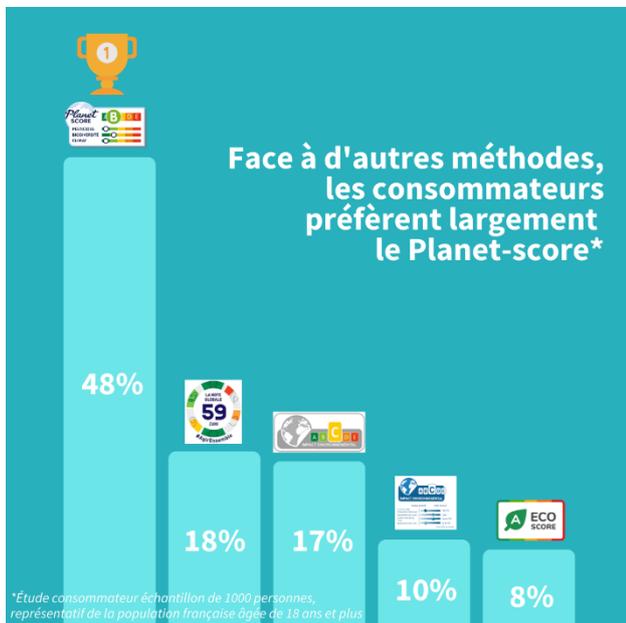


Paris, le 26 janvier 2022  
 contact presse : Sabine Bonnot – 07 82 55 32 43 – [contact@planet-score.org](mailto:contact@planet-score.org)

## ETIQUETAGE ENVIRONNEMENTAL :

### le Planet-score sur les produits alimentaires, un véritable moteur de la transition écologique de l'agro-alimentaire

Le Planet-score rencontre un **succès grandissant auprès des citoyens, et auprès des entreprises** qui souhaitent accélérer la transition écologique de l'alimentation en améliorant leur offre. Cette étiquette environnementale, conçue au service de **l'intérêt général** et soutenue par un **collectif indépendant** rassemblant des scientifiques et des associations de protection de l'environnement et du bien-être animal, est destinée à être apposée sur les produits alimentaires, aussi bien dans les sites de e-commerce que sur les emballages. Elle fournit aux consommateurs une **information claire, complète**, et qui écarte toute possibilité de **greenwashing**.



Dans une étude consommateurs sur un **panel de 1000 personnes représentatives de la population française** âgée de plus de 18 ans, parmi cinq formats proposés, le Planet-score est **très largement préféré** (cf. image à gauche) : **48%**, contre **18%** pour le second, et **8%** pour le dernier.

**Plus de 10.000 citoyens** ont à nouveau été consultés fin 2021, et ont massivement répondu en faveur de cette **étiquette détaillée** par rapport à l'alternative composée d'une note seule, qui est jugé opaque, non compréhensible, et qui provoque de la défiance. **L'étude menée récemment par UFC-Que Choisir donne le même résultat** (cf. annexe 1).

Les études menées sur le panel représentatif de 1000 personnes montrent que les citoyens sont particulièrement attachés à l'affichage de l'indication du **mode d'élevage**, et de l'usage des **pesticides**. C'est également ce qui ressort de l'étude menée par Carrefour en décembre dernier, qui dresse un « bilan mitigé du test de l'Eco-score »<sup>1</sup> (cf. annexe 2).

Confrontés à cette étiquette qui affiche une note seule, **les clients de Carrefour ont déclaré vouloir en plus l'affichage du mode d'élevage et des pesticides**. C'est précisément l'information que fournit le Planet-score. Avec deux mentions supplémentaires importantes (biodiversité et climat). **Le Planet-score est donc, dans toutes les études où il est proposé en comparaison, l'étiquette plébiscitée par les consommateurs.**

<sup>1</sup> <https://www.lineaires.com/la-distribution/eco-score-les-clients-de-carrefour-mitiges>



Dans le même temps, le mouvement des entreprises s'est amplifié, et aujourd'hui **plus de 70 enseignes et fabricants** font évaluer leurs produits avec le Planet-score. En France, mais également en Allemagne et en Espagne. Des interventions sont également demandées au Planet-score jusque sur le continent américain. **Plus de 3000 produits ont été notés, depuis les fruits et légumes jusqu'aux steaks en passant par les produits transformés comme des pizzas ou des crèmes glacées.** Cette base de données va pouvoir être déployée sur l'ensemble des produits alimentaires du marché dans les mois qui viennent. Afin que les entreprises qui le souhaitent puissent travailler sur leurs gammes et les améliorer.



