

## Les informations nutritionnelles sur les emballages alimentaires : plutôt difficiles à comprendre !

**Les consommateurs éprouvent des difficultés à comprendre les informations nutritionnelles présentes sur les emballages alimentaires, en particulier lorsqu'ils ont des compétences faibles en arithmétique. C'est la conclusion d'une étude publiée par des chercheurs de l'Université libre de Bruxelles et de l'Université catholique de Louvain.**

Les tableaux d'informations nutritionnelles que nous trouvons sur la plupart des emballages alimentaires sont l'un des rares outils prévus par la loi pour aider le "consommateur lambda" à faire des choix alimentaires éclairés. Pourtant, il n'est pas du tout évident de les comprendre, même pour les personnes ayant un haut niveau d'instruction. Ce constat est aujourd'hui confirmé par une étude récente réalisée par des chercheurs de l'Université libre de Bruxelles (ULB) et de l'Université catholique de Louvain (UCL) et publiée dans la revue [Appetite](#).

**Maartje Mulders (Centre de recherche en psychologie sociale et interculturelle, CRePSI, ULB), Olivier Corneille (Psychological Sciences Research Institute, UCL) et Olivier Klein (CRePSI, ULB)** ont interrogé 100 personnes, dont la majorité avait au moins un diplôme de premier cycle universitaire. Les chercheurs leur ont soumis 15 exercices demandant d'appliquer les informations présentes sur le tableau (par exemple, calculer le nombre de calories dans deux portions de l'aliment considéré).

Résultat : en moyenne, les sujets ont répondu correctement à seulement 2/3 des exercices de ce type. Ceci dans un contexte expérimental : les conditions d'attention y sont bien plus optimales que lorsque le consommateur fait ses choix alimentaires dans un commerce (pression temporelle, bruit,...). Par ailleurs, la performance décroît abruptement dès que les exercices deviennent un peu plus difficiles. Les chercheurs ont également observé que les personnes présentant un faible score en calcul s'en sortent moins bien.

Les consommateurs éprouvent donc des difficultés à comprendre ces informations, particulièrement lorsqu'ils ont des compétences faibles en arithmétique. Ces résultats suggèrent que les informations nutritionnelles ne sont pas présentées d'une façon qui permette à la plupart des consommateurs de prendre des décisions éclairées et que d'autres modes de présentation devraient être envisagés.

### **Contactes scientifiques :**

#### **Maartje Mulders, premier auteur de l'étude**

Centre de recherche en psychologie sociale et interculturelle, Université libre de Bruxelles  
Joignable par téléphone ou e-mail : [mmulders@ulb.ac.be](mailto:mmulders@ulb.ac.be) +32 (0)497 40 18 06

#### **Olivier Corneille**

*Psychological Sciences Research Institute*, Université catholique de Louvain  
Joignable par e-mail : [olivier.corneille@uclouvain.be](mailto:olivier.corneille@uclouvain.be)

#### **Olivier Klein**

Centre de recherche en psychologie sociale et interculturelle, Université libre de Bruxelles  
Joignable par téléphone ou e-mail : [oklein@ulb.ac.be](mailto:oklein@ulb.ac.be) +32 (0)2 650 32 38