

Expérimentation de l'affichage environnemental sur les produits agro-alimentaires

Premier retour d'expériences

Le principe de la mise à disposition auprès des consommateurs des caractéristiques environnementales des produits de consommation courante a été acté lors du Grenelle de l'Environnement. Cette nouvelle information devrait permettre aux consommateurs d'intégrer une composante environnementale au moment de l'acte d'achat, tout en permettant à l'ensemble de la chaîne de production et de distribution de disposer de nouveaux indicateurs de pilotage spécifiques, et ainsi d'inciter à l'éco-conception des produits.

Depuis le 1er juillet 2011, et pour un an minimum, plus de 160 entreprises de tous secteurs et dont les produits sont vendus en France, participent à une expérimentation nationale d'un tel affichage environnemental. Unique au monde, cette expérimentation vise notamment à évaluer les conditions d'une éventuelle généralisation d'un tel affichage sur une large gamme de produits de grande consommation.

Conduite le dernier trimestre 2011 par trois étudiants de l'AgroParisTech, une enquête permet un premier retour d'expériences de l'expérimentation dans le secteur agro-alimentaire. Sur les 73 participants dans ce secteur, 36 organismes (dont 29 entreprises directement impliquées dans la fabrication ou la commercialisation des produits) ont ainsi été interrogés. Les principaux enseignements de cette enquête illustrent la grande variété des indicateurs, supports et formats d'affichage possibles, et témoignent de la forte mobilisation engendrée au sein de l'entreprise mais également de la relative facilité à obtenir des données environnementales ou à assurer leur traçabilité. Ce premier retour d'expérience indique également de nouvelles collaborations, nées grâce à l'opération, avec des fournisseurs, des distributeurs, voire des entreprises concurrentes. Il rend compte du souhait de la majorité des entreprises participantes de poursuivre dans la voie de l'affichage environnemental, au-delà de la seule période d'expérimentation.

Une expérimentation innovante et d'ampleur

L'expérimentation du dispositif d'affichage environnemental français est **unique au monde** : conformément à l'article 228 de la loi « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, elle vise un affichage jusqu'aux consommateurs, prenant en compte les différentes étapes du « cycle de vie » des produits et multicritères (incluant nécessairement mais ne se limitant pas à l'empreinte carbone).

Après concertation avec l'ensemble des parties intéressées (groupe du CNDDGE, comité national du développement durable et du Grenelle environnement) et d'experts des différents ministères concernés, le ministère en charge du Développement durable a donc lancé un appel à candidatures fin 2010, basé sur le volontariat. **230 entreprises se sont portées candidates** et un panel varié et équilibré de 168 a été retenu. Ces entreprises appartiennent à un grand nombre de secteurs d'activités tels l'alimentation, l'habillement ou la cosmétique.

Cette expérimentation est centrée sur **l'optimisation des conditions de mise en œuvre du dispositif**. Le retour d'expérience vise à déterminer comment mettre à disposition des consommateurs les

caractéristiques environnementales de produits et tester en grandeur réelle des modalités de transmission des informations tout au long de la chaîne de production et de distribution, sur une grande variété de segments de marché.

Cette expérimentation apporte des éléments, pour les pouvoirs publics, sur les modalités futures de mise en œuvre de l'engagement du Grenelle Environnement. Plus encore, elle constitue pour les entreprises participantes, une opportunité unique de se familiariser avec les données environnementales, explorer certaines voies méthodologiques, tester différents formats et supports d'affichage, etc.

Afin de disposer de **premiers enseignements dans le secteur agro-alimentaire**, 29 entreprises ont été sollicitées (mais aussi d'autres opérateurs, organismes d'appui ou structures collectives, soit un total de 36) pour des entretiens téléphoniques bilatéraux entre octobre et décembre 2011, peu après la mise à disposition de l'affichage auprès des consommateurs. Ce panel regroupe des entreprises de taille, de sous-secteurs (*voir figure 1*) et de positionnements variés dans les chaînes (producteurs amont, transformateurs industriels, distributeurs).