Les premières entreprises à avoir reçu leurs évaluations Planet-score ont d'ailleurs, pour certaines, décidé de rendre leurs notes visibles des consommateurs sur les sites de e-commerce dans les semaines à venir, d'autres vont l'afficher sur l'emballage de leurs produits. Ce déploiement va permettre d'évaluer la perception de l'étiquetage environnemental par les consommateurs grâce à des études spécifiques, et de faire un premier bilan d'étape à l'automne avec les entreprises engagées dans la démarche, pour un retour sur l'impact de ce dispositif d'information consommateur.

Les entreprises qui ont commencé à recevoir leurs évaluations Planet-score depuis quelques semaines ont d'ailleurs, après discussion des résultats avec le Planet-score, **pris conscience de l'impact environnemental, favorable ou défavorable, de leurs produits**, et certaines ont décidé d'engager des démarches pour améliorer leurs résultats. Cela peut concerner la certification de leurs produits à base de chocolat sur du « zéro déforestation ». Ou des reformulations pour rééquilibrer l'impact des ingrédients viande, en basculant sur des produits issus d'élevages plus vertueux mais utilisés en plus faible quantité dans le produit final. Ou des démarches sur les intrants en production végétale. L'entreprise Triballat-Noyal, distribuée en magasins sous les marques Sojade, Sojasun, Vrai, La Bergerie, la Chèvrerie notamment, livre son expérience suite aux notations Planet-score de ses produits.



### Témoignage de Solenn Douard, directrice générale de Triballat-Noyal

*Notre entreprise a toujours été très soucieuse de l'impact de ses activités sur l'environnement. Nous produisons et commercialisons à la fois des produits conventionnels et bio, des produits laitiers et végétaux. Nous sommes engagés de longue date dans des modèles de production responsables. Il nous semble essentiel que le secteur agro-alimentaire puisse s'appuyer sur une étiquette environnementale qui reflète véritablement les enjeux, basée sur une méthodologie fiable, complète et actionnable.*

*L'évaluation par le Planet-score de l'ensemble des produits de notre gamme ultra-frais a conforté le faible impact de nos produits sur l'environnement, nos approvisionnements de laits et de soja étant très bien notés. Mais cette évaluation nous a également éclairés sur l'impact élevé de certains ingrédients secondaires. Le Planet-score permet de se questionner sur l'approvisionnement de ces ingrédients, sur lesquels il a révélé des marges de progrès importantes. L'équipe du Planet-score a partagé avec nos équipes à la fois les résultats, mais également les déterminants de ces résultats, ce qui a permis d'identifier des axes très concrets d'amélioration, et de prévoir l'évolution de nos scores si nous allons dans cette direction. C'est très mobilisateur pour nos équipes. Par exemple les notations Planet-score nous ont fait prendre conscience de*

*l'impact environnemental du sucre issu des betteraves sucrières dans nos yaourts végétaux sucrés. En retravaillant nos yaourts au soja sur l'ingrédient sucre, nous pouvons améliorer significativement notre Planet-score. Travailler sur ces filières serait un formidable levier pour améliorer l'impact environnemental de nos produits, et de beaucoup d'autres sur le marché.*



*La démarche du Planet-score est pertinente car elle est fiable, et produit des notations cohérentes, explicables. Elle permet d'accompagner l'ensemble des industriels à comprendre et à s'approprier l'impact environnemental de leurs produits en identifiant des pistes d'amélioration notamment dans le choix des ingrédients, leur origine, les méthodes de culture ou d'élevage. Ainsi que sur les emballages ou la distance parcourue. Par son approche pédagogique et son niveau d'exigence élevé, elle a la capacité d'éclairer les industriels et de guider les consommateurs pour améliorer réellement le bilan environnemental de ce que nous produisons et consommons. Améliorer ses notations Planet-score est un vrai défi concret, qui va bien au-delà des questions d'emballage, et que nous serions fiers de relever avec l'ensemble des parties prenantes.*



