



Paris, le 24 mai 2022

contacts presse : Sabine Bonnot – 07 82 55 32 43 – [contact@planet-score.org](mailto:contact@planet-score.org) / William Lambert - 06 03 90 11 19 - [william@lambertcommunication.com](mailto:william@lambertcommunication.com)

## ETIQUETAGE ENVIRONNEMENTAL

### le Planet-score lauréat du Premier Prix de Retail for Good : les acteurs économiques s'engagent en récompensant l'étiquette 100% anti-greenwashing

Les acteurs de la distribution s'engagent pour la transparence consommateurs, au service des réelles mutations environnementales dont la planète et ses habitants ont besoin : le jury de Retail for Good, composé de 9 dirigeants et experts RSE, a récompensé le 19 mai, lors d'une cérémonie organisée à Paris, l'initiative exemplaire que constitue le Planet-score, avec le **Premier Prix**. Les trois critères pour faire ce choix étaient **l'impact et la déployabilité, le caractère transformationnel, et la démonstration de l'ouverture d'une voie réellement nouvelle**<sup>1</sup>. Parmi la quarantaine d'initiatives sélectionnées pour cette première édition, c'est donc le Planet-score qui a obtenu le Premier Prix, aux côtés de trois autres initiatives extraordinairement inspirantes<sup>2</sup>. Son caractère 100% anti-greenwashing a été mis à l'honneur.

RETAIL FOR GOOD

# Les Mercis du retail

19 mai 2022 à Paris

1er prix

**Good for the planet**  
Actions ayant un impact démontrable sur les enjeux écologiques au sens large (réchauffement climatique, biodiversité, etc.)

RETAIL PROJECT

RETAIL FOR GOOD

<sup>1</sup> <https://www.retailproject.fr/retail-for-good> et brochure téléchargeable [ici](#)

<sup>2</sup> Les quatre lauréats seront affichés sur : <https://www.retailproject.fr/retail-for-good>



Cet événement a été l'occasion de matérialiser la volonté des distributeurs inspirants de promouvoir la **transparence**. Interrogée sur ce point à l'issue de l'événement, la porte-parole du collectif Planet-score<sup>3</sup>, Sabine Bonnot, précise : « *Primer le Planet-score est un acte fort, qui montre que chaque entreprise peut devenir un acteur exemplaire, et que la responsabilité sociétale n'est pas prise à la légère par les éclaireurs du secteur. Le soutien des distributeurs à cet étiquetage Planet-score, qui est clairement identifié comme **anti-greenwashing**, et qui est lauréat précisément pour ce motif **distinctif**, est un marqueur d'authenticité auquel les citoyens seront très sensibles. L'authenticité – ce qu'on montre pour de vrai, les engagements qu'on prend et ce qu'on en fait - sera la seule manière de **regagner la confiance des consommateurs**, dans un moment où la défiance est extrêmement forte vis-à-vis de la grande distribution, et de l'agro-alimentaire en particulier. Faire preuve d'ouverture et non de repli, devenir facilitateur des transformations au lieu de verrouiller, porter le Planet-score même quand on est fortement challengé sur certains produits, montrer la réalité comme elle est au lieu de faire l'autruche, ces positions sont exemplaires aussi, tout autant que le Planet-score qui est lauréat aujourd'hui. Aucune transformation écologique ne pourra avoir lieu si elle est portée par des acteurs fragmentés, qui ne porteraient que leur intérêt propre et ne montreraient que ce qui les arrange. Que les entreprises répondent ainsi présentes face au niveau d'exigence et de transparence élevé du Planet-score, est une immense source de satisfaction et d'espoir. Car le Planet-score embrasse sans tabou toutes les dimensions environnementales, notamment des enjeux clés tels que les pesticides ou le mode d'élevage, qui sont très attendus des consommateurs. Le Planet-score positionne son étiquetage au service exclusif de l'intérêt général. C'est donc un acte de vérité puissant que de contribuer à la mise en visibilité et au développement du seul étiquetage qui, en France mais également à l'étranger, affiche toutes les dimensions de manière aussi explicite et synthétique, et permet une réelle comparaison entre les produits. C'est aussi un signal très fort adressé à l'écosystème économique et institutionnel : des entreprises majeures sont en mouvement pour le bien commun, et revendiquent un rôle inspirant en portant une ambition de réelle mutation, et un récit positif porteur de sens collectif.* »

