

Louvain School of Management

Impact des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits.

Focus sur le Planet-score

Auteur : Guisset Thomas
Promotrice : Swaen Valérie
Année académique 2022-2023
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre de
Master (60) en Sciences de Gestion
Horaire de jour

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué, de quelques manières que ce soit à la réalisation de ce travail de fin d'étude.

Tout d'abord, je remercie vivement ma promotrice, Madame Valérie Swaen, pour sa disponibilité, son aide et ses conseils tout au long de la rédaction de ce TFE.

Ensuite, mes remerciements s'adressent à Sabine Bonnot, Maxime Goudeseune et Marc Fichers pour leur disponibilité et leur aide précieuse pendant notre entretien.

Je tiens également à exprimer ma gratitude à ma famille et mes amis pour leur soutien et leurs encouragements tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Je remercie particulièrement Michèle Paque pour son soutien quotidien, sa présence et son aide dans la relecture de ce mémoire.

Je vous souhaite une bonne lecture

Résumé

Ce travail de fin d'étude s'est porté sur l'impact des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits, en mettant en avant l'organisation du Planet-score. Nous avons examiné de manière détaillée la question de la durabilité dans l'étiquetage des produits alimentaires, en mettant en évidence les caractéristiques novatrices du Planet-score qui se concentre sur la valeur écologique plutôt que sur l'impact environnemental.

Les résultats de cette revue de littérature approfondie ont démontré que l'inclusion d'informations précises sur les actions environnementales et sociales des entreprises sur les emballages des produits alimentaires peuvent jouer un rôle essentiel dans la sensibilisation des consommateurs et dans leurs choix d'achat.

De plus, notre analyse a souligné l'importance de la transparence et de la crédibilité des informations fournies, ainsi que de la collaboration entre les parties prenantes pour garantir une mise en œuvre efficace du score.

En conclusion, cette étude a identifié l'impact significatif des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits en abordant le Planet-score qui représente une approche prometteuse pour aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées.

Cependant, il est crucial de continuer à développer des mesures de transparence et de renforcer la coopération entre les parties prenantes pour assurer une transition efficace vers une consommation plus respectueuse de la planète.

Table des matières

Introduction	1
Partie 1 : Eléments de contexte	3
1. L'étiquetage des produits alimentaires	3
2. Inventaires et statuts des limites planétaires	6
a) Les deux limites planétaires non dépassées	7
i. La couche d'ozone stratosphérique	7
ii. Acidification des océans	7
b) Les sept limites planétaires dépassées.....	8
i. Changement climatique	8
ii. Erosion de la biodiversité	9
iii. Perturbation des cycles biochimiques de l'azote et du phosphore	11
iv. Changement d'utilisation des sols	12
v. Introduction de nouvelles entités dans l'environnement.....	12
vi. Cycle de l'eau douce	13
c) Solutions pour se réaligner dans les frontières planétaires.....	14

3. Les enjeux d'une transition écologique	15
a) Agriculture	16
b) Elevage	17
c) Alimentation.....	19
4. Analyse comparative des labels alimentaires biologiques par rapport aux étiquetages alimentaires durables.....	20
Partie 2 : L'étiquetage alimentaire : Planet-score	23
1. Définition du Planet-score	23
2. Description de l'étiquetage du Planet-score	26
a) La notation PEF (Product Environmental Footprint) :.....	26
b) La graduation :	26
i. Climat	27
ii. Biodiversité.....	27
iii. Pesticides.....	27
c) Mode d'élevage :	27
3. Les finalités et les objectifs du Planet-score :	28

4. Analyse critique du Planet-score.....	31
a) Faiblesses et limites du Planet-score.....	31
b) Forces et opportunités du Planet-score.....	33
Partie 3 : Information concernant les consommateurs.	35
1. Comportement du consommateur	35
2. Comportement du consommateur vis-à-vis du Planet-score.....	40
Conclusion générale	42
Bibliographie	45
Annexes	51
Annexe 1 : Entretien avec Sabine Bonnot :.....	51
Porte-parole du Planet-score.....	51
Annexe 2 : Entretien avec Maxime Goudeseune.....	72
Communication Officer Biogarantie et Co-manager Probila-Unitrab.....	72
Annexe 3 : Entretien avec Marc Fichers	92
Conseiller Nature et Progrès. Ancien secrétaire général et porte-parole de l'association....	92

Introduction

L'impact de l'activité humaine sur l'environnement et la nécessité de promouvoir des pratiques durables sont devenus des préoccupations majeures dans notre société actuelle. Les consommateurs sont de plus en plus conscients de la manière dont leurs décisions d'achat affectent l'environnement et modifient la responsabilité sociale des entreprises. Dans ce contexte, les entreprises sont contraintes de rendre des comptes sur leurs actions sociales et environnementales, y compris par le biais de l'emballage des produits. (LSA, 2022)

Mon travail de fin d'étude vise à examiner l'impact des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits. Les emballages se transforment et s'actualisent dans notre contexte sociétal et environnemental en pleine transition. En effet, les informations indiquées sur l'emballage des produits jouent un rôle crucial dans cette évolution, car il offre aux entreprises un moyen concret de montrer à leurs clients leurs engagements sociaux et environnementaux. De nombreux consommateurs recherchent activement des produits dont les pratiques de production sont respectueuses de la planète. Les entreprises ont donc tout intérêt à augmenter la transparence des indications fournies sur leurs emballages, afin de promouvoir leurs initiatives en matière de gestion durable. (Planet-score, 2022)

Dans ce contexte, apparaissent de nouveaux étiquetages. L'un d'entre eux se démarque et s'avère être le plus pertinent ; il s'agit du Planet-score, qui est un outil permettant d'évaluer les critères environnementaux des entreprises. Le Planet-score se distingue par son origine ; il est le fruit de l'initiative d'acteurs indépendants tels que des associations de consommateurs, des ONG environnementales, des ONG de protection du bien-être animal, ainsi que des experts et des scientifiques. Cette collaboration diversifiée a abouti à la création de ce dispositif unique en Europe. Le Planet-score permet de contribuer aux changements en luttant contre le déclin de la biodiversité, le changement climatique, la déforestation, les pollutions de l'eau et de l'air (Lambert, 2002)

Au cours des dernières années, le Planet-score a gagné en popularité en tant qu'outil de comparaison et d'évaluation de l'engagement des entreprises en matière de durabilité. Il offre

une mesure claire et objective de la performance environnementale d'une organisation en prenant en compte des facteurs tels que les émissions de gaz à effet de serre, l'utilisation des ressources naturelles et la gestion des déchets. Le Planet-score permet aux clients de se procurer des informations claires sur les pratiques environnementales des entreprises, ce qui peut influencer sur leur décision d'achat.

Dans ce travail, nous explorerons d'abord les éléments de contexte de la réglementation et l'objectif principal des étiquetages des produits alimentaires. Nous aborderons également les « limites planétaires » qui ont été dépassées et celles qui ne le sont pas encore, tout en explorant les solutions permettant de revenir à un équilibre respectueux des limites. Ensuite, nous nous pencherons sur les enjeux de transition dans les secteurs de l'agriculture, de l'élevage et de l'alimentation.

Nous poursuivrons en examinant les informations pertinentes pour les consommateurs, en définissant et en comprenant ensemble ce que le Planet-score signifie. Nous décrirons l'étiquetage du Planet-score et identifierons les comportements des consommateurs concernant les produits alimentaires de manière générale, pour ensuite nous concentrer sur leurs comportements vis-à-vis du Planet-score. Enfin, nous allons terminer ce travail en abordant les finalités et les objectifs de l'organisation du Planet-score.

En conclusion, ce travail de fin d'étude contribuera à une meilleure compréhension de l'impact des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits. Il mettra en évidence l'importance du Planet-score pour faciliter une transition qui répond à la crise planétaire actuelle. Les recherches obtenues lors de ce travail contribueront à une réflexion plus approfondie sur la manière dont les entreprises peuvent communiquer efficacement leurs engagements en matière de développement durable à travers leurs emballages alimentaires.

Partie 1 : Eléments de contexte

1. L'étiquetage des produits alimentaires

Chaque produit alimentaire européen fait face à un règlement par rapport au packaging du produit. Selon le Service public fédéral belge, une denrée alimentaire préemballée doit permettre au consommateur de choisir des produits de manière réfléchie et doit pouvoir identifier le produit sans risque de confusion. (Service Public Fédéral, 2016)

Concernant la valeur nutritionnelle d'une denrée alimentaire, un aliment peut être déterminé par la valeur énergétique, les graisses, les glucides, les protéines ainsi que le sel. Dans le cas des produits préemballés, il est obligatoire d'indiquer ces informations. Dans ce contexte, le Nutri-score joue un rôle essentiel en permettant aux consommateurs d'être plus conscients et d'évaluer plus facilement la qualité nutritionnelle d'un produit. Toutefois, il est important de noter que son affichage reste facultatif pour les fabricants, ce qui signifie qu'ils ont le choix de l'inclure ou non sur leurs emballages. (De Bruyn, Nutrition et santé : comment lire et comprendre les étiquettes alimentaires , 2021)

Nous n'allons cependant, par souci de concision, pas pouvoir aborder ce thème plus en détail, car il pourrait faire l'objet d'un mémoire à lui seul. Nous vous invitons néanmoins, si le sujet vous intéresse, à parcourir l'onglet du site du SPF Santé publique à cet égard. ¹

Notons que certains aliments ne sont pas tenus de mentionner leur valeur nutritionnelle telle que les alcools de plus de 1,2%, les eaux, les produits non transformés comprenant un seul ingrédient, le sel et les succédanés de sel, les édulcorants de table, le café en grains ou moulu, les infusions (aux plantes ou aux fruits), les thés, les vinaigres de fermentation, les chewing gums ainsi que les aliments emballés dans un contenant dont la plus grande face à une superficie de moins 25 cm². (De Bruyn, Nutrition et santé : comment lire et comprendre les étiquettes alimentaires , 2021)

¹ Nutri-Score. (2022, 1 juillet). SPF Santé publique, récupéré sur : <https://www.health.belgium.be/fr/le-nutri-score>

Il est essentiel de rappeler que la sécurité alimentaire est une préoccupation majeure des fabricants de denrées alimentaires afin de réduire les risques qui peuvent avoir un impact considérable sur la santé des consommateurs ainsi que sur l'image de marque du produit. Un exemple marquant d'impact négatif sur l'image produit est bien certainement l'intoxication à la salmonelle qui a fortement ébranlé la confiserie Ferrero l'année dernière. Nous pourrions aussi citer, les contaminations alimentaires dues à la consommation de viande infectées par des bactéries dangereuses pour le consommateur. (Lallemand, 2022)

Le packaging, et plus précisément, l'étiquetage, accompagne les denrées alimentaires en incluant toutes les informations légales nécessaires. L'étiquetage joue un rôle crucial en établissant un lien de communication et de confiance entre le producteur et le consommateur. Il s'agit d'une description du produit qui permet au consommateur d'identifier clairement et sans risque de confusion le produit qu'il achète. (Service Public Fédéral, 2016)

Pour répondre aux attentes des consommateurs, les entreprises commercialisent leurs produits pour satisfaire une demande de la société. Selon les entreprises, la décision d'achat et la fidélité du client résultent directement du marketing et de l'emballage qui s'adresse à leur cible. L'emballage définit un produit dans sa globalité en permettant à la fois d'informer, de séduire et de rassurer. Le client potentiel doit pouvoir être convaincu via l'emballage du bienfondé de son achat. Ensuite, l'habitude, le manque de temps, d'idées ou d'envies contribuent à la récurrence de l'achat. Le client est fidèle et l'objectif des industriels est atteint. (Pujol, 2010)

Selon le SPF Economie (Service public fédéral économie) en Belgique, l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées doit respecter certaines exigences spécifiques. Ces critères sont destinés à fournir aux consommateurs des informations claires, précises et pertinentes sur le produit qu'ils achètent.

Voici quelques-uns des éléments que doit contenir l'étiquetage des denrées alimentaires : (SPF Economie, 2022)

1. La dénomination des denrées alimentaires ;
2. La liste des ingrédients ;

3. Les matières et produits qui causent des allergies et des intolérances (ceux-ci sont communiqués dans l'annexe II du règlement (UE) nr 1169/2011
4. La quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients ;
5. La date de durabilité minimale ou, dans le cas de denrées alimentaires très périssables microbiologiquement, la date limite de consommation ;
6. Les conditions particulières de conservation et d'utilisation ;
7. Le nom ou la raison sociale et l'adresse de l'exploitant responsable de l'information alimentaire au sein d'une entreprise de denrées alimentaires ;
8. Un mode d'emploi au cas où son omission ne permettrait pas de faire un usage approprié de la denrée alimentaire ;
9. Le titre alcoométrique volumique acquis pour les boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume ;
10. La quantité nette ;
11. Le lieu d'origine ou le lieu de provenance (en accord avec les cas prévus par le règlement 1169/2011) ;
12. La communication de la valeur nutritionnelle (Obligatoire pour la grande majorité des denrées alimentaires préemballées)

Au cours des dernières années, l'étiquetage a pris une place plus importante dans notre quotidien. Selon une enquête du CE (Centre d'Études), seulement 7 % de la population française déclare ne jamais lire les étiquettes et donc 93 % lisent ou sont influencés par les étiquettes des produits qu'ils achètent. En outre, l'étude montre que les consommateurs accordent une grande importance à une meilleure connaissance des ingrédients contenus dans les produits et de leurs effets potentiels sur la santé. Cette demande reflète une prise de conscience croissante du lien entre l'alimentation et la santé. (CNA, 2002)

L'objectif de l'étiquetage des denrées alimentaires est de fournir aux consommateurs des informations précises et détaillées afin qu'ils puissent prendre des décisions éclairées concernant leur régime alimentaire, en tenant compte, de leurs préférences diététiques et de leurs besoins nutritionnels. De plus, il peut aider les consommateurs à éviter les allergènes et les ingrédients qu'ils ne souhaitent pas consommer en raison de considérations culturelles ou de préférences personnelles.

En conclusion, l'étiquetage des denrées alimentaires joue un rôle essentiel en garantissant que les consommateurs disposent des informations nécessaires pour prendre des décisions en connaissance de cause en matière d'alimentation. Il garantit leur droit à la transparence et à la connaissance des ingrédients, de la valeur nutritionnelle et des allergènes potentiels contenus dans les produits qu'ils consomment. Grâce à l'étiquetage, les consommateurs peuvent mieux comprendre ce qu'ils mangent et prendre en compte les facteurs liés à leur santé. Cela encourage des pratiques alimentaires plus responsables, plus équilibrées et plus adaptées aux besoins de chacun. L'étiquetage des denrées alimentaires est donc un moyen déterminant pour promouvoir la santé et le bien-être des consommateurs, tout en renforçant leur confiance et la relation entre producteurs et consommateurs.

Faut-il encore aller plus loin dans la transparence de consommation en indiquant l'origine et l'impact planétaires des produits ?

2. Inventaires et statuts des limites planétaires

Les activités humaines mettent en péril les équilibres naturels qui existent depuis le début de l'anthropocène. L'anthropocène est l'air géologique qui a débuté avec la grande accélération des activités économiques et démographiques humaines durant les années 1950. Cette accélération a créé un effet massif, et c'est cet effet massif que l'on mesure avec le système des limites planétaires. Des chercheurs internationaux quantifient les risques que les perturbations anthropiques auront sur la planète sous la direction du chercheur suédois Johan Rockström du Stockholm Resilience Center. En 2009, ce chercheur suédois a défini la définition initiale des limites planétaires. Mais pour ce chapitre, nous allons utiliser les limites planétaires telles que redéfinies et recorriger en janvier 2015. (Boutaud & Gondran, 2020)

Ainsi donc, la communauté scientifique a établi neuf limites pour les neuf processus majeurs qui composent le "système Terre" (changement climatique, intégrité de la biosphère, perturbation des cycles biochimiques de l'azote et du phosphore, la modification de l'occupation des sols, introduction des nouvelles entités dans l'environnement, utilisation d'eau douce, diminution de la couche d'ozone et acidification des océans). Chaque limite dépassée augmente le risque d'un changement climatique irréversible, qui aurait des effets négatifs graves

sur les êtres vivants. Toutes les limites planétaires sont interconnectées et peuvent s'affecter entre elle. A l'heure actuelle, sept limites planétaires ont été franchies. Le but ici n'est pas d'identifier le seuil au-delà duquel un système pourrait passer d'un état à un autre. Mais de mettre en évidence les dangers de s'approcher de ce seuil de non-retour. (Youmatter, 2023)

a) **Les deux limites planétaires non dépassées**

Les deux seules limites planétaires qui ne sont pour le moment pas dépassées sont la diminution de la couche d'ozone stratosphérique, ainsi que l'acidification des océans. (Boutaud & Gondran, 2020)

i. La couche d'ozone stratosphérique

La couche d'ozone stratosphérique, qui protège la vie sur Terre en absorbant les rayons solaires ultraviolets nocifs, n'a pas encore complètement disparu à l'échelle mondiale et est en train de se réabsorber actuellement. Grâce à l'adoption du protocole de Montréal de 1987, 24 pays ont trouvé un accord mondial pour protéger davantage la couche d'ozone des substances appauvrissant la couche d'ozone, telles que le chlorofluorocarbène. Par conséquent, la production et la consommation de la majorité des substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO) ont été considérablement réduites, et la couche d'ozone stratosphérique montre des signes de reconstruction. Selon les évaluations scientifiques, si les efforts de réduction des émissions de SAO se poursuivent, une couche d'ozone saine pourrait entièrement réapparaître d'ici au milieu du XXI^e siècle. (Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone, 2019)

ii. Acidification des océans

Concernant la limite planétaire de l'acidification des océans, elle est actuellement sous forte pression et la limite pourrait être franchie si les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) causées par l'être humain continuent d'augmenter à un rythme effréné. L'être humain est responsable de 90 % des rejets de CO₂ dans l'atmosphère. Lorsque les océans absorbent le CO₂ atmosphérique, le pH de l'eau des océans diminue, ce qui rend l'eau plus acide. Ceci explique

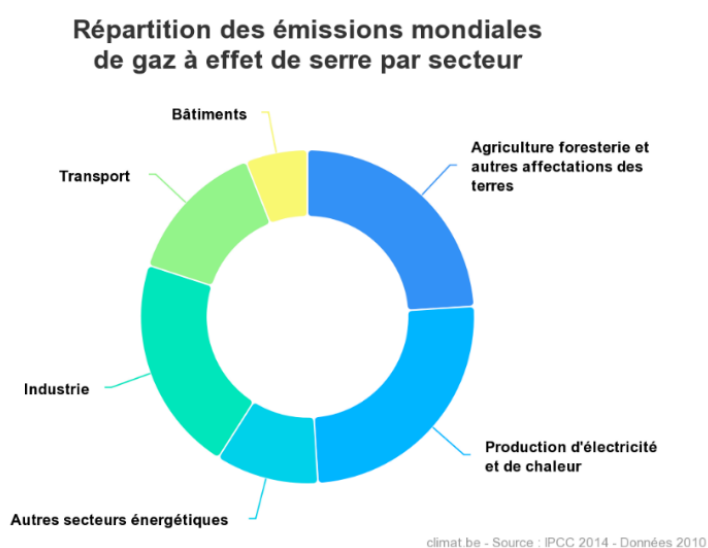
le processus de l'acidification des océans. À l'heure actuelle, le pH moyen des océans a baissé d'environ 0,1 unité depuis le début de l'ère industrielle, augmentant ainsi l'acidité d'environ 30 %. Les écosystèmes marins sont affectés par cette acidification, en particulier les organismes marins tels que les coraux, les mollusques et le plancton qui ont besoin de carbonate de calcium pour construire leurs coquilles. Cela détruirait donc le récif corallien et amènerait des perturbations des chaînes alimentaires marines. De plus, cela impacterait la pêche et les activités économiques dépendantes des océans. (Liou, 2022)

b) Les sept limites planétaires dépassées

i. Changement climatique

Le réchauffement climatique est un problème majeur qui englobe des aspects tels que la concentration de dioxyde de carbone (CO₂) dans l'atmosphère, mesurée en parties par million (ppm), et le forçage radiatif, mesuré en watts par mètre carré (W/m²). Les valeurs actuelles dépassent les limites planétaires fixées à 415 ppm et +3,22 W/m², tandis que la limite souhaitée est de 350 ppm et +1,0 W/m². (Le Monde, 2022)

Les principales sources humaines d'émissions de gaz à effet de serre, qui contribuent fortement au changement climatique, sont majoritairement dues à cause de la production d'électricité et de chaleur (25 %), de l'agriculture forestière intensive (24 %) et des industries (21 %). (Voir tableau ci-dessous). (Climat.be, s.d.)



Le changement climatique a des effets considérables sur la santé, notamment en ce qui concerne les vagues de chaleur qui peuvent entraîner des problèmes tels que la déshydratation, les coups de chaleur et l'évaporation. Les vagues de froid sont également préoccupantes, car elles peuvent contribuer au développement de maladies cardiovasculaires. Par ailleurs, nous constatons une augmentation des problèmes allergiques liés au changement climatique. Ces effets sur la santé soulignent l'importance de prendre des mesures d'adaptation et d'atténuation en réponse au changement climatique afin de protéger la population et de préserver notre bien-être collectif. (Climat.be, s.d.)

Les conséquences du changement climatique aggravent aussi les inégalités sociales et économiques. Les pays pauvres et les individus à faible revenu sont plus vulnérables aux effets du changement climatique en raison de leur plus grande exposition, de leur sensibilité accrue et de leur capacité d'adaptation limitée. Cela s'explique aussi par la place importante du secteur agricole dans certaines économies. L'Afrique et Asie du Sud-Est sont les régions avec le plus d'exposition aux risques climatiques dû aux changements brutaux du climat. Il ne faut pas du tout sous-estimer, les mêmes effets physiques n'entraînent pas toujours les mêmes dommages, car les pays et les populations ont des niveaux d'adaptabilité et de sensibilité différents. (Eckstein, Künze, & Schäfer, 2021)

ii. Erosion de la biodiversité

La biosphère, qui englobe l'ensemble des êtres vivants et de leurs interactions avec leur environnement physique et biologique, est d'une importance cruciale. La biodiversité fonctionnelle et génétique mesure cette intégralité et englobe les bactéries, les plantes, les animaux et les humains, présents dans les écosystèmes terrestres, aquatiques et marins. (La rédaction, 2018)

La production de services écosystémiques profitant à l'humanité ainsi que la santé des écosystèmes dépendent toutes deux de la biodiversité. Des écosystèmes sains sont capables de stabiliser les cycles biogéochimiques, de procurer de l'eau potable, de purifier l'air, de polliniser les cultures, de maintenir la fertilité des sols et de prévenir l'érosion. (Gouvernement français, 2023)

La biodiversité est également importante d'un point de vue économique, car elle offre une vaste gamme de ressources en termes de biens et de services. Elle nous fournit non seulement des matériaux essentiels à notre survie, notamment des matières premières telles que le bois, les fibres naturelles et les produits alimentaires. La biodiversité joue par ailleurs un rôle important dans le domaine de la médecine, parce que de nombreux médicaments sont dérivées de molécules présentes dans les plantes et les animaux. (Gouvernement français, 2023)

Compte tenu de son rôle essentiel dans la découverte et le développement de nouveaux médicaments, la biodiversité est souvent appelée "la pharmacie de la nature". De nombreux principes directeurs utilisés dans la médecine moderne sont dérivés de composés naturels présents dans les plantes ou les animaux. Comme l'aspirine qui s'inspire d'une molécule de l'écorce de saule. (Gouvernement français, 2023)

La biodiversité est séparée en deux composantes distinctes :

- La biodiversité fonctionnelle est donc une mesure pour l'intégralité de la biosphère. Sa notion de base est que chaque espèce a un rôle spécifique à jouer dans un écosystème et que la disparition d'une espèce peut avoir un impact sur l'ensemble du système. Actuellement cette donnée est non quantifiée à l'échelle globale, de ce fait on ne peut pas parler de limite dépassée dans la structure des limites planétaires. (Hooper, et al., 2005)
- La biodiversité génétique comprend le nombre d'extinctions par millions d'espèces et par an. Le seuil à ne pas dépasser pour rester dans les limites est de 10 espèces sur un million par an. Pour le moment, nous avons déjà dépassé le seuil 10 fois de plus, car nous sommes à 100 espèces sur un million par an. (Science, 2015)

Le taux actuel d'extinction des espèces sur notre planète est alarmant, avec environ 26 280 espèces qui disparaissent chaque année. Depuis le 1er janvier 2023, on estime que 7 752 espèces ont déjà disparu à l'échelle mondiale. Ces chiffres mettent en évidence les conséquences dévastatrices de la perte de biodiversité. La disparition des espèces a des répercussions significatives sur la stabilité et la santé des écosystèmes. Lorsqu'une espèce disparaît, cela peut perturber les interactions complexes au sein de l'écosystème, entraînant une diminution de la résilience et de la capacité de régénération de celui-ci. (Planétoscope, 2023)

iii. Perturbation des cycles biochimiques de l'azote et du phosphore

Un autre aspect important à considérer est la perturbation des cycles biochimiques de l'azote et du phosphore. Ces éléments chimiques jouent un rôle crucial dans l'agriculture conventionnelle, contribuant à l'augmentation et à l'optimisation de la production agricole. Cependant, il est préoccupant de constater que ces cycles ont largement dépassé les limites planétaires, en particulier celui de l'azote.

