Nutri-Score, Yuka :

Analyse des stratégies de lobbying contre l'information des consommateurs

Par Julie Chapon, Serge Hercberg et Mathilde Touvier



Sommaire

Synthèse 1

Tactique 1 : Décrédibiliser les outils d'information des consommateurs et ceux qui les portent pour faire douter de leur fiabilité 4

Faire d'une qualité un défaut 4

Discréditer les messagers 5

Quand la décrédibilisation devient une campagne 6

Tactique 2 : Multiplier les alternatives pour brouiller les choix 7

Tactique 3 : Attaquer via des relais peu exposés 9

Se cacher derrière des fédérations d'industriels 9

Se parer d'une caution institutionnelle 9

Tactique 4 : Déplacer le débat vers d'autres terrains 11

Brandir le terroir et la tradition 11

Agiter la peur du botulisme 12

Tactique 5 : Multiplier les procédures pour épuiser ceux qui alertent 13

Une guérilla judiciaire contre Yuka 13

Le Nutri-Score sous pression 14

Une arme reconnue à l'échelle mondiale 15

Tactique 6 : Fabriquer le doute pour discréditer la science qui dérange les intérêts économiques 16

Une science de commande contre le Nutri-Score 16

Un rapport de complaisance sur les nitrites 16

Financer le doute, une méthode mondiale 17

Tactique 7 : Transformer un État en relais de lobbying 18

Faire campagne avec les arguments des lobbys 18

Enterrer le logo européen à Bruxelles 19

Imposer par décret un logo alternatif 19

Mobiliser l'autorité de la concurrence 19

Une campagne politique et médiatique contre Yuka 20

Sources 21

Auteurs

Julie Chapon



Cofondatrice de Yuka, application lancée en 2017 qui permet de scanner les produits alimentaires et cosmétiques pour en comprendre l'impact sur la santé. Elle en a fait un modèle entièrement indépendant, sans publicité ni financement des marques. Aujourd'hui, Yuka compte 85 millions d'utilisateurs dans 15 pays. Son influence dépasse les consommateurs : 78 % des industriels en France déclarent tenir compte de la note Yuka dans la formulation de leurs produits (étude Ifop, 2025). Elle est co-autrice du livre Le Guide de l'alimentation saine - co-écrit avec le nutritionniste Anthony Berthou - vendu à plus de 150 000 exemplaires et traduit en trois langues. Elle a été faite chevalier de l'ordre national du Mérite en 2023.

Serge Hercberg



Médecin, épidémiologiste et nutritionniste, professeur émérite de nutrition à l'Université Sorbonne Paris Nord. Il a fondé et dirigé l'Équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (CRESS-EREN) jusqu'en 2019. Créateur du Nutri-Score, il a présidé de 2001 à 2019 le Programme national nutrition santé (PNNS), à l'origine, entre autres, de la recommandation « 5 fruits et légumes par jour ». Il a coordonné de nombreuses études épidémiologiques sur les relations alimentation et santé et lancé en 2009 la cohorte NutriNet-Santé, l'une des plus grandes études sur la nutrition au monde, qui a donné lieu à plus de 250 publications scientifiques. Classé parmi le 1 % des chercheurs les plus cités au monde, il est l'auteur de Mange et tais-toi. Un nutritionniste face au lobby agroalimentaire (2022).

Mathilde Touvier



Épidémiologiste spécialisée en nutrition, elle est directrice de recherche à l'Inserm, organisme de recherche scientifique public dédié à la santé humaine. Depuis 2019, elle est à la tête de l'Équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (CRESS-EREN) et coordonne l'étude NutriNet-Santé, qui compte aujourd'hui plus de 183 000 participants. Ses travaux portent sur les liens entre alimentation et santé, notamment les aliments ultra-transformés et les additifs, et ont contribué à la validation scientifique du Nutri-Score. Lauréate en 2019 du prix Recherche de l'Inserm et d'une bourse du Conseil européen de la recherche, elle a occupé la chaire de Santé publique du Collège de France en 2022-2023 et préside aujourd'hui le Programme national nutrition santé (PNNS).

Synthèse

Pour la première fois, la cofondatrice de Yuka et les deux scientifiques qui portent le Nutri-Score, croisent leurs expériences. Deux outils très différents, une application indépendante qui compte 85 millions d'utilisateurs et un logo public de santé adopté par plusieurs pays européens, mais les mêmes attaques, les mêmes formules, et souvent les mêmes acteurs. L'article documente sept tactiques déployées depuis plus de dix ans par l'industrie agroalimentaire pour affaiblir ces deux outils d'information. Des tactiques rodées par l'industrie du tabac, puis du sucre, et aujourd'hui appliquées à la transparence alimentaire.

1. Décrédibiliser les outils et ceux qui les portent

La première attaque consiste à faire d'une qualité un défaut. Le Nutri-Score et Yuka ont la même force : traduire une information complexe en un repère clair, une lettre, une note, une couleur. C'est cette lisibilité que les lobbies visent. Dès 2014, l'ANIA, principal lobby de l'agroalimentaire français, dénonce un étiquetage « simpliste » ; suivront « infantilisant », « culpabilisant », « liberticide ». Le procédé permet d'éviter le débat scientifique, où le logo est solidement étayé, pour le remplacer par un procès en morale. Deuxième cible, ceux qui portent ces outils : des courriels internes montrent que l'ANIA parlait délibérément du « logo Hercberg », voire des « smarties du professeur Hercberg », pour réduire un travail scientifique collectif, validé par les agences sanitaires, à la lubie d'un chercheur isolé. Yuka, elle, serait « orientée » : le lobby des cosmétiques invite à « douter de l'objectivité » d'une application financée par ses utilisateurs, alors que c'est précisément ce financement qui la rend indépendante des marques. Enfin, rien n'est spontané : en 2020, le lobby de la charcuterie (FICT), en conflit avec Yuka sur les nitrites, distribue à ses adhérents des réponses toutes prêtes aux médias, avec pour consigne de « relayer les messages afin d'amplifier ».

2. Multiplier les alternatives pour brouiller les choix

Plutôt que de rejeter frontalement l'information du consommateur, les industriels plaident qu'un sujet aussi complexe mérite plusieurs approches, et multiplient les outils alternatifs. L'objectif : pouvoir affirmer qu'il existe d'autres options à comparer avant de trancher, et retarder toute décision officielle. En 2017, l'année où le Nutri-Score est officialisé en France, six multinationales (Coca-Cola, Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo, Unilever) lancent ainsi l'Evolved Nutrition Label : pas de note globale, mais une couleur par nutriment, calculée par portion, ce qui flatte davantage les produits. Jugé trompeur, il est abandonné en moins de deux ans, mais il a rempli son office : faire douter que le Nutri-Score soit le seul bon repère, pendant que l'expérimentation « grandeur nature » exigée par les lobbies repoussait son adoption de plusieurs mois. Face à Yuka, même méthode : Système U lance l'application « Y'a quoi dedans », le lobby des cosmétiques l'application CLAIRE. Toutes deux scannent les produits, mais n'attribuent aucune note : ils reprennent la forme de l'outil, mais sans son fond, à savoir un verdict clair.

3. Attaquer via des relais peu exposés

Les marques que le consommateur connaît n'apparaissent presque jamais en première ligne : attaquer un outil d'information serait un risque d'image. Elles avancent donc à couvert, derrière des structures aux noms neutres. Ce sont des fédérations professionnelles aux sigles obscurs qui montent au front : l'ANIA, la FICT, la FIAB, etc. Derrière, on retrouve pourtant souvent les mêmes géants parmi lesquels Coca-Cola, Ferrero, Lactalis, Herta ou Fleury Michon. Le procédé va plus loin quand l'industrie emprunte la voix d'instances qui passent pour neutres. Ainsi, l'avis du Conseil national de la consommation réclamant fin 2023 « plus de transparence » aux applications de notation a été rédigé par trois rapporteurs dont deux représentaient l'ANIA et le MEDEF, c'est-à-dire les intérêts mêmes que ces applications notent.

4. Déplacer le débat vers d'autres terrains

Plutôt que de discuter la composition des produits, les opposants changent de sujet et déplacent le débat vers des thèmes plus mobilisateurs : le terroir, la tradition, l'emploi, la sécurité sanitaire. Contre le Nutri-Score, l'argument le plus répandu est la menace sur le patrimoine culinaire : le logo pénaliserait le roquefort, le foie gras ou le parmesan. Les chiffres le démentent : sur plus de 300 produits traditionnels étudiés par Que Choisir Ensemble, 62 % obtiennent un A, un B ou un C. Face à Yuka sur le sujet des nitrites dans la charcuterie, plutôt que de répondre sur le risque de cancer, la filière charcutière déplace le débat sur le terrain de la sécurité sanitaire et met en avant le rôle protecteur des nitrites contre le botulisme, une intoxication alimentaire grave. L'argument déplace l'attention du danger vers la protection, alors que les rares cas de botulisme recensés en France ces dernières années sont liés à des charcuteries familiales ou artisanales, et non aux produits industriels.

5. Multiplier les procédures pour épuiser ceux qui alertent

Certains adversaires ne s'arrêtent pas aux arguments : ils attaquent en justice, moins pour gagner que pour faire peser sur celui qui alerte un risque financier et réputationnel écrasant. C'est le principe de la procédure-bâillon. À partir de 2020, Yuka affronte trois procès coordonnés par la FICT et deux de ses adhérents, portés par le même cabinet d'avocats : 1,4 million d'euros réclamés à une entreprise dont le bénéfice annuel avoisinait alors 20 000 euros. Yuka gagne en appel dans les trois affaires, mais la bataille aura duré près de trois ans et coûté 500 000 euros, financés en grande partie par une cagnotte. En octobre 2025, la cour d'appel de Paris a elle-même relevé une « stratégie identique et coordonnée ». Le Nutri-Score subit la même logique : Lactalis, dont certains produits sont moins bien notés depuis la mise à jour du logo en 2025, l'attaque devant le Conseil d'État. L'affaire, renvoyée devant la Cour de justice de l'Union européenne, pourrait priver le logo de sa base légale.

6. Fabriquer le doute face à la science

Quand la science dérange, l'industrie finance ses propres études, concluant dans son sens. Le doute suffit : il pousse les décideurs à temporiser et le public à croire que « les avis divergent ». Une étude publiée dans BMJ Global Health en 2023, portant sur 134 publications consacrées au Nutri-Score, montre qu'une étude a 21 fois plus de chances d'être défavorable au logo quand ses auteurs déclarent un conflit d'intérêts ou un financement industriel. Les nitrites offrent un autre exemple. En 2020, l'Académie d'agriculture, une société savante sans compétence en cancérologie, publie un rapport minimisant le lien des nitrites avec le risque de cancer. Rédigé par des auteurs liés à la filière charcutière et sur la base d'auditions surtout menées auprès de ce même secteur, il a vu son impartialité mise en cause par une mission parlementaire. Il a pourtant largement pesé devant les premiers juges saisis contre Yuka.

7. Transformer un État en relais de lobbying

Le niveau ultime du lobbying, c'est un État entier qui met sa diplomatie, sa réglementation et sa justice au service des intérêts industriels. L'Italie en est devenue l'illustration, au point que des chercheurs parlent de « lobbying d'État ». Ses produits emblématiques, parmesan, jambon de Parme ou gorgonzola, étant mal notés, le gouvernement a fait de leur défense une cause nationale et déployé, à l'échelle d'un pays, toutes les tactiques précédentes. La décrédibilisation d'abord : le ministre de l'Agriculture a diffusé une affiche censée montrer que le Nutri-Score pénalise les produits italiens, où sept des huit exemples étaient faux. L'alternative ensuite : l'Italie a imposé par décret son propre logo, le NutrInform Battery, avant même les études censées démontrer son efficacité. La justice, enfin, avec l'autorité de la concurrence qui ouvre en 2021 des procédures contre Yuka et contre Carrefour, lequel finit par retirer le logo de ses produits italiens. Le combat s'est aussi porté à Bruxelles : l'offensive diplomatique italienne a contribué à enterrer le projet de logo nutritionnel européen obligatoire. En mars 2026, une nouvelle campagne politique et médiatique a visé Yuka, jusqu'au dépôt d'une question écrite au Parlement européen, reprenant mot pour mot les arguments opposés au Nutri-Score depuis 2019.

