



Après le NutriScore, une majorité de Français réclame un score environnemental pour les produits alimentaires



Virginie Fauroux

Publié le 12 janvier 2023 à 20h02

Selon une étude BVA, pour 86% des Français, un score environnemental sur les produits alimentaires serait "essentiel". Cet indicateur devra permettre notamment d'évaluer l'utilisation de pesticides, le mode d'élevage et l'origine.

Bactéries dans des pizzas, salmonelles dans des œufs en chocolat, lait contaminé, abattoirs ne respectant pas les normes d'hygiène... Chaque année, des scandales alimentaires font la une de l'actualité, poussant les Français à la défiance. Résultat, plus de 70% d'entre eux ne font pas confiance aux pouvoirs publics, aux marques ou aux médias pour les informer sur l'offre alimentaire, préférant se rabattre sur l'avis de leurs commerçants de proximité (primeurs, bouchers, boulangers...), ou les associations de consommateurs, selon un sondage BVA, commandée par le collectif En Vérité.

Face à ce constat, cette association, qui réunit 60 marques alimentaires demandant la transparence sur les emballages, a voulu savoir ce que les Français souhaitaient vraiment savoir et voir, à même le packaging, concernant la valeur environnementale de leur alimentation. Et ce, alors que le gouvernement a entamé une concertation avec les différents acteurs du secteur pour proposer un score environnemental d'ici à fin 2023, dans le cadre de la loi Climat. Il en ressort que 86% d'entre eux estiment qu'un étiquetage de ce type "est essentiel".

Les Français souhaitent avant tout que cet indicateur réponde à des critères précis et discriminants tels que l'utilisation de pesticides. 91% d'entre eux indiquent ainsi qu'*"ils le consulteraient s'il existait"*. Pour 39%, ce serait même le critère le plus important pour évaluer l'impact environnemental d'un produit alimentaire. Par ailleurs, un quart des Français place le mode d'élevage en tête de ses critères de choix pour un produit alimentaire, et 90% s'y référeraient s'il était clairement affiché. Ils sont aussi très attentifs à l'origine des produits : 80% évaluent ce critère quand il est disponible. Or ce critère est aujourd'hui absent des affichages environnementaux déjà adoptés par certaines



marques. Les indicateurs sur la préservation de la biodiversité (12%), des ressources (12%) et du climat (13%) sont quant à eux jugés prioritaires par seulement un Français sur dix.

90% des Français reconnaissent également que l'offre alimentaire n'est pas adaptée aux enjeux de climat et de biodiversité. Une frustration qui repose aussi sur la perception de l'information qui l'accompagne. Jugée crédible par moins de 2 personnes sur 10, difficile à comprendre (78%), difficile à trouver (80%) ; elle ne facilite pas le choix des produits alimentaires. Et d'ailleurs, sur quoi se basent les Français aujourd'hui pour évaluer l'impact environnemental ? Sur des informations qui ne lui sont qu'indirectement reliées, mais qui sont disponibles (et parfois en pagaille) : liste des ingrédients (82%), origine (80%), mentions "sans" sur les emballages (78%), Yuka (33%).

L'information environnementale doit donc encore convaincre, en particulier, les Français qui n'organisent pas encore leurs achats en fonction de leurs convictions. En priorité, les "consom'acteurs", sensibles aux enjeux environnementaux, qui ne savent pas comment agir, mais souhaitent le faire (54%). Mais aussi les "indifférents" (16%) pour qui ces enjeux ne sont pas prioritaires, souligne encore l'étude BVA.