Ce qui perturbe la boucle de l'azote est son processus de fabrication via des engrais chimiques qui sont directement réactifs avec les plantes pour augmenter de façon exponentielle le rendement des terres agricoles. Néanmoins, cette utilisation intensive des engrais chimiques a des conséquences néfastes sur la biosphère, notamment en appauvrissant les sols et en polluant les nappes phréatiques ainsi que les réserves d'eau potable. (La terre au carré, 2021)

Concernant la méthodologie, la limite planétaire mesure la quantité d'azote sur base des quantités générées par les humains durant une année. Une limite de 62 Tg N/an (tétragrammes d'azote par an) a été établie. Cette limite est indicative et chaque écosystème présente une vulnérabilité unique liée à l'azote. Cette limite correspond ainsi à la quantité maximale que l'on pense pouvoir absorber par la biosphère sans dégrader de manière irréversible la qualité des écosystèmes affectés. (The Indian Nitrogen Assessment, 2017)

La valeur actuelle planétaire est de 150 Tg N/an. On constate que la limite prévue pour le cycle de l'azote a été largement dépassée. Le secteur où elle est le plus haut et de loin, c'est dans la fabrication industrielle d'azote sous forme d'engrais qui améliore la croissance et le rendement des cultures. On le retrouve à 80 Tg N/an, seulement ce point-là dépasse à lui-même la limite planétaire. Ensuite, on retrouve la culture de légumineuse avec 40 Tg N/an, suivi de la combustion des énergies fossiles avec 20 Tg N/an et pour terminer la combustion de la biomasse avec 10 Tg N/an. (Alterna.eco, 2021)

Le phosphore est un élément essentiel à la vie des animaux et des végétaux. Il se trouve principalement dans les roches sédimentaires et volcaniques, ainsi que dans les matières organiques en décomposition et les déchets produits par les animaux. (Alterna.eco, 2021)

L'être humain perturbe le cycle du phosphore par l'industrialisation de minéraux qui sont issus de gisement non durable et rare. Il doit donc être utilisé avec de l'expérience et par parcimonie. L'être humain perturbe aussi le cycle du phosphore via l'utilisation d'engrais, 20 % du phosphore extrait se retrouve dans notre assiette ; les 80 % restants sont utilisés comme engrais et se retrouvent dans la nature. Le surplus de phosphore dans l'eau amène une eutrophisation, ce qui entraîne la pollution de l'eau avec une prolifération excessive d'algues et de cyanobactéries, qui entraîne le manque d'oxygène dans le milieu aquatique. (Alternat.eco, 2021)

Cette limite planétaire se calcule via la quantité de phosphore libérée dans l'environnement par l'activité humaine, mesurée en tétragrammes de phosphore par an : (Tg P/an). La limite planétaire estimée pour les océans est de 11 TgP/an et de 6,2 TgP/an pour les systèmes d'eau douce. Cette mesure s'agit donc de la capacité maximale que les océans ou les systèmes d'eau douce pourraient absorber. Actuellement, la valeur est de 22 TgP/an dans les océans et 14,2 TgP/an dans les systèmes d'eau douce. On constate ainsi que les limites planétaires sont dépassées et de loin (Alternat.eco, 2021).

iv. Changement d'utilisation des sols

Les modifications de l'occupation ou de l'usage des sols se calculent via la part de la forêt non transformée par l'activité des êtres humains. La limite est de minimum 75 %, actuellement, nous sommes à 62 %. Nous devons aussi accorder une attention particulière aux changements des systèmes terrestres qui peuvent affecter le climat dans certaines régions de notre Terre. Faisons un zoom concernant la Belgique, les terres agricoles correspondent à 45 % de la superficie. Les forêts occupent 20 % du territoire, 9 % se compose de terrains habitables et 7 % est utilisé pour les transports ainsi que les communications. (Statbel, 2022)

v. Introduction de nouvelles entités dans l'environnement

Introduction de nouvelles entités dans l'environnement comprend la concentration en substance toxique de plastique, d'éléments à traces métalliques (cristal d'osmium) et les contaminations radioactives. Selon une étude parvenue dans la revue « Environmental Science & Technology », nous avons atteint le seuil de pollution chimique et plastique. L'étude explique « *L'industrie chimique est la deuxième plus grande industrie manufacturière au monde. La production*

mondiale a été multipliée par cinquante depuis 1950 et devrait encore tripler d'ici à 2050 par rapport à 2010. » En triplant la production mondiale de plastique, nous allons atteindre 33 milliards de tonnes. (Almroth, et al., 2022)

Actuellement, la masse totale des plastiques dépasse la masse totale de tous les mammifères vivants. Il est compliqué d'établir un seuil de pollution chimique à respecter, c'est pour cela qu'on ne trouve à ce jour pas de chiffre précis dans ce domaine. Il apparaît, selon plusieurs spécialistes, que cette limite est déjà dépassée de façon importante et que les rejets annuels augmentent à un rythme effréné. (Massemin, 2022)

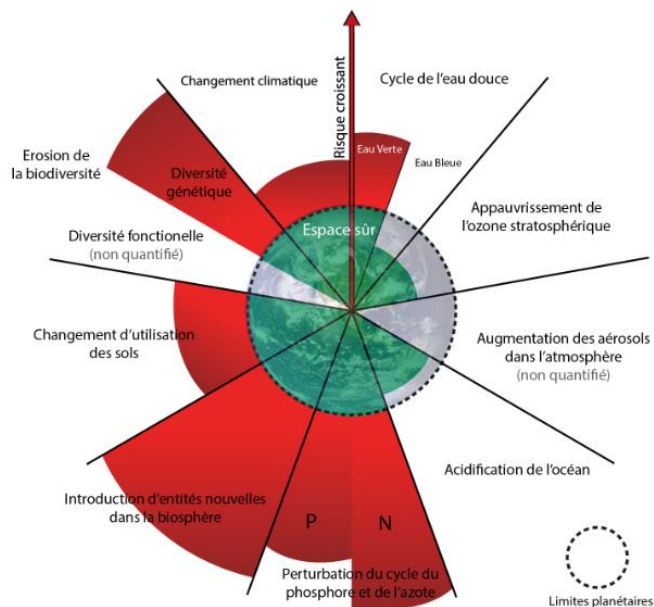
vi. Cycle de l'eau douce

La dernière limite est l'utilisation d'eau douce, une ressource cruciale à l'échelle mondiale. Cependant, en raison de leur répartition inégale dans l'espace et dans le temps, leur qualité tend à se dégrader. Nous pouvons scinder le cycle de l'eau en deux parties :

Un de ces parties est dépassée et est appelée l'eau « verte ». Ce qui désigne l'eau de pluie provenant des sols et incorporée dans les végétaux. Ces précipitations sont cruciales pour la santé des écosystèmes et sont utilisées pour l'agriculture périurbaine et l'élevage. Bien que cette eau « verte » soit consommée et utilisée par les écosystèmes sur place, elle est parfois "oubliée" lorsqu'on examine les ressources en eau d'une région. Pourtant, elle représente environ deux tiers de l'ensemble des précipitations et joue un rôle crucial dans la biosphère. (Blanchon, 2019)

La deuxième partie est appelée eau « bleue », bien que 97,5 % de l'eau sur Terre soit salée, il reste d'importantes réserves d'eau douce aussi appelées eau « bleue » : on compte plus de 40 millions de km³. Le seuil est de 4 000 km³ /an de consommation des ressources d'eau douce et nous sommes actuellement à 2 600 km³ /an. La limite planétaire de l'eau douce, disponible pour les écosystèmes et les sociétés, est respectée et n'a pas été dépassée, malgré la possibilité que certaines zones localisées subissent un stress hydrique important en raison de la présence d'activités humaines. (Science, 2015)

Toutefois, pour maintenir cette limite, il est essentiel de surveiller la qualité et la quantité des ressources en eau douce. Afin de protéger les zones humides, d'encourager les pratiques agricoles durables, de réduire la pollution et de soutenir une gestion responsable des ressources.



c) Solutions pour se réaligner dans les frontières planétaires

Nous ne devons pas oublier que les limites planétaires ne sont pas des seuils fixes et immuables, mais plutôt des repères qui indiquent les zones de sécurité à ne pas dépasser pour l'humanité et la biosphère. Autrement dit, il est concevable de dépasser temporairement certaines limites sans mettre en danger la stabilité de la planète, mais cela peut avoir des effets néfastes à long terme, ce qui mettrait en péril la durabilité de la vie sur Terre. C'est pour cela que certains chercheurs préfèrent parler de frontière que de limite. (Toussaint, 2009)

Éric Lambin, enseignant à UCLouvain et conseiller scientifique pour la commission européenne. Nuance « *Je préfère parler de frontières, plutôt que de limites. Il faut les considérer un peu comme les limites d'un terrain de jeu. Si on sort du terrain, ce n'est pas nécessairement la catastrophe, mais il convient d'y re-rentre au plus vite, faute de quoi c'est tout l'équilibre de notre système qui pourrait être menacé* » (Ruyssen, 2022)

Il est essentiel de mettre en place des solutions efficaces et durables afin de rester dans les limites de l'espace planétaire ou de les ramener dans la zone de sécurité. Les solutions peuvent être mises en œuvre à différentes échelles, notamment locale et mondiale.

Des efforts à l'échelle locale, tels que la promotion de l'agriculture biologique et de proximité, la protection des habitats naturels, le comportement alimentaire en diminuant la quantité de viande et de produits laitier pour favoriser la diminution d'engrais toxique ou encore la gestion durable des ressources en eau, peuvent contribuer à maintenir les limites planétaires. (Ruyssen, 2022)

Au niveau mondial, les politiques internationales visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre et l'absorption du phosphore par les plantes, en choisissant des cultures appropriées et en privilégiant les associations entre les plantes, soutenant les sources d'énergie renouvelables, désignant des zones protégées ou même améliorant les pratiques agricoles durables en équilibrant la fertilisation des sols ou en utilisant la polyculture. Il est donc essentiel de soutenir ces activités et de continuer à chercher de nouvelles solutions pour maintenir un équilibre sain entre l'humanité et l'environnement. (Ruyssen, 2022)

3. Les enjeux d'une transition écologique

La durabilité de notre mode de vie et la préservation de notre planète reposent toutes deux sur la transition écologique. Cette transformation englobe des secteurs clés tels que l'agriculture, l'élevage et la production alimentaire, qui sont étroitement liés et interconnectés. En effet, ces industries ont un impact significatif sur l'environnement, notamment en termes d'émissions de gaz à effet de serre, de consommation d'eau, de contamination des sols, et de déforestation.

Afin de promouvoir une agriculture et une production alimentaire durables et éthiques dans ces secteurs, la transition écologique appelle à une approche holistique qui prenne en compte toutes les questions sociales, économiques et environnementales pertinentes.

a) Agriculture

L'agriculture est un domaine clé de la transition écologique. En effet, l'agriculture est affectée et contribue au changement climatique, spécialement à travers les émissions de gaz, l'utilisation de pesticides et la déforestation. Il est donc important de trouver des solutions pour rendre l'agriculture plus durable afin de limiter son impact environnemental et d'assurer une production alimentaire suffisante pour nourrir la population mondiale.

Face à ces défis, le Pacte vert de l'Union européenne vise à réduire de 50 % l'utilisation des pesticides et à augmenter la proportion de terres agricoles biologiques jusqu'à 25 % d'ici à 2030. L'Union européenne a également pour objectif d'augmenter jusqu'à 10 % la surface occupée par les éléments à « haute biodiversité ». Malgré les politiques publiques pour répondre à ces enjeux, la transition vers des systèmes d'agriculture à moindre utilisation de pesticides n'est pas encore assez avancée pour atteindre les objectifs fixés par le pacte de l'Union européenne. (Rontani & Bonnot, 2022)

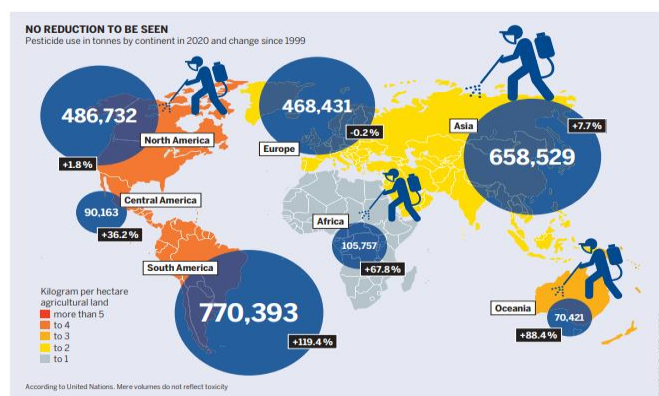
Une des solutions pour faciliter et accélérer la transition agricole est de diversifier la végétation des parcelles agricoles. C'est une pratique agricole dans laquelle différents types de cultures maraîchères sont plantés sur la même parcelle, plutôt que de planter une seule culture. Cette pratique présente plusieurs avantages environnementaux, notamment la promotion de la biodiversité et la réduction du risque de maladies et d'infestation de ravageurs. (INRAE, 2022)

Un des gros problèmes actuels lié à l'agriculture est la déforestation qui amène la perte de la biodiversité, la destruction de l'habitat naturel des espèces, le changement climatique dû à la libération du carbone dans l'atmosphère. Nous pouvons rajouter que 73 % du soja importé pour l'élevage comporte des risques de contribution à la déforestation. (Réseau action climat, 2021)

Un autre défi à régler pour permettre une transition agricole durable et respectueuse de l'environnement, consiste à réduire de façon significative l'utilisation des pesticides. Chaque année, environ 385 millions de cas d'empoisonnement aux pesticides sont recensés dans le monde. Les populations les plus touchées sont les pays du sud travaillant dans les zones rurales. De plus, les pesticides non autorisés en Europe en raison de préoccupations liées à la santé ou

à l'écologie continuent d'être fabriqués dans nos régions et exportés vers d'autres pays, sans tenir compte des effets nocifs de ces produits sur l'ensemble de l'écosystème. (Pesticide Atlas, 2022)

Les composants actifs des pesticides ont tendance à se déplacer au-delà des zones auxquelles ils ont été appliqués. Ils peuvent pénétrer dans le sol et contaminer les eaux souterraines ou bien peuvent être transportés par l'air. Les résidus de pesticides présents dans les aliments peuvent nuire à la santé des animaux et des humains. Même si des efforts ont été déployés pour parvenir à des normes standardisées au niveau mondial, les niveaux maximaux de résidus varient considérablement d'un pays à l'autre. Il faut savoir aussi qu'il y a un « business » autour des pesticides, 70 % du marché mondial des pesticides est monopolisé par quatre entreprises nord-américaines. Celles-ci développent les activités dans les régions du monde où la réglementation sur les pesticides est plus laxiste, comme dans les pays du Sud. Cette image ci-dessous nous offre une vision globale de l'utilisation et de l'évolution des pesticides à l'échelle mondiale. (Pesticide Atlas, 2022)



b) Elevage

Michel Duru, directeur de recherche en agronomie et chargé de mission pour l'agriculture et l'agroécologie pour le centre INRAE, souligne la nécessité de mettre l'accent sur la santé de tous les acteurs de la planète. Selon lui, pour assurer un élevage de qualité, il est crucial de promouvoir l'hygiène et l'utilisation appropriée des connaissances. Pour atteindre cet objectif, Duru préconise l'adoption du concept « One Health », qui consiste à considérer simultanément la santé humaine et animale ainsi que la qualité-santé de l'environnement, étant donné que ces trois éléments sont interconnectés. (Duru, 2022)

Toujours selon Michel Duru, chargé de mission INRAE, concernant l'Europe, il nous faut un élevage conscientisé et responsable : (Duru, 2022)

Premièrement, il est essentiel de revoir notre approche de la consommation de protéines animales en visant à réduire notre consommation générale tout en privilégiant la qualité des produits que nous consommons. En réduisant notre dépendance excessive aux protéines animales, nous pouvons promouvoir une alimentation plus équilibrée et durable, tout en minimisant les risques associés à une consommation excessive de certains produits d'origine animale. Cette évolution nous amène à repenser nos choix alimentaires et à explorer des alternatives, telles que les protéines végétales, qui offrent une source nutritive plus respectueuse de notre santé et de l'environnement. (Duru, 2022)

Deuxièmement, il est nécessaire de prendre en considération la redistribution de l'élevage en tenant compte des variations géographiques. Cette redistribution permettrait de réduire les coûts économiques et environnementaux associés à l'élevage intensif dans certaines régions. En outre, une relocalisation réussie du bétail pourrait également entraîner une amélioration de la qualité de vie des populations locales. Les nuisances sonores, les odeurs désagréables et les pollutions de l'eau et de l'air résultant de ces activités peuvent poser des problèmes aux riverains. Cependant, ces problèmes pourraient être atténués en déplaçant ces activités vers des zones moins densément peuplées, améliorant ainsi la qualité de vie des riverains. (Duru, 2022)

Troisièmement, il faut réorienter, pour se tourner vers un élevage multiservices. Ce qui consiste à considérer le développement comme un système complexe interconnecté avec les écosystèmes environnants et les communautés locales. Cette approche repose sur l'idée que la production de viande bovine doit être considérée non seulement comme une source de viande, de lait et d'autres produits d'origine animale. Il existe plusieurs façons de mettre en œuvre le concept d'élevage multiservices. Il peut s'agir de systèmes d'élevage intégrés qui combinent l'élevage de l'agriculture et la gestion forestière, ou encore de systèmes d'élevage extensifs qui permettent aux animaux de se nourrir dans les pâturages naturels et de fournir des services de gestion des écosystèmes. (Duru, 2022)

Il est crucial de prendre en compte le fait que l'agriculture, dans son ensemble, contribue actuellement à hauteur de 23 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre. Parmi ces

émissions, l'élevage représente une part significative, environ 70 %, en raison de la production de viande, de produits laitiers, d'œufs, et autres. De plus, l'aquaculture occupe approximativement 83 % des terres agricoles mondiales. Il est important de souligner que la création de pâturages pour le bétail est responsable de 80 % de la déforestation au Brésil, ce qui met en évidence l'impact environnemental de l'élevage intensif. (Réseau action climat, 2021)

c) Alimentation

Pour atteindre les objectifs fixés par les états membres des nations unies en matière de lutte contre le changement climatique à l'horizon 2030, nous devons favoriser l'évolution des comportements alimentaires vers une alimentation compatible avec les systèmes durables. Pour cela, nous devons partager des objectifs atteignable et commun pour tous. Le conseil national de l'alimentation français en a trouvé quatre : (CNA, 2022)

1. Favoriser le rééquilibrage entre la consommation d'aliments d'origine végétale et d'origine animale, en particulier à travers la modération dans la consommation de viande
2. Développer et faire connaître les modes de production et de logistique répondant aux attentes de la société en matière de durabilité et d'équité et limitant le gaspillage alimentaire
3. Encadrer le développement des outils numériques afin de favoriser des comportements alimentaires durable
4. Agir sur les contraintes limitant les possibilités de transition vers des systèmes alimentaires durable

Dans le but de répondre à ces objectifs, le CNA (Conseil national de l'alimentation) a formulé des recommandations visant à promouvoir les pratiques de production, de transformation et de commercialisation alimentaire qui privilégient des produits issus de pratiques respectueuses de l'environnement, du bien-être animal et de la santé humaine. Il s'agit de promouvoir une sélection d'aliments qui contribuent à la progression de ces critères, tout en cherchant à réduire le gaspillage alimentaire. Ces recommandations sont essentielles pour encourager une alimentation durable et responsable, qui prend en compte l'ensemble des enjeux liés à la production et à la consommation alimentaire. (CNA, 2022)

4. Analyse comparative des labels alimentaires biologiques par rapport aux étiquetages alimentaires durables

Ces deux outils fournissent des informations clés sur les caractéristiques et les performances des produits alimentaires en termes de durabilité, offrant ainsi aux consommateurs la possibilité de faire des choix conformes à leurs valeurs et à leurs préoccupations. Dans ce chapitre, nous explorerons la comparaison entre l'étiquetage et le label alimentaire durable, en examinant leurs différences. Nous avons déjà abordé l'étiquetage alimentaire dans la première partie de ce travail (Etiquetage des produits alimentaires). Nous allons maintenant nous pencher sur les labels alimentaires durables. Pour établir le contexte, nous allons définir brièvement ce qu'est un label durable crédible.

Plus de 298 000 articles distincts dans le monde ont reçu un label écologique, ce qui est bénéfique pour l'environnement. Cependant, tous les secteurs de l'économie n'ont pas entamé le passage à une production plus durable basée sur la certification. Les aliments biologiques se répandent de plus en plus sur un nombre croissant de marchés en raison de la croissance explosive de l'industrie alimentaire dans le domaine de la production biologique. (Zeuthen & Ludvigsen, 2020)

Au 31 décembre 2021, la Wallonie comptait 1 969 fermes biologiques certifiées, soit 15,5 % de la production agricole globale de la région. Cela signifie qu'une exploitation sur sept se consacre à l'agriculture biologique. La conversion des terres agricoles en Wallonie s'est également intensifiée. 12,4 % de la surface agricole est sous contrôle bio en 2021. Il est par ailleurs important de noter que 11 % des terres biocontrôlées sont encore en phase de conversion vers l'agriculture biologique, ce qui témoigne d'une envie croissante d'adopter des pratiques respectueuses de l'environnement. (BioWallonie, 2022)

De plus, il convient de souligner que d'ici à 2030, des mesures ont été mises en place en Wallonie afin d'encadrer et de promouvoir la transition de l'agriculture conventionnelle vers l'agriculture biologique. Cette démarche s'appuie sur neuf leviers et 32 actions concrètes pour favoriser le développement de l'agriculture bio dans la région. Le Plan Bio 2030 a pour objectifs d'atteindre 30 % de la superficie agricole sous contrôle bio, 4 720 exploitations bio, 1490

entreprises transformatrices de bio et 14,9 % de part de marché des produits alimentaires bio. (BioWallonie, 2022)

En règle générale, les consommateurs peuvent accorder leur confiance aux deux outils, étiquetage et labels alimentaires durables, car ils reposent sur des cahiers des charges rigoureux et précis. De plus, ils sont soumis à une vérification réalisée par des organismes indépendants, ce qui garantit leur fiabilité et évite toute influence de parties prenantes ayant des intérêts économiques ou autres, afin de prévenir toute forme de marketing trompeur. Cette approche vise à assurer une transparence accrue dans les informations fournies aux consommateurs. (De Bruyn, Reconnaître les labels pour manger durable, 2021)

La plupart des outils proposant des labels ou des étiquetages alimentaires durables mettent l'accent sur la transparence en ce qui concerne les critères utilisés pour l'élaboration de leurs méthodologies et leur mode de vérification. Cette transparence permet aux consommateurs de comprendre les critères sur lesquels repose l'attribution d'un label ou d'une étiquette durable. Ceci aidant à renforcer leur confiance dans ces outils qui permettent aux consommateurs d'effectuer des achats alimentaires en connaissances de cause. (De Bruyn, Reconnaître les labels pour manger durable, 2021)

Les labels de qualité alimentaire sont souvent considérés comme des indicateurs de qualité et d'adhésion à des normes sociales ou environnementales particulières. Toutefois, l'un de leurs principaux inconvénients réside dans le fait qu'ils se concentrent sur des critères particuliers, ce qui limite leur capacité à fournir une évaluation complète des produits. Par exemple, un label peut se concentrer sur l'origine géographique d'un produit, tandis qu'un autre peut mettre l'accent sur son mode de production. Cette dispersion des critères fait qu'il est difficile pour les consommateurs de prendre des décisions en connaissance de cause et d'effectuer des comparaisons complètes entre les produits. (Siga.care, 2019)

En comprenant ces limites, nous pourrions mieux appréhender l'importance de compléter l'information des labels avec d'autres outils tels que l'étiquetage pour obtenir une vision plus complète des pratiques de production alimentaire.

Chaque pays est accompagné d'un label national. En Belgique, nous avons Biogarantie, qui est un label indépendant, qui certifie que les produits sont bio et exige qu'au moins 50 % des ingrédients soient produits en Belgique. Le label intègre également l'idée que tous les producteurs doivent recevoir une compensation équitable, et une attention est accordée au commerce équitable pour certains ingrédients. (De Bruyn, Reconnaître les labels pour manger durable, 2021)

Selon Maxime Goudeseune, agent de communication pour le Label Biogarantie, l'étiquetage des produits alimentaires prennent progressivement le dessus sur les labels. Selon ses observations, cette tendance est déjà en cours, avec les grands groupes mettant en avant les scores et les informations sur les étiquettes, reléguant les labels à une position moins visible et de taille réduite. (Goudeseune, 2023)

Selon Maxime Goudeseune, il existe une différence fondamentale dans le fonctionnement et l'objectif des deux outils, à savoir les labels et l'étiquetage alimentaire. L'étiquetage sous forme de score ou de fiche d'identité vise à fournir rapidement des informations sur les caractéristiques d'un produit, telles que son impact environnemental, sa composition, etc. Cependant, son rôle principal n'est pas de fidéliser les consommateurs, mais plutôt de les informer de manière concise. (Goudeseune, 2023)

En revanche, les labels ont pour objectif spécifique de fidéliser les consommateurs en leur permettant de reconnaître facilement un produit qui répond à certaines caractéristiques spécifiques. Un label garantit un ensemble de critères et de normes, ce qui donne confiance aux consommateurs dans leur choix d'achat. (Goudeseune, 2023)

Ainsi, la nuance entre ces deux outils réside dans leur finalité. L'étiquetage vise à fournir des informations rapides, tandis que les labels sont destinés à fidéliser les consommateurs en démontrant la conformité d'un produit à des normes spécifiques. Il est donc important de reconnaître leur complémentarité et de comprendre comment ils peuvent coexister pour fournir aux consommateurs des informations claires et fiables sur les produits alimentaires durables. (Goudeseune, 2023)

Partie 2 : L'étiquetage alimentaire : Planet-score

L'étiquetage des produits alimentaires est un élément essentiel de l'information du consommateur sur les produits qu'il se procure et qu'il consomme. Il permet aux consommateurs de prendre des décisions en connaissance de cause des valeurs nutritionnelles, des compositions du produit et des ingrédients.

L'origine géographique d'un produit peut être très importante pour les consommateurs en termes de qualité, de saveur et d'impact sur l'environnement. C'est pourquoi de plus en plus de pays adoptent des systèmes de traçabilité de l'origine géographique des aliments. Dans cette optique, la connaissance de la relation entre les produits alimentaires et leur origine géographique est aujourd'hui une question clé pour la transparence et la traçabilité des produits alimentaires. (Merle, Herault-Fournier, & Werle, 2016)

Il est important de souligner clairement que le score est un indice de comparaison entre des produits similaires. Il ne s'agit pas d'une évaluation absolue ou d'une mesure définitive, mais plutôt d'un outil permettant aux consommateurs de comparer les performances environnementales et sociales des produits. Le score offre une perspective relative, facilitant ainsi la prise de décision en fournissant des informations comparatives sur les choix disponibles. Il est essentiel que les consommateurs comprennent cette nuance pour une utilisation adéquate du score dans leur processus de sélection de produits.

1. Définition du Planet-score

Le Planet-score a été développé conjointement, sous l'impulsion des demandes d'experts et de scientifiques ainsi que d'acteurs de la société civile, et il sert l'intérêt public. De plus, il reflète la valeur environnementale des aliments à l'aide d'une méthodologie scientifique rigoureuse et indépendante qui intègre tous les facteurs environnementaux, sans parti pris ni greenwashing auprès des citoyens et des consommateurs, en B to B et en restauration. On peut utiliser les informations fournies par Planet-score pour participer à la transition vers des pratiques alimentaires et agricoles respectueuses de l'environnement. (Planet-score, 2022)

En outre, ce score nous fournit une transparence environnementale sur les aliments. Planet-Score à l'ambition de lutter activement contre la perte de biodiversité, le changement climatique, la déforestation, la pollution de l'eau et de l'air au quotidien. Cet étiquetage environnemental est conçu dans l'intérêt général de la société et pour mission d'aider le consommateur à faire son choix entre des produits de la même catégorie. (Planet-score, 2022)

Voici un exemple complet de comparaison entre deux produits ayant un apport nutritionnel similaire. Malgré leur similitude au niveau nutritionnel, le Planet-score prend en compte les différences liées à leur mode de production. Pour l'exemple de Monoprix, nous avons deux produits avec un indice différent. La confiture de droite obtient un indice Planet-score plus faible en raison de son impact sur la déforestation de l'Amazonie. Cela rajoute une exigence, l'origine France ne suffit pas à avoir un bon Planet-score. Il faut aussi prendre en considération l'origine des ingrédients et les pratiques de productions. (Planet-score, 2022)



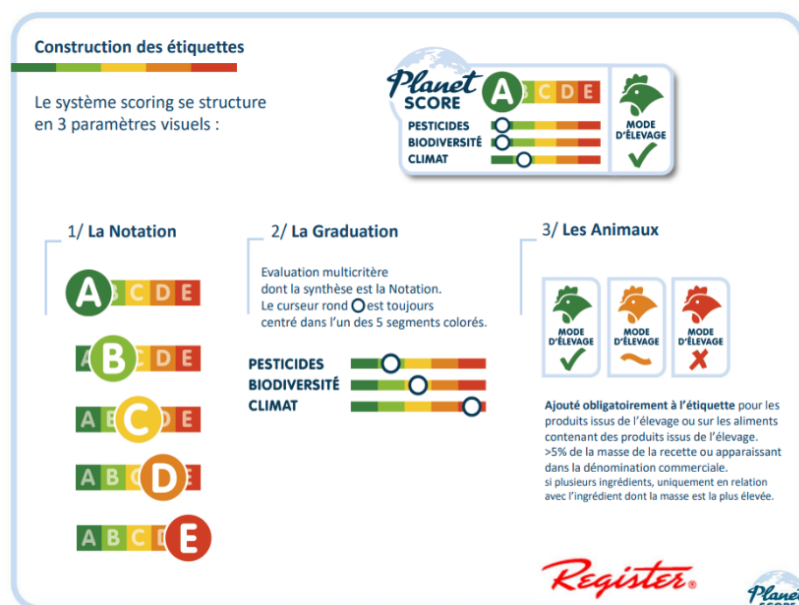
Par ailleurs, le Planet-score fournit une vue d'ensemble des problèmes, avec un niveau élevé de responsabilité et de transparence, « de la fourche à la fourchette », et inclut les impacts agricoles aussi bien que les impacts liés à l'emballage ou au transport. Il met en évidence une réalité particulière qui s'écarte parfois de la norme : la grande majorité (85 %) des effets environnementaux négatifs associés à la production alimentaire se produisent dans les exploitations agricoles. (Planet-score, 2022)

De plus, bien que le Planet-score soit initialement originaire de France et possède une présence solide dans le pays, il a élargi ses partenariats pour collaborer avec plus de 200 entreprises, dont plus de la moitié ne sont pas exclusivement françaises. Le Planet-score travaille avec des entreprises dont les sièges sociaux sont implantés dans 12 pays européens et continue de développer leur présence dans toute l'Europe et au-delà, car ils travaillent avec des multinationales telles que Lidl, Carrefour, Nestlé, Auchan, etc. Ainsi que des entreprises à tailles humaines comme La Ferme des Castors, la charcuterie Paul Prédault, Cidou, et bien d'autres (Bonnot, 2023)

En ce qui concerne la pondération et l'importance des différents critères dans l'évaluation globale, il n'existe actuellement pas de consensus scientifique européen qui puisse être atteint. Le Planet-score a fait le choix d'accorder une plus grande importance à des aspects tels que la déforestation et les pollutions chimiques par rapport à d'autres méthodes telles que l'Analyse de Cycle de Vie (ACV). Cette décision est pleinement assumée par le Planet-score, car ils estiment qu'elle est bénéfique pour l'environnement et qu'elle permet de mettre en avant des enjeux cruciaux en matière de durabilité. (Bonnot, 2023)

Pour conclure en une phrase : « *le Planet-score est une méthode d'étiquetage exigeante et transparente au service de la transition écologique de l'alimentation.* » (Planet-score, 2022)

2. Description de l'étiquetage du Planet-score



Le Planet-score est composé de quatre indicateurs sur l'étiquetage qui sont répartis en trois parties distinctes. (Planet-score, 2022)

a) La notation PEF (Product Environmental Footprint) :

Celui-ci reprend l'ensemble des thématiques utilisées par le score qui permet de faire la graduation. La note générale permet de classer un produit alimentaire dans une catégorie et facilite la comparaison entre des produits similaires. On le classe de A (vert) qui désigne les produits le plus respectueux de la planète jusqu'à E (rouge) qui sont les produits qui ne respectent pas du tout les enjeux planétaires. Ce PEF est calculé avec une répartition en quatre sous-scores (la biodiversité, le climat, la santé, les ressources) et qu'on additionne entre eux pour avoir la valeur finale. Des corrections se font au quotidien pour rester attentif aux changements planétaires. (Planet-score, 2022)

b) La graduation :

La graduation comprend trois sous points :

- i. Climat : Ce point prend en compte les émissions de gaz à effet de serre, telles que celles provenant des engrais azotés de synthèse pour les cultures. En effet, près de la moitié du secteur agro-alimentaire utilise du N₂O (protoxyde d'azote) et nous avons aussi le méthane émis l'élevage. Le CO₂ a un impact plus faible dans le calcul global du climat, mais peut être significatif pour certains produits, tels que ceux nécessitant l'utilisation d'énergie pour les serres chauffées ou le transport par voie aérienne. De plus, le stockage du carbone dans les sols et les parcelles dépend des pratiques agricoles et des systèmes favorables utilisés. (Planet-score, 2022)

- ii. Biodiversité : Ceci reprend les critères de l'analyse du cycle de vie avec l'eutrophisation des sols, des rivières et du littoral, l'acidification de l'air, l'usage des terres (compétition feed-food). La biodiversité comprend aussi des référentiels externes complémentaires comme la pratique agricole utilisée, les biocides, les OGM, les enjeux majeurs de la déforestation qui sont classés par niveau et la politique environnementale selon les pays d'origine de la production. Nous retrouvons aussi dans cette partie les emballages alimentaires qui sont calculés en fonction de leurs cycles de vie. (Planet-score, 2022)

- iii. Pesticides : Les critères utilisés pour évaluer ces impacts incluent la toxicité humaine cancéreuse, la toxicité humaine non-cancéreuse et l'écotoxicité, qui sont basés sur l'analyse du cycle de vie. En complément, il existe d'autres références externes qui prennent en considération la méthodologie d'analyse de la quantité de pesticides employés pour chaque ingrédient. Ceci évalue la quantité utilisée lors de la production ainsi que le danger de chaque article. (Planet-score, 2022)

c) Mode d'élevage :

Ce critère, bien qu'il ne soit pas pris en compte dans le calcul du score global, fournit aux consommateurs des informations essentielles sur les systèmes de production alimentaire utilisés. Il s'agit du "Mode d'élevage", qui est inclusif et opérationnel. Il est divisé en trois catégories : satisfaisant, intermédiaire et insuffisant. Le mode d'élevage a été développé en

collaboration avec CIWF (Compassion in World Farming) en utilisant une infrastructure déjà existante. Il est important de souligner que ces informations doivent servir à prévenir tout "greenwashing" et ne peuvent pas être déformées ou utilisées pour couvrir des pratiques agricoles contraires à l'éthique. La méthodologie d'évaluation de ce mode est en cours de publication et des progrès sont réalisés, notamment pour des productions encore peu développées comme l'aquaculture. (Planet-score, 2022)

En conclusion, le Planet-score est un outil qui se compose d'indicateurs, dont le PEF, permettant de mesurer la performance environnementale des produits alimentaires. Ce score est calculé en combinant des sous-scores liés à la biodiversité, au climat et aux pesticides, et il est régulièrement ajusté pour prendre en compte les évolutions environnementales. Ces sous-scores contribuent à la graduation finale, qui classe les produits dans des catégories allant du plus respectueux de l'environnement au moins respectueux. Bien que le mode d'élevage ne soit pas pris en compte dans le calcul du score global, il joue un rôle crucial en fournissant aux consommateurs des informations sur les systèmes de production alimentaire utilisés.