Nutri-Score, Yuka : analyse des stratégies de lobbying contre l'information des consommateurs

Par Julie Chapon, Serge Hercberg et Mathilde Touvier

Le Nutri-Score et Yuka partagent une même fonction : traduire une information complexe en un repère immédiat et simple. En quelques années, ils sont devenus pour de nombreux consommateurs un réflexe au moment de l'achat. Mais cette transparence a un prix. Elle expose les produits mal notés, et avec eux les intérêts économiques qui les portent. Face à cela, une partie de l'industrie agroalimentaire s'est employée à combattre ces outils par de multiples moyens.

Ces attaques ne relèvent pas de simples critiques ponctuelles. Elles ont pris de nombreuses formes, souvent complémentaires, visant à affaiblir la crédibilité de ces outils, à ralentir leur adoption ou à limiter leur impact. Et elles ne sont pas non plus nouvelles. Ces stratégies reprennent un répertoire déjà éprouvé par les industries du tabac, de l'amiante ou des pesticides: instrumentaliser la science, entretenir le doute, déplacer le débat pour retarder les réglementations gênantes. La journaliste d'investigation Stéphane Horel a documenté ce mécanisme dans son enquête Lobbytomie, sous le nom de « fabrique du doute ».

L'industrie agroalimentaire ne fait pas exception, et le phénomène dépasse largement la France. En 2025, une série d'articles publiée dans The Lancet montre que, partout dans le monde, les industriels des aliments ultra-transformés freinent les politiques de santé publique par ces mêmes moyens, du lobbying direct au financement d'une contre-science, en passant par les groupes-écrans et les procédures judiciaires[1].

> ***Le lobbying n'a pas besoin de gagner pour être efficace, il lui suffit de retarder.***

Comment cette mécanique s'applique-t-elle, concrètement, au Nutri-Score et à Yuka ? Quels acteurs la mettent en œuvre, et par quels moyens ? Dans cet article, nous décryptons sept tactiques employées pour affaiblir ces deux outils. Prises isolément, elles peuvent paraître anecdotiques. Mises bout à bout, elles dessinent une stratégie.

Cet article documente les tactiques de lobbying contre Yuka et le Nutri-score, fondées sur des faits documentés. Les interprétations des intentions et stratégies sous-jacentes sont les nôtres, fondées sur les preuves disponibles et notre expertise du secteur.

Tactique 1

Décrédibiliser les outils d'information des consommateurs et ceux qui les portent pour faire douter de leur fiabilité

Pour affaiblir le Nutri-Score ou Yuka, plutôt que de contester leur méthodologie sur le terrain scientifique - ce qui suppose des données, des compétences et du temps -, les opposants choisissent le plus court chemin : mettre en cause leur crédibilité. Ils essayent ainsi d'installer l'idée que l'outil n'est pas sérieux, qu'il est trop simpliste et que ceux qui le portent ne sont pas fiables. Cette accusation a un avantage décisif : elle ne réclame aucune preuve.

Le Nutri-Score et Yuka partagent pourtant la même force : transformer une information complexe en un signal clair, intuitif et compréhensible par tous : une lettre ou une note associée à une couleur.

Faire d'une qualité un défaut

Le logo nutritionnel Nutri-Score (initialement appelé logo 5 couleurs, ou 5C) est proposé par les chercheurs académiques de l'EREN dans le cadre du Rapport Hercberg publié en janvier 2014[2]. Très rapidement, l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA), principal lobby de l'agroalimentaire en France, donne le ton. Le titre du communiqué de presse qu'elle diffuse est très clair : « Non à un dispositif d'étiquetage nutritionnel simpliste basé sur un code couleur »[3]. L'équilibre alimentaire, y lit-on, « ne peut se réduire à une pastille de couleur ». L'argument a l'avantage de paraître raisonnable : qui irait défendre le « simplisme » ? Mais il reproche au Nutri-Score ce qui fait justement toute son utilité. Le Nutri-Score n'est pas simpliste, il est simple.

Serge Hercberg, co-auteur de cet article, a dirigé la recherche à l'origine du Nutri-Score comme directeur de l'EREN et président du Programme national nutrition santé (PNNS) coordonné par le Ministère de la Santé. Mathilde Touvier, également co-autrice, a participé dès le départ aux études de validation scientifique du logo et a coordonné les travaux établissant les liens entre le Nutri-Score et le risque de maladies chroniques. Elle a depuis pris la suite de Serge Hercberg à la direction de l'EREN et du PNNS. De l'intérieur, ils ont vu se répéter le même argumentaire : le logo serait « simpliste, réducteur, infantilisant, culpabilisant », « une consigne de choix », voire « liberticide »[4-11].

Le ressort est toujours le même : éviter le débat scientifique, où le Nutri-Score est solidement étayé, pour le remplacer par un procès en morale, où l'on parle d'atteinte des libertés individuelles, de stigmatisation ou de culpabilisation plutôt que d'impact en santé publique et de science.

Ce que l'accusation de simplisme passe volontairement sous silence, c'est tout ce qui se trouve derrière ce score et son format graphique : un algorithme issu de la recherche en épidémiologie nutritionnelle[12], s'appuyant sur de grandes études de cohorte dont certaines suivent des centaines de milliers de personnes pendant des années, publiées dans des revues scientifiques internationales[13-19]. Cet algorithme a été validé par les agences sanitaires (HCSP, ANSES, Santé publique France). Quant au format graphique, de nombreux travaux ont montré qu'il était mieux compris que les autres logos testés et que l'absence de logo, et qu'il orientait les achats vers des paniers de meilleure qualité nutritionnelle[20].

Le même reproche se diffuse, presque à l'identique, partout où des produits sont mal notés. En Suisse, Swissmilk, l'interprofession laitière, qualifie le Nutri-Score de « réponse simpliste à une question complexe » et lui reproche de juger des nutriments isolés au lieu de considérer l'aliment « dans son entier »[21]. En France, le président de l'interprofession du Roquefort, interrogé à la radio, dénonce un « logo simpliste » et soupire : « On vit une drôle d'époque où la complexité, la nuance ont rarement leur place »[22]. La formule est habile : elle place celui qui parle du côté de la nuance et de l'intelligence, et le logo du côté de la grossièreté.

Quand Yuka se déploie en France, c'est ce même vocabulaire qui ressurgit. Les industriels et distributeurs reprennent contre Yuka les mêmes arguments que contre le Nutri-Score. Une enseigne dénonce son « simplisme » à l'aide d'un exemple devenu un classique : « le fromage va être classé en mauvais alors qu'il faut juste en manger de manière équilibrée »[23]. L'argument confond deux choses : informer sur la composition d'un produit, et dicter une consommation, ce que l'application ne fait pas. La Fédération française des industriels charcutiers traiteurs (FICT) pousse le raisonnement un cran plus loin : Yuka ne contribuerait pas au débat d'intérêt général, elle l'« appauvrirait », en réduisant un produit à une note basse, une couleur rouge et des mots comme « mauvais » ou « à éviter »[24].

Dans tous les cas, le procédé est le même : présenter la lisibilité, qui est un service rendu au consommateur, comme une faute intellectuelle.

Discréditer les messagers

Décrédibiliser l'outil ne suffit pas toujours. La seconde cible, ce sont ceux qui le portent. Les lobbies cherchent à faire passer les chercheurs à l'origine du Nutri-Score pour des moralisateurs qui voudraient contrôler le contenu des assiettes de la population.

Très tôt, les opposants au Nutri-Score recourent aussi à un autre levier : essayer de personnaliser au maximum le logo. Ils cessent de parler du « logo nutritionnel » pour parler des « pastilles du professeur Hercberg », voire des « smarties du professeur Hercberg »[25,26]. En accolant un nom propre au logo, on suggère ainsi qu'il s'agirait de la lubie d'un chercheur isolé, et non du fruit d'un travail collectif validé par la communauté scientifique. Et ce glissement n'a rien de spontané. Dans les échanges de l'industrie agroalimentaire, on parlait délibérément du « logo Hercberg » ou du « système Hercberg »[27].

> *Contre le Nutri-Score comme contre Yuka, la cible n'est plus la méthode mais l'honnêteté de ceux qui informent : des chercheurs présentés comme des moralisateurs, une application soupçonnée de servir un intérêt caché.*

Au-delà de la moquerie, l'objectif était de discréditer sa parole de chercheur, en laissant entendre qu'il aurait un intérêt personnel à pousser le Nutri-Score, donc qu'il serait davantage un militant défendant son « bébé » qu'un scientifique[28].

Du côté de Yuka, on s'en prend de la même manière à son indépendance. Un distributeur la compare à « Wikipédia face à l'Encyclopédie Universalis : nécessaire, mais il peut comporter des erreurs et être orienté »[29]. Le mot important est « orienté » : on sous-entend que l'application servirait un intérêt caché. L'attaque vaut aussi côté cosmétiques : dans un communiqué de 2018, la FEBEA, lobby des entreprises de la beauté, écrit noir sur blanc que l'on peut « raisonnablement douter de l'objectivité » d'applications comme Yuka « qui proposent des

services premium payants »[30]. Le raisonnement est retors : c'est précisément parce que Yuka se finance auprès de ses utilisateurs, et non des marques, qu'elle est indépendante. Dans tous ces cas, la cible n'est plus la méthode, mais l'honnêteté de ceux qui informent.

Quand la décrédibilisation devient une campagne

Ces attaques ne sont pas des initiatives isolées : elles forment une campagne coordonnée. Serge Hercberg en décrit le mécanisme dans son ouvrage « Mange et tais-toi : un nutritionniste face au lobby agroalimentaire » : les éléments de langage sont forgés en amont par les lobbies de l'agroalimentaire, l'ANIA en tête ; ils sont ensuite relayés en cascade, par la presse spécialisée, puis par le Conseil national de l'alimentation (avant que sa composition soit modifiée), certaines filières agricoles (charcuterie, viande, fromages et produits laitiers,...), les réseaux sociaux et des responsables politiques. La répétition à l'identique des mêmes formules, « simpliste », « pastille de couleur », « infantilisant », « culpabilisant », « stigmatisant », n'est pas le signe d'une indignation spontanée : c'est la signature d'une campagne pilotée.

Très rapidement, ces formules se retrouvent dans la bouche de certains responsables politiques, notamment des ministres et parlementaires proches des secteurs économiques. Plusieurs ministres traditionnellement à l'écoute du secteur agroalimentaire montent au créneau : Stéphane Le Foll, alors ministre de l'Agriculture, Sylvia Pinel, ministre du Commerce puis de l'Égalité des territoires, ou Arnaud Montebourg, ministre de l'Économie[31], puis, plus récemment, Annie Genevard, actuelle ministre de l'Agriculture. Et la stratégie est payante : à chaque étape décisive, les lobbies parviennent à peser sur les décisions politiques pour freiner le Nutri-Score, comme par exemple lors de la récente révision de l'algorithme en 2023, dont l'arrêté a été bloqué par Annie Girard pendant plusieurs semaines[32].