Figure 1 : Répartition par sous-secteur des 36 organismes interrogés

Secteur	Nombre d'organismes interrogés
Fruits et légumes en conserve	5
Jus de fruits / Sodas	4
Produits de la mer	4
Eau potable / Eaux minérales	3
Bières / Vins	3
Distribution	4
Alimentation animale	4
Produits traiteur	2
Volaille / Oeufs	2
Produits bio	2
Boulangerie	1
Charcuterie	1
Café	1
TOTAL	36

Un cadre harmonisé et un cahier des charges flexible pour le secteur agro-alimentaire

Une plate-forme méthodologique multi-acteurs ADEME-AFNOR a été mise en place, dès 2008, pour élaborer un **référentiel des bonnes pratiques** en matière d'affichage environnemental (BPX 30 323), afin d'harmoniser les méthodes d'évaluation environnementale à l'intérieur et entre familles de produits. Cette plate-forme, ouverte à tous, permet aussi de mutualiser les coûts et les retours d'expériences.

Elle a mobilisé de très nombreux participants (670 organisations, représentées par plus de 1 000 experts) représentant **l'ensemble des acteurs** : entreprises, fédérations d'entreprises, syndicats, chercheurs, associations environnementales et représentantes des consommateurs, bureaux d'étude, ministères, ADEME, AFNOR, etc.

Au sein de la plate-forme ADEME-AFNOR, le Groupe de Travail sectoriel n°1 (GT1) a pour objectif l'élaboration d'un référentiel fournissant un cadre méthodologique commun pour l'évaluation des impacts environnementaux spécifiques aux **produits alimentaires et aux aliments pour animaux**. Le projet de référentiel sectoriel n'étant pas encore finalisé au moment où les entreprises agro-alimentaires se sont préparées à participer à l'expérimentation, elles ont bénéficié d'un certain degré de liberté, notamment dans leurs choix d'indicateurs et de données, dès lors qu'elles se conformaient au référentiel générique de bonnes pratiques (BPX 30 323).

Climat, eau et biodiversité : les trois enjeux environnementaux les plus souvent retenus

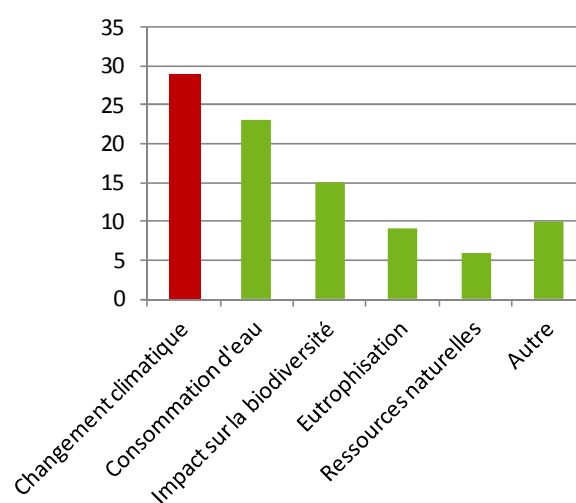
Ainsi, les entreprises du secteur agro-alimentaire ont sélectionné les enjeux environnementaux, les méthodes d'évaluation et les indicateurs d'impacts de leurs produits, sur la base des pistes proposées par le

référentiel de bonnes pratiques (BPX 30 323), par le projet de référentiel du GT1, ou encore en partant de leur expertise interne ou de celle de bureaux d'études les accompagnant.

Le niveau de maturité des méthodes et indicateurs retenus dépend de l'enjeu environnemental considéré, ceux-ci étant assez bien développés et stabilisés pour l'enjeu « changement climatique » mais moins pour l'enjeu « impacts sur la biodiversité ». Certaines entreprises ont ainsi été amenées à faire **des choix en matière de méthodologie ou d'affichage innovants** pour le traitement de certains de leurs impacts, afin de restituer de la manière la plus rigoureuse et intelligible possible pour le consommateur des enjeux complexes.