Nous allons examiner les finalités et les objectifs de l'utilisation de cet outil afin d'explorer les perspectives pour le développement du Planet-score.

3. Les finalités et les objectifs du Planet-score :

Les résultats spécifiques qu'une organisation souhaite atteindre dans un délai donné sont définis par ses objectifs. D'après notre entretien avec Sabine Bonnot, présidente de l'ITAB et porte-parole du Planet-score, « les objectifs étaient d'arriver à structurer les éléments de mesure pour que le Planet-score garantisse son indépendance dans la durée. » (Bonnot, 2023)

Le 20 avril 2023, le Planet-score a franchi une nouvelle étape et établi une norme novatrice en matière d'indépendance et de transparence grâce à la volonté d'un large collectif de clarifier les pratiques environnementales de l'industrie agroalimentaire, d'accélérer la transition vers une éco-agriculture et d'empêcher toute tromperie des consommateurs. Au début de la création du score de l'étiquetage alimentaire, la volonté était de faire un outil totalement indépendant.

(Bonnot, Etiquetage environnemental : le Planet-score poursuit son développement et se structure pour garantir son indépendance., 2023)

Au printemps dernier, le Planet-score a mis en place une structure bicéphale par l'élaboration d'un organisme d'intérêt général sous forme de fonds de donation, propriétaire de la marque Planet-score, et une entreprise à mission en charge du déploiement opérationnel de cette initiative en France et à l'étranger. Les contributeurs volontaires et portants le projet ont cédé leur propriété intellectuelle à ces deux institutions pour la somme symbolique d'un euro, dans le cadre d'un mouvement de générosité collective en faveur de cet outil de transformation. C'est grâce à ça qu'on peut dire que le Planet Score est une structure d'intérêt général gouvernée par des experts et des associations. La gouvernance du fonds assurera son indépendance et sera confiée uniquement à des organisations et à des spécialistes scientifiques et autres œuvrant pour le bien commun et la transparence. (Bonnot, Etiquetage environnemental : le Planet-score poursuit son développement et se structure pour garantir son indépendance., 2023)

Le dialogue constructif qui s'est engagé avec les autorités publiques, tant en France qu'au niveau de la Commission européenne, se poursuivra à l'avenir. Les principes fondamentaux du Planet-score sont à l'origine de son succès, notamment sa méthodologie claire fondée sur une vision scientifique de l'avenir, son objectif explicite de promouvoir un secteur agroalimentaire durable, sa cohérence avec les preuves scientifiques et la politique environnementale publique, ainsi qu'une approche et un ensemble d'outils qui rendent la transparence et l'écoconception facilement accessibles aux entreprises de toutes tailles. (Bonnot, Etiquetage environnemental : le Planet-score poursuit son développement et se structure pour garantir son indépendance., 2023)

Durant l'entretien, Madame Bonnot souligne qu'un autre objectif ambitieux du Planet-score est de poursuivre sa croissance au niveau européen et de s'imposer comme la norme industrielle dans la lutte contre le greenwashing dans le secteur agroalimentaire. En tant que marque anti-greenwashing, Planet-score cherche à fournir aux consommateurs une garantie fiable et transparente à la responsabilité sociale et environnementale des produits alimentaires. Cette expansion européenne permettra d'élargir l'application de l'outil et d'accroître son influence sur la sensibilisation des consommateurs en favorisant une prise de décision réfléchie et responsable. Le Planet-score s'efforce de devenir une norme reconnue qui promeut la durabilité

et l'éthique dans l'ensemble de l'industrie agroalimentaire grâce à une adoption croissante et au soutien de toutes les parties concernées. (Bonnot, 2023)

Leur dernier objectif est de mobiliser la jeunesse derrière leur projet. C'est en grande partie la jeunesse qui donne beaucoup d'espoir et de sens dans la campagne du Planet-score. Il arrive souvent qu'une personne relativement jeune au sein de la direction de RSE soit à l'origine du mouvement. Bien qu'occupant une position peu élevée au sein de l'organisation, cette personne est capable de persuader les dirigeants de RSE de la nécessité de l'initiative et de susciter leur soutien. Cette motivation peut se propager parfois jusqu'au sommet de l'organisation. (Bonnot, 2023)

Cette dynamique démontre que même en tant qu'individus, nous disposons d'un pouvoir considérable pour amorcer un changement significatif. Une idée puissante, soutenue par une conviction forte et poursuivie sans relâche, peut avoir un impact notable sur une organisation. Il est essentiel de reconnaître que chacun d'entre nous a le potentiel de promouvoir des valeurs et des pratiques responsables pour contribuer ainsi au changement des entreprises.

Sabine Bonnot nous explique « *Je me rappelle, au début de ma carrière, je me sentais totalement impuissante ; je travaillais pour des grandes entreprises de l'industrie agroalimentaire et de l'industrie des pesticides. Il était impossible de faire bouger les choses. Aujourd'hui, il y a une grande pression sur les enjeux environnementaux. Cette pression est soutenue par une expression forte des jeunes. En France l'an dernier, beaucoup de grandes écoles ainsi que des jeunes diplômés ont fait des allocutions fortes sur le thème de la responsabilité et la transition écologique. Les jeunes d'aujourd'hui ne veulent pas, dans leur futur métier, contribuer à la catastrophe environnementale.* » (Bonnot, 2023)

Ce changement de comportement met énormément de pression sur les entreprises qui sont incitées à agir en lien avec la transition, tant pour répondre aux attentes des jeunes consommateurs que pour assurer leur propre pérennité sur le long terme.

Pour terminer, la finalité du Planet-score va au-delà de la simple évaluation de l'impact environnemental des produits. Son but est de créer une valeur écologique qui englobe non seulement l'impact, mais aussi la notion de valeur intrinsèque des éléments naturels. Le Planet-

score cherche à intégrer tous les facteurs pertinents dans son évaluation en utilisant une approche basée sur les valeurs, en reconnaissant l'importance des éléments naturels et en allant au-delà de la simple mesure des conséquences. En mettant l'accent sur les valeurs, il cherche à promouvoir les comportements et les biens qui soutiennent la valeur écologique de notre environnement. (Bonnot, 2023)

4. Analyse critique du Planet-score

Le Planet-score est un outil émergent dans le domaine de l'évaluation de l'impact environnemental des produits alimentaires. Alors que la demande des consommateurs pour des produits respectueux de l'environnement et durables est en hausse, le Planet-score est présenté comme une parmi plusieurs solutions visant à éduquer et à influencer les décisions d'achat des consommateurs en faveur de produits alimentaires plus respectueux. Toutefois, il est essentiel d'appliquer une stratégie d'évaluation critique lors de l'évaluation de cet outil.

Cette analyse vise à évaluer de près les forces et les limites du Planet-score. Il est nécessaire de déterminer si le Planet-score tient réellement ses promesses et s'il peut conduire à une amélioration considérable de l'industrie alimentaire. Cette analyse critique propose de fournir une évaluation du Planet-score en approchant une approche objective et concrète par rapport aux contextes de la gouvernance de cette organisation.

a) Faiblesses et limites du Planet-score

Nous allons explorer ces faiblesses afin de mieux comprendre les limites de cet outil et d'identifier les domaines dans lesquels des améliorations pourraient être apportées.

L'une des critiques concernant le Planet-score et la plupart des autres systèmes d'étiquetage est leur étroite collaboration, vis-à-vis des industries agroalimentaires. Marc Fichers, conseiller pour Nature & Progrès et ancien secrétaire général de cette organisation, soulève ce point en affirmant que les étiquetages alimentaires sont largement influencés par les acteurs de l'industrie « *Les étiquetages alimentaires ne sont pas dans les mains des consommateurs et des producteurs comme ils le disent, mais c'est dans les mains des industriels. Car il affirme que la*

majorité des agroalimentaires est bien dans les mains des multinationales et que ces multinationales sont détenues uniquement par des fonds financiers dont le seul but est la rentabilité financière, alors là, je me dis, il y a peut-être un problème. » (Fichers, 2023)

Cela peut soulever des inquiétudes quant à l'objectivité et à l'indépendance des notes, car elles pourraient être biaisées en faveur des intérêts financiers des grandes entreprises plutôt que de refléter fidèlement les questions planétaires. Cela suscite des interrogations quant à leurs influences réelles sur la viabilité et la santé générale du système alimentaire.

Une deuxième faiblesse peut résider dans la surcharge d'informations affichées sur les emballages des produits alimentaires. Avec la multiplication des scores et des labels, il devient de plus en plus difficile pour les consommateurs de comprendre et d'interpréter toutes ces informations. Cette surabondance peut entraîner une confusion et une perte de clarté quant aux critères et aux mesures réellement importantes pour évaluer un produit. Au lieu de faciliter la décision du consommateur, la multitude de notations peut le rendre confus et insatisfait, car il devient difficile de comprendre les différences graduelles et les distinctions entre les nombreux systèmes d'évaluation. En effet, la présence écrasante d'autres scores peut nuire à la transparence et à la simplicité envisagées par le Planet-score, rendant le processus de décision du consommateur moins clair et moins efficace. (Moreau, 2021)

Une troisième faiblesse est le fait que le score des étiquetages alimentaires est un outil de marketing commercial qui suit un effet de mode pour pousser à l'augmentation des ventes d'un produit par rapport à un autre. Selon Marc Fichers, l'étiquetage alimentaire tels que le Planet-score va perdurer, mais sera soumis à des effets de mode et à des ajustements pour répondre aux attentes changeantes des consommateurs et aux tendances du marché. Cette adaptation constante des scores peut remettre en question leur objectivité et leur fiabilité, car ils pourraient être influencés par les attentes des consommateurs plutôt que par des critères strictement liés à l'enjeu environnemental. (Fichers, 2023)

Une dernière limite dont le Planet-score peut être confronté est par rapport à son niveau d'évaluation planétaire trop élevé, ce qui peut entraîner des scores défavorables pour de nombreux produits alimentaires. Cette exigence élevée peut décourager les entreprises d'adopter cet outil, car elles pourraient considérer les critères d'évaluation comme trop élevés,

voire inatteignables pour certains produits alimentaires. Cette situation pourrait entraîner une faible adoption du Planet-score par l'industrie agroalimentaire, limitant ainsi son impact et sa portée.

Cette limite est actuellement celle que fait face le label Biogarentie qui bien que différente, possède plusieurs éléments semblables avec le Planet-score, notamment dans leur démarche méthodologique d'évaluation. Comme nous explique Maxime Goudeseune lors de notre interview « *Le problème de Biogarentie. Pour l'instant, on est à un moment charnière. C'est que personne ne rentre dedans. Pourquoi ? Parce qu'il est trop poussé. On a vu trop grand, on a voulu faire un outil parfait reprenant la protection de la biodiversité et bien-être animal. Mais oui, c'est très beau sur papier, mais ça, ce sont des freins.* » (Goudeseune, 2023)

Il est important de trouver un équilibre entre des critères d'évaluation rigoureux et réalisables pour encourager l'adoption du Planet-score par un large éventail d'entreprises. Cela pourrait impliquer une révision des critères existants.

b) Forces et opportunités du Planet-score

L'une des grandes forces du Planet-score réside dans sa structure indépendante et sa démarche horizontale, portée par la société civile. En effet, cette initiative est soutenue par des associations d'intérêts généraux et des scientifiques qui ont pour objectif de préserver leur indépendance et d'éviter toute tromperie du consommateur. Cette approche vise à garantir la transparence et la fiabilité des informations fournies par le Planet-score. (Bonnot, 2023)

Un autre aspect important du Planet-score est sa fonction d'outil d'aide à la transition vers des pratiques plus durables, ce qui est essentiel pour la survie de la planète. Le Planet-score permet aux acteurs de l'industrie agroalimentaire de prendre des décisions réfléchies en faveur de la durabilité en offrant des indicateurs clairs et quantifiables sur les impacts environnementaux des produits alimentaires. Il leur fournit des informations spécifiques sur les domaines à améliorer, tels que la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la préservation de la biodiversité et la réduction de l'utilisation des pesticides. (Planet-score, 2022)

Une autre grande force du Planet-score réside dans sa capacité à défier les grandes entreprises agroalimentaires en les incitant à adopter des pratiques de production plus respectueuses de la planète. En proposant des critères établis et en évaluant de manière transparente les impacts environnementaux des produits alimentaires, le Planet-score encourage les entreprises à repenser leurs méthodes de production et à se conscientiser pour aller vers une transition plus durable. Cela contribue à sensibiliser les entreprises à l'importance de la durabilité environnementale et leur offre un outil fiable pour guider leurs efforts d'amélioration. En identifiant les domaines clés d'intervention, le Planet-score approuve la préservation des ressources naturelles et à la réduction de l'impact écologique de l'industrie agroalimentaire. (Bonnot, 2023)

Pour terminer, une autre force du Planet-score est son envie de lutter contre le greenwashing. Dans un contexte auquel de nombreux produits alimentaires se parent de labels et des étiquetages écologiques sans réel fondement, le Planet-score se positionne comme un outil crédible et fiable. Grâce à son approche scientifique et ses critères d'évaluation rigoureux, il permet de lutter contre les faux labels et les effacent progressivement. Le Planet-score suit la tendance actuelle, comme l'Europe avec le « Green Claims » qui s'attaque au greenwashing et encadre les pratiques de communication environnementales. (Bonnot, 2023)

En mettant en avant les résultats du Planet-score sur les emballages des produits alimentaires, les consommateurs peuvent avoir accès à des informations transparentes et fiables, ainsi, ils peuvent éviter de se laisser tromper par des allégations trompeuses et choisir des produits réellement respectueux de l'environnement.

Partie 3 : Information concernant les consommateurs.

1. Comportement du consommateur

Les préoccupations des consommateurs en matière de développement durable, de changement climatique, de réduction des déchets et de préservation des ressources naturelles sont de plus en plus présentes. Ils exigent donc des sociétés qu'elles prennent en compte ces questions et qu'elles s'engagent dans des pratiques sociales et environnementales plus responsables. Cela se traduit par un désir croissant de produits durables, moraux et respectueux de l'environnement. Parallèlement, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la transparence et à l'honnêteté des entreprises en ce qui concerne leurs pratiques et leurs engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale (RSE). (LSA, 2022)

Dans la RSE, l'alimentation est le secteur où les attentes des consommateurs sont les plus fortes (60 %), suivi de près par la grande distribution (47 %). Les consommateurs sont de plus en plus conscients des attributs des marques responsables et engagées, et 46 % d'entre eux affirment être influencés par ces attributs. De plus, 53 % des consommateurs sont prêts à payer plus cher pour des produits garantis par la RSE, à condition qu'il y ait une véritable transparence et qu'il n'y ait pas de greenwashing. Les consommateurs continuent de se méfier des marques. En effet, 64 % d'entre eux n'ont pas confiance dans la capacité des marques à communiquer leurs engagements et responsabilités en matière de RSE de manière honnête et transparente. (LSA, 2022)

Une étude menée par le groupe d'étude et de conseil en sciences comportementales, BVA, a révélé une forte sensibilité de la société envers les enjeux sociaux et environnementaux. Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 enquêtes en ligne représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Les résultats ont montré que 54 % des répondants étaient actifs dans la transition vers un mode de vie plus respectueux de l'environnement et de la société. D'après cette étude, il est également observé que le pourcentage du budget alloué à l'alimentation a augmenté de 73 %. (BVA, 2023)

Trois axes prépondérants guident le choix du consommateur en matière d'achats alimentaires : (BVA, 2023)

- a) **La qualité nutritionnelle** (22 %) est un critère primordial pour les consommateurs, car elle reflète l'habilité d'un aliment à répondre aux besoins journaliers en aliments. Aujourd'hui, grâce au Nutri-score présent sur la plupart des emballages alimentaires en Belgique, il est plus facile pour le consommateur de prendre en compte ce critère lors de l'achat. Cela lui permet aussi de conscientiser et d'encourager les clients à acheter des aliments de façon à être en bonne santé. Il permet aussi de lutter contre l'obésité qui est un enjeu majeur de la santé publique en Belgique et dans plusieurs autres pays mondiaux. Le pourcentage de la population des adultes obèse, c'est-à-dire qui ont un BMI supérieur ou égale à 30, est de 15,9 % en Belgique. (Sciensano, 2018)

- b) **L'absence d'additifs et de pesticides** (20 %). Les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par la présence de ces substances dans leur alimentation. Les additifs sont utilisés pour augmenter la durée de conservation des aliments, donner une couleur à un produit, améliorer ou modifier la texture, mais surtout à répondre aux besoins croissants en quantité et diversité des produits. Leur usage suscite des inquiétudes en matière de santé publique. Les chercheurs tentent de déterminer s'il existe un lien entre le développement de maladies chroniques gastro-intestinales et certains additifs alimentaires. Concernant les pesticides, nous avons vu qu'ils peuvent avoir un impact négatif sur la santé humaine mais aussi sur l'environnement en détruisant les organismes biologiques. (Hernandez, 2020)

- c) **L'origine du produit** (20 %). Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'origine des produits qu'ils achètent avec une préférence pour les produits locaux et de circuit court. Cela peut être expliqué par le fait que les clients veulent soutenir l'économie et les producteurs locaux, tout en réduisant l'impact environnemental lié au transport de longue distance. De plus, l'origine des produits est également un enjeu de transparence et de traçabilité pour garantir la sécurité alimentaire et la qualité des produits. (BVA, 2023)

Environ 65 % des consommateurs s'informent de l'impact environnemental de leurs achats potentiels avant de prendre une décision concernant un nouveau produit ou une nouvelle marque. Cela démontre l'importance grandissante accordée aux préoccupations environnementales et au développement durable lorsque les consommateurs prennent des décisions d'achat. Nous pouvons aussi constater que les citoyens accordent plus d'importance aux acteurs de proximité, comme les commerçants, les associations et les agricultures. Notons qu'en moyenne, 84 % de la population fait confiance aux acteurs locaux. (BVA, 2023)

Les conditions de succès pour informer et changer le comportement des consommateurs est de rendre un affichage environnemental efficace se base aussi sur trois points. (BVA, 2023)

- a) **Des indicateurs concrets et précis** : Ce qui permet aux consommateurs d'identifier et de choisir en connaissance de cause. Parmi les indicateurs, les acheteurs sont particulièrement intéressés par l'utilisation ou non des pesticides. Ils veulent savoir si leurs aliments ont été cultivés dans des conditions respectueuses de l'environnement et ils craignent souvent de manger des produits ayant été en contact avec des produits chimiques nocifs pour la santé humaine. Un des indicateurs essentiels pour les acheteurs est le respect des pratiques éthiques en matière d'élevage et de culture, car les consommateurs se préoccupent du bien-être des animaux d'élevage. (BVA, 2023)

- b) **Facilité à comprendre et à appréhender** : La plupart des consommateurs sont fréquemment en manque de temps et leur décision d'achat dans une grande surface se réalise seulement en quelques secondes. Un étiquetage facile à comprendre et lisible permet de gagner du temps quand ils font leurs achats. Le consommateur ne souhaite plus vérifier par lui-même la description du produit alimentaire, il souhaite par un étiquetage simplifié pouvoir être en mesure de comparer rapidement les produits entre eux en basant leurs comparaisons sur les facteurs planétaires qui sont les plus importants pour eux. (BVA, 2023)

- c) **Soutien des parties prenantes** : Pour un système d'étiquetage alimentaire neutre et transparent, cela nécessite la coopération de plusieurs personnes qui sont de près ou de loin liés à ce projet. Il peut s'agir de groupes de consommation, de producteurs, de

fournisseurs, de pouvoirs publics, d'organisations non gouvernementales et de scientifiques. Étant donné que les consommateurs sont les premiers utilisateurs des produits et les premiers destinataires de l'étiquetage environnemental, leur soutien est crucial. (BVA, 2023)

Les consommateurs doivent être conscients de la portée de l'étiquetage environnemental et de la manière dont il peut les aider à prendre des décisions plus réfléchies.

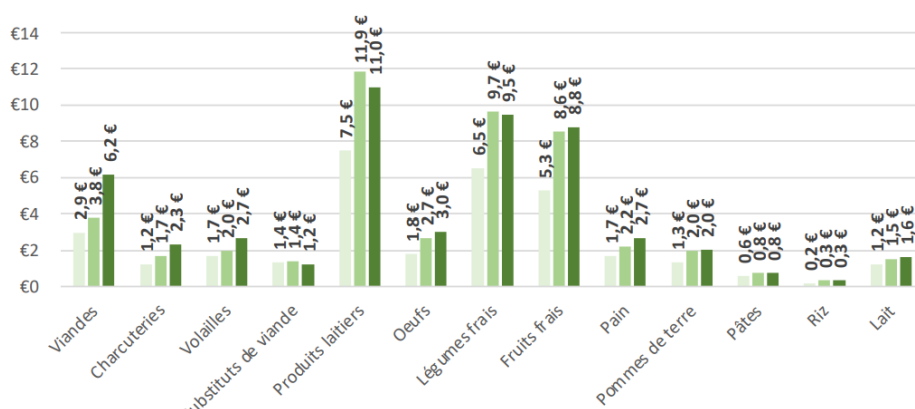
Les producteurs et les distributeurs jouent aussi un rôle important et crucial dans cette démarche de transition. Ces deux parties prenantes doivent rester attentives à l'évolution du marché pour rester compétitif. L'étiquetage alimentaire peut permettre de se démarquer de leurs concurrents et d'améliorer leur image de marque en démontrant leur engagement en faveur du développement durable. Les pouvoirs publics peuvent travailler sur l'élaboration de réglementations pour faciliter l'adoption de ce type d'étiquetage. Comme, le conseil national de l'alimentation qui a proposé en juillet 2022 d'utiliser l'affichage environnemental pour rééquilibrer la consommation de produits carnés et végétaux. (Conseil National de l'Alimentation, 2022)

Les ONG et les scientifiques peuvent jouer un rôle important en poussant à l'adoption de recherche et développement du système d'étiquetage, en offrant des conseils et des recommandations pour accroître son efficacité.

Concernant les ménages belges, nous savons qu'en 2021, 978 millions d'euros ont été dépensés en produits bio, soit une augmentation de +4,6 % comparé à 2020. Les aliments dont les Belges dépensent le plus au sujet des produits bio sont les produits laitiers, suivi des légumes, puis des fruits frais. (Voir tableau en dessous) (BioWallonie, 2022)

Figure 35 Évolution des dépenses bio par habitant belge selon 13 catégories de produits, en euros – Années 2016 – 2020 - 2021

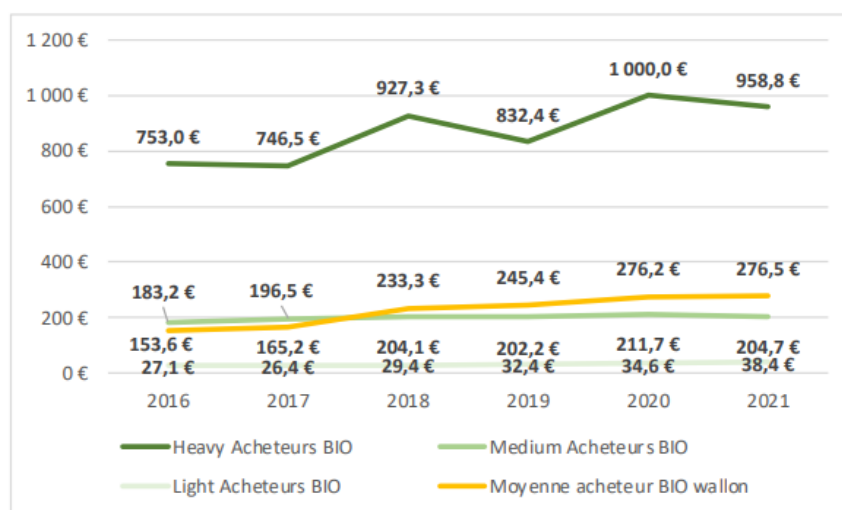
Source GfK – 2022 et StatBel 2022



Concernant la valeur d'achat, nous pouvons constater avec ces chiffres qu'il y a une croissance de la consommation de produits alimentaires bio en Wallonie par rapport à 2016, avec une augmentation des dépenses moyennes par ménage. Cependant, il est essentiel de prendre en compte les variations dans les habitudes d'achat et les dépenses des différents profils d'acheteurs bio. Cette évolution souligne l'évolution des préférences des consommateurs et l'importance de continuer à promouvoir et à soutenir l'agriculture biologique pour répondre à la demande croissante. (Voir tableau ci-dessous) (BioWallonie, 2022)

Figure 41 Évolution de la valeur annuelle d'achats en produits bio par ménage wallon, en euros – Années 2016 à 2021

Source GfK – 2022



2. Comportement du consommateur vis-à-vis du Planet-score

Une étude de consommation réalisée auprès d'un panel de 1000 personnes représentatives de la population française âgée de plus de 18 ans a montré que sur les cinq formats proposés dans le tableau de droite, le Planet-score est très largement préféré (48 %, contre 18 % pour le second et 8 % pour le dernier). (Planet-score, 2022)



Cette étude montre à quel point les consommateurs sont demandeurs d'indicateurs clairs et fiables sur l'impact environnemental des entreprises et des produits. Les résultats de cette étude suggèrent que les consommateurs sont prêts à s'engager dans une consommation responsable, mais qu'ils ont besoin d'outils simples et pratiques pour les aider à prendre des décisions éclairées. Le Planet-score semble, suivant ce sondage, être l'étiquette la plus plébiscitée par les consommateurs. (Planet-score, 2022)

Quel que soit le profil du consommateur, une étude BVA qui a testé l'étiquette Planet-score sur des produits existants avec les marques, les prix et les évaluations nutritionnelles ont donné d'excellents résultats avec 78 % à 87 % d'évaluations positives en termes de clarté, de simplicité et de facilité de choix. La confiance des clients dans les marques qui optent pour cette transparence est considérablement renforcée par l'utilisation de Planet-score (7,2/10). (BVA, 2023)

Selon la même étude, une grande majorité de consommateurs (86 %) sont intéressés par l'affichage environnemental sur les produits alimentaires, cela leur permet de mieux comprendre l'impact environnemental de leur consommation. En effet, grâce à la transparence, les achats peuvent être effectués plus rapidement et avec moins de difficultés. (BVA, 2023)

Les études menées sur le ressenti du consommateur à l'égard du Planet-score ont permis d'identifier les préférences des clients. En ce qui concerne l'affichage environnemental, les consommateurs se sont montrés plus intéressés par le mode d'élevage respectueux (25 %), l'absence de pesticides (39 %) et de leurs utilisations. La préservation de la biodiversité (12 %), du climat (13 %) et de la gestion des ressources (12 %), en revanche, ont été jugées moins significatives et moins importantes. (BVA, 2023)

Les résultats de l'étude montrent, une fois de plus, que les consommateurs sont conscients de l'impact environnemental de l'agriculture et accordent une importance particulière à la réduction de l'utilisation des pesticides. Cela rentre dans l'objectif de préserver une terre durable et saine pour les générations futures. Ils sont également soucieux de la qualité de vie des animaux d'élevage et préfèrent des pratiques d'élevages plus respectueuses qui évitent la production intensive et en batterie, qui prône un élevage en plein air, qui fait attention au bien-être animal, qui respecte les conditions d'abattage pour obtenir un produit plus tendre et de meilleure qualité. (BVA, 2023)

Conclusion générale

Ce travail s'est penché sur l'impact des informations liées aux actions environnementales et sociales des entreprises sur l'emballage des produits, en mettant l'accent sur l'organisation Planet-score. Nous avons exploré de manière générale le thème de la durabilité dans l'étiquetage des produits, mais nous avons choisi de nous concentrer sur le Planet-score en raison de son approche basée sur la valeur écologique plutôt que sur l'impact environnemental.