Du côté de Yuka, le compte rendu du comité directeur de la FICT de novembre 2020 dévoile la mécanique en détail. Pour affronter un rapport parlementaire « très défavorable » sur les nitrites, attendu pour janvier, la fédération acte un « plan média important » : interviews en tête à tête, droits de réponse, présence sur les réseaux sociaux, le tout « avec le soutien de nombreux spécialistes (médecins, scientifiques, cancérologues) »[33]. Le même document consacre un volet spécifique à Yuka : il distribue à ses adhérents un « kit de réponse » aux sollicitations des médias et des clients suite au communiqué de presse de Yuka , avec pour consigne de « relayer les messages afin d'amplifier leur importance ». La décrédibilisation n'est donc ni spontanée ni improvisée : elle est outillée, scénarisée et conçue pour être démultipliée.

La suite illustre parfaitement la méthode. Devant le tribunal de commerce, la FICT est déboutée d'une grande partie de ses demandes, et notamment de la plus impactante pour Yuka : faire modifier la façon dont l'application note les produits de charcuterie contenant des nitrites[34]. Yuka est malgré tout condamnée à verser 20 000 € de dommages et intérêts à la FICT, pour avoir alerté sur les risques de cancérogénicité et de génotoxicité des nitrites et affiché une pétition demandant leur interdiction dans l'application (condamnation qui a ensuite été intégralement annulée en appel). La FICT n'en communique pas moins sur un retentissant « La FICT obtient gain de cause face à Yuka »[35], transformant un revers partiel en désaveu global. Le titre est repris tel quel par de nombreux médias, gravant dans l'opinion l'image d'une application prise en faute[36-43].

Tactique 2

Multiplier les alternatives pour brouiller les choix

En plus des stratégies visant à combattre le Nutri-Score de front, les opposants cherchent aussi à brouiller les cartes pour retarder voire éviter son adoption. Les opposants affirment ne pas rejeter le principe de l'information du consommateur : ils plaident qu'un sujet aussi complexe mérite plusieurs approches, et lui opposent d'autres logos et outils alternatifs. Présentée comme du pluralisme, cette prolifération a pour objectif de diluer les repères et de retarder la décision. Et ces alternatives ont toutes le même point commun : elles prétendent favoriser la transparence en affichant des informations nutritionnelles, mais suppriment ou minimisent tout élément qui pourrait dévaloriser le produit.

Ainsi, en 2017, l'année où le Nutri-Score est officialisé en France, six des plus grandes multinationales de l'agroalimentaire - Coca-Cola, Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo et Unilever - lancent leur propre logo nutritionnel, l'Evolved Nutrition Label (ENL)[44]. À l'inverse du Nutri-Score, qui résume la qualité nutritionnelle globale des aliments en une seule lettre et une seule couleur, l'Evolved Nutrition Label affiche une couleur par nutriment, un étiquetage beaucoup moins compréhensible. Surtout, il exprime la composition nutritionnelle par portion et non pour 100 grammes de produit. Comme il n'existe pas de portion standard (elle varie selon l'âge, le sexe ou l'activité physique), les industriels la définissent eux-mêmes, en choisissant de petites tailles qui verdissent l'affichage.



L'Evolved Nutrition Label appliqué au Nutella calculé sur une portion de 15g, il atténue largement l'affichage du sucre et des matières grasses.

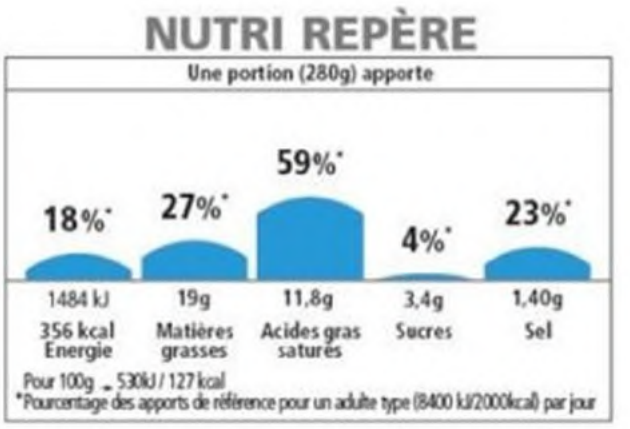
Jugés sur une petite quantité, un carré de chocolat ou une part de fromage voient ainsi disparaître la plupart de leurs signaux rouges. Les travaux scientifiques démontrent que l'ENL semble avoir un impact défavorable sur les portions choisies par les consommateurs : comme il affiche des couleurs plus flatteuses, il pousse à choisir de plus grosses portions, y compris pour des aliments qu'il faudrait au contraire limiter[45,46].

Le European Heart Network, réseau de cardiologues européens, dénonce un système propre à induire le consommateur en erreur[47]. Le logo est abandonné en moins de deux ans, mais il a rempli son office : occuper le terrain et faire douter que Nutri-Score soit le seul bon repère.

L'ENL n'est pas seul. Carrefour propose dès 2017 son propre logo, « À quelle fréquence », et l'ANIA ressort le NutriRepère, un système déjà apparu au milieu des années 2000[48]. Peu importe qu'ils soient peu lisibles : l'objectif n'est pas de mieux informer, mais de pouvoir affirmer qu'il existe plusieurs options, qu'il faudrait comparer et tester avant de trancher.

Ces logos alternatifs servent en effet d'argument pour réclamer, avant toute décision, une étude comparative de tous les systèmes.

Finalement, sous la pression répétée de l'ANIA et de la grande distribution, le gouvernement cède. Contre l'avis des scientifiques, des associations de consommateurs et même du ministère de la Santé, une expérimentation grandeur nature est mise en place, menée dans une soixantaine de supermarchés, pour comparer les logos avant de trancher[49].



Le NutriRepère, logo alternatif poussé par l'ANIA.
Sans note ni couleur, il aligne des pourcentages par portion laissés à l'interprétation du consommateur.

Le processus est marqué par de multiples polémiques relayées par la presse : la conduite de l'étude est confiée à une fondation financée par les industriels (et non à une équipe de recherche académique), plusieurs chercheurs indépendants démissionnent du comité scientifique pour dénoncer des conflits d'intérêt, et le président de l'Inserm lui-même quitte le comité de pilotage[50-52]. Mais grâce à la mobilisation des scientifiques indépendants et à la pression médiatique, l'étude finira par se faire dans des conditions plus correctes que celles initialement souhaitées par les lobbys : un protocole revu selon des critères scientifiques plus rigoureux, une vérification sur le terrain par des chercheurs indépendants, et une seconde évaluation confiée en parallèle par le ministère de la Santé à une équipe d'économistes[53].

Longue à organiser, cette expérimentation a tout de même permis de repousser l'adoption du Nutri-Score de plusieurs mois, à un moment politiquement sensible, à l'approche de la présidentielle de 2017. De quoi espérer qu'un futur gouvernement enterre le projet. La manœuvre a pourtant échoué : l'expérimentation a confirmé la supériorité du Nutri-Score, adopté in extremis en mars 2017 et officialisé en octobre 2017 par la signature d'un arrêté interministériel.

Le même schéma se rejoue face à Yuka. En 2018, un an et demi après le lancement de l'application, l'enseigne Système U sort sa propre application, « Y'a quoi dedans »[54]. Contrairement à Yuka, elle ne donne ni note globale ni avis tranché, et signale très peu de substances controversées. L'application n'existe plus aujourd'hui. Dans la cosmétique, la FEBEA lance l'application CLAIRE[55] : elle permet de scanner la liste INCI, c'est-à-dire la composition d'un produit, mais se garde d'attribuer la moindre note[56.] À chaque fois, la recette est identique : reprendre la forme de Yuka, l'application qui scanne et renseigne, en lui ôtant son fond, le verdict clair.

Tactique 3

Attaquer via des relais peu exposés

Les attaques viennent rarement des marques que le consommateur a en tête. Ces dernières n'ont en effet aucun intérêt à apparaître en première ligne contre des outils d'information des consommateurs : c'est un risque d'image qu'elles ne sont pas prêtes à prendre. Elles préfèrent donc, le plus souvent, avancer à couvert, derrière des structures aux noms plus neutres : fédérations professionnelles, syndicats, organismes consultatifs, fondations....

Se cacher derrière des fédérations d'industriels

Côté Nutri-Score, le combat est mené par l'ANIA, la FCD (commerce et distribution), FoodDrinkEurope à l'échelle européenne, et quelques filières comme celle des fromages ou de la charcuterie, mais plus rarement par les marques[57-63]. Or, derrière des fédérations comme l'ANIA, on retrouve les mêmes géants qui refusent d'afficher le logo : Coca-Cola, Mars, Ferrero, Mondelez, Lactalis ou encore Unilever.

Le schéma est identique pour Yuka, attaquée par la FICT, un sigle quasi inconnu du grand public. Derrière la Fédération française des industriels charcutiers traiteurs se trouvent pourtant des marques très familières : Herta, Fleury Michon, Aoste, Madrange[64]. C'est la fédération qui monte au front, tandis que les marques restent en retrait.

En Espagne, où Yuka est également implantée, l'offensive émane elle aussi d'une fédération : la FIAB - l'équivalent espagnol de l'ANIA - qui regroupe 5 000 entreprises[65]. Comme l'ANIA, la FIAB est membre de FoodDrinkEurope, la fédération qui réunit les industries alimentaires à l'échelle européenne. En 2020, la FIAB saisit Autocontrol, l'organe d'autorégulation de la publicité, en qualifiant de « publicité » la façon dont Yuka se présente sur son site[66]. Autre fait intéressant : la vice-présidence d'Autocontrol est alors occupée depuis 2018 par Javier López Zafra, par ailleurs secrétaire général et secrétaire du conseil d'administration de L'Oréal España[67], groupe directement visé par les notations de Yuka. Sans surprise, l'instance a donné raison à la FIAB en jugeant la communication de Yuka trompeuse : même s'il s'agit d'un simple avis sans pouvoir contraignant, cet avis offre surtout à la fédération une caution d'apparence officielle à brandir.

Se parer d'une caution institutionnelle

Autre relais de choix, l'institution publique : son autorité fait passer un intérêt privé pour l'intérêt général. L'exemple du Conseil national de l'alimentation en est une bonne illustration. Cette instance consultative, chargée de rendre des avis sur la politique alimentaire, n'a en réalité rien d'un arbitre neutre : les industriels de l'agroalimentaire et la distribution y siègent aux côtés des associations de consommateurs et des chercheurs. L'Institut Rousseau la range parmi les lieux d'influence que les lobbies du secteur fréquentent le plus régulièrement[68]. C'est de là que part, en 2015, une offensive contre le Nutri-Score : son président Bernard Vallat, ancien directeur général adjoint chargé de l'alimentation au ministère de l'Agriculture, adresse aux ministres et à la présidence de la République une lettre hostile au Nutri-Score, sur papier à en-tête du CNA[69]. Or, il a rédigé

cette lettre en son nom, sans avoir consulté les membres du conseil comme il est supposé le faire, dont les associations de consommateurs et les chercheurs[70]. Une prise de position individuelle, présentée comme l'avis d'un organe consultatif indépendant.

L'industrie ne s'arrête pas aux instances consultatives : elle emprunte aussi la voix des élus. En 2015-2016, la loi de modernisation du système de santé, qui ouvre la voie au futur logo nutritionnel, est en débat au Parlement. L'ANIA prépare alors plusieurs amendements clés en main, que des parlementaires déposent tels quels[71]. L'un des amendements consiste par exemple à rendre obligatoire, avant toute décision sur le logo, un passage devant le Conseil national de l'alimentation.

> *Les marques que le consommateur connaît n'attaquent presque jamais en première ligne. Ce sont des fédérations aux sigles obscurs qui montent au front, derrière lesquelles on retrouve Coca-Cola, Ferrero, Lactalis, Herta ou Fleury Michon.*

Un autre cherche à imposer l'expérimentation « grandeur nature », pour gagner du temps. Le stratagème a été mis au jour par l'émission Cash Investigation en 2016 : en comparant les amendements déposés par des parlementaires aux textes de l'ANIA, elle a constaté que plusieurs reprenaient mot pour mot les propositions du lobby. Un micro resté ouvert a même surpris le sénateur Michel Raison, grand opposant au Nutri-Score (et producteur de fromage par ailleurs) en pleine connivence avec l'ANIA[72].

