

**Yuka a dit « *ce produit, tu n'achèteras pas* » ou
comment les applications nutritionnelles transforment les courses et les
clients**

Manger est probablement l'un des actes de consommation les plus importants. Si les français se préoccupent de l'influence de leur alimentation sur leur santé, jamais ils n'ont perçu un risque alimentaire aussi élevé à un moment où celui-ci n'a jamais été aussi faible (Bergadaa et Urien, 2006).

Afin d'aider les clients à faire leurs courses alimentaires et à réduire leur risque nutritionnel, différentes solutions existent, tels que des étiquetages nutritionnels et des labels mis en place par des tiers de confiance. Au-delà de cet étiquetage nutritionnel et de ces labels, les pouvoirs publics ont tenté d'aider les clients en mettant à leur disposition un dispositif d'information nutritionnel, appelé le Nutri-Score qui s'inscrit dans le cadre de la loi santé 2017.

Dernière génération d'aide à l'évaluation nutritionnelle, les applications digitales proposées par des entreprises privées. Ces applications permettent d'obtenir des informations sur la composition des produits consommés ainsi qu'une note sur leur profil nutritionnel global. En leur permettant d'avoir une vision du profil nutritionnel des produits, les applications digitales nutritionnelles constituent une réponse inédite à leurs besoins d'information.

En tant qu'application sur smartphone, les applications nutritionnelles se trouvent dans les mains des consommateurs ou plus exactement dans celles de certains consommateurs, ceux qui sont à la fois privilégiés digitalement et qui ont conscience de l'importance de bien se nourrir.

Plusieurs applications nutritionnelles existent telles que, par exemple, Yuka, MyFitnessPal, simple Feas, Kwalito. Ces applications peuvent être utilisées à tout moment et partout par le consommateur. Leur utilisation semble être en phase avec les motivations habituelles d'utilisation des smartphones en magasin qui sont surtout utilitaires.

Face à leur usage croissant en magasin, cet article étudie comment les applications nutritionnelles transforment la manière de faire les courses alimentaires. Une étude exploratoire qualitative menée auprès de 28 répondants met en lumière l'effet de ces applications sur l'état d'esprit et les comportements des clients en magasin.

L'analyse de contenu révèle que l'utilisation d'une application nutritionnelle durant les courses alimentaires influence non seulement le contenu du caddy du client (panier de courses, type de produits achetés, produits nouveaux, choix entre marques nationales et MDD ...) mais également sa relation aux courses, aux produits, aux marques et à lui-même. Elle transforme en profondeur l'état d'esprit dans lequel il se trouve lorsqu'il fait les courses et l'image qu'il a de lui-même. Elle transforme également son comportement déambulatoire en magasin et lui donne l'opportunité d'y être plus actif.