Dans notre étude, nous avons commencé par examiner les éléments de contexte afin de mieux comprendre le sujet de l'étiquetage alimentaire et de déterminer les actions possibles. Nous avons ainsi identifié les premières réglementations qui obligent les agro-industriels à communiquer certaines données sur leurs produits. Ces réglementations, établies au niveau européen comme le « Green Claims », sont une étape essentielle vers une plus grande transparence dans le secteur de l'emballage des produits. Elles sont motivées par les enjeux auxquels notre génération est confrontée, notamment la raréfaction des ressources de notre planète. Cette prise de conscience grandissante de l'impact environnemental nous pousse à repenser nos pratiques et à adopter des approches plus durables. Ainsi, les informations sur les actions environnementales et sociales des entreprises deviennent des outils précieux pour les consommateurs, leur permettant de faire des choix éclairés et responsables en faveur de produits intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement et soutenant des initiatives sociales positives.

Dans ce contexte, nous avons détaillé l'intérêt sur le Planet-score, à travers son système d'étiquetage alimentaire, s'inscrit dans une dynamique de changement du comportement de consommation alimentaire visant à conscientiser les consommateurs et à les guider vers des choix plus respectueux de la planète. En prenant en compte des aspects importants au-delà de l'impact environnemental, tels que la traçabilité des matières premières, l'engagement social des parties prenantes et d'autres critères écologiques. Cet outil facilite une transition efficace vers un avenir plus durable pour notre planète.

Par la suite, nous nous sommes penchées sur le comportement des consommateurs à l'égard des enjeux sociétaux et environnementaux liés à leurs choix de produits alimentaires, ainsi que sur

les leviers permettant de modifier ce comportement. Cette partie de notre étude souligne l'importance cruciale des parties prenantes dans l'organisation et le bon fonctionnement d'un score alimentaire. L'opinion des consommateurs et leur capacité de persuasion ont un impact considérable, exerçant une pression sur l'industrie agroalimentaire et les gouvernements pour modifier certaines pratiques. Leur engagement collectif peut amener des changements positifs, promouvant une prise de conscience croissante et une action concertée vers un avenir plus respectueux de notre planète.

L'alimentation joue un rôle crucial non seulement comme source de nourriture, mais aussi en termes de santé individuelle et de préservation de notre planète. Pour concilier ces trois aspects, il est essentiel d'avoir un étiquetage alimentaire adapté à nos défis environnementaux actuels. Cependant, pour que ces informations soient efficaces, elles doivent être pertinentes, transparentes, rigoureuses et surtout compréhensibles pour le plus grand nombre. Ainsi, nous pourrions véritablement manger en conscience, en prenant en compte notre nutrition, notre santé personnelle et la santé de notre planète.

Les experts consultés dans le cadre de ce travail de fin d'étude ont offert des pistes de réflexion supplémentaires pour approfondir notre analyse. Leurs suggestions nous ont permis d'envisager des recherches et des aspects à améliorer pour pousser la réflexion sur la transition écologique.

L'importance d'une diversité de profils collaborant dans le domaine de l'agriculture est primordiale pour développer une vision différenciée et mieux structurée. L'avis de Maxime Goudeseune met en avant la nécessité d'inclure des économistes spécialisés, des statisticiens et des experts issus de différentes disciplines scientifiques liées à la bio ingénierie. Le professeur Philippe Baret est cité en exemple, car il parvient à adopter une approche globale en intégrant plusieurs domaines scientifiques. Cette approche interdisciplinaire permet d'enrichir les analyses et de proposer des solutions plus complètes et adaptées aux défis actuels de l'agriculture. (Goudeseune, 2023)

Une autre piste proposée par Marc Fichers serait d'entreprendre une étude future portant sur l'analyse des leviers. Ceci permettant d'accorder une plus grande autonomie aux consommateurs dans la préparation de repas sains et respectueux de l'environnement, tout en évitant les aliments ultra-transformés. Cette étude viserait à identifier les facteurs clés et les actions nécessaires

pour encourager les consommateurs à adopter des choix alimentaires responsables, à travers des mesures telles que l'éducation nutritionnelle, l'accès à des informations transparentes sur les produits alimentaires et la promotion de la cuisine maison. En comprenant ces leviers, il serait possible de développer des stratégies et des initiatives ciblées pour soutenir les consommateurs dans leur quête de repas plus sains et durables. Cette approche axée sur l'autonomie des consommateurs, ayant accès à plus de connaissances, pourrait contribuer à promouvoir des habitudes alimentaires plus saines, à réduire la dépendance aux aliments ultra-transformés et à favoriser une alimentation durable à la fois pour la santé des individus et pour l'environnement. (Fichers, 2023)

Néanmoins, nos recommandations pour Planet-score sont :

- De renforcer sa crédibilité en maintenant une transparence maximale avec toutes les parties prenantes impliquées. Il serait essentiel de continuer à communiquer de manière claire et ouverte sur la méthodologie utilisée ainsi que sur les critères d'évaluation.
- D'élargir la portée de leurs campagnes publicitaires, ils pourraient toucher un public plus large et sensibiliser davantage de personnes à l'importance du score pour leur alimentation.
- De collaborer avec d'autres initiatives locales et régionales, réunissant ainsi les acteurs de la transition agroalimentaire. Cette collaboration permettrait d'accroître l'impact à l'échelle européenne et d'impliquer plus de personnes dans cette cause mondiale.

En conclusion, une prise de conscience croissante de l'impact environnemental nous pousse à repenser nos pratiques et à adopter des approches plus durables. Il est donc crucial de donner aux consommateurs les moyens de faire des choix éclairés et responsables en faveur de produits qui intègrent des pratiques respectueuses de l'environnement et soutiennent des initiatives sociales positives.

Dans ce cadre, les informations fournies sur les emballages jouent un rôle clé dans cette démarche, en offrant aux consommateurs les connaissances nécessaires pour prendre des décisions éthiques et durables. C'est en agissant ensemble, consommateurs, entreprises et gouvernements, que nous pourrions créer un avenir plus respectueux de notre planète, où la durabilité et la responsabilité sont au cœur de nos choix quotidiens.

Bibliographie

Accueil. (2023). Récupéré sur Planet Score: <https://www.planet-score.org/>

Almroth, B. M., Christopher D. Collins, Sarah Cornell, Miriam L. Diamond, Peter Fantke, Martin Hassellöv, . . . Michael Zwicky Hauschild. (2022, Janvier 18). Outside the Safe Operating Space of the Planetary Boundary for Novel Entities. *Environmental Science & Technology*.

Alterna.eco. (2021, Avril 20). *Perturbation des cycles de l'azote et du phosphore par rapport aux limites planétaires*. Récupéré sur Alterna.eco: <https://www.alterna.eco/post/perturbation-des-cycles-de-l-azote-et-du-phosphore-par-rapport-aux-limites-plan%C3%A9taires>

BioWallonie. (2022, Mai 24). *Chiffres du Bio 2021 en Wallonie*. Récupéré sur BioWallonie: https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2022/05/Chiffres-du-Bio-2021_LOW.pdf

Blanchon, D. (2019). *Géopolitique de l'eau*. Le Cavalier Bleu.

Bonnot, S. (2023, Avril 28). (T. Guisset, Intervieweur)

Bonnot, S. (2023, Avril 20). *Etiquetage environnemental : le Planet-score poursuit son développement et se structure pour garantir son indépendance*. Récupéré sur Planet-score: <https://www.planet-score.org/public/uploads/2023/04/Affichage-environnemental-communique-Planet-score-structuration-20230420-vff.pdf>

Boutaud, A., & Gondran, N. (2020). *Les limites planétaires*. La découverte.

BVA. (2023). *Les Français et l'affichage environnemental des produits alimentaires*.

Climat.be. (s.d.). *Conséquences sur la santé*. Récupéré sur Climat.be: <https://climat.be/en-belgique/climat-et-emissions/consequences/sante>

Climat.be. (s.d.). *Influence humaine*. Récupéré sur Climat.be: <https://climat.be/changements-climatiques/causes/influence-humaine>

CNA. (2002). *Avis sur l'information des consommateurs relative aux denrées alimentaires*.

CNA. (2022). *Nouveaux comportements alimentaires*.

Conseil National de l'Alimentation. (2022). *Nouveaux Comportements Alimentaires*.

De Bruyn, R. (2021, Janvier 20). *Nutrition et santé : comment lire et comprendre les étiquettes alimentaires*. Récupéré sur écoconso: <https://www.ecoconso.be/fr/content/nutrition-et-sante-comment-lire-et-comprendre-les-etiquettes-alimentaires>

De Bruyn, R. (2021, Janvier 27). *Reconnaitre les labels pour manger durable*. Récupéré sur écoconso: <https://www.ecoconso.be/fr/content/reconnaitre-les-labels-pour-manger-durable>

Duru, M. (2022, décembre 8). *Sortir des visions en silo : cohérence One Health*. (Makesense, Intervieweur)

Eckstein, D., Künze, V., & Schäfer, L. (2021, Janvier). *Indice mondial des risques climatiques 2021*. Récupéré sur germanwatch: <https://germanwatch.org/sites/default/files/R%C3%A9sum%C3%A9%20de%20l'indice%20mondiale%20des%20risques%20climatiques%202021.pdf>

Etat de l'agriculture wallonne. (2022, décembre 02). *Cheptel bovin*. Récupéré sur etat-agriculture.wallonie: https://etat-agriculture.wallonie.be/contents/indicatorsheets/EAW-A_II_c_1.html

Fichers, M. (2023, Mai 25). (T. Guisset, Intervieweur)

Goudeseune, M. (2023, Mai 25). (T. Guisset, Intervieweur)

Gouvernement français. (2023, Février 1). *Biodiversité : présentation et enjeux*. Récupéré sur Gouvernement français: <https://www.ecologie.gouv.fr/biodiversite-presentation-et-informations-cles>

Hernandez, J. (2020, février 19). *ADDITIFS ALIMENTAIRES : QU'EN PENSER EN 2020 ?* Récupéré sur Siga.care: <https://siga.care/blog/additifs-alimentaires-quen-penser-en-2020/>

Hooper, D. U., F. S. Chapin III., J. J. Ewel, A. Hector, P. Inchausti, S. Lavorel, . . . S. Naeem. (2005). *EFFECTS OF BIODIVERSITY ON ECOSYSTEM FUNCTIONING: A CONSENSUS OF CURRENT KNOWLEDGE*.

INRAE. (2022, octobre 20). *Expertise scientifique collective : la diversité végétale, une solution agroécologique pour la protection des cultures*. Récupéré sur INRAE: <https://www.inrae.fr/actualites/expertise-scientifique-collective-diversite-vegetale-solution-agroecologique-protection-cultures>

La rédaction. (2018, Décembre 14). *Qu'est-ce que la biosphère ? Définition et explication*. Récupéré sur Geo.fr: <https://www.geo.fr/environnement/quest-ce-que-la-biosphere-definition-et-explication-193893#:~:text=La%20biosph%C3%A8re%20est%20l'ensemble,raison%20de%20son%20flou%20s%C3%A9mantique.>

La terre au carré (2021). Les engrais azotés de synthèse, un danger pour la santé et l'environnement.

Lallemand, C. (2022). Intoxication alimentaire: 5 viandes à risques élevés. *le vif*.

Lambert, W. (2002, Juillet). *Planet-Score l'étiquette environnementale 100% anti-greenwashing*. Récupéré sur Planet Score: <https://www.planet-score.org/public/uploads/2022/07/DP-Planet-Score-VF-22-07-2022.pdf>

Le Monde. (2022). Climat : concentrations records de gaz à effet de serre dans l'atmosphère en 2021, selon une étude. *Le Monde*.

Liou, J. (2022, 12 9). *Qu'est-ce que l'acidification des océans ?* Récupéré sur Agence internationale de l'énergie atomique: <https://www.iaea.org/fr/newscenter/news/quest-ce-que-lacidification-des-oceans#:~:text=Les%20oc%C3%A9ans%20absorbent%20environ%2030,probl%C3%A8me%20continue%20de%20s'aggraver.>

LSA. (2022). Etude conso.

Massemin, E. (2022, Janvier 31). *Pollution chimique : la planète a franchi la ligne rouge*. Récupéré sur Reporterre: <https://reporterre.net/Pollution-chimique-la-planete-a-franchi-la-ligne-rouge>

Merle, A., Herault-Fournier, C., & Werle, C. (2016). *Les effets de la mention d'origine géographique locale sur les perceptions alimentaires*.

Moreau, C. (2021, Septembre 01). *L'infobésité : comment gérer la surinformation ?* Récupéré sur [Passeport santé:](https://www.passeportsante.net/fr/psychologie/Fiche.aspx?doc=infobesite-gerer-surinformation) <https://www.passeportsante.net/fr/psychologie/Fiche.aspx?doc=infobesite-gerer-surinformation>

Pesticide Atlas. (2022). *Facts and figures about toxic chemicals in agriculture*.

Planétoscope. (2023, Avril 18). *La disparition des espèces*. Récupéré sur planétoscope: <https://www.planetoscope.com/biodiversite/126->

.html#:~:text=Une%20esp%C3%A8ce%20animale%20ou%20de,en%20raison%20des%20activit%C3%A9s%20humaines.

Planet-score. (2022, Janvier 26). *ETIQUETAGE ENVIRONNEMENTAL :le Planet-score sur les produits alimentaires,un véritable moteur de la transition écologique de l'agro-alimentaire*. Récupéré sur Planet Score: <https://www.planet-score.org/public/uploads/2022/02/Planet-score-communique%CC%81-20220126.pdf>

Planet-score. (2022, Décembre 15). *Webinaire méthodologie*. Récupéré sur Planet Score: <https://www.planet-score.org/public/uploads/2022/12/20221215-Planet-score-webinaire-methodologie.pdf>

Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone. (2019, 12 12). *Protocole de Montréal relatif à des substances qui appauvrissent la couche d'ozone*. Récupéré sur europa.eu: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:4413653>

Pujol, F. (2010). L'étiquetage des produits alimentaires. *Les 100 mots de la diététique et de la nutrition*, pp. 69-78.

Réseau action climat. (2021). *Moins et mieux; un élevage et une consommation de produits animaux respectueux de la planète*.

Rontani, H. I., & Bonnot, S. (2022, Décembre 8). De nouveaux indicateurs au service d'une vraie transition agroalimentaire de la fourche à la fourchette. (C. Cloarec, Intervieweur)

Ruyssen, A. (2022). Sommes-nous en train de dépasser toutes les limites planétaires ? *RTBF*.

Science. (2015, Janvier 15). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*.

Sciensano. (2018). *Enquête de santé*. Récupéré sur Sciensano: <https://www.sciensano.be/fr/sujets-sante/obesite/chiffres#surpoids-et-ob-sit-en-belgique>

Service Public Fédéral. (2016, Janvier 27). *L' étiquetage et ses mentions obligatoires*. Récupéré sur Service Public Fédéral: <https://www.health.belgium.be/fr/alimentation/informations-aux-consommateurs/etiquetage/que-doit-et-que-peut-retrouver-dans>

Siga.care. (2019, Mai 24). *LES LABELS ALIMENTAIRES PEUVENT-ILS ÊTRE TROMPEURS POUR LE CONSOMMATEUR ?* Récupéré sur Siga.care: <https://siga.care/blog/labels-alimentaires-trompeurs/>

SPF Economie. (2022, 04 27). *Etiquetage des denrées alimentaires*. Récupéré sur SPF Economie: <https://economie.fgov.be/fr/themes/ventes/reglementation/etiquetage/secteur-de-l'alimentation/etiquetage-des-denrees>

Statbel. (2022, septembre 13). *Utilisation du sol*. Récupéré sur Statbel: <https://statbel.fgov.be/fr/themes/environnement/sol/utilisation-du-sol#news>

The Indian Nitrogen Assessment. (2017).

Toussaint, G. (2009). Les limites biophysiques de la Terre. *La Libre*.

Youmatter. (2023, Mars 23). *Limites planétaires : définition, limites dépassées, origine du concept....* Récupéré sur Youmatter: <https://youmatter.world/fr/definition/limites-planetaires-definition-explication-utilisation/>

Zeuthen, J., & Ludvigsen, L. (2020). *Global third-party certification and labelling*.

Annexes

Annexe 1 : Entretien avec Sabine Bonnot :

Porte-parole du Planet-score.

[00:00:01.540] – Sabine Bonnot



Pour ce qui est des sièges sociaux des entreprises avec qui on travaille dans 12 pays européens. Et on est même présent dans toute l'Europe et même au-delà de l'Europe, puisqu'avec des entreprises multinationales qui sont parties sur emballage, on est présent dans 30 pays. Certes, on est né en France. Je vous rejoins sur le fait qu'on a été plus présents en France, mais à peu près, je dirais aujourd'hui, sur les 200 et quelques entreprises avec qui on travaille, plus de la moitié ne sont pas françaises ou spécialement uniquement françaises.

On est très attentifs à la réglementation européenne à laquelle on a largement contribué, en fait, en ce qui est de sa dernière mouture. Vous savez sans doute, en termes réglementaires, tout ce qui est allégation environnementale va être encadré par une directive de Bruxelles qui s'appelle Green Claims. Je vais vous envoyer le poste. On a écrit un poste LinkedIn qui est court et qui permet de résumer la situation. La Commission européenne voulait sortir ce texte depuis deux ans. Il avait été question que finalement, il soit publié le 30 novembre et on a fait partie des acteurs, tout notre collectif est également des acteurs à l'échelle européenne ou quelques États membres également, qui se sont opposés au draft, au projet qui avait commencé à circuler sous le manteau en novembre. La raison pour laquelle on s'y est opposé, c'est qu'en fait, ils classaient l'analyse de cycle de vie, donc les outils, en tous les cas la comptabilité à céder, comme méthode de référence. Ce qui, vous l'avez peut-être compris, n'est pas une très bonne idée pour la transition pour l'agroalimentaire. On pourra y revenir. Et en tous les cas, nous, on s'est très fortement opposés à ce texte et on était les seuls, je veux dire notre collectif de pensées, on était les seuls à l'échelle européenne à s'opposer à ça.

Et en face de nous, on avait des très gros lobbies, c'est-à-dire les lobbies de l'agro-industrie en tout cas. Et ce qui s'est passé, c'est que la Commission européenne, au dernier moment, c'est-à-dire le 30 novembre au matin, le jour où on a eu jour de la publication à l'agenda de la commission, a finalement dit, par la voix de son commissaire européen à l'environnement quand même, donc ce n'était rien, « We need to get it right. » Et pour l'instant, ce n'était pas right. Ils ont republié le projet le 22 mars, après nous avoir à nouveau reçu en février et avoir reçu différentes parties prenantes. Et finalement, le texte, et ça, c'est vraiment historique, le texte acte le fait que quand on fait de l'évaluation multicritères environnementale, il ne peut pas y avoir de méthode de référence unique. Parce qu'assembler des éléments très disparates comme une abeille, une algue verte, un degré de température, de l'ammoniac, toutes ces choses-là sont très hétérogènes et ça nécessite des choix. Ce qui est scientifique, c'est le fait qu'il y a un problème à résoudre. Ce qui ne peut pas être scientifique et c'est écrit comme ça par la Commission européenne, c'est le fait d'agglomérer des enjeux en décidant des poids.

Il n'y a pas de consensus scientifique atteignable sur les pondérations qu'on donne aux différents enjeux. Nous, typiquement, on donne plus de poids à la déforestation, on donne plus de poids aux pollutions chimiques que ce qu'il y a dans l'ACV et on l'assume totalement et on pense que c'est une bonne chose. Donc, ce qu'a dit, je fais un résumé, ce qu'a dit la Commission européenne, je vous enverrai donc ce post LinkedIn sur Green Claims, dont on s'est très fortement félicité pour ce draft, parce que ça permet de dire la pensée unique qui pourrait être extrêmement toxique pour la transition environnementale. La pensée unique n'existe pas. Et à partir du moment où les méthodes d'évaluation et d'étiquetage respectent un cadre, et nous, on était très, très vigilants pour qu'il y ait un cadre. Et ce cadre, et ce cadre, c'est « Il lutte réellement contre le greenwashing. Il répond aux politiques publiques environnementales, green deal, farm to Fork Strategy, etc. » Notamment, dans lesquelles on a réduction des intrants de synthèse, réduction des pesticides, etc. Et sa gouvernance est claire. Eh bien, dans ces cas-là, ces méthodes exercent sur le marché. Ok. Donc ça répond peut-être en anticipé à certaines des questions.

[00:05:19.490] – Thomas Guisset

Génial. Mais moi, j'ai une question que je me pose et je me suis posé en fait au début de cette recherche. C'est que, en fait, on sait souvent que le trop est l'ennemie du bien. Pensez-vous

qu'est-ce que c'est possible de créer quelque chose de global pour l'Europe ? Où pensez-vous que c'est une bonne idée de laisser tous ses scores sur les produits alimentaires, quitte à créer une confusion chez le consommateur ou non ?

[00:06:17.790] – Sabine Bonnot

La confusion, elle existe déjà et la réglementation, malheureusement. Il y a deux choses. D'abord, on préférerait qu'il y ait des enjeux environnementaux absolument existentiels, la déforestation, les pollutions, des choses qui sont vraiment à l'inverse de la résilience à laquelle on doit tendre, parce que sinon, on va quand même dans un mur. On préférerait que les institutions légifèrent. Et légifèrent dans le sens de « On arrête d'importer du soja qui déforeste en Amazonie. On arrête les pollutions par les pesticides. On arrête d'utiliser du gaz fossile pour faire des engrais de synthèse. » Pour nous, la meilleure voie, ce serait la réglementation. Il se trouve qu'aujourd'hui, les institutions favorisent très souvent ce qu'on appelle le « nudge », c'est-à-dire à demander au consommateur, dans sa grande sagesse, d'agir en lui donnant de l'information. On pense que ce n'est pas la meilleure solution. Par contre, dans la mesure où ce champ est ouvert aux initiatives permettant de fournir une information la plus juste possible, on s'est senti obligé d'investir ce champ parce que ce champ était investi par beaucoup de lobbies qui racontaient n'importe quoi. En fait, notre objectif, c'est au contraire, nous, de fournir une information qui est tellement bien comprise et tellement transparente et tellement anti greenwashing qu'elle efface progressivement les autres.

Mais pas par la réglementation d'une pensée unique. On ne serait pas très content d'être challengé par des gens qui seraient encore plus vertueux ou encore plus exigeants que nous, sincèrement. Pour l'instant, ce n'est pas le cas. Et on pense aussi qu'il y a un risque dans la pensée unique. Je pense que... Est-ce que vous avez compris d'où on venait avec l'analyse de cycle de vie ?

[00:08:57.870] – Thomas Guisset

Pensez-vous qu'il soit actuellement réalisable d'établir des exigences uniformes à l'échelle mondiale, étant donné les différences culturelles, les défis environnementaux et démographiques, ainsi que les disparités régionales ? Bien que la création d'exigences

communes soit possible à l'échelle européenne, il peut être plus difficile d'obtenir un consensus mondial en raison des différences culturelles et des conditions environnementales et démographiques qui varient d'une région à l'autre.

[00:09:26.710] – Sabine Bonnot

Ça veut dire quoi ne pas avoir la même exigence ? Comment vous le décririez à eux ?

[00:10:00.220] – Thomas Guisset

Problème au niveau des exigences, parce que si vous mettez toutes les exigences sur le même barème, ça peut être plus compliqué peut être à des pays en voie de développement de les atteindre que des pays qui sont déjà développés.

[00:10:12.830] – Sabine Bonnot

En fait, ça, ça résulte d'une vision erronée de ce qui se passe à l'échelle internationale. Il faut quand même réaliser qu'aujourd'hui, plus de trois quarts des agriculteurs dans le monde n'ont même pas un tracteur. D'accord ? Donc, en fait, l'agriculture industrielle qu'on pratique en Europe ou en Amérique du Nord ou en Amérique du Sud, elle est quand même minoritaire en termes de personnes qui pratiquent cette agriculture. Heureusement, dans le monde, il y a encore beaucoup de producteurs qui pratiquent une agriculture vivrière avec très peu de très peu d'intrants avec malheureusement assez peu de tracteurs, ce qui veut dire que c'est une agriculture qui est quand même beaucoup plus pénible, mais également avec beaucoup moins d'intrants et donc beaucoup moins d'impact sur la nature. Malheureusement, la tendance est que ces gens-là ont de plus en plus d'en plus accès progressivement à ce qu'on appelle les « facteurs de production de l'agriculture moderne ». Mais il faut voir que les agriculteurs dans les pays tiers, dans les pays au-delà de l'Europe, qui utilisent les techniques très industrielles, qui utilisent bien des moyens, qui sont très industriels et très intensifs, c'est plutôt pour exporter vers le monde qu'on appelle « développé » pas forcément pour nourrir la population locale.

Donc dire « Nous, on va produire propre », ce qui n'est pas le cas. Et les pays qui sont au-delà de l'Europe, ce n'est pas très grave parce que... Je ne sais pas quelle est l'idée qui est derrière, mais pour « se nourrir », il faut bien qu'ils fassent n'importe quoi avec la nature.

On ne peut pas dire, par exemple, telle ou telle vallée, il y a tout un tas de scandales à l'international qui n'arrivent pas forcément jusqu'à ce que chez nous, mais telles vallées rizicoles d'Inde a des taux de cancer absolument monstrueux parce que tout est pollué, les nappes phréatiques sont polluées. Bref, dire du coup les autres, on n'a qu'à ne pas les « jauger » sur le même référentiel, ça ne marche pas. Et l'autre chose, il faut quand même bien se rendre compte qu'en Europe, bien qu'on ait des législations en moyenne plus contraignantes sur la partie, par exemple, intrants, nous, on est quand même confronté à des pratiques qui parfois sont très mauvaises pour la nature en Europe.

On n'est pas forcément toujours bien mieux. Je ne sais pas si vous avez vu, mais par exemple, pour exporter nos céréales, ça, c'est une décision que la France vient de prendre. Pour exporter nos céréales en dehors de l'Europe, la France vient de réautoriser un insecticide chimique extrêmement toxique qui s'appelle le Phosphate, en disant « Oui, pour les autres, ce n'est pas grave. » idem, on produit sur le sol européen des pesticides qui sont interdits en Europe et qu'on exporte allègrement dans les pays tiers où ils provoquent des dégâts énormes, aussi bien en termes de nature que de santé humaine. Si on commence à dire « OK pour les « distorsions », c'est-à-dire que si ce n'est pas chez nous, ce n'est pas grave. C'est ce que moi, j'appelle le syndrome « not in my backyard ».