Contre Yuka, c'est une autre instance officielle qui sert de relais : le Conseil national de la consommation (CNC). Son avis sur les applications de notation, adopté fin 2023, leur réclame « plus de transparence » et une « démarche plus scientifique »[73]. Mais sur les trois rapporteurs de cet avis, deux défendent des intérêts directement visés par Yuka : Sandrine Blanchemanche pour l'ANIA et Xavier Guéant pour la FEBEA. Autrement dit, les fédérations dont de nombreux produits sont mal notés ont largement contribué à rédiger l'avis censé encadrer ceux qui les notent, avis régulièrement brandi comme une caution officielle du discours « Yuka manque de transparence », alors même que la méthode de notation de l'application, ses critères d'évaluation des substances controversées et jusqu'à son bilan comptable sont publics.

Tactique 4

Déplacer le débat vers d’autres terrains

Plutôt que de parler de la composition des produits et de leur effet sur la santé, les opposants vont chercher à changer de sujet. Ils déplacent la discussion vers des thèmes plus mobilisateurs : le terroir, la tradition, l’emploi, la sécurité sanitaire. Ces thèmes ne sont pas illégitimes en soi, mais ils servent ici à esquiver la seule question qui compte : le consommateur a-t-il droit à une information claire sur ce qu’il achète ?

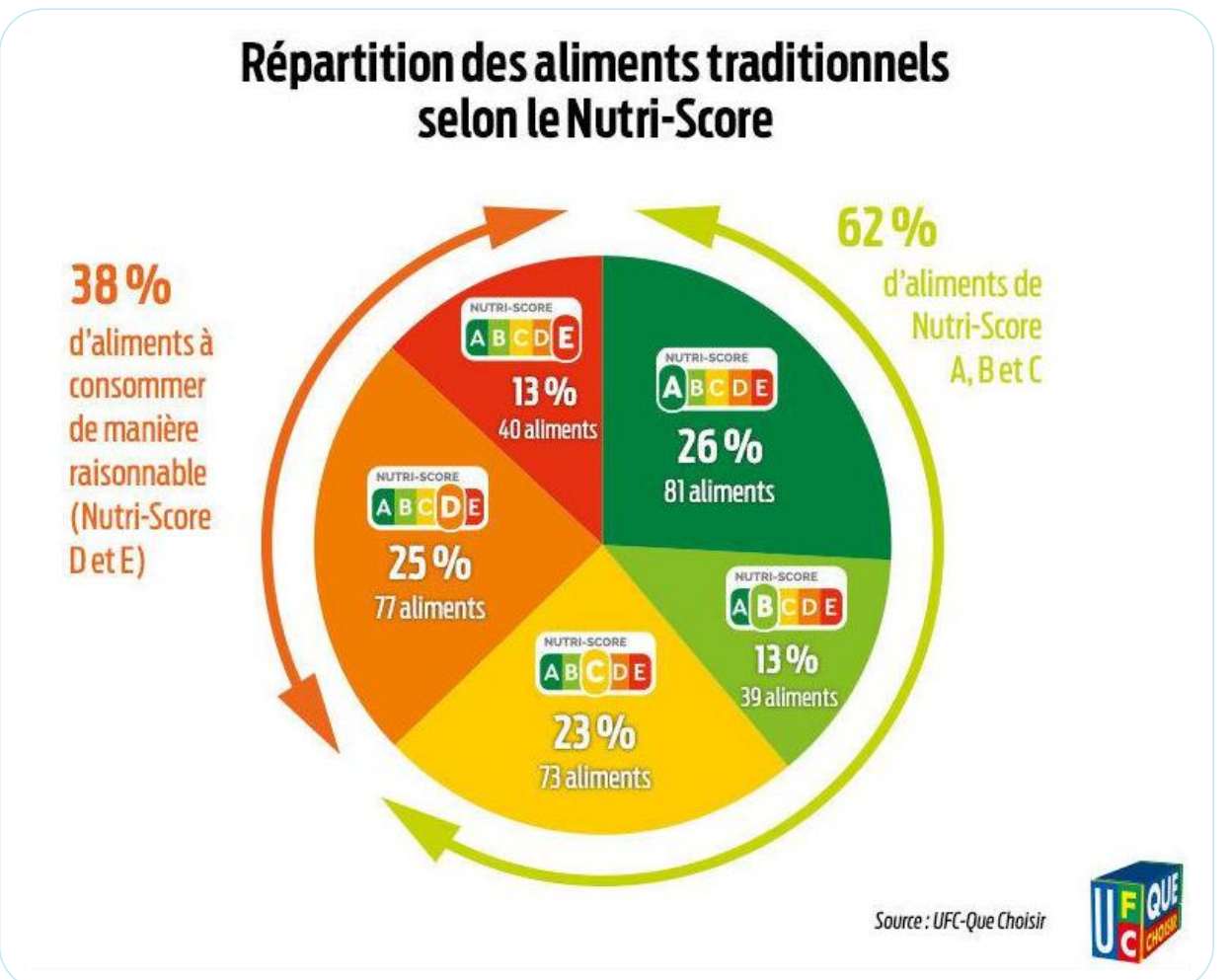
Brandir le terroir et la tradition

Contre le Nutri-Score, un argument revient sans cesse : le logo menacerait les fleurons du patrimoine culinaire - roquefort, foie gras, rillettes, maroilles ou parmesan - qu'il dévaloriserait.

Il a même pris la forme de propositions de loi. En décembre 2022, le député Vincent Descoeur (Les Républicains, député du Cantal, région productrice de fromages), avec 46 cosignataires, demande d'exempter les produits AOP et IGP du Nutri-Score, jugé « inadapté » et « extrêmement pénalisant » pour les fromages, dont « plus de 90 % » seraient classés D ou E[74]. En avril 2025, une proposition similaire a été déposée au Sénat par Jean-Claude Anglars (sénateur de l’Aveyron, région de production du Roquefort) et Jean-François Longeot (sénateur du Doubs, région productrice de nombreux fromages et charcuteries AOP/IGP) pour exempter à leur tour les produits AOP/IGP et Label Rouge, les produits fermiers, les produits bruts et les produits traditionnels[75].

Les chiffres démentent pourtant cette peur. Sur 310 produits traditionnels analysés par Que Choisir Ensemble, 62 % obtiennent un A, un B ou un C ; les D et E sont surtout des fromages et charcuteries, riches en graisses saturées et en sel[76].

La Confédération Générale du Roquefort va jusqu’à qualifier le Nutri-Score d’« outil mensonger »[77]. Or, ce n’est pas parce qu’un produit est traditionnel et qu’il fait partie du patrimoine culinaire qu’il faut en taire la composition nutritionnelle.



Répartition Nutri-Score des aliments traditionnels (roquefort, foie gras, rillettes…) analysés par Que Choisir Ensemble (ex-UFC-Que Choisir) : près des deux tiers obtiennent un A, un B ou un C.

Derrière cette défense affichée des petits producteurs se cachent pourtant trois grands groupes industriels, Lactalis, Savencia et Sodiaal, qui contrôlent à eux trois plus de 95 % de la production de Roquefort. Lactalis, numéro un mondial des produits laitiers, en fabrique à elle seule près de 80 %[78]. Par ailleurs, le président de la Confédération générale des producteurs de lait de brebis et des industriels de Roquefort (CGPLBIR), qui a lancé la campagne anti Nutri-Score, Hugues Meaudre, n'est autre que le directeur général de Lactalis AOP & Terroirs[79,80]. Au-delà du Roquefort, ces groupes commercialisent aussi de nombreux autres fromages mais aussi des crèmes desserts souvent mal classés.

Cet argument de défense du patrimoine gastronomique, qualifié de « gastro-nationaliste » ou « gastro-populiste » se retrouve jusque dans la bouche de certains ministres. Interrogée au Sénat sur « l'inadéquation » du Nutri-Score aux produits traditionnels, la ministre de l'Agriculture Annie Genevard a défendu le Roquefort, le Comté et les « magnifiques salaisons françaises », vantant leur caractère « remarquable ». Un plaidoyer qui entretient la confusion entre qualité gastronomique ou patrimoniale, et qualité nutritionnelle[81].

Le même argument sert contre Yuka sur les nitrites. La filière charcutière brandit elle aussi le terroir, mais aussi l'emploi : supprimer les nitrites, plaide-t-elle, mettrait en péril de petits producteurs, incapables d'assumer les coûts de reformulation[82]. Mais l'image de l'artisan résiste là-aussi mal aux faits : en 2023, 4 % des entreprises du secteur réalisent 45 % du chiffre d'affaires. Et en grande distribution, les marques de distributeur, Herta et Fleury Michon pèsent à elles seules près des trois quarts des ventes[83].

Agiter la peur du botulisme

La filière charcutière ne s'en tient pas au terroir et à l'emploi : sur les nitrites, elle brandit aussi la peur du botulisme. Yuka signale ces additifs pour le risque de cancer qui leur est associé puisque les nitrites ingérés sont classés cancérogènes probables (groupe 2A) par le Centre international de recherche sur le cancer[84]. Plutôt que de répondre sur ce terrain, le lobby de la charcuterie met en avant un tout autre danger, microbiologique : le rôle protecteur des nitrites contre le botulisme et la salmonellose. On cesse ainsi de parler du danger pour parler de la protection. La FICT en a même fait un axe de communication, avec un site dédié, info-nitrites.fr, où le botulisme occupe une place centrale[85,86]. Son président, Bernard Vallat, résume la ligne dans la presse : « il y a un enjeu sanitaire qui n'est pas pris en compte par l'application »[87]. Pourtant, les cas de botulisme alimentaire recensés en France ces dernières années sont majoritairement liés à des charcuteries de préparation familiale ou artisanale, et non à des produits industriels aux teneurs contrôlées[88]. En agitant le botulisme, une maladie grave mais très rare, la filière esquive ainsi la question du risque cancérogène associé aux nitrites qu'elle ajoute à ses produits.

Tactique 5

Multiplier les procédures pour épuiser ceux qui alertent

Certains adversaires ne s'arrêtent pas aux arguments : ils attaquent en justice. L'objectif n'est pas seulement de gagner. C'est de faire peser sur celui qui alerte un risque financier, juridique et réputationnel assez lourd pour l'épuiser et le détourner de sa mission. C'est le principe de la procédure-bâillon.

Une guérilla judiciaire contre Yuka

C'est l'un des épisodes les plus marquants, et les plus éprouvants, de l'histoire de Yuka[89]. À partir de 2020, l'application affronte une vague de procès orchestrée par le lobby de la charcuterie industrielle, la FICT, qui fédère près de 300 entreprises du secteur comme Herta, Fleury Michon, Aoste ou Madrange.

La FICT ouvre le feu au nom de toute la profession. Ce qui déclenche l'offensive : Yuka attribue une note très basse aux charcuteries contenant des nitrites et renvoie vers une pétition, lancée avec Foodwatch et la Ligue contre le cancer, réclamant l'interdiction de ces additifs[90]. La fédération met Yuka en demeure dès octobre 2020, puis l'assigne en janvier 2021 devant le tribunal de commerce de Paris pour pratiques commerciales déloyales, trompeuses et dénigrement[91].

