



**SIGA DÉVOILE SON ÉTUDE SUR LES FRANÇAIS ET LES ALIMENTS
ULTRA-TRANSFORMÉS EN PARTENARIAT AVEC IFOP**



SIGA DÉVOILE SON ÉTUDE SUR LES FRANÇAIS ET LES ALIMENTS ULTRA-TRANSFORMÉS EN PARTENARIAT AVEC L'INSTITUT IFOP

L'indice qui mesure le taux de transformation dans les aliments, Siga, se penche sur la connaissance des Français en matière d'aliments ultra-transformés et décrypte leurs choix de consommation. Réalisée en partenariat avec l'Institut de sondage IFOP, l'étude indique notamment que 81% des sondés déclarent l'impact pour leur santé comme très important quant à leur décision d'achat. Zoom sur ces chiffres clés !

UNE ALIMENTATION "SANTÉ" AU COEUR DES PRÉOCCUPATIONS

84% des Français font attention à l'impact de ce qu'ils mangent sur leur santé



82% des Français consomment moins mais mieux

81% des sondés considèrent l'impact pour leur santé comme choix n°1 dans la décision d'achat, suivi des marqueurs industriels avec 77% et du made in France avec 71%

LES CRITÈRES D'ACHAT DES PRODUITS ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS



DES CONSOMMATEURS EN ATTENTE D'ENGAGEMENTS DE LA PART DES INDUSTRIELS

82%

des Français jugent très important que les marques et les enseignes alimentaires s'engagent en général



SIGA, UNE SOLUTION POUR TOUS

37%

des utilisateurs du Nutri-Score se trompent : ils pensent que le Nutri-Score prend en compte "Le fait que le produit contienne des additifs, conservateurs, substances controversées..."

69%

des Français jugent l'indice Siga utile dans leurs choix alimentaires

72%

des Français jugent que l'indice Siga devrait être sur les packagings



DES CONSOMMATEURS CONFIANTS

Les Français placent leur indice de confiance à 7/10 envers les producteurs locaux et les petits commerçants et à 6,5/10 envers les labels et les applications comme SIGA.

*Etude réalisée en partenariat avec IFOP sur un panel de 1007 personnes représentative de la population française