

# Revue des travaux de recherche utilisant des données commerciales sur les achats alimentaires

7 mars 2019

Publié dans la revue *PLOS One* en janvier 2019, un article s'intéresse à l'utilisation, pour des travaux de recherche en nutrition et santé publique, de données commerciales sur les achats de produits alimentaires et de boissons sans alcool. 69 articles en langue anglaise ont été sélectionnés. Leur analyse montre que quatre sources sont utilisées : principalement Nielsen (aux États-Unis) et Kantar (au Royaume-Uni et en France), puis GfK (au Danemark) et Euromonitor (pour les études portant sur plusieurs pays ou ayant une approche globale). Si le premier article date de 2007, les années 2011 à 2016 connaissent une augmentation des publications. Deux grands types d'utilisations sont mis en évidence : évaluation de politiques publiques (ex : taxes, programmes d'intervention nutritionnelle), identification de tendances (composition nutritionnelle et caractéristiques des achats alimentaires, y compris socio-démographiques). Si les auteurs considèrent ces données comme un outil intéressant, en particulier pour évaluer les impacts des changements apportés par une entreprise à ses produits, ils en relèvent plusieurs limites : coût d'accès, manque de transparence sur les modes de collecte, etc.

Source : [PLOS One](#)