[00:13:28.680] – Thomas Guisset

Non. Moi, je pensais peut-être laisser une marge de manœuvre un peu plus importante à certains pays qui ont peut-être du mal à passer ce cap durable.

[00:13:36.560] – Sabine Bonnot

Dites-moi, quelle marge de manœuvre ? Parce que nous, on donne des marges de manœuvre à personne, on a un système d'évaluation. Concrètement, vous le verriez comment, dans un système d'évaluation, de laisser des marges de manœuvre ?

[00:13:49.310] – Thomas Guisset

Je comprends que pour vous, la création d'exigences uniformes à l'échelle mondiale est une question complexe et nécessite une réflexion approfondie. En effet, l'établissement de normes uniformes pourrait être difficile à atteindre pour certaines régions en raison de leur désir de produire davantage ou d'exporter, ce qui peut causer des problèmes économiques et de croissance à court terme. Cela suggère que les exigences doivent être adaptées aux conditions locales et régionales pour assurer une croissance durable et équitable.

[00:14:34.840] – Sabine Bonnot

On ne dit exactement pas de problème si vous faites du riz en Thaïlande ou en Inde, sauf si vous êtes en train de tout casser avec les pesticides sur place. C'est normal.

[00:14:45.750] – Thomas Guisset

Le transport a-t-il un impact sur le Planet-score ?

[00:14:48.350] – Sabine Bonnot

Par exemple, aujourd'hui, des pays d'Amérique centrale ou du Sud produisent de la banane à des prix défiant toute concurrence. Comment est-ce qu'ils font ? Nous, en fait, on travaille avec des entreprises qui s'approvisionnent là-bas et on nous a envoyé des itinéraires techniques. En gros, ça veut dire qu'est ce qui est utilisé comme intrant pour produire les bananes ? En Amérique du Sud, on a des itinéraires techniques qui vont jusqu'à 60 traitements de pesticides par an. Soixante. Vous voyez dans quoi les bananes, elles sortent beaucoup également d'engrais, elles sortent avec des très forts rendements à des prix défiant toute concurrence sur le marché international. Est ce qu'on doit dire ces gens-là, bon, OK, au niveau environnemental, ils ne sont pas bons du tout, mais parce qu'ils sont en Amérique du Sud, on va leur donner, entre guillemets, des marges de manœuvre. Non, parce qu'en fait, ce qu'on est en train de faire, c'est de tuer tous ceux qui produisent un peu mieux et qui ont forcément un prix plus cher. Ça ne marche pas, en fait, de dire des marges de manœuvre.

BVA, c'est le plus gros institut de sondage en France et ils ont fait une étude. Ça, c'était en décembre, qui a été publié en janvier et présenté à l'Assemblée nationale. C'est une très grosse étude à laquelle, nous, on n'a pas participé. On savait qu'il y avait une étude par BVA parce qu'à un moment, on nous a appelés pour nous demander des étiquettes Planet-score. Mais c'est tout. Donc, on savait qu'il y avait une étude sur l'étiquetage environnemental, sur les produits alimentaires. Le résultat de cette étude, ça, pour info, on a fait une petite récapitulative de même pas dix lignes, à l'entrée de la newsletter de mars que je vous ai envoyé dans les pointeurs, vous aviez « newsletter de Mars ». Je vous incite à regarder les conclusions de cette étude qu'on a mise, que je redis là en très, très résumé. Quand on demande aux consommateurs en France, ce serait peut être différent en Belgique, mais nous, on ne croit pas, parce que notre dispositif a aussi été testé en Espagne, par exemple, ou en Allemagne et ça marche très bien.

Quand on demande aux consommateurs français sur une étude représentative de la population, il faut bien voir qu'en France, comme dans beaucoup d'autres pays, les consommateurs, quand ils choisissent leurs aliments, ils ne sont pas préoccupés en premier par l'environnement. Ils sont préoccupés d'abord par « Est ce que ça va être bon à manger ? » Le goût. « Est ce que ça ne va pas être trop mauvais pour ma santé ? » et le prix. Le prix est en train de devenir quelque chose de très important. Donc, si on veut leur communiquer de l'information environnementale, il faut être performant parce que sinon, ça arrive quand même assez loin dans leurs critères de choix quand ils sont réellement en magasin. Quand BVA a fait cette étude, elle a été commanditée par une soixantaine d'entreprises, d'accord ? Planet-score a associé et ces entreprises n'avaient pas de position sur l'affichage environnemental en France et souhaitaient savoir ce que voulaient les consommateurs. Et donc, en fait, ils ont d'abord posé la question BVA a demandé à ses 1 000 répondants, représentatifs de la population française, pas forcément préoccupés tous, beaucoup d'environnement, qu'est-ce qui vous intéresse ? Qu'est-ce que vous voulez voir sur l'affichage environnemental en alimentaire ?

Pour être sûre que ça remporte votre confiance et que ça vous parle des sujets qui vous importent. Ils demandent utilisation de pesticides et modes d'élevage. Plus l'origine qui est en extra environnemental. Ensuite, ils veulent clairement que ça leur permette de comparer entre deux carottes ou entre deux steaks. Ça ne les intéresse pas énormément de savoir qu'un steak, c'est moins bien qu'une carotte. Ça, c'est un point très important. L'autre point, c'est qu'une fois que BVA a eu ces réponses, c'est le moment où ils nous ont appelés pour avoir des étiquettes.

Ils ont montré des étiquettes Planet-score sur des vrais produits, c'est à dire avec tous les facteurs de confusion. Ils nous ont montré après, ils ont mis Planet score sur des boîtes de haricots ou de petits pois, je ne sais plus, et des bouteilles ou des briques de lait. Et en fait, c'était en situation réelle, c'est à dire sur des vraies marques, avec la vraie marque connue des consommateurs, par exemple, Yoplait ou Dossier, etc, avec le Nutri-score, avec le prix et avec des prix qui étaient évidemment très différents selon les types de boîtes ou de briques. Et donc, avec tous ces facteurs de confusion là, ils ont demandé aux consommateurs ce qu'ils en pensaient. Et les résultats sont absolument excellents. Alors, je ne sais pas si je l'ai... Oui, je ne sais pas si je l'ai fait là, juste à côté. Avec très, très bonne perception, très, très bonne compréhension et renforcement de la confiance.

Et la conclusion de cette étude est, pour info, dont on a eu les résultats la veille au soir de la publication, c'est que le Planet-score est le meilleur dispositif pour répondre aux questions des consommateurs et aux attentes des entreprises engagées. Je vais vous montrer cette diapo juste après. BVA a demandé aux consommateurs français en qui vous avez confiance pour légitimement porter la méthode qui permet de faire ce score ? » Le résultat, chez nous, les pouvoirs publics ont encore décroché depuis l'an dernier. Ils n'ont pas confiance dans les magasins, les distributeurs, dans les marques, donc globalement dans les entreprises, mais ils n'ont pas non plus du tout confiance dans les pouvoirs publics.

Nous, on est nous a proposé là, au mois de février, on nous a dit « Mais est-ce que vous ne voudriez pas... » et c'est le gouvernement qui nous a posé la question, « Devenir le score gouvernemental ? » et on a dit non. Parce qu'on a besoin de rester indépendants, en fait. On est une démarche horizontale portée par la société civile, c'est à dire des associations d'intérêts général et des scientifiques et on veut rester indépendants. Ok. Et ce genre d'études nous conforte vraiment dans le besoin de garder de l'indépendance. Il faut être assez malheureusement clair et pas naïf sur le fait que les gouvernements sont souvent la proie de beaucoup de lobbying dont nous sommes totalement humains. Et donc, il y a besoin de garder cette indépendance, même s'il y a des scores gouvernementaux. Ce sera toujours plus exigeant qu'un score gouvernemental. Et c'est pareil en nutrition. Je pense que ça, vous le savez, il y a un Nutri-score, là maintenant, en France. Ce Nutri-score a été perçu comme une forme de compromis permettant quand même d'embarquer l'agro-industrie. Donc, il n'est pas très exigeant. En clair, il y a quand même pas mal de chercheurs aujourd'hui qui disent que ce n'est

pas avec le Nutri-score qu'on va régler les problèmes qu'est censé régler ce score, c'est à dire des problèmes de santé publique de type obésité, maladie cardiovasculaire ou cancer.

Donc, en fait, c'est un score qui échoue à faire ce qu'il est censé faire. Et donc, heureusement, sur le marché, entre guillemets, il y a des dispositifs indépendants. Chez nous, par exemple, la plus grande association de consommateurs, qui s'appelle UFC Que Choisir, fait un score santé nutrition pour les produits alimentaires, qui utilise un peu de Nutri-score, mais qui fait aussi des produits alimentaires, qui fait aussi des produits alimentaires, qui fait aussi des produits de la santé. Ci qui rajoutent les questions, par exemple d'additifs ou de transformation, d'ultra transformation. Yuka, c'est pareil. Sur son appli, le Nutri-score, c'est 60 % du score d'État et 40 % d'autres choses, notamment les additifs. Donc, en fait, c'est très important d'avoir des dispositifs indépendants. Très important. Alors, je passe sur la diapo d'après qui est également un extrait de l'étude BVA. Et donc, quand ils ont montré le Planet-score sur la deuxième partie de cette étude, vous voyez les résultats. Là, on s'adresse à des gens qui ne sont pas forcément engagés ou informés correctement sur l'environnement et donc à qui on a besoin de parler de manière simple et compréhensible. Le caractère simple et compréhensible est absolument excellent et le renforcement de la confiance aussi.

Ça, je vous incite à regarder la newsletter de mars. Vous aurez même le pointeur qui vous renvoie vers l'étude complète. Vous pourrez réextraire ce type de diapo. Donc actuellement, on travaille, je vous l'ai dit, avec plus de 200 marques. Plus de 20 000 produits ont donné lieu à des évaluations complètes à date et donc on continue à recevoir des entreprises chaque semaine, pour information, des nouvelles entreprises et des nouveaux produits. Les entreprises nous envoient sous accord de confidentialité leurs recettes, c'est à dire la répartition des ingrédients, leurs origines, les cahiers des charges qui sont respectés, etc. Donc on a à ce stade-là plus grande base de données européenne, c'est sûr. Mondiale, on n'a pas vérifié, mais on est quand même très, très avancés. Et puis, on a fait un scoring sur la base des données publiques sur 700 000 produits pour étalonner un petit peu les 20 000 produits qu'on a déjà en base. Sachez que, par exemple, la base de données publique française contient 2 500 produits seuls. On est allé vraiment très, très vite. Voilà les pays dans lesquels on a des entreprises, dont les sièges sociaux, dans ces pays-là qui nous ont demandé des évaluations.

Nous n'avons pas de force commerciale, je préfère le dire. Tout ça est né dans une association d'intérêts généraux, dans un collectif d'associations et de scientifiques. C'est plutôt une très bonne nouvelle pour la transition et que les entreprises demandent ça. Je vous l'ai dit, on est présents dans 30 pays. Là, il bloque juste deux secondes. Je ne sais pas pourquoi. Oui, c'est parce que c'est la diapo avec les marques. Ça, vous l'avez vu sur le site internet. Je ne vais pas rentrer là-dedans. Beaucoup de marques. Des journalistes qui font le pitch mieux que nous, on le ferait.

Elle est absolument top. Le webinaire méthodo, c'est celui-ci que vous avez vu. Et donc ça, c'était pour répondre, désolée, j'ai passé les autres diapos avant à votre question sur le transport. Oui, le transport est dans le Planet-score, de même que l'emballage, de même que la cuisson, de même que la surgélation, etc. Simplement, il faut être conscient de ça et je pense que vous l'avez vu dans le webinaire, plus de 84 pour cent des impacts en moyenne sont sur les fermes. Donc ça veut dire que tout le reste, à partir du moment où le produit sort de la ferme, c'est à dire qu'il commence à être transporté, transformé, cuit, surgelé, etc, tout ça, c'est en moyenne 16 pour cent. Ça ne veut pas dire que ça n'est pas important et qu'il ne faut pas l'inclure. Nous, on l'inclut, mais ce n'est pas avec ça qu'on va révolutionner le marché agroalimentaire. Ce n'est pas en modifiant les emballages ou en rationalisant les cuissons. Elles sont déjà hyper rationalisées pour des questions économiques. Ce qui importe, c'est que ça montre aux consommateurs des choses qu'ils ne voient pas et qui même souvent donnent lieu à du marketing très trompeur.

On a souvent sur des emballages de produits pas super vertueux au niveau environnemental, des images qui laissent penser que tout ça se déroule dans une campagne verdoyante avec un producteur heureux, etc. Donc oui, le transport à l'emballage, tout est dedans. Les limites planétaires, je ne vous refais pas le numéro. Ça se.

Vous l'avez bien en tête. J'ai compris que c'était vu. Par rapport à l'ACV, je vais vous montrer ce que donne l'ACV sur les produits alimentaires. Pour nous, c'est cette méthode qui a été conçue initialement par Coca Cola, pour information. L'ACV est née d'une démarche de Coca Cola pour disculper le plastique quand ils ont voulu arrêter la consigne. La consigne, c'étaient des bouteilles en verre. Ils ont voulu prouver que passer sur du plastique et développer massivement le plastique à l'échelle planétaire serait la meilleure idée pour l'environnement. Et ça a très bien marché. Et encore aujourd'hui, en ACV, le meilleur emballage, c'est le plastique.

C'est même le plastique issu de pétrole vierge. Donc l'ACV, pour nous, si elle s'était imposée comme une méthode unique, était la victoire des lobbies. Je vous montrerai après des exemples de ce que donne l'ACV. Bien sûr, on va bien au-delà du bilan carbone, qui est totalement insuffisant, bien au-delà du bilan ACV qui est un bilan qui donne simplement une mesure d'efficacité et encore extrêmement partielle, mais on va bien sur des valeurs écologiques complètes, intégrant des enjeux de résilience, de circularité, de sobriété, etc, qui sont étrangers à la CLE.

Je ne rentre pas dans les détails méthodiques que vous connaissez fort bien. Et sur le fait, vous l'avez compris, qu'on tracte notamment l'enjeu de réduction de la consommation et de la production de l'élevage, mais en ayant une visée claire sur quel est le type d'élevage qui reste, qui ne doit pas être l'élevage qui « consomme » qui est le plus intensif, le plus concentré. Et donc, pour ça, il faut vraiment donner l'information du mode d'élevage aux consommateurs. Je vais vous montrer... Ils sont là, très bien. Les résultats qu'on a, si on se contente de l'analyse de cycle de vie, c'est pour ça qu'on a fait un plaidoyer très intense contre cette méthode à l'échelle européenne. Et donc on est très heureux du résultat de Green Claims au 22 mars. Ici, dans les ronds, vous avez le résultat en ACV, ce sont des micro-points. Ça ne veut pas dire grand-chose, mais bref. Vous avez le résultat ACV de ces produits et l'ACV, plus le chiffre est petit, plus le produit est réputé bon pour l'environnement. Je pense que là, vous voyez sans peine que la meilleure poule pour faire des œufs, c'est la poule qui fait des œufs en cage, en ACV.

Ça n'est pas le cas en Planète-score. En fait, l'ACV lisse complètement les effets, par exemple, soja importée du Brésil, émission d'ammoniaque très forts liées à ces systèmes très concentrés, etc. Nous, on les intègre. Idem sur le lait, la vache qui est plutôt nourrie, maïs, soja, sera bien meilleure et surtout si elle ne sort pas, si elle ne sort pas, elle sera bien meilleure que la vache qui est en système herbagé. Le poulet de chair, idem. On est quand même sur des scores assez élevés qui sont catastrophiques.

Le jambon, idem. Ça, c'est ça, c'est très, très bon à la ACV à gauche. Ça, c'est très, très mauvais pour l'environnement. Vous comprenez que quand on dit « Il faut une méthode unique. » Nous, on était très préoccupés parce que ceux qui ont fait du plaidoyer pour une méthode unique en Europe, ce sont uniquement les gros industriels. Et ils avaient très envie de faire passer la ACV et le PEF comme la méthode unique. Et quand le 22 mars, la Commission européenne a dit «

Finalement, il n'y a pas possibilité de faire une méthode de référence unique. » Les seuls qui se sont manifestés pour dire que ce n'était pas une bonne idée, c'est le lobby des produits laitiers à l'échelle européenne, un syndicat qui s'appelle European Dairy Association, EDA, l'industrie de la bière, l'industrie des aliments pour animaux domestiques, l'industrie du feed, c'est à dire l'alimentation de l'élevage industriel. Pour nous, ça en dit très long sur le risque que fait peser l'idée d'un standard unique. Il ne faut pas. Pareil sur les fruits et légumes, je ne rentre pas dans les détails. Et pareil sur la viande, où on a des choses qui ne sont absolument pas acceptables et qui tendraient à dire que...

Vous l'avez vu sur du bovin, mais ce serait la même chose si on compare des viandes différentes comme du porc et du mouton. Pour info, le meilleur produit dans la base de données d'État sur la ACV, le meilleur produit, c'est la betterave sucrière. Je pense que vous connaissez en Belgique la betterave sucrière. C'est une des productions avec la pomme de terre qui est la plus traitée. Il y a en moyenne 16 traitements par an sur ces produits. Donc pour nous, c'est une catastrophe de dire que ça, c'est le meilleur produit pour l'environnement. Et le pire produit, c'est ce que vous avez là à l'écran, c'est à dire les systèmes ovins extensifs. Ça ne fait aucun sens.

[00:31:50.350] – Thomas Guisset

Certains labels peuvent vous aider aussi dans cette façon de voir les choses ou pas ?

[00:32:16.580] – Sabine Bonnot

Oui, bien sûr. Nous, on utilise tous les cahiers des charges qui nous sont transmis. Quand on nous dit, par exemple, un chocolat inclut de la poudre de lait biologique européenne, on utilise le bio et l'origine Europe. Si on nous dit, par ailleurs, le cacao vient de République dominicaine, avec des pratiques qui sont certifiées sur l'absence de déforestation, on prend. Donc, on prend bien sûr tous les logos qui sont contrôlés, c'est à dire tous ceux qui donnent lieu à des contrôles sur place. Et ça, c'est bien sûr mobilisé dans le référentiel.

[00:33:22.430] – Sabine Bonnot

Ça, ce sont des labels de certification qui sont encadrés et qui donnent lieu à des contrôles par des bureaux d'études. Des bureaux de contrôle. Je passe ça rapidement. Le temps que je passe sur cette diapo', je vais vous la montrer. Ça, c'est un rapport qui a été fait en 2018 sur les méthodes d'évaluation environnementale par la Commission européenne, qui, justement, se penchait sur l'histoire de l'ACV et du PEF, Product Environmental Footprint. Et ce qui est dit en page 1 de ce rapport, c'est qu'il n'y a aucun... Que les systèmes de pondération ne sont pas des systèmes qui sont essentiellement de la science. Ce qui est la science, ce qui est la science et ce qui est derrière, ce sont les enjeux qui sont scientifiques et que tout choix de pondération implique des choix de valeur. Et nous, on est très clair sur le fait que oui, on a des choix de valeur sur la déforestation, sur les impacts sur la nature, etc, qui sont invisibles en ACV.

Et donc on n'est pas conforme, on n'est pas compliant avec les méthodes qui ont été poussées par les lobbies. Donc voilà la confiture. Là, typiquement, vous avez une confiture française, mais avec 60% de sucre de canne du Brésil qui contribue à la déforestation. Et on pourrait très bien nous dire, écoutez, là-dedans, par exemple, on va mettre du sucre de betterave européen bio, par exemple, mais de l'abricot belge, mais pas bio. Donc, en fait, on aurait un produit qui n'est pas bio à la fin, mais qui serait quand même nettement amélioré par rapport à ça. D'accord ? Donc nous, le label, le fait que le sucre serait, par exemple, bio certifié, ça nous intéresse, même s'il n'y a pas de label bio sur le pack, sur l'emballage. Parce que ça veut dire qu'il y a eu un contrôle sur place et qu'il y a des pratiques réellement qui sont vertueuses. Idem sur cette deuxième confiture, le label bio ne suffit pas. Pour information, on a des confitures qui arrivent jusqu'en quadruple A dans ce qu'on a évalué. Ça n'est pas le cas de celle-ci. C'est très bien parce que le sucre de canne est bio.

Ça, ça veut dire qu'il y a déjà tout un tas de choses dans le calcul qui sont améliorées. En revanche, le sucre de canne vient aussi du Brésil. Il est bio, mais il n'est pas certifié sur la déforestation.

Vous voyez d'où on rentre dans le détail de quels sont les engagements qui sont réellement pris ingrédient par ingrédient. Et le calcul résulte de l'impact de chacun de ces ingrédients au prorata de leur masse dans le produit. C'est clair ce que je vous dis là ?

[00:36:21.740] – Thomas Guisset

Oui, c'est très clair. Mais est-ce que vous pensez que pour le consommateur final, est ce que ce ne serait pas peut être plus intéressant de laisser que le Planet-score et d'enlever les autres labels qui seraient peut-être moins intéressants ?

[00:36:41.060] – Sabine Bonnot

Nous, on pense vraiment que des labels comme le label... On a le label Rouge en France pour le free range, tout ce qui est élevage plein air, c'est très important. Les consommateurs le connaissent très bien, il existe depuis longtemps et il veut dire quelque chose. Le label Bio aussi. Par exemple, d'autres labels comme le label HVE qui a été beaucoup poussé par les pouvoirs publics en France depuis trois ans, qui ne veut rien dire parce qu'en fait, c'est une carte à point et on peut très bien avoir un label HVE en ne faisant aucun effort. Et ça, ça a été instruit même par plusieurs équipes scientifiques en France. On se dit, ce type de label, effectivement, s'ils disparaissent, ce n'est pas un drame. Néanmoins, nous, ce qui nous intéresse dans cette labellisation, c'est qu'elle oblige les producteurs à avoir des contrôles annuels par des bureaux de contrôle sur ce qu'ils utilisent, c'est à dire les pesticides, les engrais de synthèse, mais également est ce qu'ils ont ou pas des haies sur les parcelles ? Est ce qu'ils couvrent les sols ? Est ce qu'ils sont mieux pour le climat, etc. ? Donc, nous, on dit même ces labels-là, même s'ils n'étaient plus sur les PAC, ce ne serait pas grave, mais en tous les cas, ce qui est bien, c'est que ces labels-là, ils permettent d'avoir de la donnée contrôlée.

Et nous, ces données-là, derrière, on peut les utiliser dans le calcul. Et on pense que sur les allégations environnementales, la directive européenne va probablement faire le ménage. Par exemple, ce ne sera plus possible d'écrire « carbone neutral » parce que ça, ça n'existe pas sur les produits alimentaires. Donc faire le ménage sur les allégations vraiment les plus trompeuses. Mais pour le reste, on est quasiment sûr que la majeure partie des allégations, ce n'est pas ce qu'on souhaite, mais c'est la réalité. Elle va rester sur les emballages et donc la seule façon de faire du discernement, c'est à dire d'aider les consommateurs à se repérer, c'est que le Planète Score soit massivement disponible sur application mobile. Et donc ça, pour info, c'est de l'avant-première à ce que je vous dis là, le Planet score sort sur l'application mobile fin mai en France, sur beaucoup, beaucoup de produits.

[00:39:13.600] – Thomas Guisset

Une petite question. Est-ce que vous portez aussi attention à tout ce qui est rémunération juste de toutes les chaînes alimentaires ?

[00:39:25.150] – Sabine Bonnot

C'est une super bonne question. Nous, on a voulu d'abord traiter, parce qu'il y avait une urgence en France sur les dictages environnementaux, on a d'abord traité les dictages environnementaux. Mais en fait, depuis déjà l'an dernier et d'ailleurs, on est en train de la déposer. Là, je crois que c'est fait aujourd'hui. Ça aussi, c'est un scoop. Vous le verrez sur la date de l'EUIPO, on est en train de déposer au niveau européen une étiquette complète qui inclut... Vous aurez toujours la partie environnementale, le bien-être animal, mais également le social. Au début, on va commencer uniquement par les enjeux autour de la rémunération des producteurs. Et l'origine du produit, parce que c'est une information que le consommateur aime bien avoir et très souvent, ce n'est pas tracé. Quand c'est d'une origine, par exemple, belge, les consommateurs belges sont contents de le savoir. Et la dernière indication qu'on mettra, c'est une indication santé nutrition. Pour les entreprises qui ont fait le choix du Nutri score, ce sera le Nutri score. Pour les entreprises qui n'ont pas fait de choix, on incitera fortement à avoir une méthode qui soit plus proche des questions autour de l'ultra transformation, des additifs, etc, qui, pour nous, sont beaucoup plus proches des enjeux de santé publique sur l'alimentation que de dire l'huile d'olive, ce n'est pas bon pour la santé et cependant, les céréales de petit déjeuner, ça peut être bon pour la santé, même très sucré. Ce que je peux faire, c'est que je vais en avant-première, et vous me promettez de ne pas faire de copie d'écran, je vais vous montrer l'étiquette intégrale qu'on a déposée aujourd'hui. Étiquette, on va faire une communication la semaine prochaine normalement là-dessus. Étiquette intégrale. Et bien sûr, c'est un enjeu hyper important parce qu'en fait, pour nous, il n'y aura pas de transition de la Grosse Alimentaire si les producteurs ne sont pas valorisés pour ce qu'ils font.

Vous l'avez vu, on est en phase inflationniste. Il y a d'ailleurs eu une action en justice en Suisse contre les surmarges dans le cadre de l'inflation avec la guerre en Ukraine, etc, même quand les prix agricoles ont baissé, les marges ont continué à augmenter et les prix ont continué à faire de

l'inflation. Aujourd'hui, il y a des acteurs qui ne jouent pas le jeu et ce ne sont pas les producteurs qui récoltent les fruits aujourd'hui de l'inflation.

[00:42:14.020] – Thomas Guisset

Personnellement, ce que je trouve incroyable, c'est que vous arrivez à challenger des énormes entreprises par rapport à tout ça, de façon claire. Je trouve ça quand même dingue que toutes les entreprises maintenant se remettent en question par rapport à ça, mais pour attirer eux, les consommateurs, bien sûr, et pour se mettre peut être plus de marge et rester dans leur optique. Avec votre score, vous arrivez à le tirer de façon positive.

[00:42:41.900] – Sabine Bonnot

Oui, avant de vous manquer de la belle intégrale, c'était une de vos questions dans le questionnaire. Oui, nous, on est très heureux de voir qu'on arrive vraiment à faire bouger des entreprises et de manière rapide. On a des distributeurs en France qui, dès l'an dernier, ont commencé à imposer dans leur cahier des charges de la non-déforestation sur leurs matières premières, parce qu'ils ont vu que ça dégradait énormément les scores, Planet-score. Et en fait, ils n'avaient même pas pris conscience. Vous voyez l'exemple de la confiture d'abricot. Le distributeur en question n'avait pas du tout conscience que le poids principal dans son produit, le principal problème environnemental, c'était la déforestation dans son sucre de canne. Eux, ils voyaient juste qu'ils avaient des abricots français dessus. Et en fait, c'est bien, mais ce n'est vraiment pas suffisant. Et donc, il y a vraiment des entreprises, par exemple également OMI, ou Maison Le Goff. Vous pouvez regarder Maison Le Goff aussi dans la newsletter de mars. Omi également, je vous l'ai mis, je pense, dans les pointeurs. Je crois que c'était le dernier. Omi vient de communiquer. C'est une très, très belle marque transparente en France, OMI, qui est très avancée sur la transparence nutritionnelle, la transparence environnementale et la transparence sociale, plus l'origine.

Ils montrent absolument tout. Omi nous met tout le temps en avant en disant que c'est vraiment l'arme contre le greenwashing. Et eux ont reformulé, ils ont 250 produits. Ils ont reformulé tout ce qu'il y avait à reformuler pour ne plus avoir de produits en « D, E ». Et progressivement, on reformule avec eux à peu près tous les 15 jours, toutes les innovations qui sortent, ils font en

sorte, ils les calculent à l'avance avec nous pour que parfois, ils changent de fournisseur pour que ça soit meilleur et que ça correspond vraiment à de bonnes performances environnementales. Et sur les produits qui étaient déjà existants, typiquement le cookie, je pense que vous avez vu l'exemple où ils ont d'abord travaillé sur un appro cacao qui n'était plus déforeistant. Ensuite, ils ont travaillé aussi sur le sucre. Ensuite, maintenant, ils travaillent sur le beurre et on va passer de D, aujourd'hui, ils sont en C avec une vache rouge. Ils vont passer en B avec une vache rouge et bientôt en B avec une vache verte. Ils expliquent comment ils ont fait leur trajectoire sur un an et demi à peu près pour améliorer la situation. Oui, c'est très efficace.

