

Pourquoi l'affichage environnemental sur les produits alimentaires est un casse-tête



- Du A sur fonds vert pour les produits les plus vertueux au E sur fond rouge pour les cancrés... Les consommateurs sont désormais habitués à cette notation avec le Nutriscore, qui juge la qualité nutritionnelle des produits alimentaires.
- Ces dernières années, plusieurs acteurs de l'agroalimentaire ont lancé un dispositif similaire, cette fois-ci pour informer sur leurs impacts environnementaux. C'est l'Eco-Score ou le Planet-Score que vous avez peut-être déjà croisé en rayon.
- Pas simple toutefois de faire coexister plusieurs affichages. C'est tout le travail engagé par le gouvernement qui veut lancer une méthode officielle d'ici à la fin de l'année. Un vaste chantier. Un sondage BVA paru ce jeudi cerne les attentes des Français sur le sujet.

« Il est nécessaire de donner [au consommateur] l'information appropriée à une prise de conscience de l'impact de ses choix afin de l'orienter vers des pratiques plus vertueuses. » Ce constat de la Convention citoyenne pour le climat donnait lieu à la première de leurs 149 propositions remises à Emmanuel Macron, en juin 2020, pour accélérer la baisse des émissions de CO2 françaises.

Ces 150 citoyens tirés au sort prônaient une obligation d'affichage carbone des produits et services. Sur le modèle du nutriscore (qui évalue la qualité nutritionnelle d'un produit) apposé sur les emballages et qui renseignerait sur les émissions de CO2 générées par le produit tout au long de sa vie.

L'idée sera reprise dans la loi Climat et Résilience. C'est l'article 2 qui prévoit la création d'un écoscore, l'équivalent d'une note permettant d'informer sur l'impact environnemental -pas seulement climatique donc- sur les produits alimentaires. Essentiel pour 86 % des Français

Pour 86 % des Français, ce score environnemental est jugé essentiel, indiquait jeudi un sondage BVA pour le collectif En Vérité. Les acteurs de l'agroalimentaire n'y seraient pas tous opposés également, bien au contraire. Ce collectif « En vérité » réunit d'ailleurs 60 marques qui militent pour plus de transparence dans leurs secteurs. « Evaluer la valeur environnementale d'un produit est quasi-mission impossible aujourd'hui, regrette



Sébastien Loctin, son fondateur. On est confronté soit à un manque d'informations, soit aux belles histoires marketing des marques, soit à une profusion de labels (plus de 400 à ce jour). Ce flou ne permet pas aux marques qui font bien les choses d'être récompensées de leurs efforts. »

Reste à mettre en place ce score environnemental. Des expérimentations ont d'ores et déjà été lancées. Vous avez ainsi peut-être déjà croisé en rayon l'« Eco-score » créé en janvier 2021 par neuf acteurs de l'alimentaire (Yuka, Marmiton, Foodcherie, Season...). Ou le « Planet-Score », qui verra le jour un peu plus tard et créé par l'Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologiques (Itab).

Ces deux affichages, testés aujourd'hui sur plusieurs milliers de références, ont des similitudes. Celle, par exemple, de restituer le score environnemental sur une note qui va du A sur fond vert au E sur fond rouge, comme le nutriscore. Un autre point commun : Agribalyse, une base de données publique élaborée par l'Ademe et qui mesure l'impact environnemental de milliers de produits alimentaires, en raisonnant en termes d'Analyse de cycle de vie (ACV). En clair : les impacts environnementaux à toutes les étapes de la vie du produit, de la fourche à la fourchette, sont pris en compte. C'est le point de départ des deux affichages que chacun complète ensuite à sa façon, en ajoutant d'autres critères dans le calcul de la note globale.

Trouver l'affichage officiel

Mais imaginez la pagaille si plusieurs méthodes coexistent. Tout l'enjeu est d'aboutir à un affichage officiel qui mette tout le monde d'accord, tant sur la méthode de calcul que sur la façon de restituer clairement les résultats aux consommateurs. C'est tout le travail engagé par l'État, avec cet objectif qu'il soit mis en place d'ici la fin de cette année. « Cela nécessite qu'une première proposition soit mise sur la table dans les prochains mois pour qu'elle soit discutée, critiquée par tous les acteurs concernés », précise Pascal Dagrassat, qui travaille sur ce dossier au ministère de la Transition écologique.

La tâche n'est pas simple. Cette étude BVA l'atteste en ayant cherché à mieux cerner les attentes des Français, en les testant avec le Planet-Score. Cet affichage a la particularité non seulement de restituer la note globale (de A à E donc), mais ajoute, en dessous, l'évaluation du produit dans trois sous-catégories : la biodiversité, les pesticides et le climat (impact carbone). Plus une information, dans le coin droit, sur le mode d'élevage. Plutôt bien vu ? L'étude BVA conclut en tout cas qu'un « affichage commencera à être véritablement intéressant à partir du moment où ils s'appuient sur des indicateurs concrets et précis », retient Régis Olagne, directeur de clientèle à BVA qui a supervisé l'étude. Le premier plébiscité par les Français est la non-utilisation de pesticides, citée par 39 % des sondés. Suivent un mode d'élevage respectueux (25 %), puis la préservation de la biodiversité (12 %), du climat (13 %) et des ressources (12 %).

@planetscore - @planetscore

« S'appuyer sur des indicateurs concrets » au risque de trop simplifier les enjeux ?

« Mais quand on interroge sur ces trois derniers indicateurs, on se rend compte que la part de ceux capables de détailler les engagements concrets qu'ils attendent derrière est relativement faible, reprend Régis Olagne. Et les réponses données se recourent d'un indicateur à l'autre, signe qu'ils ne sont peut-être pas assez spécifiques. » C'est nettement moins le cas pour la non-utilisation des pesticides et le mode d'élevage qui semblent bien plus parler aux sondés. « Il y a plus de sondés en capacité de détailler ces deux indicateurs et les réponses qu'ils donnent sont plus spécifiques au sujet », reprend Régis Olagne.

C'est toute la recommandation qu'adresse alors En Vérité à l'État : que le futur affichage environnemental réponde bien à l'inspiration d'une information claire sur les critères qui tiennent le plus à cœur aux Français », appelle le collectif dans un communiqué. L'utilisation de pesticides et le mode d'élevage donc, mais aussi l'origine, ajoute le



collectif, l'étude ayant montré qu'il s'agit d'un autre critère important guidant le choix des Français dans leur consommation.

Gare toutefois à ne pas trop simplifier les enjeux ? « L'utilisation ou non de pesticides, le mode d'élevage ou l'origine donnent des informations sur comment ont été fabriqués les produits, rappelle Pascal Degras. Mais intégrer les impacts qu'ils ont sur la biodiversité, le climat ou les ressources tout au long de leur vie [lors de leur transport par exemple] est tout aussi essentiel. » Pas question donc d'en choisir un et pas l'autre. « Ce n'est pas simple, bien évidemment, reconnaît Pascal Degras. Toute la question est de savoir comment on articule, dans la méthodologie, ces deux niveaux d'enjeux : comment on produit et comment on impacte. » La réflexion se poursuit.