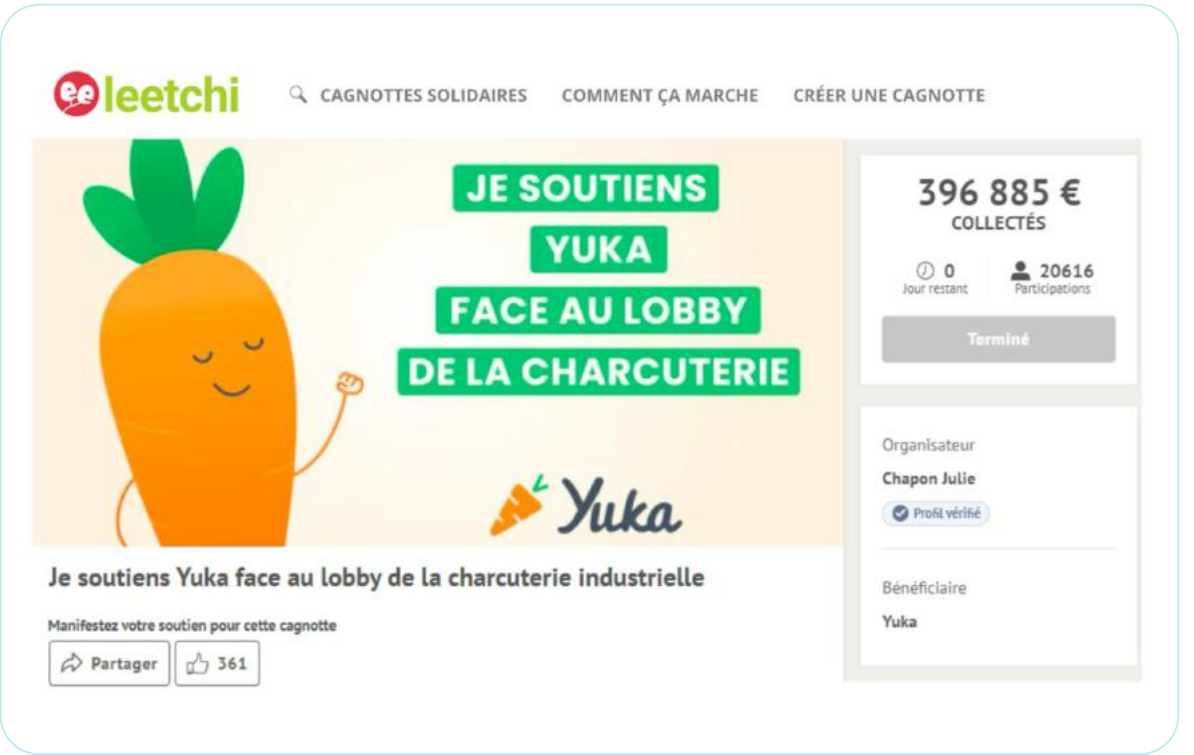
> *Attaquer en justice ne vise pas seulement à gagner, mais à faire peser sur celui qui alerte un risque financier et réputationnel assez lourd pour l'épuiser et le détourner de sa mission. C'est le principe de la procédure-bâillon.*

Puis deux entreprises adhérentes attaquent à leur tour : ABC Industrie et Le Mont de la Coste, deux sociétés contrôlées par Antoine d'Espous, vice-président de la FICT. Les trois dossiers sont portés par le même cabinet d'avocats[92]. Ce ne sont donc pas des contentieux indépendants, mais une stratégie commune, présentée à la barre comme la défense de « petites entreprises locales ».

Cette coordination, la justice l'a elle-même constatée. En novembre 2020, le comité directeur de la FICT met à la disposition de ses adhérents un modèle de courrier de mise en demeure à adresser à Yuka. Résultat : treize entreprises envoient une mise en demeure identique, et trois d'entre elles vont jusqu'à l'assignation. Dans un arrêt du 8 octobre 2025, la cour d'appel de Paris relève cette série de lettres et d'assignations quasi identiques et y voit une « stratégie identique et coordonnée » visant à mettre en péril Yuka et à « faire cesser toute campagne d'information sur les éventuels dangers potentiels du recours aux nitrites dans la charcuterie »[93].

L'enjeu était financièrement vital. Sur les trois procédures, les seules demandes de dommages et intérêts dépassaient 1,4 million d'euros, quand le bénéfice net annuel de Yuka tournait alors autour de 20 000 euros. L'application a fini par gagner en appel dans les trois affaires.

Mais la bataille aura duré près de trois ans et coûté à l'entreprise près de 500 000 euros. Yuka a tenu notamment grâce à ses utilisateurs, qui ont alimenté une cagnotte pour financer sa défense[94].



La cagnotte de soutien lancée sur Leetchi par Yuka après les condamnations de 2021 a réuni près de 400 000 € auprès de quelque 20 000 contributeurs, permettant à Yuka de financer sa défense.

Le Nutri-Score sous pression

Le Nutri-Score n'est pas une entreprise que l'on peut assigner, mais il subit la même logique d'intimidation. En juin 2016, alors que l'équipe de recherche de Serge Hercberg évalue l'efficacité du logo, l'ANIA et la grande distribution écrivent au ministre de l'Agriculture, Stéphane Le Foll, pour demander « mettre fin » à des travaux du laboratoire du Pr Hercberg. La lettre, datée du 22 juin 2016, a été révélée par Mediapart[95,96]. L'intimidation prend parfois une forme plus directe : lors d'un débat public, Serge Hercberg, alors président du PNNS, révèle avoir été menacé par le président de l'ANIA de l'époque, « Si vous continuez à parler de ce genre de choses, j'appelle le ministre et vous serez éjecté immédiatement ».

Plus récemment, un industriel s'en est pris au logo lui-même, devant la justice. En mars 2025, la France adopte par arrêté une version actualisée du Nutri-Score, dont l'algorithme a été actualisé par un comité scientifique européen et qui durcit la note de plusieurs produits, dont certaines boissons lactées. Lactalis, numéro un mondial des produits laitiers et opposant de longue date au Nutri-Score, attaque alors cet arrêté, et le principe même du Nutri-Score, devant le Conseil d'État en septembre 2025[97]. Le Conseil d'Etat rejette l'argument de Lactalis qui contestait la légitimité scientifique du Nutri-score : rien, selon lui, ne démontre que le Nutri-Score "serait de nature à induire le consommateur en erreur, qu'il ne serait pas objectif ou qu'il serait discriminatoire". Mais, sur un point de droit, il renvoie l'affaire devant la Cour de justice de l'Union européenne pour qu'elle statue sur la compatibilité du logo avec certaines dispositions du règlement européen dit "INCO" (pour l'information des consommateurs) de 2011[98].

L'enjeu dépasse de loin Lactalis : la Cour de justice de l'Union européenne devra dire si un État peut seulement recommander un affichage nutritionnel simplifié et coloré. Si elle répond non, le Nutri-Score perdrait alors sa base légale.

Une arme reconnue à l’échelle mondiale

Cette judiciarisation n'a rien d'un cas français : c'est un répertoire international, documenté notamment par une synthèse publiée dans The Lancet en 2025. Au Mexique, après l'adoption en 2020 d'un étiquetage d'avertissement - des logos noirs signalant un excès de sucre, de sel, ou de graisses saturées -, l'industrie a déposé des dizaines de recours en inconstitutionnalité, portés par des groupes comme Coca-Cola ou Bimbo[99]. En 2024, la Cour suprême du Mexique a rejeté ces recours et confirmé la validité de l'étiquetage[100].

Bernard Vallat : un même homme à la manoeuvre contre le Nutri-Score et Yuka



© Bloomberg / Getty Images

Un même homme relie les deux batailles. La trajectoire de Bernard Vallat montre que les attaques contre le Nutri-Score et contre Yuka ne sont pas des combats séparés, mais le fait d'un même milieu. Ancien haut fonctionnaire du ministère de l'Agriculture, c’est lui qui préside le Conseil national de l'alimentation de 2009 à 2016, et qui signe en 2015 une lettre hostile au Nutri-Score au nom de cette instance publique, sans en consulter les membres. Il devient ensuite président de la FICT (2017-2023), qui assigne Yuka en justice en 2020 sur les nitrites. Lors de son audition à l'Assemblée nationale en mars 2020, il reconnaissait que les nitrites étaient responsables d'au moins 1 200 cas de cancers colorectaux par an en France[101].

Tactique 6

Fabriquer le doute pour discréditer la science qui dérange les intérêts économiques

Autre recours quand la science dérange : la noyer sous une contre-science. Ainsi au-delà de la simple réfutation primaire des travaux gênants, la stratégie d'en produire d'autres, concluant dans le sens des industriels, pour donner l'impression d'un débat encore ouvert. Le doute suffit : il amène les décideurs à temporiser et au public de croire que « les avis divergent ».

Une science de commande contre le Nutri-Score

Une étude publiée dans BMJ Global Health en 2023 a passé en revue 134 publications consacrées au Nutri-Score. Résultat : une étude avait 21 fois plus de chances d'être défavorable au Nutri-Score lorsque ses auteurs déclaraient un conflit d'intérêts ou que le travail était financé par l'industrie agroalimentaire[102]. Par ailleurs, plusieurs de ces travaux défavorables n'apportent aucune donnée nouvelle : ce sont de simples articles d'opinion qui relisent à charge des études existantes. Ils ne démontrent rien, mais ils grossissent le camp du « contre ».

> *Quand la science dérange, l'industrie finance ses propres études, concluant dans son sens. Le doute suffit : il pousse les décideurs à temporiser et le public à croire que « les avis divergent ».*

La même étude pointe trois structures particulièrement impliquées dans ces financements : la Dutch Dairy Association, qui regroupe les industriels laitiers néerlandais (dont Lactalis via sa filiale Leerdammer), la Federalimentare, fédération de l'industrie alimentaire italienne (à laquelle notamment est affiliée Ferrero), et la Fondation italienne de la nutrition, soutenue par dix-huit fabricants. On est loin d'un débat scientifique spontané : c'est une contre-science adossée à des intérêts économiques.

On l'a vu dans la tactique 2, l'expérimentation officielle chargée de comparer les logos a permis aux industriels de gagner du temps. Elle illustre aussi leur mainmise sur la science : son pilotage a été confié non à des chercheurs indépendants, mais à un comité largement contrôlé par l'industrie elle-même. Il était coprésidé par le dirigeant du Fonds français pour l'alimentation et la santé, un organisme financé par les grands groupes agroalimentaires, et comptait des représentants de l'ANIA et de la grande distribution. Le concepteur du Nutri-Score, Serge Hercberg, en avait, lui, été écarté. Plusieurs chercheurs ont dénoncé le manque d'impartialité du comité[103]. Après ces révélations dans la presse, en 2016, le protocole a été en partie corrigé avant le lancement de l'expérimentation, qui a ensuite confirmé que le Nutri-Score était le logo le plus efficace.

Un rapport de complaisance sur les nitrites

La fabrique du doute n'a pas toujours besoin du nombre. Sur les nitrites, un seul rapport a suffi. En novembre 2020, l'Académie d'agriculture de France publie un rapport concluant que le lien entre nitrites et cancer ne serait

pas formellement établi, tout en insistant sur leur rôle protecteur contre le botulisme104. Or, l'Académie d'agriculture est une société savante consacrée à l'agriculture et à l'alimentation, sans compétence particulière en cancérologie : son nom rassure, mais n'en fait pas une autorité sanitaire. Et le contenu de ce rapport est contesté. La mission parlementaire sur les sels nitrités a mis en cause son impartialité : plusieurs de ses auteurs sont liés à l'industrie de la charcuterie, les personnes auditionnées appartenaient pour l'essentiel à la filière de la charcuterie et du porc (comme l'IFIP ou la FICT), et aucun cancérologue n'a été associé aux travaux[105].

C'est au tribunal que ce rapport a pesé le plus. Devant les premiers juges saisis à Aix-en-Provence par l'entreprise de charcuterie ABC Industrie, certaines études internationales citées par Yuka, nombreuses mais en anglais et très techniques, ont été écartées. En revanche, le rapport de l'Académie d'agriculture de France, rédigé en français, court et d'allure officielle, a été considéré comme une source présentant le même degré de preuve scientifique que des rapports de l'ANSES ou de l'EFSA[106]. Fabriquer le doute consiste donc aussi à produire des contre-études faciles à opposer, dans les médias comme devant un juge.

