

## Jacquet-Brossard affiche le Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits

A l'heure où la santé est plus que jamais au cœur des attentes des français concernant leur alimentation\* (selon un sondage conduit par Opinion Way), l'entreprise française devient le 1er fabricant de pains et gâteaux industriels à apposer le Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits. Dès 2018, Jacquet-Brossard s'est engagée en faveur de l'étiquetage nutritionnel Nutri-Score et faisait partie de la 1ère promotion d'industriels à adhérer de manière volontaire au projet. L'entreprise s'était alors engagée à apposer le logo sur tous ses emballages sous deux ans. C'est désormais chose faite, depuis juin 2020, 100% des produits Jacquet-Brossard\*\* sont porteurs de l'affichage nutritionnel.

### S'engager pour mieux informer sur des produits du quotidien

Présent depuis l'automne 2018 sur les sites internet des marques Jacquet et Brossard, le **Nutri-Score est désormais affiché sur 100% des produits\*\* en rayons**. Il était essentiel pour Jacquet-Brossard d'apporter une information claire et transparente à ses consommateurs sur la qualité nutritionnelle de ses pains et gâteaux, produits qui font partie du quotidien de million de Français.

#### Le Nutri-Score sur les produits Jacquet-Brossard :

- **95%** des pains **Jacquet** affichent un Nutri-Score **A ou B** (70% A et 25% B)
- **40%** des gâteaux **Brossard** (1<sup>ère</sup> marque nationale à afficher le Nutri-Score dans son rayon) affichent la **note C** et **60% la note D**. L'ambition à 2022 est d'inverser ces proportions pour atteindre **60% de la gamme en C et 40% en D**. A noter qu'**aucun produit ne porte la note E**.
- Concernant la gamme **Savane**, plus particulièrement destinée aux enfants : **60% de la gamme affiche un Nutri-Score C** (dont la totalité de la gamme P'tit Savane destinée aux plus jeunes à partir de 3 ans), l'objectif poursuivi est d'atteindre les **100% en C à échéance 2022**.



Pour Jacquet-Brossard, cet engagement s'inscrit dans la continuité d'initiatives menées depuis plusieurs années en faveur du mieux manger, comme **l'amélioration nutritionnelle de ses produits** (réduction du sucre, du sel, augmentation des fibres...), le **retravail de ses recettes pour limiter l'utilisation d'additifs ou d'ingrédients controversés** ou encore la mise en place d'un programme destiné à promouvoir les bons comportements en matière d'alimentation et d'activité physique auprès de ses 1 400 collaborateurs.

« Les consommateurs attendent aujourd'hui de la part des industriels plus de transparence, et des informations nutritionnelles plus lisibles et plus faciles à comprendre. Nos produits sont consommés chaque jour par des millions de français, nous avons un rôle important à jouer pour les aider à faire des choix éclairés. Pour autant, l'étiquetage nutritionnel ne remplace pas une réelle éducation. Celui-ci ne doit pas stigmatiser certains produits ni faire oublier l'importance de se faire plaisir au sein d'une alimentation variée et équilibrée. » explique **Rodolphe Millet, Directeur Général de Jacquet-Brossard.**

Un choix qui s'inscrit plus que jamais dans l'actualité puisque les attentes des français autour du mieux manger se sont renforcées avec la crise que nous venons de traverser.

### **Besoin de « mieux manger » pendant et après le confinement**

Avec le déconfinement, Jacquet-Brossard a décidé d'interroger les Français sur leurs perceptions et attentes concernant l'industrie agroalimentaire. Il ressort de ce sondage\* (conduit par Opinion Way) que la crise sanitaire a agi comme un amplificateur des tendances déjà présentes en matière de consommation alimentaire. Ainsi ils expriment plus que jamais leurs préoccupations en matière d'impact de l'alimentation sur leur santé.

- **Après la crise, 69% des Français jugent que l'impact santé des aliments (informations nutritionnelles sur les packs, liste des ingrédients, absence de conservateurs/additifs) sera l'un des critères d'achats alimentaires les plus importants.**

Comme de nombreux autres métiers, la crise a mis en lumière l'utilité et la fiabilité de l'industrie agroalimentaire. Véritable maillon fort de la chaîne alimentaire française et lien incontournable entre producteurs et distributeurs, elle a été au rendez-vous pour répondre aux attentes des Français, et doit poursuivre ses engagements :

- **Plus de 80% des interrogés reconnaissent qu'elles leur ont permis de s'alimenter normalement, d'assurer l'approvisionnement dans les rayons et ont répondu aux contraintes du confinement**

« Si cette crise semble avoir peu changé les attentes des consommateurs, elle a le mérite de les avoir renforcées. Le challenge pour une entreprise comme la nôtre est de proposer aux Français des recettes ayant la meilleure composition possible tout en restant riches en saveurs et en respectant l'ADN de nos marques : plaisir, praticité et convivialité. Aujourd'hui c'est le secteur dans son ensemble qui doit continuer de progresser pour que les changements enclenchés en faveur du mieux manger gagnent du terrain. C'est la voie que nous avons choisie chez Jacquet-Brossard : celle de l'amélioration continue ! » précise **Rodolphe Millet.**

\*Etude quantitative sur les perceptions des attentes des Français envers l'industrie-agroalimentaire réalisée par OpinionWay pour Jacquet-Brossard auprès d'un échantillon de 1015 répondants représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus via la méthode des quotas - Enquête réalisée le 13 et 14 mai 2020.

\*\* A l'exception des références Baguettes Viennoises Nature, Baguettes Viennoises saveur Briochée et Crousti Moelleux Saveur Briochée qui apposeront le Nutri-Score en janvier 2021 à l'occasion de leur changement de charte graphique.

#### **Contacts Presse :**

Alice Polack – [alicepolack@shadowcommunication.fr](mailto:alicepolack@shadowcommunication.fr) – 06 33 71 91 58

Aurélié Vinzent – [aurelievinzent@shadowcommunication.fr](mailto:aurelievinzent@shadowcommunication.fr) – 06 58 66 80 49