Comme l'indique Emery Jacquillat, président de la Communauté des Entreprises à Mission<sup>4</sup>, qui présidait le jury et a remis avec Elisabeth Cunin, présidente de Kiabi, ce Premier Prix au collectif Planet-score : « *Nous avons été saisis par la force et la cohérence de votre initiative, la démarche de fond que vous avez engagée, le succès immédiat qu'elle a rencontré grâce à sa pertinence, et le récit global que vous portez. Cet étiquetage a la capacité de rendre les consommateurs mais aussi les entreprises réellement acteurs pour accélérer les transformations nécessaires grâce à la transparence. Nous voulons récompenser la trajectoire dans laquelle vous engagez les entreprises, et les nuances différenciantes que le Planet-score permet de montrer : le Planet-score valorise les démarches avancées, mais aussi les efforts de ceux qui se mettent en chemin pour faire mieux qu'aujourd'hui pour la planète. Il nous met tous en responsabilité. Bravo pour ce que vous accomplissez, le jury souhaite que le Planet-score continue à se développer rapidement, en France et à l'étranger, et transforme le marché mais aussi les entreprises dans la manière dont elles investissent leurs missions.* »

Cédric Ducrocq, président de Diamart Group, qui a animé le processus de nomination, met en perspective la remise de ces prix Retail for Good : « *Le défi est de taille. Il ne s'agit pas de lancer quelques initiatives ponctuelles, mais de faire muter le modèle pour le rendre structurellement vertueux. Si la route est droite, la pente est donc raide, surtout quand les crises successives mettent les business models sous pression. La création des Mercis du Retail correspond à cette **volonté de valoriser les initiatives exemplaires, celles qui traduisent un véritable effort, celles qui font vraiment bouger les lignes**. Les Mercis sont nommés par un jury de dirigeants du retail et d'experts RSE, à la fois exigeants et pragmatiques<sup>5</sup>. Avec ce Premier Prix attribué au Planet-score, nous souhaitons valoriser une initiative puissante, qui engage véritablement l'avenir avec un potentiel transformatif considérable (**pas de greenwashing possible** !). A chaque entreprise de s'engager pour un monde meilleur. La planète, et chacun d'entre nous, citoyens de tous âges, consommateurs, collaborateurs au sein des entreprises, en avons grand besoin. Même et surtout en ces temps troublés, qui ne doivent pas nous faire perdre de vue l'essentiel : préserver l'environnement, prendre soin des liens qui nous unissent, pour écrire positivement l'avenir.* »

Cathy Collart, présidente de Picard, membre du jury, a également salué ce prix avec enthousiasme : « *Aujourd'hui, je tiens à féliciter l'ensemble des lauréats et participants de cette édition de Retail For Good, et tout particulièrement le Planet-score qui remporte le 1er prix. Le Planet-Score œuvre à donner de la transparence sur l'impact environnemental des aliments, un enjeu qui nous est cher chez Picard Surgelés. Un grand bravo donc à tous ces projets qui nous ont prouvé que le retail est au rendez-vous des innombrables défis pour rendre notre société plus durable. Cela est rarement synonyme de facilité, mais les efforts consentis permettront de faire la différence !* ».

La création de ce prix des Mercis du Retail marque un tournant dans le désir, pour les éclaireurs du secteur, de porter les transformations en n'occultant plus les faiblesses, et en en faisant des points de développement explicites. Il a été dit

<sup>3</sup> [www.planet-score.org](http://www.planet-score.org)

<sup>4</sup> <https://www.entreprisesamission.org/>

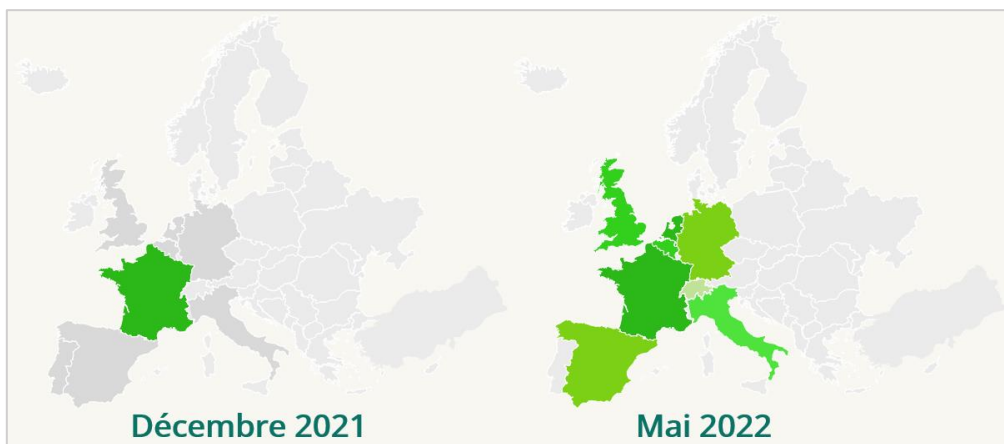
<sup>5</sup> Composition complète du jury accessible dans la brochure téléchargeable [ici](#)