Financer le doute, une méthode mondiale

Cette fabrique du doute dépasse de loin le Nutri-Score et Yuka : c'est une stratégie mondiale de l'industrie agroalimentaire, largement inspirée par les lobbys du tabac et de l'alcool. Une synthèse publiée dans The Lancet en 2025 le confirme : les revues scientifiques sur les boissons sucrées et l'obésité avaient cinq fois plus de chances de ne conclure à aucun lien lorsqu'elles étaient financées par l'industrie[107].

Le procédé est ancien. Dans les années 1960, l'industrie du sucre a secrètement rémunéré des chercheurs de Harvard pour minimiser le lien entre sucre et maladies cardiaques et détourner l'attention vers les graisses. Leur revue, publiée en 1967 sans mention de ce financement, a pesé sur des décennies de recommandations nutritionnelles ; le rôle de l'industrie n'a été révélé qu'en 2016[108].

Plus récemment, vers 2015, Coca-Cola a financé le Global Energy Balance Network, un réseau de chercheurs chargé de déplacer la responsabilité de l'obésité de l'alimentation vers le manque d'exercice[109]. Quand le New York Times a révélé, en 2015, que Coca-Cola était derrière ce réseau, le Global Energy Balance Network a été dissous peu après.

Financer la recherche pour produire le doute qui l'arrange est donc, pour le secteur, une méthode largement éprouvée.

Tactique 7

Transformer un État en relais de lobbying

Il existe un niveau ultime de lobbying, à savoir un État entier qui met sa diplomatie, sa réglementation et sa justice au service des intérêts industriels. L'Italie en est devenue l'illustration, au point que des chercheurs parlent de « lobbying d'État »[110]. Ses produits emblématiques, parmesan, jambon de Parme, gorgonzola, étant mal notés, le gouvernement a fait de leur défense une cause nationale. L'Italie a ainsi déployé, à l'échelle d'un pays, toutes les tactiques décrites jusqu'ici.

Faire campagne avec les arguments des lobbys

Le premier front est intérieur, où le débat y est tout sauf spontané. L'équipe de recherche à l'origine du Nutri-Score a analysé 93 articles publiés dans la presse italienne au plus fort de la controverse, en 2019 et 2020. Les acteurs les plus cités dans ces articles ne sont ni des médecins, ni des chercheurs, ni des agences sanitaires. Ce sont deux organisations économiques : Coldiretti, le principal syndicat agricole du pays, et Federalimentare, la fédération de l'industrie agroalimentaire italienne. Leurs arguments sont toujours les trois mêmes : le Made in Italy serait pénalisé ; il faudrait juger l'alimentation dans son ensemble plutôt que chaque produit ; mieux vaudrait éduquer le consommateur que noter les produits. Les responsables politiques et les médias les reprennent presque mot pour mot[111].

Matteo Salvini est l'un des premiers à faire du Nutri-Score un argument électoral. En décembre 2019, le chef du parti d'extrême droite la Ligue fait campagne pour les élections en Émilie-Romagne, une région de fromages et de charcuteries. Il présente alors le logo comme une opération de Bruxelles contre l'alimentation méditerranéenne et le Made in Italy[112].

Le discours gagne ensuite le sommet de l'État, au prix d'erreurs grossières. Le ministre de l'Agriculture Francesco Lollobrigida diffuse ainsi une affiche censée montrer que le Nutri-Score pénalise les produits italiens et favorise les produits ultra-transformés. Sur les huit exemples affichés, sept sont faux : les pâtes y sont notées E alors qu'elles sont A, le Coca-Cola est noté A alors qu'il est E, le vin est présenté comme pénalisé alors que le Nutri-Score ne s'applique pas aux alcools[113].

En 2024, le gouvernement de Giorgia Meloni va encore plus loin : il propose de modifier la Constitution italienne. Le texte engagerait l'État à protéger les « produits symboles de l'identité nationale », comme le parmesan ou le jambon de Parme. Une révision présentée par le ministre de l'Agriculture lui-même comme un rempart contre le Nutri-Score[114].

Derrière la défense du terroir, un industriel occupe une place à part : Ferrero, le fabricant du Nutella, noté E. Un expert interrogé dans l'étude citée plus haut le décrit comme le vrai moteur de la coalition anti-Nutri-Score formée avec Federalimentare et Coldiretti. Cette alliance a laissé une trace concrète : un document publié à Bruxelles pour s'opposer à l'idée même de noter les aliments, rédigé par l'institut d'études Nomisma et financé par Ferrero[115].

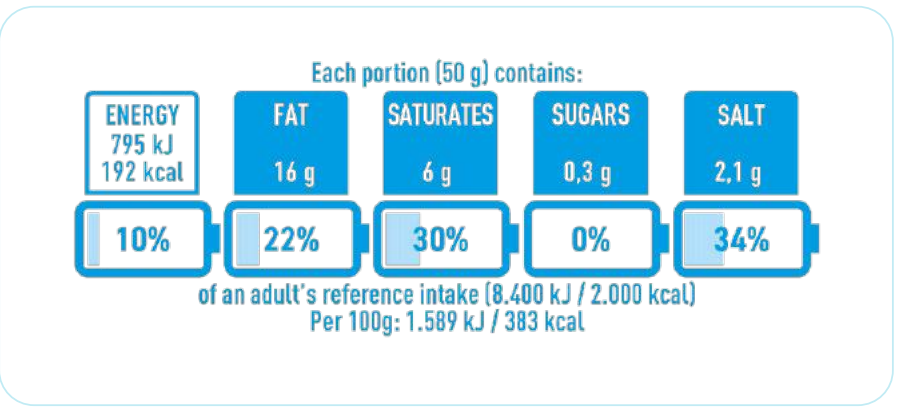
Enterrer le logo européen à Bruxelles

Le combat se déplace ensuite à Bruxelles. En 2020, la Commission européenne annonce vouloir imposer un logo nutritionnel unique et obligatoire dans toute l'Union européenne. Le Nutri-Score, déjà adopté par plusieurs pays, fait figure de favori. La riposte italienne ne tarde pas : en septembre 2020, l'Italie et six autres pays remettent aux ministres européens de l'Agriculture un document contre les logos à code couleur[116]. La ministre italienne de l'Agriculture, Teresa Bellanova, y défend un futur système qui épargnerait les produits d'appellation protégée et l'huile d'olive.

La suite se joue en coulisses, à Bruxelles. L'association Foodwatch et le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) ont obtenu et publié des documents internes de la Commission. On y découvre qu'en 2022, les diplomates italiens enchaînent les réunions avec la Commission européenne, accompagnés de Federalimentare, le lobby de l'industrie alimentaire italienne[117]. Ils y affirment que le Nutri-Score « ne repose pas sur des bases scientifiques ». Certains arguments frôlent l'absurde : la mauvaise note des produits à base de cacao ferait chuter les exportations des pays producteurs, ce qui « augmenterait l'immigration en Europe »[118]. Le résultat est là : la proposition de logo européen, attendue pour fin 2022, n'a jamais vu le jour. Et le projet d'un logo obligatoire à l'échelle européenne est aujourd'hui au point mort[119].

Imposer par décret un logo alternatif

Pour s'opposer au Nutri-Score à Bruxelles, l'Italie ne peut pas se contenter de dire non : il lui faut proposer autre chose. Le pays reprend alors une tactique déjà vue chez les industriels (voir tactique 2) : créer un logo alternatif, mais avec un moyen dont aucune fédération ne dispose : le décret. Fin 2020, quatre ministères font ainsi du NutrInform Battery le logo nutritionnel officiel du pays, avant même la publication des études censées démontrer son efficacité[120].



Le NutrInform Battery, logo nutritionnel imposé par décret par l'État italien fin 2020. Sous forme de batteries , il affiche les pourcentages des besoins journaliers par portion, la taille de la portion étant fixée par les fabricants eux-mêmes.

Ce logo se présente comme une batterie de téléphone. Il n'affiche ni note ni couleur : il indique seulement ce qu'une portion du produit apporte en calories, graisses, sucres et sel, en pourcentage des besoins d'une journée. Deux problèmes : ces chiffres sont difficiles à interpréter, et la taille des portions est définie par les fabricants eux-mêmes, qui ont intérêt à la réduire pour afficher des valeurs flatteuses. Les études confirment que ce logo est moins bien compris que le Nutri-Score, y compris par les consommateurs italiens[121]. Mais son efficacité importe peu. Le NutrInform sert surtout à l'Italie d'argument dans les négociations européennes : il lui permet d'affirmer qu'une alternative au Nutri-Score existe. En rayons, il est resté quasiment invisible, adopté pour l'essentiel par Ferrero.

Mobiliser l'autorité de la concurrence

Même l'autorité de la concurrence italienne, l'AGCM, est mobilisée par les lobbys pour combattre le Nutri-score. Le 5 novembre 2021, elle ouvre six procédures le même jour : cinq contre des distributeurs, dont Carrefour, qui affichent le Nutri-Score sur leurs produits vendus en Italie, et une contre Yuka, arrivée dans le pays un an plus

tôt[122]. À l'origine de la procédure contre l'application : un signalement de Confagricoltura, l'un des principaux syndicats agricoles italiens, qui défend notamment les filières du fromage et de la charcuterie[123].

Pour Yuka, la procédure se referme en juillet 2022 : aucune infraction n'est retenue, et l'application s'engage simplement à mieux expliquer sa méthode[124]. Pour le Nutri-Score, l'issue est plus lourde : Carrefour accepte de retirer le logo de ses produits d'appellation italienne et de ses spécialités gastronomiques vendues dans le pays[125]. Confagricoltura savoure sa victoire dans un communiqué au titre éloquent : « Comment nous avons vaincu le Nutri-Score »[126].

Une campagne politique et médiatique contre Yuka

En mars 2026, l'application est de nouveau prise pour cible. Mirco Carloni, député de la Ligue, le parti d'extrême droite de Matteo Salvini, préside la commission agriculture de la Chambre des députés. Il demande publiquement au gouvernement d'agir contre une application « antiscientifique » qui menacerait le Made in Italy[127].

La presse suit. En dix jours, trois grands journaux nationaux (Il Giornale, Il Sole 24 Ore et Libero), relaient l'initiative du député Carloni en publiant exactement les mêmes critiques contre Yuka, avec les mêmes exemples[128-130]. Le parmesan, le jambon de Parme, la mortadelle ou le vinaigre de Modène seraient mal notés malgré leur appellation protégée. Et noter pour 100 grammes serait trompeur pour des produits consommés en petites quantités. Dans Il Sole 24 Ore, le quotidien économique de référence, le ministre de l'Agriculture renchérit : l'algorithme de Yuka serait « totalement défaillant ».

L'offensive gagne enfin le Parlement européen. Le 30 mars 2026, l'eurodéputée Silvia Sardone, elle aussi membre de la Ligue, et déjà très active depuis des années contre le Nutri-Score, dépose une question écrite à la Commission européenne, qui est en principe tenue d'y répondre officiellement. Elle lui demande si les bases scientifiques des applications de notation ont été évaluées, si leurs effets sur la concurrence ont été mesurés et quelles actions ont été prises pour « protéger » les produits traditionnels qu'elles pénaliseraient. L'enjeu est clair : pousser l'Union européenne à s'attaquer elle-même à ces applications[131]. Les arguments sont, mot pour mot, ceux opposés au Nutri-Score depuis 2019.

Conclusion

De la première attaque contre le « logo 5 couleurs » en 2014 à la question écrite déposée au Parlement européen en 2026, le répertoire des lobbys n'a pas changé : décrédibiliser, brouiller, avancer masqué, déplacer le débat, judiciariser, fabriquer du doute, jusqu'à mobiliser un État entier. Ces tactiques, rodées par l'industrie du tabac puis du sucre, ont un coût même quand elles échouent : trois ans de procédures et près de 500 000 euros pour Yuka, des mois de retard pour le Nutri-Score, un logo nutritionnel européen au point mort. Le lobbying n'a pas besoin de gagner pour être efficace, il lui suffit de retarder.