C'est incroyable. Voilà le logo intégral. Là, on est en train de finir le travail avec la graphiste pour le dépôt, donc pas de copie d'écran, mais voilà à quoi ça ressemble. Vous avez à la fois le social, l'origine, le bien-être animal, le caractère ultra transformé.

[00:45:23.390] – Thomas Guisset

Est-ce que je peux l'intégrer dans votre projet futur pour l'entreprise ou vous ne préférez pas ?

[00:45:27.180] – Sabine Bonnot

Oui, bien sûr. Vous pouvez le dire. Je vous dis, ça sera de toute façon officiel avant que vous finissiez votre rapport puisqu'on le dépose aujourd'hui ou demain et qu'on fait une communication la semaine prochaine.

[00:45:38.190] – Thomas Guisset

Génial. Pour terminer, quels sont vos autres projets ou vos autres objectifs à court ou à long terme ?

[00:45:51.420] – Sabine Bonnot

Déjà, les objectifs, c'était d'arriver à structurer les choses pour que le Planet score garantisse son indépendance dans la durée. Je vous ai envoyé le communiqué de presse qu'on a sorti il y a quelques jours ?

Non, ne regardez pas sur Internet. Je vais vous envoyer exactement le lien parce que ce lien-là, si vous voulez faire circuler l'information, pour nous, c'est vraiment bien... Attendez voir. Que ce soit les liens qu'on communique qui circulent. Attendez voir. Parce que du coup, ça nous permet de voir comment les choses sont relayées.

Ok. Voilà. Ça, je ne sais plus si vous l'avez envoyé, mais on vient de communiquer il y a quelques jours là-dessus. On a structuré le Planet score pour garantir son indépendance dans la durée avec une entreprise à mission. C'est le cadre un petit peu social entreprise qu'on a au niveau européen. C'est un cadre réglementaire français. L'entreprise à mission ne doit faire son activité que pour respecter sa mission. Et on a mis une mission qui est vraiment très, très exigeante pour vraiment la traction et la transformation du système agroalimentaire dans le respect des limites planétaires, etc. Et tous les gens qui ont contribué, j'en fais partie, mais on est nombreux, qui ont contribué à l'algorithme, aux outils, à la construction du référentiel, etc, à la au dépôt des marques, etc, tout le monde, toutes les structures ou les personnes ont donné à l'euro symbolique tout leur travail depuis bientôt trois ans. Et donc, il y a deux structures.

L'entreprise à mission est également une structure d'intérêt général, ça s'appelle un fonds de dotation à qui la marque Planet score est cédée et qui en autorise l'usage par l'entreprise à mission en assurant le respect du cadre. Non seulement l'entreprise est une entreprise à mission, mais en plus, la marque ne peut être utilisée qu'en étant sûre qu'on respecte correctement le référentiel et son exigence.

La gouvernance du fonds de dotation n'est assurée que par des associations et des scientifiques. Il n'y a aucune entreprise dedans. Aucun syndicat, rien. Donc, on sait que là, on est encore plus innovant parce qu'on est absolument les seuls à avoir choisi.

[00:48:43.400] – Thomas Guisset

C'est génial. Un tout grand merci. En tout cas, franchement, ça m'a super fort aidé et ça m'a motivé. Franchement, je trouve que vous faites toute votre équipe un travail, je trouve extraordinaire. Et je pense vraiment, pas pour... Mais je pense vraiment, c'est super chouette. Ça challenge en plus les jeunes. On a plein de cours pour le moment sur l'introduction du développement durable et autres. Surtout dans notre école, je suis dans une section de la faculté Management, avec beaucoup d'Erasmus et beaucoup d'étrangers. Du coup, on parle de plus en plus des problèmes du développement durable. Je serais ravi d'essayer de mettre ça en valeur dans mon mémoire.

[00:49:29.880] – Sabine Bonnot

Et en fait, pour nous, vous vous demandez quelles sont les prochaines étapes ? Nous, c'est de continuer à grandir à l'échelle européenne, s'imposer comme le label anti greenwashing pour l'agroalimentaire, travailler avec nos collègues, puisque nous, on a vraiment choisi de se spécialiser sur l'agroalimentaire, mais on a des super collègues sur le textile qui font la même chose que nous, c'est à dire qui ont choisi d'être un dispositif non gouvernemental indépendant, qui s'appelle Clear Fashion, ils travaillent avec 300 marques depuis 3 à 4 ans et ils veulent aussi rester un outil indépendant, ne pas être absorbés dans l'ACV institutionnel. Donc voilà, continuer à se développer tous ceux qui veulent bien faire vraiment à l'échelle européenne et mobiliser aussi la jeunesse. Parce que vous parlez de vos cours, etc. Là, pour la première fois cette année, on nous a demandé de faire des cours en école d'ingénieurs agroalimentaires. Et c'était hyper intéressant parce que du coup, ils avaient dans leurs cours le fait de faire une conception de produits innovants, donc des pâtes à tartiner, qu'est-ce qu'on a eu ?

[00:51:21.760] – Thomas Guisset

C'est vrai, vous avez raison. Vous avez vraiment raison. Nous, on en parle de plus en plus de ça. On a de plus en plus de cours sur les responsabilités sociétales des entreprises, mais ça commence à arriver. Je pense que comme vous dites, il y a cinq ans, on ne savait pas ce que c'était, mais ça commence à arriver.

[00:51:42.710] – Sabine Bonnot

Ce qui nous donne beaucoup d'espoir, c'est que les jeunes sont en train de se saisir de tout ça et on voit dans les entreprises qui nous contactent, souvent au départ, c'est une personne relativement jeune au sein de la direction RSE. Et cette personne-là, alors que c'est un petit élément dans leur organisation. Arrive à convaincre, arrive à convaincre la direction RSE, arrive à convaincre ensuite que la direction RSE porte ça au niveau du COMEX. Et c'est comme ça que les entreprises progressivement s'engagent. En fait, on a beaucoup de puissance, même en tant qu'individu. Et même en tant qu'individu jeune. Je me rappelle, je me sentais totalement impuissante quand j'étais dans des grandes entreprises au démarrage, parce que j'ai travaillé pour l'industrie agroalimentaire, j'ai travaillé pour l'industrie des pesticides aussi au démarrage. Je ne pouvais pas faire bouger les choses. Aujourd'hui, il y a une telle pression sur les enjeux environnementaux et via également l'expression des jeunes. Vous avez vu ce qui s'est passé. Je ne sais pas si ça s'est passé aussi en Belgique, mais en France l'an dernier, plein de grandes écoles ou des jeunes, au moment de la diplomation, faisaient des speeches sur la bifurcation, sur le fait qu'elles ne voulaient pas, dans leur futur métier, contribuer à la catastrophe environnementale, pas seulement climatique, environnementale globale.

Et ça, ça met beaucoup de pression sur les entreprises. Et aussi le fait que les jeunes... Parce que nous, dans le collectif, on a aussi une association étudiante, celle de Sciences Po notamment, qui soutient officiellement le Planet-score, qui organise des rendez-vous avec les parlementaires, avec les assistants parlementaires qui viennent avec nous dans les réunions avec les cabinets ministériels.

Vous avez le pouvoir, parce que le Planète score, ça n'est que le pouvoir de ceux qui s'en sont saisis. Il n'y a personne derrière d'autre que ceux qui le construisent ensemble.

[00:53:48.450] – Thomas Guisset

Un tout grand merci. Je vous enverrai la version de mon mémoire qui sera finie et bien peaufinée. Vous avez peut-être un petit échantillon et vous pouvez aussi l'analyser. Mais voilà, au moment, mon objectif est de le rendre pour fin mai. Le 30 mai, c'est mon deadline. Et si

malheureusement, je n'ai pas toutes les informations, je le rendrai en août. Mais normalement, c'est bien parti pour le rendre fin mai.

[00:54:15.840] – Sabine Bonnot

Ok. Écoutez, moi, je veux bien que vous me l'envoyez pour un petit moment de relecture si jamais il y a quoi que ce soit dans ce que je vous ai dit qui nécessite un petit peaufinage. Et également, un point important, le Planet score ne fait pas de l'impact environnemental. Le Planet-score fait de la valeur écologique. La valeur, ça n'est pas que l'impact. La valeur, c'est beaucoup plus large que l'impact.

Rentrer maintenant dans ces distinguos, mais ça veut dire que typiquement, une prairie permanente a une valeur et elle n'a pas d'impact. Il faut bien tout intégrer dans l'image. Quand on fait un référentiel d'évaluation, nous, on préfère vraiment parler de valeurs.

[00:55:08.320] – Thomas Guisset

Génial. Un tout grand merci, franchement, ça m'aide vraiment énormément.

[00:55:14.020] – Sabine Bonnot

Avec plaisir. Et bonne continuation.

Annexe 2 : Entretien avec Maxime Goudeseune

Communication Officer Biogarantie et Co-manager Probila-Unitrab

Date : 25/05/2023



[00:00:29.560] - Maxime Goudeseune

Alors Biogarantie. C'est un label bio pionnier en Belgique et même en Europe puisqu'il est né en 1987 et à l'époque n'y avait pas du tout de label bio européen. Et en fait rien pour affirmer qu'un produit est réellement bio. C'était au début, le bio existait déjà depuis quelques années, mais c'était vraiment l'effervescence. On commence à avoir de plus en plus d'agriculteurs qui s'y mettaient. Mais on avait aussi quelques opportunistes qui commençaient à dire le bio, mais qui n'étaient pas forcément dans l'intérêt qu'avec Biogarantie en 1987. Très vite, c'était de prouver aux gens qu'effectivement, ce produit était bel et bien bio. Et pour ce faire, il était directement contrôlé par des organismes de contrôle indépendants. J'insiste là-dessus parce que c'est une notion qui est en train de se perdre aujourd'hui. On a énormément de labels qui naissent et qui s'auto contrôlent en fait. Donc la problématique d'un label qui s'auto contrôle, c'est qu'en fait, s'il a envie d'avoir beaucoup de membres pour avoir des rentrées d'argent, il a qu'à rabaisser la qualité de ses contrôles.

[00:01:45.770] - Maxime Goudeseune

Et c'est ce qui se fait malheureusement chez certains labels. Non, ce n'est pas le cas. Nous, Fédération des organismes indépendants

[00:02:01.790] - Maxime Goudeseune

Ce sont presque des incontournables du secteur bio, en tout cas en Belgique. Il y a aussi le comité du lait qui est en train de grandir. On pourrait dire que c'est quatre organismes de contrôle, mais en fait, le rapport a mandaté ses organismes de contrôle. Maintenant, il y a eu. Je suis en train d'aller dans tous les sens pour dire que. Depuis que l'Europe a créé un label bio. Sérieux à la demander à chaque région ou Etat membre d'avoir des organes de contrôle certifié et contrôler eux-mêmes par d'autres organes de contrôle forcé, des contrôles sur des contrôles

à chaque fois indépendant ou extérieur à l'entreprise. Ou bien trouver un produit et bio un bio européen. Il faut faire contrôlé en Belgique en tout cas par tuner et c'est ça qui fait aujourd'hui que tu peux avoir un label sérieux si tu es contrôlé par l'un de ces trois-là.

[00:03:17.810] - Maxime Goudeseune

Et le problème qu'on voit aujourd'hui, alors, ce n'est pas que je connais pas du tout, plein de scores, la jauge est en train de chercher. Maintenant que tu m'as parlé, je ne sais pas du tout quel est son degré de contrôle, parce qu'on a aussi en Belgique un.... Comment ça s'appelle

[00:03:45.080] - Maxime Goudeseune

On y parlait de Farm for Good.

[00:03:47.060] - Thomas Guisset

J'ai entendu parler, mais je n'ai pas plus de ressources que ça. Mais j'ai déjà vu passer.

[00:03:53.400] - Maxime Goudeseune

Je suis en train de partir dans tous les sens. Après je reviens à ta question un sur Biogarantie mais Farm for Good : un label qui s'auto contrôle et qui a mis en avant l'agro écologie et agro écologie. Ça n'a même pas de définition scientifique à l'heure actuelle. Et là ce sont des gens qui n'ont pas envie de passer par la certification bio parce qu'elle est payante et qu'ils essayent des nouvelles techniques qui sont parfois durables, parfois moins. Disons que pour l'instant, comme y a aucun contrôle indépendant sur l'agroécologie et même pas de définition, enfin finalement de ce que c'est réellement, tout le monde peut s'y réfugier. Ça peut aller de ceux qui font vraiment des trucs intéressants, qui essayent de faire avec sans labour, qui essaient d'utiliser peut être un petit peu de pesticides, mais avec parcimonie, à certains qui utilisent beaucoup de pesticides mais qui font style non mais je suis je suis agro écologie parce qu'il n'y a pas de contrôle. Donc voilà, donc je reviens au bio garanti et nous ont été parmi les premiers à se faire contrôler de manière indépendante, donc par un autre organe.

[00:04:59.200] - Maxime Goudeseune

Contrôle sur les pesticides, les OGM, etc. Tout ce qui est la définition du bio. Depuis 1987 jusqu'à l'apparition du premier label européen en 1991. Et si je ne dis pas de bêtises qui n'étaient à l'époque pas assez poussées, donc Biogarantie avait encore tout son sens puisque nous on était vraiment un pas en avant. On était vraiment du bio très bio et on était même l'un des plus bio d'Europe. Savoir qu'en France par exemple, le label AB, ce n'est rien d'autre qu'un label, je veux dire pas commercial, parce que finalement c'est venu en grande partie avec ce public, mais c'est un label qui aide à orienter le consommateur, mais il n'a rien de plus que le label bio européen. Si t'as le label bio européen, tu peux mettre AB dessus en France.

[00:05:53.460] - Thomas Guisset

Que mettez-vous de plus en vous œuvre que le règlement européen ?

[00:06:01.450] - Maxime Goudeseune

Alors aujourd'hui, plus rien parce qu'il y a eu une nouvelle version du règlement européen qui est sortie ici cette année, et même un autre en 2008. On va dire que depuis 2008, l'Europe a vraiment serré la vis. Elle a vraiment fait un vrai bilan depuis 2008. Et donc Biogarantie, ça n'a plus de raison d'être depuis 2008. C'est comme ça que. Mais depuis 2020, on a créé Biogarantie Belgium qui lui met en avant le fait que ce soit entièrement produit et transformé en Belgique.

[00:06:36.430] - Thomas Guisset

Avec des aliments belges ou pas ?

[00:06:38.770] - Maxime Goudeseune

Oui, c'est belge, Biogarantie Belgium ça veut dire que c'est belge c'est du 100 % belge, sauf exception. Par exemple, on a certaines bières, on n'a pas beaucoup de doublons en Belgique. Donc certaines bières prennent l'eau en Belgique, prennent les l'orge en Belgique mais prennent un petit peu doublon en France parce qu'il y a une meilleure qualité en France. Sachant que le

houblon ne représente pas un grand pourcentage finalement dans la production de la bière, ceux-ci peuvent avoir le label Biogarantie Belgique. Nous garder certaines exceptions. On a aussi par exemple une entreprise des éleveurs de poules. Au Luxembourg qui envoient leurs oeufs dans une trieuse au Grand-Duché parce qu'il n'y a pas de trieuse en Belgique, il n'y a personne qui a lancé. En Belgique, il y en a une, mais je crois qu'elle est à Anvers. Alors on essaye de garder une certaine logique de local. Donc on est d'accord pour dire qu'ils vont mettre leur boîte au Grand-Duché parce que c'est plus....(coupure) Elle est entrée dans une cuve en verre et au Luxembourg, province de Luxembourg.

[00:07:50.270] - Maxime Goudeseune

La province belge, qui va trop vite, n'hésite pas l'arrêter. C'est un beau bordel avec toute cette histoire. Mais ce n'est pas pour dire que Biogarantie Belgium. On essaye d'avoir ce côté local, national, mais local avant tout. S'il y a un petit truc qui se fait dans à la frontière, on ne va pas, on va parler. L'idée, c'est que ce soit belge, mais surtout dans une logique quand même de pas faire des kilomètres inutiles. Dessiner un rayon autour de Bruxelles de 200km ?

[00:08:16.670] - Thomas Guisset

Et si par exemple on fait une confiture belge avec des fruits belges mais qu'on exporte du sucre qui provient de déforestation en Amérique du Sud, est-ce que vous avez un œil sur ça ou pas spécialement ?

[00:08:28.020] - Maxime Goudeseune

Oui.

[00:08:29.180] - Thomas Guisset

Donc il n'y a pas de label ?

[00:08:32.080] - Maxime Goudeseune

Donc quelqu'un qui utilise un sucre qui a obtenu de manière intensive ou qui n'est pas labellisé. En fait, on a ça depuis le début dans le cahier des charges, même Biogarantie simple, quelque chose qui vient de l'extérieur doit être labellisé par un des labels qui est reconnu. Ça peut être Fairtrade, ça peut être un Rainforest. il faut déjà, parce que c'est difficile de les contrôler, forcément. Mais en Amérique du Sud, on va envoyer nos contrôleurs belges là-bas, donc on fait confiance au label Internationaux. Certains y sont repris d'ailleurs dans les des charges et il faut absolument être labellisé par l'un de ces labels pour les produits d'importation pour ensuite avoir droit à un label Biogarantie sur nos produits. Si par exemple quelqu'un fait une barre chocolatée avec des céréales. Mais je m'y prends juste un tout petit peu de cacao du Brésil, il a droit à avoir Biogarantie Belgium si son cacao ne représente pas plus de 5 % de la recette finale, que tout le reste est belge et que son cacao est certifié, ça va être un argument.

[00:09:47.910] - Thomas Guisset

Mais c'est bien contrôlé. Vous contrôlez tout ça aussi. Est ce qu'il faut pour Certains labels peuvent parfois je pense fermer les yeux sur certains problèmes comme ça et mettre le cachet directement.

[00:10:01.630] - Maxime Goudeseune

Mais c'est ce qui se passe et c'est ce qui se passe encore plus quand ils ne sont pas contrôlés par un organisme indépendant. Et le problème c'est que là ils profitent de la confusion générale qui règne au niveau des labels. Les consommateurs ne savent plus vraiment ce qu'il y en a énormément et là il y a beaucoup de labels qui sont arrivés et donc les gens ils font quelquefois confiance à certains, à certaines images, à certains termes, notamment se Farm for good. Je ne dis pas que ce n'est pas bien, mais utilises voilà le terme agroécologie, alors qu'en fait cela ne défend rien. Ce terme, ce terme, c'est un peu tout et rien. Il n'y a pas de définition à ce sujet. Je ne sais pas si tu connais Philippe Baret.

[00:10:46.690] - Maxime Goudeseune

C'est un des plus grands scientifiques UCLouvain je pense, un professeur de la faculté des bio ingénieurs. C'est certainement l'un des plus grands scientifiques en Belgique concernant l'agriculture et il s'est beaucoup penché sur la l'agriculture biologique et il vient avec des chiffres et des exemples concrets. C'est un vrai scientifique et lui-même a mis en avant le fait que tous les termes agroécologie je ne sais plus quoi dans un article, il y a plusieurs termes.

[00:11:37.610] - Maxime Goudeseune

Agriculture de conservation, agriculture régénérative, tout ça, ce sont des termes. On pourrait qualifier de novlangue. Ça sert à embrouiller le consommateur, à lui donner l'impression que ce qu'il mange sévère, alors qu'en fait on n'a rien derrière ce terme qui prouve que c'est effectivement vrai. On aura peut-être une poignée d'agriculteurs qui en ont marre de payer pour tous les petits agriculteurs. Ils n'ont pas envie de payer la certification bio parce que ça coûte cher de se faire contrôler. Ils vont se dire non, mais moi je sais que je fais quelque chose de bien, ils vont se dire bah je fais de l'agroécologie et c'est très bien. Lui le fait maintenant à côté de lui. Il va y avoir peut être un très gros monteur intensif qui va dire mais en fait il faut faire contre l'agro écologie. Non, non est quelque chose qui s'est défendu. Il y a une espèce de copyright derrière ce terme. Non, non. Ah bah je vais le mettre sur mes paquets alors aussi. Donc ça c'est le danger, c'est le danger de ces gens qui essayent de mettre en avant des termes qui ne défendent finalement pas grand-chose.

[00:12:39.750] - Maxime Goudeseune

Le bio est là depuis. Une cinquantaine d'années, on va dire en Belgique, bien implanté et il est défendu. Il a un cahier des chargea, il a des gens qui travaillent au niveau législatif pour protéger le terme bio. Et ces gens qui viennent avec des nouveaux termes affaiblissent le bio, surtout en ce moment que c'est la crise et que le bio a pris un gros coup dans l'aile. Mais bon, ça c'est encore une autre, une autre thématique, mais on pourrait même en parler. Les GMS, les grands groupes de distribution ont gardé des prix élevés et ont même fait monter les prix des produits bio pendant la crise en justifiant que ça, bah voilà, les coûts énergétiques et tout ça a augmenté. Mais ce qu'il faut savoir, c'est que l'agriculture biologique fait moins appel à des intrants, donc

il y a beaucoup moins de pétrochimie utilisée. Déjà les pesticides sont issus de pétrochimie, donc quand le prix de l'essence du pétrole en général monte, le prix des pesticides aussi. Non que les agriculteurs conventionnels paient plus cher leur production en bio, ce n'est pas le cas, il y a beaucoup moins d'intrants, il passe même beaucoup moins avec le tracteur, donc moins d'essence.

[00:13:52.470] - Maxime Goudeseune

Ça on va dire que ça représente un faible pourcentage. Mais c'est bien significatif que le bio, le prix de production n'a pas changé pendant la crise. Et c'est ça d'ailleurs la force du bio, c'est que le bio est constant et stable. C'est un moyen de production qui travaille avec la nature. On va dire que le seul problème qu'on peut avoir, c'est quand la nature elle est déchaînée, alors là on a des pertes, ok, mais quand nous humains on a des problèmes économiques avec nos extractions pétrole et compagnie et le bio, son prix ne change pas seulement la culture conventionnelle. Et influencés par les aléas du marché. Mais la grande distribution, elle, elle avait envie de se faire des thunes. Elle s'est dit comme tout augmente, je vais quand même augmenter le bio. Alors que si tu regardes bien et je t'invite peut être à commencer un bio Wallonie. Ils ont des articles très détaillés là-dessus. Ils font notamment un itinéraire, un itinéraire bio dans le temps de celui-là, ce sont des articles très poussés avec des chiffres à la clé.

[00:14:49.900] - Maxime Goudeseune

Alors bon, pour être acheté par tout le monde parce que les gens auraient vu que voilà les produits conventionnels, leur prix a augmenté, le bio n'avait pas changé, on aurait même vu des écarts de prix parfois inverse, on aurait du bio moins cher. Si les grands groupes de distribution n'avaient pas voulu faire du profit là-dessus parce qu'ils sont dans une logique où le bio c'est pour les bobos, les bobos ont plus d'argent, on va garder un prix plus élevé. C'est un public cible qui peut se le permettre. Or, ce n'est pas le cas. Le bio, ce n'est pas que pour les bobos, c'est au contraire l'avenir, j'en suis convaincu. Mais là, ils ont joué là-dessus et donc on a eu un manque à gagner là. Clairement, pendant cette crise, le bio aurait pu supplanter une partie de la production conventionnelle. Voilà, là je m'écarte un peu dans tous les sens, n'hésite pas à m'arrêter à me recadrer, mais.

[00:15:48.460] - Thomas Guisset

C'est très intéressant. Et en tant que consommateur, comment on pourrait essayer de contrecarrer ce fait que des grosses, des gros fournisseurs, des grosses entreprises, essayer d'augmenter ses prix de bio ?

[00:16:00.220] - Maxime Goudeseune

En tant que consommateur on ne sait rien faire. A peut être signé une pétition mais je n'ai pas beaucoup d'espoir dans les pétitions après ce que nous on fait en tant que. En fait ici, le bio garanti détenue par trois associations l'UNAM qui représente les agriculteurs bio. Promis la trame, ça c'est moi. Je vous présente les transformateurs et distributeurs bio et Bioforum qui s'occupe de tous les opérateurs mais du côté flamand pour notre travail en tant qu'association, c'est aussi de faire pression sur les politiques et sur nos membres. On a des distributeurs mais nos distributeurs qui nous ont rejoint, ils sont convaincus du bio, donc ils font tout pour les aider. Ceux qui ne sont pas membres chez nous, ils s'en foutent, ils veulent faire du chiffre d'affaires, mais on n'en a pas vraiment de leviers, on n'a pas de poids pour leur dire écoutez, ce n'est pas bien ce que vous faites, Donc le seul moyen qu'on ait ce sont les politiciens. Mais les politiciens, c'est les politiciens. Leur boulot c'est juste de mettre tout le monde content et donc en face d'eux, ils ont des grosses distributions qui viennent en leur disant non mais nous on a besoin quand même de payer, vous n'auriez pas dit sinon on va fermer ceci cela.

[00:17:09.750] - Maxime Goudeseune

Donc finalement, les politiciens, ils ne font rien, ils font plaisir en disant on va ouvrir un truc d'enquête pour voir si c'est effectivement le cas. Le consommateur il est là, il devrait acheter bio en fait, tout simplement le consommateur, s'il veut vraiment que les prix baissent, ils achètent en masse. Voilà, les prix devraient baisser en données aussi.

[00:17:37.300] - Thomas Guisset

Et tu conseilles d'aller dans des magasins comme Farmz ou Barn et des trucs du style ou même pas spécialement ce qui est bio.

[00:17:46.230] - Maxime Goudeseune

Si bien sûr un. Le problème, c'est que le petit magasin ne fait pas partie des GMS. On ne sait pas tous y aller. Et en fait ça, le problème c'est que va toujours avoir une grande partie de la population des consommateurs qui vont aller dans les grandes surfaces. Et donc le but ici, c'est de négocier avec elles en disant arrêtez de faire des prix absurdes, sur le bio. C'est déjà le cas. On est déjà en train d'avoir déjà les conversations. On a notamment écrit Bio Wallonie qui rôle du Wallonie. C'est vraiment un acteur important en scène. C'est l'ASBL qui aide tout le monde dans le bio. Si tu as des questions vraiment précises. On peut leur demander. Ils pourront aider, ok ? Et à ce niveau-là, ils vont être plus que moi. D'ailleurs, si tu veux avoir plus d'infos sur comment on pourrait faire plier la grande distribution, la grande distribution pour qu'elle fassent des prix plus attractifs pour le bio, je pense que tu auras plus d'idées avec.

[00:18:50.200] - Thomas Guisset

Ok. Et j'ai une petite question aussi du coup tu m'as dit que vous travaillez avec trois associations et est-ce que vous travaillez aussi avec des parties prenantes pour créer un produit bio. Est-ce que vous avez des fournisseurs avec vous producteurs, pour essayer de faciliter cette démarche ?

[00:19:13.140] - Maxime Goudeseune

Euh. Ça c'est une question que. Je ne comprends pas très bien en fait, dans le sens où tu veux dire qu'on travaille ensemble à l'élaboration du cahier des charges ou on essaie de les aider à rentrer dans les normes et ça.

[00:19:30.320] - Thomas Guisset

Ce sont plutôt les efforts. Est-ce que par exemple je suis producteur, je veux avoir ce label bio garantie ? Est-ce que vous êtes là, par exemple, pour aider ces démarches pour que je puisse avoir ce label ? Et c'est tout. Pas pour la salle, au moins pour le consommateur. Est-ce que vous envoyez des démarches pour plus conscientiser le consommateur par rapport à cela veut bio

garantie en dehors des spots publicitaires ou autres. Savoir ce que vous faites en fait pour fidéliser et pour essayer de créer une unité derrière ce label Biogarantie.

[00:20:01.680] - Maxime Goudeseune

Alors les trois associations effectivement travaillent chaque'une de leur côté, à faire entrer des gens dans le label ou dans le bio simple. Le bio, ça c'est le l'européen. L'UNAM par exemple. Donc aider les agriculteurs qui veulent se convertir au bio et après leur propose Biogarantie, le problème de Biogarantie. Pour l'instant, on est à un moment charnière. C'est que personne ne rentre dans. Pourquoi ? Parce qu'il est trop poussé. En fait, on a vu. Trop grand, un truc nickel chrome, protection de la biodiversité et bien-être animal. Mais oui, c'est très beau sur papier, mais ça ce sont des freins de freins. Un des freins clair et nette pour les agriculteurs rentrer dans le label. Tout simplement parce qu'ils sont déjà en train de stresser. Il y a la nouvelle PAC, la nouvelle politique agricole commune qui va être lancée ici prochainement, qui met déjà l'accent sur le fait qu'il faut renouveler la biodiversité parce que là on est en train de....

