

## **Logo nutritionnel : tout dépend du statut socioéconomique**

Les logos nutritionnels n'auraient pas le même impact pour les consommateurs, selon leur statut socioéconomique. Des chercheurs de l'université de Greenwich viennent de publier les résultats d'une étude sur le sujet. 300 personnes ont participé à cette étude, dans un cinéma londonien, où on leur a offert un gros pot de popcorn.

### **Logo nutritionnel : une efficacité non prouvée**

Sur le pot de popcorn l'un des trois logos nutritionnels existants au Royaume Uni : vert pour les produits à faible matière grasse. Rouge pour les aliments gras. Ou pas de logo du tout. Dans le cadre de l'étude, les participants regardaient deux clips, tout en renseignant des fiches sur leur statut démographique, leur état émotionnel et leur appétence pour les popcorns, rapporte Food Navigator.

Selon les résultats, les participants de catégories socioprofessionnelles les plus élevées, faisant attention à leur poids ont consommé davantage de popcorn avec un logo vert que les participants ne songeant pas à un régime.

### **Efficace pour les personnes surveillant leur poids uniquement**

Mais pour les consommateurs, aimant manger du popcorn et appartenant à une catégorie socioprofessionnelle plus basse, l'effet s'est avéré inverse. Ils avaient tendance à consommer moins de popcorn avec un label vert. Même chose pour le label rouge. Mais davantage lorsque aucun logo n'était présent.

Selon les chercheurs, ces logos n'auraient un réel impact que pour les personnes surveillant leur poids.

Source : <http://www.agro-media.fr/> 23/07/2014