## Le monde de l'abeille soutient le déploiement du Planet-score

Béatrice Robrolle (présidente de Terres d'Abeilles) et Frank Aletru (président du Syndicat National d'Apiculture)



*Le déploiement du Planet-score est une excellente nouvelle pour l'environnement, et pour les abeilles en particulier ! Nous sommes très heureux que cette étiquette donne des clés pertinentes aux citoyens pour choisir, et aux entreprises pour agir.*

*La protection de la biodiversité, et notamment des insectes pollinisateurs, est une urgence. Le Planet-score montre notamment aux consommateurs l'usage des pesticides pour la production des aliments : c'est une information indispensable, et le Planet-score permet de la rendre visible. Car ce paramètre impacte directement la nature, les abeilles bien sûr, mais tout le vivant également, les oiseaux, les vers de terre, et jusqu'aux humains, comme le montrent les travaux scientifiques sur le concept de « Santé Unique ». Nos organisations apicoles soutiennent cette étiquette environnementale, premier affichage environnemental à orienter les choix industriels vers une agriculture et un élevage plus respectueux de l'environnement. Et nous nous réjouissons de voir les premiers résultats concrets des notations Planet-score : il est très encourageant que des fabricants annoncent vouloir s'engager par exemple dans le choix d'un sucre de betteraves cultivées sans insecticide néonicotinoïde ou autre pesticide dans leurs gammes généralistes. **La nature a de la chance que cette étiquette Planet-score se déploie aujourd'hui, il est grand temps !***

### **Le Planet-score : une méthode d'étiquetage exigeante et transparente au service de la transition écologique de l'alimentation**

Le Planet-score offre une vision panoramique des enjeux, avec un haut niveau d'exigence et de transparence, **du champ à l'assiette**, et intègre aussi bien **les impacts agricoles** que **les impacts des emballages ou du transport**. Il montre notamment une réalité qui est parfois éloignée des a-priori : l'immense majorité (plus de 85%) des impacts environnementaux négatifs liés à la production des aliments se situe sur les fermes. Mais aussi la majorité des impacts positifs, car l'agriculture et l'élevage sont également pourvoyeurs de services, que le Planet-score restitue de manière graduée, pour rendre compte des démarches de progrès engagées par certains opérateurs. L'étiquette environnementale Planet-score donne donc à voir des réalités dont le consommateur et le citoyen sont souvent très éloignés. Il montre sans ambiguïté les aliments à faible impact, et ceux dont les impacts sont élevés et qui doivent être améliorés.

## Ils soutiennent le déploiement du Planet-score



## Ils œuvrent pour expliquer et déployer le Planet-score



## Ces fondations soutiennent nos travaux



## Nous remercions également pour leur soutien



# Annexe 1 – Etude consommateurs UFC

octobre 2021

Entre ces deux formats, lequel préférez-vous ?



# Annexe 2 - communication de Carrefour

début décembre 2021, suite au test de l'Eco-score

Contact : presse\_france@carrefour.com



*L'Éco-score ne valorise pas assez certains critères considérés comme très importants par les clients*

Pour nos clients, le bien être animal, la présence de pesticides et le mode d'élevage, sont les critères qui devraient être le plus valorisés dans la notation de l'Éco-score

% en 1er + en 2ème + En 3ème

Le bien être animal	23	16	15	54%
La présence de pesticides	21	17	16	54%
Le mode d'élevage pour les produits d'origine animale	20	19	13	52%

Les personnes interrogées ont souligné l'importance d'avoir un score synthétique, basé sur une méthode de calcul claire et transparente. Celles-ci ont également manifesté la volonté de faire ressortir davantage des critères comme les pesticides, ou d'en ajouter de nouveau comme le bien-être animal.

® La marque ECO-SCORE est une marque déposée et propriété de l'ADEME