lors de la cérémonie que « ***l'effort compte, il compte davantage même que le point de départ*** ». C'est précisément ce que porte le Planet-score, puisqu'il permet, au-delà de la prise de conscience initiale sur l'impact de tel ou tel produit, de décider quels défis relever et dans quel ordre chaque entreprise peut le faire, de manière concrète et pragmatique, de l'amont à l'aval. Sabine Bonnot, porte-parole du collectif Planet-score, précise : « *C'est le retour d'expérience qu'en font les premières entreprises qui ont maintenant reçu leurs notations Planet-score, et qui s'en sont saisies en interne pour travailler à l'amélioration environnementale de leurs produits. Ces entreprises témoignent aujourd'hui de la pertinence du Planet-score non seulement comme dispositif d'information clients, mais aussi comme outil d'écoconception des produits. Certaines d'entre elles ont d'ores et déjà annoncé leur décision d'offrir la transparence à leurs clients sur la totalité des étiquettes Planet-score de leurs produits à marque propre, que les étiquettes soient bonnes ou mauvaises. Certaines enseignes ont également déclaré qu'elles rendront visibles toutes les étiquettes des produits que les marques accepteront de rendre visibles<sup>6</sup>. C'est donc un mouvement de vérité qui démarre maintenant grâce au Planet-score.* »

**Un mouvement qui est salué par les membres du collectif Planet-score.** Comme le précise Cécile Claveirole, porte-parole de FNE, ONG membre du collectif : « *nous ne pouvons pas résoudre aujourd'hui les défis écologiques majeurs auxquels nous sommes collectivement confrontés en utilisant les mêmes modes de raisonnement et de communication que ceux qui nous ont conduits jusqu'ici. Il est indispensable d'avoir une vision globale des enjeux pour sortir des ornières actuelles, et que chacun fasse sa part. Il est extrêmement vertueux que les distributeurs récompensent aujourd'hui un étiquetage exigeant qui fixe clairement le cap sur la boussole de la société civile et sur les préoccupations des citoyens, notamment l'impact des pesticides sur la nature : c'est un point fort du Planet-score, que le jury a mentionné comme tel* ». Agathe Gignoux, responsable des affaires publiques de CIWF France, ONG également membre du collectif, complète : « *Le fait que le jury mentionne explicitement l'importance que revêt l'affichage du mode d'élevage, basé sur des critères clés de bien-être animal, dès que le produit alimentaire contient plus de 5% de produit issu de l'élevage, est pour nous un signal fort : les opérateurs inspirants sont prêts à soutenir les évolutions tant attendues par les citoyens, sur toutes les dimensions des systèmes de production de nos aliments en lien avec les enjeux environnementaux* ».

~~~~~

Fier de contribuer à produire des dynamiques vertueuses, et fort de cette nouvelle superbe reconnaissance, le collectif du Planet-score poursuit le déploiement de l'étiquetage avec tous les acteurs favorables à des démarches authentiquement vertueuses. Pour répondre aux demandes de transparence exprimées par les citoyens, mais aussi par les entreprises, le développement est actuellement en cours en France, ainsi que dans 6 autres pays européens depuis quelques semaines. **120 entreprises** sont aujourd'hui engagées dans le scoring (<https://www.planet-score.org/marques/>).



Les entreprises, mais également les collectivités et les restaurateurs, qui souhaitent réellement faire leur part et se saisir de cet outil pour prendre à bras le corps les vrais défis environnementaux, peuvent le faire en contactant le collectif.

La prochaine présentation du Planet-score aura lieu lors d'un webinar organisé par **MakeSense le 30 mai prochain**, de 11h à 12h30. En présence de représentants du **collectif Planet-score**, de **trois distributeurs engagés**, et de **deux acteurs de l'agroécologie** : [L'agro-alimentaire doit se réinventer pour lim... : events that makesense](#)

**D'autres événements vont avoir lieu dans les semaines à venir.** Ils seront annoncés sur le site internet et via Linked-in : [www.planet-score.org](http://www.planet-score.org) et [linked in](https://www.linkedin.com).

---

<sup>6</sup> Parmi ces enseignes pionnières de la transparence : Monoprix, Franprix, Naturalia, Biocoop, Greenweez, La Vie Claire, Omie...



# Les entreprises engagées dans le scoring Planet-score

(liste non exhaustive, mise à jour régulièrement sur le site web)



## Les expertises mobilisées pour la boussole du Planet-score



Le Planet-score remercie tous ses soutiens et donateurs, notamment :



Un immense merci également aux bénévoles qui, parce que ce projet a du sens, donnent sans compter leurs heures et leurs expertises multiples, alors qu'ils pourraient se contenter de faire leur travail « normal » et de contribuer au « business as usual »... Un grand merci aussi aux experts et scientifiques 'impliqués', qui aux côtés du collectif exercent leur talent avec modestie et engagement, dans le souci réel d'une planète vivante.