Sur le fond, pourtant, ces stratégies ont échoué, grâce à la solidité des données scientifiques et au soutien des citoyens. C'est la raison d'être de cet article : décrire ces tactiques pour apprendre à les reconnaître. Car les connaître, c'est déjà leur retirer une partie de leur pouvoir.

Sources

[1] Baker P. et al., The Lancet, 2025. https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(25)01567-3/fulltext
[2] Rapport Hercberg, novembre 2013. https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_Hercberg_15_11_2013.pdf
[3] ANIA, communiqué du 24 août 2015. https://www.ania.net/alimentation-sante/cp-non-a-un-dispositif-detiquetage-nutritionnel-simpliste-base-sur-un-code-couleur
[4] Serge Hercberg, séminaire au Collège de France, 2022-2023. https://www.college-de-france.fr/sites/default/files/media/document/2024-02/Touvier_2022-2023_Seminaire_Serge-Hercberg.pdf
[5] Process Alimentaire, avril 2014. https://www.processalimentaire.com/ingredients/l-ania-opposee-a-une-note-nutritionnelle-sur-les-packagings
[6] Process Alimentaire, juin 2014. https://www.processalimentaire.com/vie-des-iaa/codes-couleur-information-ou-consigne-de-choix
[7] Les Marchés, septembre 2014. https://www.reussir.fr/lesmarches/etiquetage-nutritionnel-loption-volontaire
[8] Process Alimentaire, mars 2015. https://www.processalimentaire.com/flash-iaa/ania-les-5-arguments-clefs-contre-le-scoring-nutritionnel
[9] CB News, février 2015. https://www.cbnews.fr/marques/etiquetage-ania-se-mefie-medicalisation
[10] Pourquoi Docteur, mars 2015. https://www.pourquoidocteur.fr/Articles/Question-d-actu/10107-Etiquetage-nutritionnel-la-grande-distribution-riposte
[11] La Tribune, octobre 2015. https://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/distribution/les-distributeurs-defendent-leur-etiquetage-nutritionnel-sans-feu-rouge-517631.html
[12] Mathilde Touvier, cours au Collège de France, 2022-2023. https://www.college-de-france.fr/fr/agenda/cours/prevention-nutritionnelle-des-maladies-chroniques-de-la-recherche-action-de-sante-publique/nutri-score-le-logo-nutritionnel-simplifie-et-valide-pour-guider-les-consommateurs-vers-des-choix
[13] Donnenfeld M. et al., British Journal of Nutrition, 2015. https://doi.org/10.1017/S0007114515003384
[14] Adriouch S. et al., European Journal of Preventive Cardiology, 2016. https://doi.org/10.1177/2047487316640659
[15] Julia C. et al., Preventive Medicine, 2015. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0091743515002741
[16] Gómez-Donoso C. et al., Clinical Nutrition, 2021. https://doi.org/10.1016/j.clnu.2020.07.008
[17] Deschasaux M. et al., PLOS Medicine, 2018. https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002651
[18] Deschasaux M. et al., BMJ, 2020. https://doi.org/10.1136/bmj.m3173
[19] Deschasaux-Tanguy M. et al., The Lancet Regional Health – Europe, 2024. https://www.thelancet.com/journals/lanepe/article/PIIS2666-7762(24)00173-X/fulltext
[20] Blog Nutri-Score, bibliographie des études sur le Nutri-Score. https://nutriscore.blog/2022/09/23/bibliography-references/
[21] Swissmilk, communiqué, octobre 2021. https://www.swissmilk.ch/fr/producteurs-de-lait/medias/psl-actuel/nutri-score-une-reponse-simpliste-a-une-question-complexe/
[22] Europe 1, octobre 2021. https://www.europe1.fr/societe/nutri-score-vise-par-un-classement-defavorable-le-roquefort-demande-a-etre-exempte-4070995
[23] Novethic, décembre 2018. https://www.novethic.fr/actualite/social/consommation/isr-rse/face-a-l-influence-de-yuka-les-industriels-et-distributeurs-contre-attaquent-146661.html
[24] Cour d'appel de Paris, juin 2023 (n° RG 21/11775). https://justice.pappers.fr/decision/8c3a85ced271ed234de169c31ed3702e07436eac
[25] Serge Hercberg, séminaire au Collège de France, 2022-2023. https://www.college-de-france.fr/sites/default/files/media/document/2024-02/Touvier_2022-2023_Seminaire_Serge-Hercberg.pdf
[26] Courrier de l'ANIA à Marisol Touraine, 25 septembre 2015. https://yuka.d.pr/f/NNEjrl
[27] Mail interne ANIA, position commune sur l'article 5, 23 février 2015. https://yuka.d.pr/f/EliNcx
[28] Serge Hercberg, Mange et tais-toi, HumenSciences, 2022.
[29] Novethic, décembre 2018. https://www.novethic.fr/actualite/social/consommation/isr-rse/face-a-l-influence-de-yuka-les-industriels-et-distributeurs-contre-attaquent-146661.html
[30] FEBEA, communiqué du 19 octobre 2018. https://www.febea.fr/presse/applications-cosmetiques-la-febea-appelle-a-la-transparence-a-la-rigueur-scientifique
[31] Le Canard enchaîné, 18 juin 2014. https://archives.lecanardenchaine.fr/annees/2014/liseuse-4886-678602d29de4b3c0?q=rillettes#p1
[32] Le Monde, 14 mars 2025: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2025/03/14/consensus-scientifique-blocage-politique-comprendre-le-debat-autour-du-nouveau-nutri-score_6580708_4355770.html?srsltid=AfmBOopvH_T_i-eqaRTETNWGxrfoMtX43sRgYvbSKY8-oQ_rjc0u3jHq
[33] Compte rendu du comité directeur de la FICT, 24 novembre 2020 (signé Bernard Vallat, président).
[34] Cour d'appel de Paris, arrêt FICT c. Yuka. https://www.courdecassation.fr/decision/6392dfe3d61f8005d4f3daa7
[35] FICT, communiqué de presse, 27 mai 2021.https://yuka.d.pr/f/OdSPWq
[36] Le monde, Le Monde, juin 2021. https://www.lemonde.fr/planete/article/2021/06/03/additifs-nitrites-l-application-yuka-condamnee-en-premiere-instance-face-a-la-federation-des-charcutiers_6082587_3244.html
[37] Le Point, mai 2021. https://www.lepoint.fr/societe/l-application-yuka-denigre-les-charcutiers-traiteurs-juge-un-tribunal-28-05-2021-2428546_23.php
[38] Konbini, mai 2021. https://www.konbini.com/techno/lappli-yuka-condamnee-par-la-justice-apres-lattaque-des-charcutiers-traiteurs/
[39] Process Alimentaire, 2021. https://www.processalimentaire.com/vie-des-iaa/la-fict-fait-condamner-yuka-pour-denigrement-l-application-fait-appel
[40] Linéaires, 2021. https://www.lineaires.com/les-produits/la-federation-des-industriels-charcutiers-obtient-gain-de-cause-face-a-yuka
[41] EconomieMatin, mai 2021. https://www.economiematin.fr/news-nitrites-federation-charcuterie-traiteur-yuka-justice-decision
[42] UFC-Que Choisir, mai 2021. https://www.quechoisir.org/actualite-nitrites-yuka-condamnee-pour-denigrement-des-charcutiers-n94788/
[43] 60 Millions de consommateurs, juin 2021. https://www.60millions-mag.com/aliments-boissons/article/nitrites-dans-la-charcuterie-l-appli-yuka-condamnee-20210608/
[44] Process Alimentaire, 2018. https://www.processalimentaire.com/ingredients/l-evolved-nutrition-label-etiquetage-sans-lendemain-35456
[45] Egnell M. et al., Nutrients, 2018. https://doi.org/10.3390/nu10091268
[46] Mathilde Touvier, Cours au Collège de France, 2022-2023. https://www.college-de-france.fr/sites/default/files/media/document/2023-06/Touvier%202022-2023%20%E2%80%93%20Cours%2030%20mai.pdf
[47] European Heart Network, communiqué du 16 juin 2017. https://ehnheart.org/library/responses/ehn-statement-on-evolved-nutrition-labelling-scheme/
[48] UFC-Que Choisir, novembre 2018. https://www.quechoisir.org/enquete-affichage-nutritionnel-quand-l-agroalimentaire-complote-n60541/
[49] Ministère de la Santé, « L'évaluation en conditions réelles d'achat des systèmes d'information nutritionnelle ». https://sante.gouv.fr/prevention-en-sante/preserver-sa-sante/nutrition/nutri-score/article/l-evaluation-en-conditions-reelles-d-achat-des-systemes-d-information
[50] Le Monde, septembre 2016. https://www.lemonde.fr/planete/article/2016/09/17/etiquetage-nutritionnel-une-etude-malgre-les-critiques_4999278_3244.html
[51] Terre-net (avec AFP), septembre 2016. https://www.terre-net.fr/actualite-agricole/economie-social/article/etude-sur-l-etiquetage-nutritionnel-le-pdg-de-l-inserm-demissionne-202-120747.html
[52] Pourquoi Docteur, « Étiquetage nutritionnel : une pétition dénonce des conflits d'intérêts ». https://www.pourquoidocteur.fr/Articles/Question-d-actu/17969-Etiquetage-nutritionnel-une-petition-denoncent-des-conflits-d-interets

