugements d'appli.

Succès assuré.

Deux stratégies s'offrent aux industriels : améliorer sous le coup des attaques directes de ces jugements ou anticiper et établir des formules produits qui soient « loyales nutritionnellement ».

Dans tous les cas, la démarche Nutri-Score permet de comprendre rapidement l'intérêt de mieux connaître le contenu nutritionnel des produits et par là même, les opportunités qui s'offrent pour l'améliorer.

Ainsi, quelques grammes de sucre en moins, quelques fibres en plus, et hop. Vous changez de couleur. L'amélioration

nutritionnelle, il n'y a que ça de vrai. Facile à réussir – vous modifiez par petites touches une recette déjà maîtrisée – les incrémentations se font peu à peu selon un calendrier établi qui permet de répartir la charge de travail des équipes.

Réduire ou enlever est une stratégie, mais il faut trouver par quoi remplacer. D'où l'intérêt de se pencher sur les innovations côté ingrédients. Savez-vous aussi que des process peuvent remplacer certains additifs ? Les ultrasons qui remplacent l'usage des émulsifiants (Génialis), cette technologie qui permet de faire des pains ou des biscuits sans gras ni poudre à lever (N'Bread), ce brevet qui permet de faire des plats cuisinés frais avec 60 jours de DLC, sans aucun additif (Micvac), ...

Logo appliqué à 35 aliments appelés « Muesli croustillant au chocolat »

Répartition dans les 5 catégories de couleur



Bien sûr, la solution de matières naturelles colorantes pour remplacer les colorants artificiels est bien rodée maintenant. Les fibres qui remplacent les stabilisants ou les gélifiants, les algues, les farines particulières pour remplacer les amidons modifiés, les extraits de fruits pour remplacer le sucre ou le sirop de fructose glucose. Mais attention à la concurrence déloyale faite aux additifs, qui, eux seuls, peuvent évoquer une fonctionnalité.

## Formation & information

Les journalistes ont été à l'école : on leur a appris à vérifier les informations, croiser les sources, enquêter sur les émetteurs, interviewer des spécialistes, valider auprès d'experts... bref. UN solide travail. Pour chacune des informations que vous souhaitez utiliser ou réémettre : faites de même !

Oui, ça prendra du temps. Mais c'est le seul moyen pour ne pas passer pour un crétin (e) le jour où la vérité sera enfin révélée.

Apprenez à vos enfants, votre entourage, à faire de même.

## Réflexe de scientifique : Sourcez !

Un scientifique, un vrai, n'avance rien sans référence scientifique issue de revues scientifiques à comité de lecture. Faites pareil ! Ras-le-bol de lire des affirmations infondées mais plaisantes à entendre, basées sur du vent nauséabond. Prout !

Apprenez à trouver les données scientifiques fiables ou les sites gérés par les scientifiques eux-mêmes.

Non, Eufic n'est pas un site scientifique, mais celui des marques alimentaires. Il est très beau, très clair, mais jamais indépendant des marques !

L'INSERM vient de lancer un système de vérification scientifique ouvert à tous : c'est le moment de l'utiliser et de l'user !

# CONSULTATION NUTRITION

## Les applis pour mieux choisir ses achats alimentaires sont-elles fiables ?

Rarement malheureusement, même lorsqu'elles sont des start-up soit disant participatives.

Souvent basées sur Nutri-Score, un système scientifiquement fiable, elles ajoutent tel ou tel jugement supplémentaire qui est

souvent fantaisiste, fallacieux ou totalement absurde. Ouvrez l'œil et validez au préalable auprès de l'INSERM ou de l'ANSES l'intérêt et la fiabilité de telle ou telle application.

## Conclusions

Bref, si chaque système a ses avantages et ses inconvénients, aucun n'est suffisant : vous devez quand même réfléchir et agir. Le bon sens nutritionnel peut s'acquérir, facilement et justement. Pensez aux enfants : ils sont très intéressés par la nutrition, et rapportent l'info à la maison où ils parviennent très aisément à faire des émules.

Cette éducation est la base de tout.

Améliorer l'offre alimentaire est indispensable et là, une poignée de lobbies fait loi. Jusqu'à quand ?

Surtout, pour nous praticiens, parents, et vous qui avez des amis, une famille : conservez dans un coffre-fort toutes les vieilles habitudes françaises qui évoquent la variété, les produits de saison, simplement préparés, et au plus près de leur source.

Qu'est-ce qui prend le plus de temps : faire chauffer un plat cuisiné surgelé ou cuire un steak avec une poignée de haricots verts surgelés ?

Kif-kif. Mais le contenu n'est pas le même.

Comme l'oiseau fait son nid : bâtissez votre équilibre nutritionnel sur la simplicité.

## Sources

<sup>1</sup>Lightspeed/Mintel 2017

<sup>2</sup>[www.mouvement.leclerc/sites/default/files/2018-06/CP%20Nutriscore\\_E.Leclerc\\_250618.pdf](http://www.mouvement.leclerc/sites/default/files/2018-06/CP%20Nutriscore_E.Leclerc_250618.pdf)

<sup>3</sup>Egnell M, Kesse-Guyot E, Galan P, Touvier M, Rayner M, Jewell J, Breda J, Hercberg S, Julia C, Impact of Front-of-Pack Nutrition Labels on Portion Size Selection: An Experimental Study in a French Cohort *Nutrients* 2018, 10, 1268;

<sup>4</sup>Deschasaux M, Huybrechts I, Murphy N, Julia C, Hercberg S, Srour B, et al. (2018)

Nutritional quality of food as represented by the FSAm-NPS nutrient profiling system underlying the Nutri-Score label and cancer risk in Europe: Results from the EPIC prospective cohort study. *PLoS Med* 15(9): e1002651.

<sup>5</sup>[www.santepubliquefrance.fr/Accueil-Presses/Tous-les-communiqués/91-des-Français-sont-favorables-a-ce-que-le-logo-Nutri-Score-soit-présent-sur-les-emballages-des-produits-alimentaires](http://www.santepubliquefrance.fr/Accueil-Presses/Tous-les-communiqués/91-des-Français-sont-favorables-a-ce-que-le-logo-Nutri-Score-soit-présent-sur-les-emballages-des-produits-alimentaires)

<sup>6</sup>Monteiro CA, Cannon G, Moubarac JC et al. (2015) Dietary guidelines to nourish humanity and the planet in the twenty-first century. A blueprint from Brazil. *Public Health Nutr* 18, 2311-2322. (PDF) Classification NOVA : degré de transformation des aliments et santé.

<sup>7</sup>Issues des algues

<sup>8</sup>Dérivé du benzène

## Bibliographie

Conférence NutriMarketing au SIAL 2018 - Amélioration nutritionnelle des produits - Compte-rendu disponible sur demande.

Nutri-Score : <https://www.santepubliquefrance.fr/Sante-publique-France/Nutri-Score>

## DEPARTEMENT NUTRITION NUTRIMARKETING

Rédaction : Béatrice de Reynal  Conception graphique : Douchane Momcilovic  Mise en page : Alix de Reynal  
contact@nutrimarketing.eu  www.nutrimarketing.eu  T : 01 47 63 06 37

Crédit photographique : Alter Eco - Auchan - Borg - Carrefour - Cora - Digimind - Healthy Star Rating - Kelloggs - Leader Price - Nestlé - Nova - Nordi Key Hole - Nutri-Score® - Open Food Facts - Scan Up - Traffic Lights - Yuka - DR  
Média d'information pour les professionnels de santé - N° 86 - Novembre 2018 - Tous droits réservés  
NutriMarketing - RCS Paris 412 053 62