[00:21:17.070] - Maxime Goudeseune

Donc, ils commencent l'Europe à imposer déjà des règles. Aux agriculteurs, même conventionnels. Donc ils sont déjà dans un moment. Il. Oulala va falloir que je change enfin mon fusil d'épaule, va falloir que je rajoute des trucs, va falloir faire ceci cela. Donc ils ne sont pas enclins à rejoindre un label qui va encore les emmerder encore plus. Donc ici, ce qu'on est en train de faire, c'est qu'on est sur le point de dire qu'on va donner Biogarantie Belgium à tous ceux qui font du bio en Belgique. Et on va juste forcer les transformateurs qui eux vont être ceux qui vont mettre le label sur leurs produits à suivre. Des règles en plus. Ceux d'ailleurs qui polluent un peu plus et c'est eux qui vont devoir payer pour utiliser le label, pas les agriculteurs, sauf celui qui vont directement sur les produits mais en aucun cas les transformations à sa ferme. Mais bon ça ce sont des aspects techniques mais c'est juste pour être en train de changer vraiment notre vision. On sent bien que là tout le monde est des gens stressants.

[00:22:21.320] - Maxime Goudeseune

Le milieu agricole, on n'en parle pas beaucoup dans les médias mais c'est tout le monde est en train de subir, on ne sait pas trop où ça. Donc voilà le grand en termes de communication même. On n'a pas beaucoup de moyens pour savoir qui a les moyens de communiquer. Pour le BIO, en règle générale, c'est la PAQ-W. C'est l'organe de communication publique et ils reçoivent des sous pour chaque agriculteur qui est bio. Il y a une partie de sa redevance bio qui va à la PAQ-W qui doit s'en servir pour faire la communication du bio. Donc on verra par la suite comment ça se passe. Parce que pour l'instant il y a quelques conflits d'intérêts, parce que cette PAQ-W fait aussi la communication de l'agriculture conventionnelle. Et le problème de l'agriculture conventionnelle, c'est qu'elle a plus de sous que l'agriculture bio et qu'elle râle. C'est du lobbying tout simplement. Elle râle sur le fait que la PAQ-W puisse éventuellement faire une communication qui discrédite le conventionnel parce que le bio est meilleur.

[00:23:27.770] - Maxime Goudeseune

Et nous on sait que le bio c'est meilleur, mais la PAQ-W ne va pas communiquer là-dessus. Elle ne va pas dire que bio c'est meilleur alors que c'est meilleur, on le sait. Même pour ce que je te disais, lorsqu'il y a une crise sur les marchés, le bio reste stable. Mais ça, la PAQ, elle ne va pas le dire. C'est vrai, c'est factuel, mais elle ne va pas le dire parce que sinon elle va, elle va rendre énerver. Les agriculteurs conventionnels qui a plus de poids que ceux qui sont plus nombreux aussi. Donc nous on essaie avec Biogarantie communication sur les réseaux sociaux un peu plus libérée, mais on n'a pas beaucoup de moyens, on est pas nombreux donc finalement on se cantonne à faire des petites images en disant le bio c'est cool, ça fait ceci cela, mais on n'a pas encore vraiment les moyens de toucher beaucoup de monde. En plus, en interne, on fait du réseautage, on va aux foires, on explique aux gens que c'est comme ça pour l'instant qu'on travail.

[00:24:24.300] - Thomas Guisset

Ok, top ! Et je rebondir sur ça donc, tu peux expliquer les limites que peut avoir un label bio belge, donc national qui se lance. Et vous avez quoi comme force que vous pouvez avoir comme impact aussi tant sur les entreprises que le consommateur avec ce label ?

[00:24:45.340] - Maxime Goudeseune

Mais notre force c'est justement que si tu veux aller voir sur notre site, tu auras tout. Je vous en propose une grande force. Comparé aux autres labels, c'est qu'on est contrôlés de manière indépendante. Ça je l'ai déjà dit, mais c'est vraiment ce qui est important parce que mettons, demain, il y a un autre label qui devient inconnu. Et puis il y a un journaliste, on va dire, l'investigation qui commence à gratter. Et puis on se rend compte que ce label, n'importe qui peut voir en fait, parce que ce n'est pas contrôlé, c'est plutôt un label qui veut se faire des thunes. Non, nous on est une ASBL. Notre idée ce n'est pas de faire des thunes, notre idée c'est de faire un truc vraiment du durable. Mais ceux qui ont des thunes, qui investissent des thunes, faire des thunes, ils vont s'en faire des thunes, ils ont un vont pouvoir communiquer très fort. Ils vont. Le pouvoir se vend plus vert qu'ils ne le sont et en plus ils vont accepter peut être n'importe qui vu qu'ils vont faire leur contrôle Même le jour où un journaliste tombe dessus et le montre au grand jour, ça va discréditer le label et tous ceux qui auront rejoint la belle devront payer les pots d'adhésion aux compagnies l'auront fait pour rien puisqu'ils seront discrédités aussi.

[00:25:55.770] - Maxime Goudeseune

Une grande force est que on est crédible, on est transparent, on est contrôlé de manière indépendante. On a tous des points sur la traçabilité, sur la biodiversité, sur le bien-être animal. En vrai, je ne dis pas ça. Quand j'ai rejoint ce label, je n'étais même pas conscient de tout ce que tout ce qui se cachait derrière le bio. Mais depuis que je suis ici, ça fait trois ans maintenant, je peux dire qu'on est certainement l'un des meilleurs labels du marché, mais on va se casser la gueule parce que justement, on en vend trop. Et donc voilà, il y a aussi le l'idéal et la réalité. Il n'y a pas que les riches. Il y a un pont à faire.

[00:26:39.840] - Thomas Guisset

Et du coup on parle souvent des labels plus ou moins efficaces. Comment peut faire en tant que consommateur lambda pour essayer d'éviter de tomber dans le piège comme tu dis, d'anti-greenwashing ? Parce que s'il faut, chaque fois regarder le cahier de charges, ça peut prendre du temps je pense. Et comment faire ? Quelle est la solution pour éviter ce problème en fait ?

[00:27:09.360] - Maxime Goudeseune

Il y a le site label info. Ça c'est globalement le meilleur site. Il résume en quelques lignes.

[00:27:34.690] - Maxime Goudeseune

Mais lui est assez sérieux, ni même très sérieux. Il résume bien et craint pas de critiquer quand c'est mauvais.

[00:27:46.320] - Thomas Guisset

Et donc pour éviter greenwashing présente, je fais les courses au carrefour n'y a rien qui peut me prouver ce qu'il y a un label fiable, fiable ou autre quand je vois des produits en fait si je ne m'informe pas en amont.

[00:28:00.660] - Maxime Goudeseune

Ils sont en train de développer ici en Belgique en tout cas, un programme où vous pouvez scanner tout simplement un QR code qu'on mettrait sur les emballages ou même scanner, je pense le code barre. Je ne sais pas exactement la technique, mais ils essayent de faire un point de pratiques où on pourrait direct avoir une référence. Mais, la limite que je vois pour l'instant, c'est que ça montrait qu'elle label cela appartient. Ça prendrait du temps. De mettre un commentaire à chaque fois sur c'est label. La question que tu poses, je n'ai pas de solution et personne n'en a. On se rend bien compte que s'il y a beaucoup de labels qui apparaissent, c'est parce qu'il y a une raison et c'est parce qu'on ne sait pas vérifier tout. Et il y a moyen de jouer avec ça. Celui qui a des sous pour faire un truc vraiment joli et dire des choses jolies et que tout le monde y croit, il en profite du greenwashing. Et bien c'est ça, mais des labels, c'est encore pire.

[00:29:08.160] - Maxime Goudeseune

Je veux dire, se faire du greenwashing sur son étiquette, c'est une chose, mais c'est faire du greenwashing sur un label. C'est dire que le fondement du label, c'est du mytho. Mais bon, après

y a des labels genre Label rouge qui sont super connus, tout le monde a confiance en eux finalement. Il y a une fois un comité de journalistes qui essaie de faire des tests. Il s'est rendu compte que six sur dix des produits labellisés n'auraient pas dû l'être selon leur cahier des charges. Tu dis des chiffres ? La tendance c'est quoi ? Et j'ai retrouvé. Même les labels que l'on pense sérieux qui sont là depuis longtemps font parfois des encarts. C'est difficile. C'est difficile en Belgique. On n'a pas tant de labels que ça sérieux. C'est juste que ceux qui sont sérieux n'ont pas beaucoup de sous pour faire parler d'eux. Ils sont sérieux et ils n'ont pas cette optique de faire des sous. Ils ont des optiques de durabilité et c'est ça le problème en fait. Quand tu affrontes ceux qui ont des thunes, tu es en porte à faux.

[00:30:18.290] - Maxime Goudeseune

Celui qui a l'argent, il va pouvoir te vendre de la m***** à qui a dit je ne sais pas, je n'ai pas de solution. C'est la meilleure solution. Je dirais pour consommateur, c'est aller voir label info.be. Pour l'instant, c'est seulement ça.

[00:30:31.620] - Thomas Guisset

Ok, ma question-là, qui peut aussi beaucoup m'intéresser pour mes recherches, c'est selon toi ou selon Biogarantie quel est la différence entre un label comme le tien ou un étiquetage alimentaire ?

[00:31:18.410] - Thomas Guisset

Qu'elle est la différence entre tous ses scores et les labels en fait. Et est-ce que ces deux labels, et scores qui peuvent travailler ensemble ou est-ce que tu penses qu'un va prendre le dessus sur l'autre ?

[00:31:50.080] - Maxime Goudeseune

Pour moi, les scores, comme je le vois ici, c'est quelque chose qui est décidé par l'entreprise. C'est. Ça va être la même problématique que ce label qui s'auto contrôle. Les entreprises qui vendent produit, elle va donner un score à son produit. Est ce qu'elle le fait de manière sérieuse

? On n'en sait rien. Le problème c'est que les éco scores, ils sont très visibles, ils donnent directement une sensation de la réussite totale. Je peux voir la différence. Mais qu'est-ce que ça cache réellement derrière ? Je veux dire, un jour je suis en train de regarder en même temps la le calcul avec un score.

[00:32:32.910] - Thomas Guisset

Est-ce qu'est-ce que tu penses que les étiquetages pourront passer au-dessus des labels ? Ou même est ce qu'il peut être créer un étiquetage pour tous les labels ? En fait, pour faciliter la perception du consommateur directement face aux produits ?

[00:33:09.640] - Maxime Goudeseune

Je pense que oui. Je pense que c'est même déjà le cas parce que comme ce sont les grands groupes ici, je vois que les scores c'est typiquement en fait chacun a son score, ce n'est pas un éco score, je me trompe peut-être, mais là je vois que les scores de Colruyt. Ce sont les scores de Colruyt et donc il le mène en grand sur c'est produit, les labels vont se retrouver en plus petit et souvent derrière. Là, ils mettent les scores bien visibles directement devant nous. Pour moi, c'est déjà en train de supplanter les labels. Le problème c'est que c'est. Uniquement commerciale à mon avis. Alors disons que cette envie de faire un truc sympa derrière. Je ne vais pas dire que tous ceux qui sont en train de vérifier les scores d'un produit sont en train de se dire on va mentir un peu pour vendre un peu plus de ce produit, non ? Mais je pense que c'est avant tout un coup de pub, c'est de se vendre comme regarder, on fait attention. Je me trompe peut être.

[00:34:07.810] - Maxime Goudeseune

Peut-être que quand on est vraiment, fondamentalement dans l'envie de faire quelque chose de plus durables.

[00:34:15.830] - Maxime Goudeseune

Bon, je pense qu'à un moment donné, on a toujours ce problème de faire des rentrées d'argent, mais parfois pourquoi pas. Maintenant, encore une fois, c'est ce que disait le problème du contrôle contre eux même. On vous explique bien ici, je suis en train de voir collecte des données. Méthode de calcul de calcul est une méthode rigoureuse.

[00:34:46.790] - Thomas Guisset

Mais par exemple, si on plonge sur la planète score qui existe en France et je trouve que vous avez quand même beaucoup de points de similarité avec ce score qui est aussi indépendant, qui prend aussi en compte, comme je l'ai dit, le mode d'élevage, ce qui est pesticides et autres. Et enfin quand j'ai parlé avec ces personnes et de pousser aussi quand même assez loin la réflexion avec beaucoup de parties prenantes et sont aussi indépendants. Et je me demande. En fait ma question en tant qu'externe est ce que tu penses que c'est possible de faire des collaborations ? Est-ce que tu penses que c'est une sorte d'association ou ensemble ? Ou essayez de travailler de façon similaire ou simultanée ? Ce serait possible ou pas entre des labels et des étiquetages ?

[00:35:47.080] - Maxime Goudeseune

Oui, ce serait possible. Mais nous, on n'a pas vraiment d'intérêt dans le sens où on part du principe que n'importe quel produit, à partir du moment où il est bio et local, sera bon. On dira on n'est pas. Alors c'est sûr qu'on n'est pas pour des trucs ultra transformés. Et maintenant celui qui a envie d'acheter en exemple des céréales. Ainsi on a des céréales maintenant qui se vendent plus vert que vert. C'est bien, il faut des céréales sans huile de palme, sans soja, bio et compagnie, mais ce sont des trucs ultra transformés. Ça veut dire qu'on fait appel à des machines. Ces machines polluent. Bon bah ça en est pas fin. Et alors ? C'est vrai qu'on pourrait se dire à un moment donné, on accepte de les mettre sous garantie, mais on leur donne une mauvaise côte, ça n'ira pas, Ils vont pas du coup rejoindre notre label en sachant qu'ils auront une mauvaise cote. Tu vois ce que je veux dire ? Ces éco scores doivent rester.

[00:36:52.230] - Maxime Goudeseune

Et je pense même que leur fonctionnement ce n'est pas de faire rejoindre des gens si font rejoindre des gens. Dans le score il y a quelqu'un qui a une mauvaise note, il ne va pas vouloir être associé avec un mauvais score. Pour moi ceux qui rejoignent des Eco scores, si ça fonctionne comme un label, ça veut dire que ce sont les membres qui payent pour recevoir leur score. Personne ne va payer pour recevoir une mauvaise note. De toute façon, le truc est déjà biaisé de base. Donc on n'a pas intérêt à faire ça non plus chez Biogarantie. Et je pense que même si on le faisait et on ferait de manière sérieuse, on dirait toi t'as une mauvaise note par ce que t'as pollué au temps au temps, il ne va pas rester, il va même pas l'utiliser sur son produit le gars, donc ça ne sert à rien. Je pense.

[00:37:41.330] - Maxime Goudeseune

Bah je ne sais pas. Et ça c'est un sujet complexe et je suis en train de regarder. Calculer l'empreinte environnementale des produits alimentaires s'avèrent redoutablement compliqué. Oui. L'affichage environnemental se veut de donner un repère simple pour les consommateurs.

[00:38:17.480] - Thomas Guisset

Comme ce n'est pas indépendant, comme on en a parlé longuement, je pense que pour la fiabilité, faut quand même faire un peu plus attention. Et ensuite une dernière question, c'est selon le Biogarantie et puis selon toi, personnellement, quelles sont les pistes de réflexion pour nous les jeunes à aborder ou à creuser dans la recherche ?

[00:39:01.820] - Maxime Goudeseune

Avec qu'est-ce qu'on recherche ? Moi je pense. Je ne peux pas garantir ça. Parce que faudrait que j'appelle les représentants des trois associations et deux autres. Alors là je pourrais te répondre nom de Biogarantie dans une version de trois associations. Mais je te répondre personnellement, je trouve qu'il manque simplement un acteur. Agriculture en général, acteurs sérieux des scientifiques et pas des économistes. Manque beaucoup d'économistes dans l'agriculture. Ce n'est pas un secteur sexy l'agriculture. Pour des économistes particulièrement,

mais on en a besoin pour des statisticiens. On en a besoin dans toutes les sciences autres que bio ingénieur, parce que forcément, eux, en général, ils se retrouvent dans des domaines liés à l'agriculture. Mais toutes les sciences, un petit peu data et compagnie. On a besoin de main d'œuvre, on a besoin d'huile de coude pour avoir de réelles idées. De ce qui se passe parce qu'on en a très peu. Et ce Philippe Barret dont je te parlais. Un scientifique qui essaye de voir l'ensemble et qui travaille avec son équipe pour essayer de voir un ensemble.

[00:40:29.780] - Maxime Goudeseune

Ce qui se passe dans l'agriculture belge. Et c'est super intéressant de l'écouter. Il y a plein de choses à dire, mais lui-même particulièrement. On manque de personnes, on manque de data analystes et d'économistes pour avoir un petit peu des idées de ce qui se passe réellement parce que c'est. Il y a. C'est mon premier indice de personne dans le secteur bio, encore plus son manque même de gens pour aider le cadre législatif à évoluer. Par exemple, ici je donner un exemple concret les gélules pour les compléments alimentaires. C'est fait normalement à base de gélatine de porc ou de poisson marine. Ceux qui n'ont pas envie d'utiliser ses origines animales pour faire leurs gélules en bio sont obligés de passer par une molécule obtenue par un champignon. Mais comme personne, comme on n'est pas assez nombreux parce que je parle, c'est un détail dans un univers incroyable de produits.

[00:41:43.280] - Maxime Goudeseune

Et comme on n'est pas assez nombreux, on n'a toujours pas fait rentrer cette molécule dans la réglementation alors qu'il est complètement raccord avec les valeurs de bio. Ça veut dire que pour l'instant on a des gens qui utilisent un produit chimique en bio alors qu'on pourrait utiliser un produit non chimique, mais tout simplement parce qu'on n'a pas fait beaucoup d'efforts, parce que c'est du boulot de les défendre ça. Ah le repas, Tu vas déjà compléter un dossier de quinze pages, Tu dois avoir des opérateurs qui sont qui souhaitent utiliser. Ça ne sert à rien de dire ouais, on pourrait utiliser le plus ancien opérateur, mais ce que tu disais, parce que ça voudrait dire que peut être en fait le plus lent c'est long, ça coûte cher, c'est compliqué à utiliser et que dans la pratique ça n'irait pas. Donc il faut avoir des opérateurs qui disent nous, on veut l'utiliser, on est prêt à l'utiliser. Et donc tout ça, ça demande des gens, ça demande des sous, ça

demande du temps, et c'est ce qui manque, à mon humble avis, dans le secteur bio en règle générale.

[00:42:40.560] - Maxime Goudeseune

Et pour moi le secteur bio, je parle de toi, tu parles de la durabilité, c'est plus large dans le bio. Pour moi le bio c'est la durabilité avec un grand D, c'est sûr. On a déjà. Du temps et des gens passaient dessus. L'argent aussi, un peu plus grâce à l'Europe quand même. On a un cadre réglementaire. Et c'est le bio qui est pour l'instant le plus grand défenseur de la biodiversité et de la réduction du CO2. En fait non, on n'en parle pas assez, mais le bio et il est à la pointe pour toutes les raisons que je ne t'explique pas pesticides autour de la biodiversité, moins d'utilisation de produits chimiques et de CO2 envoyé dans l'air. Donc si l'Europe a décidé parce que oui, ça je ne l'ai pas dit, il y a le plan bio 2030. Parler de ça, oui, on va savoir.

[00:43:44.320] - Thomas Guisset

Ce sont les objectifs de développement durable ou c'est autre chose ?

[00:43:47.530] - Maxime Goudeseune

Ça fait peut être partie du lot. Il y a eu le Green Deal européen.

[00:43:52.510] - Maxime Goudeseune

Bon là maintenant, il y a le plan Bio 2030, typiquement wallon, mais c'est sous l'influence de l'Europe qui veut 25 % de surface agricole bio d'ici 2030. La Wallonie, elle a dit on va faire encore plus, on va faire 30 % de surface. Agricole bio d'ici 2030 en Wallonie. C'est le double à peu près. Actuellement elle en est à 12 % plus tout. Donc ça c'est l'objectif, mais c'est un objectif qui vient d'en haut. C'est un objectif qui vient des experts européens parce qu'eux, non, ils ont bien compris que c'était la solution à ce double problème qu'on rencontre la perte de biodiversité et le réchauffement climatique. Sauf que les freins, comme je l'ai dit, tout ce lobbying, tous ces gens qui sont bien contents de faire de l'intensif et de faire des sous grâce à ça, qui font en fait que. Faire une recette. Est-ce que c'est ça l'agriculture intensive conventionnelle ? C'est

appliquer une recette qu'on achète. On produit le désherbant en compagnie de pesticides ou engrais chimiques dans la recette, à la suite, tu mets autant par hectares, à telle date, à telle date, à telle date et tu auras ta récolte assurée.

[00:45:01.880] - Maxime Goudeseune

Mais on est en train d'appauvrir les sols, on détruit les insectes, voilà les papillons ou les oiseaux. Tous ensuite a dû entendre les oiseaux, ce qui est sorti par un groupe d'experts aussi. On a perdu 80 % de nos populations d'oiseaux, je ne sais pas quoi en 30 ans. Tout ça est lié et tout ça. L'Europe essaye de contrecarrer grâce à l'agriculture biologique.

[00:45:30.370] - Maxime Goudeseune

Qu'on essaie de faire. Mais c'est dur, on a des freins pas possibles et les freins sont la communication. La PAQ-W qui reçoit des sous et du conventionnel et du bio et du coup elle n'est pas vraiment mise en avant et fait une communication à moitié. Regardez le bio, c'est rigolo non ? Le bio c'est la solution. Passer au bio, c'est ça qu'il faudrait pour vraiment. Des décisions fortes, mais on n'en a pas parce qu'on est dans un monde libre et capitaliste. Un libéral, voilà, c'est celui qui a l'argent qui a fusil en fait, tout simplement. Et le bio n'a pas l'argent, donc le bio n'a pas de fusil. Voilà. Et le cadre réglementaire qui est en train d'aider le bio ne suffit pas à faire avancer les choses assez vite, en tout cas pour l'instant.

[00:46:25.000] - Thomas Guisset

Super. En tout cas moi j'ai bien avancé là. Il y a plein de choses intéressantes à en sortir de cette conversation. Je vais aller peu peaufiner mon TFE. Merci en tout cas.

Annexe 3 : Entretien avec Marc Fichers

Conseiller Nature et Progrès. Ancien secrétaire général et porte-parole de l'association.

Date : 25/05/2023



[00:00:01.720] - Marc Fichers

Marc Fichers, je suis conseiller en naturel de progrès. J'ai été pendant 25 ans secrétaire général, porte-parole de l'association et maintenant c'est Julie Vandamme qui reprend ce job et moi, je suis conseiller principalement sur les questions pesticides, OGM, agriculture dans leur ordre.

[00:00:29.220] - Thomas Guisset

J'ai été un peu étonné de voir votre site web et est-ce que vous pouvez nous décrire avec vous-même votre vie en interne ? Quel est l'objectif plus ou moins de Nature & Progrès ? Qu'est ce qui est Nature & Progrès ?

[00:00:48.590] - Marc Fichers

C'est assez facile, ça ne change pas depuis 50 ans. Il y a à peu près 50 ans d'ici, les producteurs et les consommateurs ont évalué les risques que l'agriculture, l'alimentation et l'environnement prenaient si on continuait à développer une agriculture, donc la fabrication de nos aliments, sur la base de chimiques. En l'occurrence, les pesticides chimiques et les engrais chimiques de synthèse. Et donc, ils ont choisi et décidé de tourner le dos à cette agriculture chimique et aux pesticides, engrais chimiques et médicaments de synthèse donnés en préventif aux animaux. Et pour ce faire, ils ont prôné une agriculture basée sur les lois naturelles, donc le respect de l'environnement, des règles naturelles de production et de l'homme, bien entendu, en mettant l'homme au centre des enjeux où l'agriculture intensive mettait le rendement agricole et le rendement financier. Pour y arriver, à la place de mettre des campagnes de désinformation, des

pesticides chimiques, ils ont développé des cahiers des charges de l'agriculture biologique. Ils ont une série de règles que si on met ces règles en ordre, on arrive à avoir une ferme qui produit des végétaux et des animaux dans le respect des lois naturelles, sans engrais, sans pesticides de synthèse.

[00:02:36.550] - Marc Fichers

L'avantage de l'agriculture biologique, c'est qu'elle a été conçue par les deux forces en même temps, les agriculteurs et les consommateurs. C'est la seule. Le nutri-score, parfois, il vise à rapprocher agriculteurs, producteurs, consommateurs et consommateur. En bio, on n'en a pas besoin, on est unis dès le départ. Pendant 50 ans, on a lobby pour faire reconnaître l'agriculture biologique, pour défendre ce mode de production et pour avancer avec ceux qui ont envie d'avancer. À donner que l'on parle de conversion à l'agriculture biologique, l'agriculture biologique, c'est un choix des agriculteurs, c'est un choix des consommateurs. Quand on entend des consommateurs qui achètent du chimique et qui disent « l'agriculture bio est trop chère », on ne s'énerve jamais beaucoup. On leur dit « Nous, on ne trouve pas parce qu'on fait comme ça » et puis on en reste là. Si eux veulent continuer à manger de chimique, c'est leur problème. Le jour où ils trouveront un intérêt à modifier leur consommation, les agriculteurs à modifier la façon dont ils produisent, on leur donnera les trucs et astuces pour avancer. On fonctionne comme ça, ce qui fait que maintenant, je crois que c'est un agriculteur sur sept à Wallonie qui est en bio.

[00:04:03.800] - Marc Fichers

On est 15, 17% de surface bio. Tout ça est donné par Bio Wallonie sur leur site internet et on va vers 30 %. Donc ce plan de développement de l'agriculture biologique est connu déjà depuis un bon bout de temps. Une croissance continue, parfois affolante parce que croissance à deux chiffres, ce qui est, tu fais des études en gestion, tu sais comme moi que dans un modèle économique, il n'y a rien de plus dangereux qu'une croissance. Quand elle est à deux chiffres, c'est impossible de suivre un investissement parce que tu avances vers l'inconnu. Le secteur a résisté à cette croissance, ça va. Maintenant, elle se ralentit, on est tous très contents, mais elle demeure. On reste toujours dans une phase de croissance, donc c'est normal. Et donc, voyant que le secteur bio s'auto développait depuis une petite dizaine d'années, Nature & Progrès a

orienté une partie de ses moyens, une partie seulement, vers les pesticides. Étant donné que si un jour on atteint 30% de bio, je ne crois pas qu'on dépassera les 50. Donc, il est temps de s'occuper des 70% restants, qui eux restent en chimie. Notre focus est de faire évoluer les modes de production vers moins de chimie, à commencer par les pesticides les plus dangereux pour l'homme et l'environnement, au lieu par des pesticides persistants dans le sol et dans les masses d'eau et des pesticides reconnus, cancérigènes, reprotoxiques, perturbateurs endocriniens.

[00:05:46.410] - Marc Fichers

Ça, c'est brossé le job de l'association. Son socle, en fin de compte, c'est de faire la même chose depuis 50 ans, ça n'a rien changé. Mais si on a réussi à aussi à conserver ce socle-là, c'est parce qu'on réunit les producteurs et les consommateurs. Quand les producteurs demandent parfois avec raison des assouplissements de la législation pour produire, ils ramassent des consommateurs sur leurs dos qui leur disent « non, on ne le fera pas », donc ça ne se fait pas. Quand les producteurs disent « mais on a des petits soucis au niveau des écoulements des produits », les consommateurs se mobilisent pour accompagner les producteurs.

[00:06:37.510] - Thomas Guisset

Selon vous, pour rebondir sur ce que vous avez dit, quels pourraient être les leviers pour faciliter ce changement, pour essayer d'éviter, pour rester ce segment de bio en Belgique pour l'agriculture.

[00:07:04.740] - Marc Fichers

La meilleure façon de maintenir le cap est d'être de plus en plus rigoureux sur les normes. Donc de maintenir les normes strictes, voire de les réduire encore plus. Il faut encore plus de bien-être animal, il faut encore plus de rotation dans nos cultures. Il faudra peut-être penser à travailler sur les semences, sur la base, peut être arrêter d'utiliser des variétés hyper sélectionnées, retourner sur les populations de végétaux plutôt que sur des semences sélectionnées, donc aller vers plus de rigueur, aller vers plus de nature. Le mot nature et progrès veut bien dire les choses. Pour nous, il n'est pas possible d'être dans le progrès sans conserver un œil sur la nature. Il n'est pas possible de conserver un œil sur la nature sans saisir toutes les

opportunités que le progrès peut nous donner. L'agriculture la plus progressiste actuellement est en étant l'agriculture biologique, le désherbage mécanique. Il faut savoir qu'en agriculture chimique, on désherbe avec des rampes de 36, 40 mètres de large. On met un petit bidon de quelques millilitres dans un pulvérisateur et à six à l'heure, on parcourt le champ sur 36, 40 mètres de large. En agriculture bio, on a des machines qui vont désherber sur quatre ou six mètres de large, mais elles sont guidées par satellite.

