



Communiqué de presse

E.Leclerc et Marque Repère confirment les résultats positifs du Nutriscore

**L'enseigne dévoile les conclusions d'une étude à grande échelle menée auprès de
300 000 clients pour évaluer l'impact de ce système d'information nutritionnelle**

Ivry sur Seine, le 25 juin 2018 – Dès l'arrêté ministériel du 31 octobre 2017 validant le choix du Nutriscore comme indicateur officiel d'information nutritionnelle et fidèle à son engagement pour favoriser le bien manger, l'enseigne E.Leclerc a initié son déploiement aux produits de sa Marque Repère. Après avoir précédemment testé (et proposé aux autres parties prenantes) le système Nutrimark en 2016, l'enseigne a en effet souhaité appliquer le Nutriscore à sa marque de distributeur, avec un premier accès aux informations nutritionnelles des produits sur www.drive.leclerc.

Afin de mesurer son impact sur les comportements d'achat, l'enseigne a demandé à la société d'études Inbox de réaliser la première étude d'impact sur la consommation du Nutriscore en France depuis son adoption par le gouvernement¹. Les résultats confortent E.Leclerc dans l'adoption définitive de cet indicateur et dans l'abandon de Nutrimark.

Le Nutriscore agit sensiblement et positivement sur les comportements des consommateurs

Cette étude Inbox décrypte les comportements d'achats de clients du site www.drive.leclerc, sur des achats effectués entre le 1er février 2018 et le 30 avril 2018 par 300 000 clients et sur près de 1,4 million de paniers. Elle analyse les achats de 3 groupes distincts de consommateurs : ceux exposés à l'information Nutriscore, ceux exposés à l'information Nutrimark et ceux exposés à aucun étiquetage.

Premier constat : l'étude montre **une meilleure qualité nutritionnelle des produits achetés par les personnes ayant accès à l'information Nutriscore que ceux des produits achetés par des personnes ayant eu accès au système Nutrimark et plus encore que ceux ayant été achetés par des personnes n'ayant eu accès à aucun étiquetage**, soit une note moyenne de 1,91 avec Nutriscore contre 2,12 sans Nutriscore (NB : plus la note, calculée selon la méthode de la Food Standards Agency du Royaume Uni, est faible et plus le produit présente un profil nutritionnel favorable).

Deuxième constat : si les personnes défavorisées² comme non défavorisées bénéficient toutes d'un impact positif du Nutriscore sur la qualité nutritionnelle de leur panier, il s'avère que **l'effet de l'indicateur est encore plus fort pour les personnes à plus faible pouvoir d'achat** (soit une note

¹ Etude disponible sur demande

² Cette étude Inbox évalue comme "défavorisés" ceux qui habitent dans les communes identifiées comme "défavorisées" par l'INSEE, c'est à dire les 20% de communes ayant les données les plus basses sur les 4 indicateurs socio-économiques communaux pris en compte par l'INSEE, à savoir : % d'ouvriers, % de chômeurs, % de diplômés du bac, revenu médian des foyers.

de 1,86 et un différentiel de 13 % avec celle des personnes non défavorisées).

Troisième constat : l'impact sur les consommateurs les plus jeunes (moins de 30 ans) est très fort. L'étude observe chez eux une différence de 0,22 entre la note des moins de 30 ans ayant eu accès à Nutriscore (2,02) et celle de ceux n'y ayant pas eu accès (2,24).

Des résultats qui encouragent E.Leclerc et Marque Repère à l'utilisation exclusive du Nutriscore

L'amélioration continue de la qualité nutritionnelle des produits Marque Repère (réduction de sucres, sel et gras) et l'information de ses clients pour favoriser le bien manger sont au cœur des préoccupations d'E.Leclerc. Dès 2009, l'enseigne signe une charte d'engagement dans le cadre du PNNS (Programme National Nutrition Santé) et améliore nutritionnellement les recettes de nombreux produits Marque Repère. En 2016, elle contribue activement aux travaux des autorités de santé pour identifier le meilleur système d'étiquetage nutritionnel et teste le Nutrimark, dont elle partage les résultats afin de contribuer au débat. Fin 2017, elle lance l'application du système adopté par le Ministère de la Santé, le Nutriscore, à sa gamme Marque Repère.

Les résultats de l'étude d'impact dévoilés ce jour par E.Leclerc ont conforté cette dernière dans l'adoption exclusive du Nutriscore, plus efficace que le Nutrimark.

Le Nutriscore Marque Repère est accessible dans l'application mobile Marque Repère depuis le 14 juin. Ce sont plus de 3 000 références pour lesquelles les consommateurs accèdent désormais en quelques clics à l'indicateur afin d'améliorer la qualité de leur panier d'achat. Marque Repère s'est aussi engagé à afficher progressivement le Nutriscore sur tous ses emballages d'ici 2020.

Contact presse E.Leclerc

Tel : 01 80 18 18 10 / e.leclerc@agencebabel.com

A propos du Mouvement E.Leclerc :

Avec 681 magasins et 541 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 37,3 milliards d'euros (hors carburant) en 2017. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 20,4 %. Ces performances résultent d'une politique menée depuis la création du Mouvement E.Leclerc en 1949 : son combat au quotidien pour des prix bas et un modèle économique unique, reposant sur une organisation décentralisée, coopérative et participative. Les adhérents du Mouvement E.Leclerc, entrepreneurs indépendants, partagent une même mission : permettre à chacun de vivre mieux en dépensant moins, grâce à des initiatives innovantes et responsables, en pratiquant les prix les plus bas à qualité comparable. Acteurs de la vie locale, au plus près du terrain, ces adhérents investissent de façon durable afin de faire des centres E.Leclerc des lieux qui répondent aux besoins de leurs clients et défendent leur pouvoir d'achat au quotidien.

À propos de Marque Repère :

2ème marque préférée des Français en matière de consommation courante, la marque compte plus de 5 400 références dont 80% sont fabriquées en France, allant de l'alimentaire à l'hygiène et soins en passant par l'entretien de la maison. Forte de cette profondeur de gamme, Marque Repère s'appuie également sur des prix accessibles (en moyenne 30% moins chers que les marques nationales), ce qui lui permet, depuis 20 ans, d'accompagner les Français dans leurs changements de consommation. Marque Repère porte également les engagements de l'enseigne E.Leclerc, avec des produits de qualité et du quotidien. C'est un acteur engagé dans une démarche écoresponsable avec des engagements nutritionnels et environnementaux.