[53] LSA, 2016. https://www.lsa-conso.fr/evaluation-des-quatre-systemes-d-etiquetage-nutritionnel-la-methode,244869
[54] France Info. https://www.franceinfo.fr/sante/alimentation/systeme-u-lance-son-application-qui-scanne-les-etiquettes-des-aliments-sans-vous-dire-s-ils-sont-bons-ou-mauvais_2930963.html
[55] FEBEA, communiqué du 20 novembre 2020. https://www.febea.fr/presse/la-febea-lance-claire-application-innovante-decrypter-ingredients-produits-cosmetiques
[56] L'Usine Nouvelle, novembre 2020. https://www.usinenouvelle.com/editorial/face-a-yuka-l-industrie-cosmetique-lance-son-appli-claire-pour-rassurer-sur-ses-ingredients.N1030784
[57] FCD, communiqué du 16 mars 2016. https://www.fcd.fr/qui-sommes-nous/actualites-de-la-fcd/detail/67-enseignes-commerce-distribution-devoilent-leur-systeme-etiquetage-nutritionnel-simplifie-baptise/
[58] Process Alimentaire, 10 avril 2026. https://www.processalimentaire.com/flash-iaa/etiquetage-nutritionnel-le-systeme-sens-de-la-grande-distribution-reste-dans-la-course
[59] Parlement européen (EPRS), Front-of-pack nutrition labelling, 2020. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652028/EPRS_BRI(2020)652028_EN.pdf
[60] Foodwatch, communiqué du 29 septembre 2021. https://www.foodwatch.org/fr/communiques-de-presse/2021/foodwatch-en-action-a-bruxelles-pour-denoncer-le-lobbying-de-fooddrinkeurope-oppose-au-nutri-score
[61] Réussir Lait, « Produits laitiers : le Cniel demande à faire évoluer le Nutri-Score ». https://www.reussir.fr/lait/produits-laitiers-le-cniel-demande-faire-evoluer-le-nutri-score
[62] Sénat, question écrite n° 22708, mai 2021. https://www.senat.fr/questions/base/2021/qSEQ210522708.html
[63] Euranet Plus, « EU Nutri-Score labelling: An unpalatable option? », novembre 2020. https://euranetplus-inside.eu/eu-nutri-score-labelling-an-unpalatable-option/
[64] Fiche HATVP de la FICT. https://www.hatvp.fr/fiche-organisation/?organisation=784357725
[65] FIAB, février 2020. https://fiab.es/autocontrol-da-la-razon-a-fiab-en-su-reclamacion-contra-la-publicidad-de-yuka/
[66] https://fiab.es/autocontrol-da-la-razon-a-fiab-en-su-reclamacion-contra-la-publicidad-de-yuka/
[67] Profil et mandats de Javier López Zafra, Legal500. https://www.legal500.com/gc-powerlist/iberia-2018/javier-lopez-zafra/
[68] Institut Rousseau, janvier 2026. https://institut-rousseau.fr/publications/lobbying-agroalimentaire-nutri-score
[69] Lettre du CNA (Bernard Vallat) à Marisol Touraine, 20 mai 2015. https://yuka.d.pr/f/CIoPcg
[70] Serge Hercberg, Mange et tais-toi, HumenSciences, 2022.
[71] Mail interne ANIA, propositions d'amendements sur les articles 4 et 5, mars 2015. https://yuka.d.pr/f/QGAbwS
[72] Cash Investigation, France 2, septembre 2016.
[73] Avis du CNC, BOCCRF n° 2 du 5 février 2024. https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/boccrf/2024/BOCCRF-n2-05022024.pdf
[74] Assemblée nationale, proposition de loi n° 650, décembre 2022. https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/16/textes/l16b0650_proposition-loi.pdf
[75] Sénat, proposition de loi n° 505, avril 2025. https://www.senat.fr/leg/exposes-des-motifs/ppl24-505-expose.html
[76] UFC-Que Choisir, mai 2022. https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-enquete-de-l-ufc-que-choisir-sur-les-aliments-traditionnels-le-nutri-score-meilleure-illustration-de-la-qualite-nutritionnelle-de-notre-patrimoine-culinaire-n100652/
[77] Midi Libre, novembre 2024. https://www.midilibre.fr/2024/11/15/il-faut-arreter-avec-cet-outil-mensonger-face-au-nouveau-nutri-score-europeen-la-filiere-roquefort-ne-decolere-pas-12323222.php
[78] Le Monde, juin 2025. https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/06/07/derriere-les-100-ans-de-l-appellation-roquefort-la-mainmise-de-l-agro-industrie-et-une-erosion-des-ventes_6610954_3234.html?search-type=classic&ise_click_rank=1 l
[79] Confédération générale de Roquefort, rapport d'activité 2023. https://www.roquefort.fr/wp-content/uploads/2024/07/CGR_RA2023_numerique_DEF.pdf
[80] Web-agri (AFP), novembre 2022. https://www.web-agri.fr/politique-et-economie/article/222767/a-roquefort-un-fromage-ancestral-dans-l-oeil-de-l-agro-industrie
[81] Blog Nutri-Score, mars 2025. https://nutriscore.blog/2025/03/06/pour-la-ministre-de-lagriculture-les-aliments-quelle-considere-remarquables-ne-doivent-pas-etre-mal-classes-par-le-nutri-score-debunking/
[82] FICT, « Nitrites et charcuterie : où en est-on ? », octobre 2024. https://www.fict.fr/wp-content/uploads/2025/02/informations-nitrites.pdf
[83] BASIC, étude sur la filière porc et charcuterie, octobre 2025. https://basic.coop/v2/content/uploads/2025/10/BASIC_Etude-Filiere-Porc_Rapport-Recherche_6-octobre-2025.pdf
[84] CIRC, monographie vol. 94, 2010. https://publications.iarc.fr/Book-And-Report-Series/Iarc-Monographs-On-The-Identification-Of-Carcinogenic-Hazards-To-Humans/Ingested-Nitrate-And-Nitrite-And-Cyanobacterial-Peptide-Toxins-2010
[85] La France Agricole, janvier 2022. https://www.lafranceagricole.fr/elevage/article/768600/les-industriels-de-la-charcuterie-saluent-le-vote-sur-les-nitrites
[86] FICT, site info-nitrites.fr. https://info-nitrites.fr/ ; FICT, « Nitrites et charcuterie : où en est-on ? », octobre 2024. https://www.fict.fr/wp-content/uploads/2025/02/informations-nitrites.pdf
[87] L'Usine Nouvelle, octobre 2020. https://www.usinenouvelle.com/editorial/les-industriels-de-la-charcuterie-en-guerre-contre-yuka.N1033334
[88] Santé publique France, surveillance du botulisme. https://www.santepubliquefrance.fr/maladies-et-traumatismes/maladies-infectieuses-d-origine-alimentaire/botulisme
[89] Vakita, vidéo « Yuka : comment le lobby de la charcuterie a failli avoir la peau de l'appli ». https://www.youtube.com/watch?v=XGsEtM2sde8
[90] Foodwatch, pétition « Stop aux nitrites ajoutés dans notre alimentation ». https://www.foodwatch.org/fr/sinformer/nos-campagnes/alimentation-et-sante/additifs/petition-stop-aux-nitrites-ajoutes-dans-notre-alimentation
[91] Tribunal de commerce de Paris, jugement du 25 mai 2021. https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-1ere-ch-jugement-du-25-mai-2021/
[92] Marianne, juillet 2021. https://www.marianne.net/societe/sante/lobby-charcutier-vs-application-yuka-troisieme-round-judiciaire-a-aix-cette-fois-ci
[93] Cour d'appel de Paris, arrêt du 8 octobre 2025. https://www.doctrine.fr/d/CA/Paris/2025/CAP4C71A4E569883A5D056B
[94] Sud Ouest. https://www.sudouest.fr/economie/conso-distribution/nitrites-dans-les-charcuteries-condamnee-yuka-poursuit-son-combat-avec-une-cagnotte-en-ligne-6403739.php
[95] Lettre ANIA-FCD à Stéphane Le Foll - 22 juin 2016. https://yuka.d.pr/f/Zrjdq7
[96] Mediapart, septembre 2016. https://www.mediapart.fr/journal/economie/160916/des-chercheurs-pris-pour-cible-par-le-lobby-agroalimentaire
[97] RSE Magazine, juin 2026. https://www.rse-magazine.com/nutri-score-lactalis-attaque-les-geants-reculent-le-modele-vacille/
[98] Agri Mutuel (AFP), juin 2026. https://www.agri-mutuel.com/politique-economie/la-cour-de-justice-europeenne-va-se-pencher-sur-le-nutri-score-apres-une-requete-de-lactalis/
[99] Baker P. et al., The Lancet, 2025. https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(25)01567-3/fulltext
[100] The Advocacy Incubator, mai 2024. https://www.advocacyincubator.org/news/2024-05-13-the-mexican-supreme-court-of-justice-confirmed-the-constitutionality-of-front-of-package-warning-labeling-regulations
[101] Assemblée nationale, rapport d'information n° 3731 sur les sels nitrités, janvier 2021. https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cion-eco/l15b3731_rapport-information.pdf
[102] Besançon S. et al., BMJ Global Health, 2023. https://gh.bmj.com/content/8/5/e011720

[103] Le Monde, juillet 2016. https://www.lemonde.fr/planete/article/2016/07/08/intoxication-agroalimentaire-au-ministere-de-la-sante_4966213_3244.html
[104] Académie d'agriculture de France, rapport sur les additifs nitrés et les cancers colorectaux, novembre 2020. https://www.academie-agriculture.fr/publications/publications-academie/avis/rapport-du-groupe-de-travail-impacts-sur-les-cancers
[105] Assemblée nationale, rapport d'information n° 3731 sur les sels nitrités, janvier 2021. https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cion-eco/l15b3731_rapport-information.pdf
[106] Jugement du tribunal de commerce d'Aix-en-Provence, 13 septembre 2021. https://yuka.d.pr/f/vBJWbg
[107] Baker P. et al., The Lancet, 2025. https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(25)01567-3/fulltext
[108] Kearns C.E. et al., JAMA Internal Medicine, 2016. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5099084/
[109] The New York Times, août 2015. https://archive.nytimes.com/well.blogs.nytimes.com/2015/08/09/coca-cola-funds-scientists-who-shift-blame-for-obesity-away-from-bad-diets/
[110] Fialon M. et al., International Journal of Health Policy and Management, 2022. https://doi.org/10.34172/ijhpm.2022.6127
[111] Fialon M., Julia C. et al., International Journal of Health Policy and Management, 2022. https://www.ijhpm.com/article_4196.html
[112] Blog Nutri-Score, décembre 2019. https://nutriscore.blog/2019/12/16/non-a-linstrumentalisation-politique-du-nutri-score-en-italie-par-monsieur-matteo-salvini-1-non-au-deni-de-la-science-et-de-la-sante-publique/
[113] Il Fatto Alimentare, mars 2023. https://ilfattoalimentare.it/nutri-score-ministro-lollobrigida-fake-news.html
[114] Il Fatto Alimentare, mai 2024. https://ilfattoalimentare.it/sovranita-alimentare-costituzione-nutri-score.html
[115] Great Italian Food Trade. https://www.greatitalianfoodtrade.it/fr/%C3%89tiquettes/nutriscore-ferrero-et-coldiretti-contre-tout-le-monde/
[116] Euractiv, septembre 2020. https://www.euractiv.fr/section/alimentation/news/sept-pays-de-lue-sopposent-au-systeme-detiquetage-des-aliments-nutri-score/
[117] BEUC, octobre 2023. https://blog.beuc.eu/food-label-ambush-how-intense-industry-lobbying-halted-eu-plans/
[118] Foodwatch, « Nutri-Score papers », 2024. https://www.foodwatch.org/fr/actualites/2024/nutri-score-papers-revelations-de-foodwatch-sur-les-agissements-des-lobbies-a-la-commission-europeenne
[119] Mediapart, décembre 2023. https://www.mediapart.fr/journal/international/301223/le-gastro-nationalisme-italien-met-un-coup-d-arret-au-nutri-score-en-europe
[120] Ministère italien de la Santé, présentation du NutrInform Battery. https://www.salute.gov.it/new/it/tema/nutrizione/nutrinform-battery/
[121] Étude comparative Nutri-Score / NutrInform Battery, Nutrients, 2022. https://www.mdpi.com/2072-6643/14/17/3511
[122] AGCM, communiqué du 22 novembre 2021. https://www.agcm.it/media/comunicati-stampa/2021/11/PS12131-PS12183-PS12184-PS12185-PS12186-PS12187
[123] AGCM, décision d'ouverture de la procédure PS12184, 5 novembre 2021, sur signalement de Confagricoltura du 27 juillet 2021 ; document en possession des auteurs.
[124] AGCM, décision n° 30237, 25 juillet 2022. https://www.agcm.it/dotcmsdoc/bollettini/2022/28-22.pdf
[125] Great Italian Food Trade, 2022. https://www.greatitalianfoodtrade.it/en/etichette/nutriscore-nessuna-condanna-di-carrefour-gs-interdis-dallantitrust/
[126] Alimentando, 2022. https://www.alimentando.info/confagricoltura-come-abbiamo-sconfitto-il-nutriscore/
[127] Communiqué de Mirco Carloni, 13 mars 2026 (Agenparl). https://agenparl.eu/2026/03/13/made-in-italy-mirco-carloni-lega-app-francese-yuka-minaccia-agroalimentare-italiano-depositata-interrogazione/
[128] Il Giornale, mars 2026. https://www.ilgiornale.it/news/interni/made-italy-mirco-carloni-app-francese-yuka-minaccia-2638008.html
[129] Il Sole 24 Ore, mars 2026. https://www.ilsole24ore.com/art/l-app-yuka-come-nutriscore-penalizza-l-agroalimentare-italiano-AIynzfzB
[130] Libero, mars 2026. https://www.liberoquotidiano.it/news/scienze-tech/alimentazione-e-benessere/46930825/yuka-app-spesa-salutare-mortifica-cibi-made-italy/
[131] Question écrite de Silvia Sardone à la Commission européenne, 30 mars 2026. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/P-10-2026-001322_EN.html