[00:08:55.960] - Marc Fichers

Elles ont une caméra devant qui repère les lignes de carottes et envoie l'information aux désherber de la terrière qui est un petit bras mécanique qui enlève les herbes un centimètre à gauche des carottes un centimètre à droite. La technologie, elle est dans le secteur bio pour l'instant.

[00:09:13.970] - Thomas Guisset

Du coup, là, on a parlé un peu de la transition écologique concernant... Vous m'avez parlé de l'agriculture et de l'élevage. Concernant l'alimentation, est ce que vous constatez qu'il y a une transition qui est en route ou pas encore ?

[00:09:35.090] - Marc Fichers

Oui, tout à fait. L'intérêt de ton travail sur les étiquettes m'intéresse. En agriculture biologique, on a eu cette chance d'être des parias de la société agricole pendant 30 ans, en dehors de tous les circuits de commercialisation. Ça a forgé au sein du secteur une capacité d'autonomie assez importante. Il y a une capacité d'entraide bien entendu. Il n'y avait pas d'industrie qui produisait des plats transformés bio. Maintenant, il y en a, mais il y en a depuis une dizaine d'années. Auparavant, il n'y en avait pas beaucoup, ce qui fait que dans le secteur bio, s'est développée quand même une culture très importante de fabrication de l'alimentation. Des consommateurs bio, généralement, ils n'achètent pas une pizza surgelée, ils la font eux-mêmes. Ils n'achètent pas des concentrés de tomates, ils achètent soit des caisses de tomates à la saison des tomates ou mieux, ils en ont dans leurs jardins et ils fabriquent eux-mêmes la passata et le stérilisent, qu'ils le concernent d'une façon ou d'une autre. Donc, le changement de régime alimentaire ne

se fera pour nous que par une réappropriation de la préparation des repas. Parce qu'on oublie quand même que les aliments, c'est fait pour nous nourrir trois fois par jour, voire quatre fois par jour, de temps en temps.

[00:11:17.120] - Marc Fichers

Mais certainement pas à toute heure, comme l'industrie veut nous le faire croire.

[00:11:24.570] - Thomas Guisset

C'est vrai que vous avez raison. C'est intéressant, à ce point de vue-là. Une autre petite question. Comment Nature et Progrès encourage les innovations et l'amélioration continue des pratiques agricoles et de transformation dans l'industrie alimentaire ? Par rapport à comment on a abordé à tous les produits qui peuvent être respectueux de la nature ?

[00:11:50.940] - Marc Fichers

Dans les pratiques agricoles, Nature & Progrès a été à la base du centre PILOT, qui est le Centre de centre de recherche et développement en agriculture biologique. Nature & Progrès a dit « organisé » et organise toujours une série de colloques, de séminaires, de visites de fermes ou des agriculteurs, voire des particuliers, parce qu'on fait ça également sur le thème du jardinage, des particuliers ou des agriculteurs échangent entre eux sur leurs façons de faire. Parce que pour nous, l'évolution de l'agriculture, elle ne se trouve pas dans les centres de recherche avec des chercheurs en tablier blanc. Elle se trouvent au sein même des fermes. Ce sont les agriculteurs, par leur observation, qui arrivent à améliorer des techniques de production. Alors, je ne veux bien entendu pas mettre en fermer à clé le centre de recherche agronomique de Gembloux et tous les autres. Je trouve qu'il devrait se limiter à valider scientifiquement ce que les agriculteurs ont trouvé. Ça devrait être ça le job d'un centre de recherche.

[00:13:18.230] - Marc Fichers

Nous autres, on organise, par exemple, quand on a voulu développer l'homéopathie vétérinaire, on a organisé beaucoup de rencontres et discussions entre agriculteurs et vétérinaires homéopathiques où les agriculteurs sont retournés avec la connaissance pour mettre en œuvre les diagnostics au sein de leurs troupeaux. C'est comme ça qu'on voit les choses et on fait la même chose avec les particuliers. Si on évite de temps en temps un recueil de recettes de cuisine, ce n'est jamais que pour illustrer des moments de rencontre où Joseph explique à l'assemblée comment il fait sa choucroute ou comment il prépare tel et tel repas. On sort d'un cycle d'ateliers de pain, je ne sais pas de combien de dizaines de soirées on a passé où des bénévoles de l'association pour exprimer comment faire son pain soi-même. Par le partage du savoir.

[00:14:39.270] - Thomas Guisset

C'est ça, communication, partage d'expérience. Pour revenir un petit peu à peu sur l'étiquetage alimentaire, comme on a parlé au tout début avec l'éco-score qui est assez connu en Belgique. Mais dans le sens global, est ce que l'étiquetage alimentaire, selon vous, est une solution pour permettre à cette transition alimentaire qui peut arriver en Belgique et en Europe ? Ou on peut l'élargir à l'Europe.

[00:15:15.680] - Marc Fichers

Je ne suis pas spécialiste de l'éco-score, ça ne m'intéresse pas.

[00:15:21.910] - Marc Fichers

Voilà, je ne regarde jamais ça. Maintenant, si ça ne m'intéresse pas, c'est parce qu'un, le bio me suffit et que mon régime alimentaire, je le bats sur la diversité des aliments et non pas sur le classement d'un produit transformé.

[00:15:47.820] - Marc Fichers

Je préfère varier mon régime alimentaire avec une viande à féculents et deux légumes par repas, du pain complet, un minimum de sucre, des produits laitiers et un petit peu de charcuterie plutôt que de me tracasser si tel biscuit fabriqué par UNILEVER a un bio score intéressant ou pas. Voilà. Est-ce que ça veut dire que le bio score ne nous concerne pas ? Oui, bien entendu qu'il nous concerne puisque c'est le fer de lance de l'industrie agroalimentaire. Maintenant, ça, tu pourrais peut être me répondre quelle est la durée de vie d'un éco-score, à moins qu'il soit remplacé par un autre éco-score ?

[00:16:35.930] - Thomas Guisset

C'est ça la question qu'on se pose actuellement et la question de mes recherches, c'est aussi est ce que le trop n'est pas l'ennemi du bien, de la solitude, parce qu'en fait, il y a tellement de scores actuellement pour trouver tellement de labels que ça peut perdre facilement le consommateur. Et que le consommateur ne sait plus quel label on peut croire, quel label on peut croire, quel label on ne peut pas croire, quel score pour quoi, nana. Donc le consommateur va être perdu. C'est ça aussi le but de nos recherches, c'est d'essayer de créer ce score qui pourrait être global. C'est pour ça que je me base sur le Planet-score qui me semble pour le moment le plus avancé possible pour l'Europe, qui pourrait convenir à toute l'Europe, pour aider directement le consommateur, et du coup, qu'il n'y ait que ça soit mis en avant. Mais oui, du coup, c'est en phase de test un peu partout. De se tout voir, de quel label... On en a aussi parlé ce matin, quel label est fictif, il ne sert à rien, il n'est pas indépendant et tout le monde peut mettre un label comme il veut. Et quel label, pardon, suit un chart, qui a un cahier de charge assez précis, pour vraiment mettre en valeur ça aux consommateurs et montrer que ce n'est pas du greenwashing.

[00:17:47.840] - Marc Fichers

Oui, voilà. La grande distribution et l'industrie agroalimentaire, elle réfléchit de façon excessivement logique. Ils regardent ce que veulent les consommateurs quasiment en temps réel. En temps réel pour les prix et sur le court terme pour le développement de produits. C'est ça.

[00:18:19.300] - Marc Fichers

L'éco-score, c'est à la mode maintenant. Je suppose qu'ils vont nous faire un éco-score local la semaine prochaine parce que maintenant, c'est un peu à la mode. Le climat prend beaucoup, donc ils vont peut-être encore nous faire un éco-score avec un focus climat. Ce qui m'embête un peu, c'est que, en agriculture biologique, nous avons bien entendu un label de différenciation, notamment européen, l'Euro-feuille, mais tout le travail est fait pour expliquer aux consommateurs ce que veut dire ce label. Tandis que dans l'éco-score, mis à part « ayez confiance dans notre score », nous ne vous expliquons pas comment nous le mettons en œuvre et comment nous le déterminons. Donc, en fin de compte, il concerne un ensemble de consommateurs moutons ou imbéciles. On ne suit pas là-dedans. Ça ne nous intéresse pas, nous autres. Maintenant, l'industrie est à ce point puissante qu'elle ne sera pas freinée.

[00:19:35.700] - Marc Fichers

Moi, j'ai vécu ça, je prends toujours cet exemple-là, parce que je travaille dans le secteur fruitier il y a déjà longtemps. Il y a Il y a une trentaine d'années d'ici. Je dois avoir ton âge. C'est un secteur passionnant, on le savait toujours. J'ai participé à la naissance de quelques variétés de pommes et à côté, il y a eu la naissance de Pink Lady. Créer une variété de pommes, c'est... Maintenant, ça va peut-être plus vite, mais à ce temps-là, c'était 25 ans de recherche. Entre le moment où on lançait un programme de développement de nouvelles variétés et le moment où on avait la variété en main, il y avait 25 ans. Le lancement de cette variété, c'était 10, 15 ans. Avant qu'il y ait une couverture européenne avec une nouvelle variété, c'était 10, 15 ans. C'est comme ça que ça fonctionnait. Puis est arrivé Pink Lady. Elle n'a pas mis 10 ans pour être diffusée au niveau mondial. Mais qu'est-ce que c'est Pink Lady ? C'est un groupement financier avec des gens du secteur, notamment des pépiniéristes, qui ont réalisé des enquêtes sur quels types de pommes veulent manger des consommateurs qui ont les moyens de les payer.

[00:20:59.620] - Marc Fichers

Ils sont arrivés sur une pomme juteuse, croquante, de telle acidité et de tel taux de sucre et de telle coloration. Ils ont fait le tour du monde et ils ont trouvé dans un jardin d'essai une variété qui répondait à ces critères-là. Ils l'ont pris, ils l'ont appelée une Pink Lady, ils l'ont lancée au

marché. C'est normal, puisqu'à la place d'éduquer les consommateurs à une nouvelle variété, on leur a donné la variété qu'ils attendaient. C'est toujours comme ça que les industriels font. Vous ne savez pas résister à ça, c'est impossible. Celui qui dit « Moi, je n'aime pas manger des Mars », c'est son choix, mais il doit se dire que c'est une personne exceptionnelle, puisque le goût du Mars est quand même étudié pour qu'il plaise un maximum de gens. Dire « Je n'aime pas le Coca », c'est possible, mais c'est la même chose. Tu es donc une personne exceptionnelle, puisque la majorité des Européens aiment le Coca, puisque le Coca a son goût qui est adapté en fonction des bassins dans lesquels il est diffusé. Le goût du Coca américain aux États Unis, ce n'est pas le même qu'en Belgique.

[00:22:08.100] - Thomas Guisset

Non.

[00:22:08.600] - Marc Fichers

Non, ça le va. Donc, à un moment donné, il faut savoir avec qui on joue. Les éco-score, c'est du même akabi. C'est du bazar qu'on va adapter en fonction du goût des gens du moment.

[00:22:23.160] - Thomas Guisset

Ok. Donc, selon vous, tout ce qui est éco-score et autres, tout ce qui est étiquetage, c'est un peu une tendance actuelle, mais qui ne va pas perdurer dans le temps ?

[00:22:33.310] - Marc Fichers

Si, si, elle va perdurer, mais elle changera. Je te dis, on va faire un éco-score climat et puis après... On n'a pas encore fait un éco-score du genre « Tiens, en Belgique, ça sera la mode. » Toutes les tendances... L'industrie répond à ce dont le consommateur a besoin pour acheter. L'éco-score, ça sert à quoi ? À informer ? Mais non, pas du tout. Ça sert à vendre. L'éco-score, il n'y a pas un seul industriel qui va commercialiser son produit en disant « Merde, alors avec l'éco-score, c'est sûr que je ne vais pas le vendre.

[00:23:16.550] - Thomas Guisset

Du coup, ils ne vont pas l'afficher, ce score, s'ils ne veulent pas le vendre.

[00:23:20.370] - Marc Fichers

Oui, voilà. C'est un outil de marketing et c'est très bien, tant mieux. Je préfère avoir un outil de marketing qui renseigne sur des scores environnementaux que des outils de marketing qui mentent ou qui mettent en avant des produits néfastes pour la santé. Ça existe aussi, des produits néfastes pour la santé.

[00:23:43.660] - Thomas Guisset

Oui.

[00:23:46.360] - Marc Fichers

Ça va dans un sens intéressant. Je ne suis pas en train de tirer sur le pianiste, mais bon, il faut quand même être bien conscient que c'est un outil commercial et ce n'est pas dans les mains des consommateurs et des producteurs, c'est dans les mains des industriels. Or, je n'ai rien contre les industriels. L'agroalimentaire, si l'agroalimentaire est représenté et les gens qui en tirent de l'intérêt sont des personnes, pas de souci. Mais quand on sait que la majorité de l'agroalimentaire est dans les mains du multinational, je n'ai pas de souci non plus. Si elles travaillent sur plusieurs pays, je m'en fous. Mais si ces multinationales sont détenues uniquement par des fonds financiers dont le seul but est la rentabilité financière, alors là, je me dis, il y a peut-être un problème. Entre une production d'une masse de pizza fabriquée par une famille où on peut avoir un petit peu de sans humains ou une autre usine à côté qui doit répondre à des impératifs exclusivement financiers parce qu'il y a un soutien par la pension américaine qui demande des plus-values, ce n'est pas la même chose. Il y a une différence. Je ne défends pas parce que ça m'est égal.

[00:25:19.200] - Marc Fichers

Très clairement, on voit quand même qu'il y a une petite différence entre le management de chez Colruyt et le management actuel de Delhaize avec les Hollandais. Je n'ai rien contre les Hollandais, je suis d'origine hollandaise. Mais c'est deux choses tout à fait différentes. C'est bien de prendre un focus éco-score, c'est intéressant, mais il faut prendre un peu de hauteur quand même sur l'événement. Qui en fait compte ? Qui a un éco-score dans ses mains ? C'est ça qui est intéressant.

[00:25:53.750] - Thomas Guisset

Oui, bien sûr. Mais là, sur le Planet-score, c'est une association indépendante qui est aussi organisée par des consommateurs. C'est un peu différent que l'éco-score. Je pense que c'est Colruyt qui sponsorise. Mais non, c'est sûr que c'est vrai. C'est pour ça que c'est très intéressant ce petit rendez-vous, aussi pour avoir des avis un peu externes et des approches différentes. Du coup, on a parlé... Vous avez parlé des limites que le bio peut avoir, comme les problèmes avec les consommateurs qui sont un peu pris par tout ce qui est marketing, ils peuvent un peu mettre de côté le bio. Est-ce que vous avez d'autres limites qui pourraient être... D'autres limites que le bio alimentaire pourrait avoir ou d'autres forces que le bio pourrait avoir dans le marché ?

[00:26:39.700] - Marc Fichers

Des limites à quel niveau ? Il y en a beaucoup.

[00:26:44.170] - Thomas Guisset

Des limites à quel niveau ? Je n'ai pas mis toutes les faiblesses au niveau de... Grossièrement, ce qu'on peut se dire, c'est que le bio, c'est toujours très cher et c'est pour les bobos et les gauchos. Comme on peut dire les forces que le bio, c'est comme combien ? C'est que du marketing, il n'y a rien derrière. C'était un peu voir votre avis par rapport à ça.

[00:27:02.340] - Marc Fichers

Oui, mais ça m'amuse toujours quand on me catalogue comme un gauchiste ou un bobo. Ça m'amuse. J'ai enlevé le poster de Che Guevara, j'ai mis l'affiche de Valériane. Non mais bon, on s'en fout, on est habitué. Il faut quand même savoir, mettons quand même les choses en place, le bio est né dans la mouvance mai 68, qui était quand même une mouvance revancharde assez importante. Qui a voulu, mai 68, c'était quand même une volonté de changer la société, de la faire évoluer, entre guillemets.

[00:27:53.950] - Marc Fichers

L'époque, mai 68, c'étaient les chemises à fleurs, les hippies et peace and love. Du mouvement bio sont nées différentes initiatives politiques, dont notamment les mouvements écologiques qui sont nés dans... Je ne dis pas que c'est une naissance au sein du monde bio, mais en tout cas, ça partageait les mêmes idéaux. Il est en fait évident que le mouvement bio veut mettre l'homme au centre des enjeux avant l'économie. Et là, bien entendu, il s'oppose au libéralisme. Il devrait s'opposer également au communisme. Ça, je vous le disais je vous ai parlé en rigolant de Che Guevara. Le communisme n'a pas grand-chose à faire dans le secteur bio quand bien même parfois on nous prend tous pour des gauchistes parce que le secteur bio veut l'autonomie de l'agriculteur et du consommateur dans son libre choix. Or, on ne peut pas dire que le communisme prône l'autonomie des citoyens. C'est quand même assez concentré comme pouvoir. Il suffit de voir ce que ça veut dire. Ce qui se passe maintenant de votre côté. Mais par contre, on reste toujours dans cette image du bio bobo. Maintenant, nous l'observons énormément à Nature et Progrès puisqu'on a quand même 5 000 membres et qu'on organise un salon Valériane qui rassemble 15 000 personnes et ça depuis une quarantaine d'années.

[00:29:39.020] - Marc Fichers

On a vu évoluer le public. Oui, vous avez raison, le public de départ, c'était les sandales, les chemises à fleurs, les cheveux longs, voire le pétard. Je n'en ai jamais eu. Je n'en ai jamais fumé. Ce public-là n'est plus le public qui vient à Valériane. Ils viennent encore, mais ils sont très vieux. Ils ont une canne où ils sont en voiturette parce qu'ils ont tous passé les 80 ans. L'autre public, c'est qui ? C'est énormément de jeunes. Le seuil de basculement au secteur bio,

généralement, il a deux origines. Une origine santé, une personne de n'importe quel âge qui a un problème de santé grave et qui prend conscience que son alimentation est peut être à la source de son problème de santé. À ce moment-là, il se tourne vers le secteur bio. Pourquoi ? Bien entendu, pour ne pas avoir des pesticides, mais surtout pour l'aspect rassurant, parce qu'il voit dans le secteur bio une assurance. Et pourquoi voit-il une assurance ? Parce que le cahier des charges est rigoureux et contrôlé de façon indépendante, oui, certainement, mais surtout parce que le rapport humain est important. L'homme a avant tout confiance dans le rapport humain.

[00:31:03.380] - Marc Fichers

Je parle de Colruyt, je ne suis pas du tout un défenseur de Colruyt, mais j'aime bien analyser cette entreprise. Quand ça va mal, vous regardez dans les articles de presse, on ne parle pas de Colruyt, on ne parle pas de Colruyt, on parle de Jeffe Colruyt.

[00:31:20.720] - Marc Fichers

Quand ça va mal, on remet en avant l'homme parce que c'est rassurant. Le deuxième emporte d'entrée dans le secteur bio, c'est la naissance d'un enfant, le jeune couple. C'est très marrant, ça m'amuse toujours quand je vois des jeunes couples qui sont en Valériane, que je parle avec eux, qui nourrissent leur bébé en bio et qu'eux continuent à manger en chimique. Ça m'amuse toujours. C'est par après que les parents y passent. C'est là les portes d'entrée intéressantes. Il y avait bien entendu la porte d'entrée du goût, la porte d'entrée de la mode, la porte d'entrée pour faire comme les autres, la porte d'entrée pour s'identifier face à une situation, oui, tout à fait d'accord. Or, le bio cher, non, jamais. Il n'est pas cher si on modifie sa façon de manger.

[00:32:17.590] - Thomas Guisset

Là, on a parlé de modifier sa façon de manger et autres. C'est un peu le comportement des consommateurs qui doit changer. Et vous, durant toute votre expérience dans cette société, dans cette organisation, on a un peu vaguement parlé, mais est ce que le comportement des consommateurs a changé ? Parce que vous m'avez dit qu'il y a une autre génération qui arrive de jeunes. Est-ce que vous savez m'en dire un peu plus par rapport à ça ?

[00:32:43.140] - Marc Fichers

Ce qui nous intéresse, c'est de voir s'il y a de nouveaux consommateurs. Et oui, le secteur bio en termes de marché ne cesse d'augmenter en Belgique et dans le restant de l'Europe. Donc oui, il y a une évolution. Donc oui, il y a des consommateurs continuellement. D'ailleurs, pour l'instant, on observe un tassement de la vente des produits bio. Suite à la guerre en Ukraine, la croissance à deux chiffres s'est traduite chez certains acteurs par une diminution du chiffre d'affaires en magasins notamment, ce qui ne s'était jamais vu dans le secteur bio, on était en croissance continue. Économiquement parlant, ce tassement ne me dérange pas du tout. C'est le GAIA, sur base des croissances à deux chiffres au moment du début de la guerre. Avant la guerre en Ukraine, a investi des cents et des milles dans son outil de production. On n'investit jamais dans la croissance si on n'a pas des indices comme quoi elle sera stable.

[00:33:56.610] - Thomas Guisset

C'est sûr.

[00:33:58.060] - Marc Fichers

Oui, mais voilà, alors maintenant, ça c'est une analyse qui est intéressante à faire et qui a été faite est de savoir comment ont évolué les consommateurs. Ce qu'on remarque, c'est une diminution du Cadi, de la masse achetée, mais le nombre de consommateurs lui, reste continu. Ça veut dire qu'en fin de compte, pendant ces deux dernières années ci, il y a eu une diminution du budget alloué à l'alimentaire, ce qui est en partie normal au vu de l'augmentation des coûts de l'énergie notamment. Mais la motivation existe puisque le nombre de consommateurs est stable. Ce serait une catastrophe si on maintenait notre chiffre d'affaires avec moins de consommateurs, puisque notre volonté, c'est de changer le monde et on ne le change pas avec un volume de production, mais avec des personnes qui s'engagent.

[00:34:54.960] - Thomas Guisset

Oui, vous avez raison. Comme on dit souvent, les consom'acteurs, comme on dit deux ou trois fois dans les documents.

[00:35:03.120] - Thomas Guisset

Mon avant dernière question, c'est comment est-ce qu'on pourrait, en tant que consommateur toujours, éviter de tomber dans le piège d'un lobbying ou du greenwashing ? Là, on va directement faire nos courses ou en utilisant une alimentation normale, plus ou moins. Comment on fait cette comparaison entre deux produits ? En disant « Ce produit est bien parce qu'il y a peut-être un label nanana nanana » et « L'autre produit est bien aussi parce qu'il y a un label. » Comment, en tant que consommateur, on peut avoir cette vision de consommer, mais conscientiser aussi en consommant.

[00:35:36.850] - Marc Fichers

Par la connaissance.

[00:35:39.680] - Thomas Guisset

C'est ça. Comment on pourrait avoir cette connaissance, pensez-vous ?

[00:35:45.160] - Marc Fichers

Il faut des labels transparents sur ce qu'ils recouvrent exactement et sur tout leur mode d'organisation. Premièrement, à qui appartiennent ils ? Qui tire les ficelles. Deuxièmement, qui organise le contrôle ? Parler de façon généraliste de contrôle indépendant ne veut absolument rien dire si on ne connaît pas le cahier des charges qui a été donné à l'organisme de contrôle. L'organisme de contrôle, il ne fait jamais que de répondre à une demande de contrôle sur des points précis. Qui lui donne ces points-là ? Qui est aux commandes ? C'est ça qui est important. Le logo pour moi, c'est un signe de différenciation permettant de courir un peu plus vite dans les rayons pour faire ses courses, mais pour pouvoir faire ça, je dois avoir confiance dans ce logo. Et cette confiance-là, elle m'est soit donnée par la publicité, ce qui n'est pas positif, soit par la connaissance et ça, c'est important. Donc un travail comme tu fais, fouiner un peu ce qu'il y a dedans et donner de l'information sur le contenu, le pourquoi et le comment, des scores hyper intéressants et importants. C'est en partie ce qui m'a motivé à répondre tout de suite à ta demande, parce que c'est un travail intéressant.

[00:37:01.840] - Marc Fichers

Il faut apporter du savoir aux gens. On doit toujours aller vers l'autonomie, l'autonomie de décision. Et ça, c'est la connaissance.

[00:37:15.680] - Thomas Guisset

Pour terminer cet entretien, quelles sont, selon vous les pistes plus ou moins de réflexion à creuser, soit pour les générations futures, soit pour d'autres études universitaires qui pourraient porter sur ces sujets-là ?

[00:37:53.780] - Marc Fichers

Quelles sont les forces, les faiblesses, les freins surtout et les leviers pour donner plus d'autonomie aux consommateurs dans la préparation de ses repas. Quand je vois au niveau politique l'évolution et la prochaine campagne électorale va être une catastrophe sur le sujet. L'évolution des volontés politiques de développer la nourriture collective, c'est horrible. Il y en a qui veulent tous nous faire bouffer la cantine. Ou avec des délits frais, du brol préparé par des tiers ou en fin de compte, on a certains décident ce que je mangerai demain, voire le mois prochain, soit l'année prochaine. Donc, il y a une perte de liberté de plus en plus importante dans le droit de manger, de choisir son alimentation. Donc ça, c'est excessivement embêtant parce que ça provoque immédiatement un manque de connaissance et une incapacité à vivre cette autonomie. Bientôt, certains ne sauront plus combien de minutes on doit cuire un œuf mollet. Oui, mais on en est là. Moi, j'ai pris conscience de ça avec mes enfants. J'ai trois gamins qui font du scoutisme et ils venaient toujours ici passer huit jours dans la maison où ils squattaient les greniers pour préparer les camps. C'est une petite anecdote, mais qui m'a toujours intéressé parce qu'elle m'a remis les idées en place.

[00:39:39.860] - Marc Fichers

Ils étaient en train de préparer un menu. À un moment donné, il y en a un dans le groupe qui dit « Oui, mais bon, il nous faudra au moins 10 sachets de salade pour leur repas. » J'ai dit « Attends, qu'est-ce que tu racontes là ? » « Oui, 10 sachets de salade. » « Tu ne parles pas en salade ? » «

Non, en sachets. » Donc je me suis dit « Voilà où on en est. C'est à partir du moment où on commence à parler en sachets de salade à la place de parler de salade, c'est certain que le jour où je vais lui donner une salade avec un puceau ou une limace dedans, il va sauter au plafond. » Donc, il y a une méconnaissance de l'aliment parce qu'il ne mangeait pas de la salade, il mangeait des sachets de salade. Ce n'est pas tout à fait la même chose si on y réfléchit bien. Il faut ramener de la connaissance. Donc, quels sont les freins ? Et ce n'est pas une question de temps, c'est de la carabistouille. Je vais faire mes courses là aussi.

[00:40:37.020] - Marc Fichers

C'est là qu'on va faire les courses de dépannage. J'aime bien parce que je regarde ce que les autres achètent et ça m'amuse et ça m'intéresse. Et j'en discute aussi. De nombreuses personnes ne savent pas à 5 heures ce qu'ils vont manger pour souper. Ils vont faire leur course. Ça, c'est la cata. Ils sont donc à la merci de la première publicité et de la première proposition venue. Il y a un manque de maîtrise et d'autonomie.

[00:41:07.430] - Thomas Guisset

C'est vraiment essayer de conscientiser le consommateur.

[00:41:13.660] - Marc Fichers

Le rentre libre. On doit être libre. L'homme a été créé pour être libre, il n'a pas été créé pour asservir, même si ça fait des milliers d'années qu'on est de l'asservi. On est des esclaves toxiques depuis des milliers d'années.

[00:41:28.450] - Thomas Guisset

Un tout grand merci en tout cas. Franchement, vous avez apporté une approche assez critique et différente des autres interviews que j'ai eu l'occasion de faire. Ce serait pas mal pour peaufiner un petit peu mon travail et mettre aussi une autre approche dans la façon de voir les choses.

Abstract:

Growing awareness of environmental impact is forcing us to rethink our practices and adopt more sustainable approaches. It is crucial to give consumers the means to make informed and responsible choices in favour of products that integrate environmentally friendly practices and support positive social initiatives.

In this context, the information provided on packaging plays a key role in providing consumers with the knowledge they need to make informed decisions. By acting together, we can create a future that is more respectful of our planet, where sustainability and responsibility are at the heart of our everyday choices.

We need to create a world where sustainability is not just a label, but a way of life.

Résumé :

La prise de conscience croissante de l'impact environnemental nous pousse à repenser nos pratiques et à adopter des approches plus durables. Il est crucial de donner aux consommateurs les moyens de faire des choix éclairés et responsables en faveur de produits intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement et soutenant des initiatives sociales positives.

Dans ce contexte, les informations fournies sur les emballages jouent un rôle clé en offrant aux consommateurs les connaissances nécessaires pour prendre des décisions éclairées. En agissant ensemble, nous pouvons créer un avenir plus respectueux de notre planète, où la durabilité et la responsabilité sont au cœur de nos choix quotidiens.

Nous devons créer un monde dans lequel la durabilité n'est pas seulement une étiquette, mais un mode de vie.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique
www.uclouvain.be/lsm