Dans le cadre de l'expérimentation, les organismes ont affiché **en moyenne 3 indicateurs par produit** (figure 2), dont les plus fréquents sont les émissions de gaz à effet de serre (exprimées en kilos ou grammes d'équivalent CO₂), la consommation d'eau (en litres d'eau) et l'enjeu « impact sur la biodiversité ». Ce dernier enjeu a été exprimé par des indicateurs variés selon les entreprises : en m² de surface de terres occupées ou cultivées, ou en m² de surface de biodiversité fragilisée/préservée, ou encore en nombre d'espèces potentiellement affectées en une année...

Figure 2 : Nombre d'entreprises ayant retenu chacun des principaux enjeux environnementaux



Facilité, efficacité, évolutivité : à chaque objectif ses supports d'information

Internet est le support d'affichage le plus utilisé (figure 3), notamment pour sa facilité de mise en œuvre et son évolutivité puisqu'il permet de s'affranchir de certaines contraintes de logistique et de place disponible sur un emballage. Mais il n'est pas exclusif : seules 4 des 29 entreprises interrogées affichent uniquement sur Internet.

L'affichage sur le lieu de l'acte d'achat, **en magasin et sur l'emballage produit**, est aussi largement utilisé. L'affichage sur l'emballage produit est perçu par les entreprises comme **le plus efficace** pour informer le consommateur. Le choix de ce support

répond à la logique de l'information directe, lorsque le consommateur a face à lui le choix entre plusieurs produits.

L'affichage sous forme **d'application pour Smartphone** a également été choisi par 8 entreprises sur les 29 interrogées. Ce support permet en effet de combiner la flexibilité de l'affichage par Internet et les avantages de l'affichage en magasin ou sur le produit (impact direct sur le consommateur au moment de l'acte d'achat).

Figure 3 : Nombre d'entreprises ayant retenu chacun des principaux supports

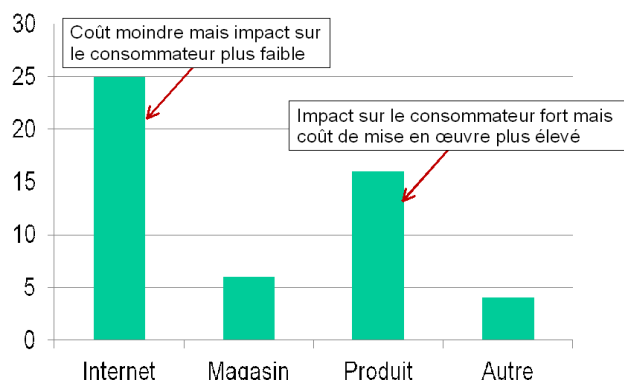


Figure 4 : Exemple de traitement de l'information - aide à la lecture des indicateurs et de l'échelle de notation pour 600g de ratatouille bio Picard

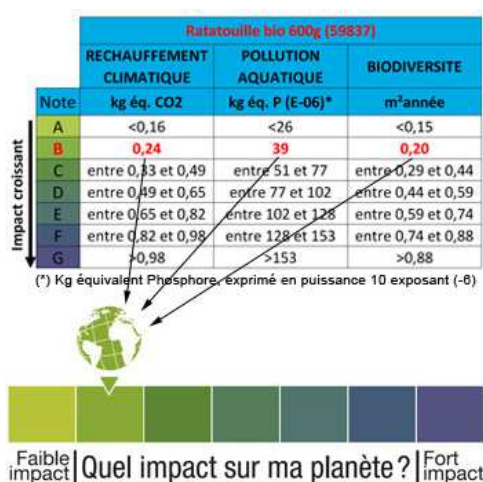


Figure 6 : Exemple de traitement de l'information - des repères pour situer les valeurs des indicateurs du produit Château Larose Trintaudon



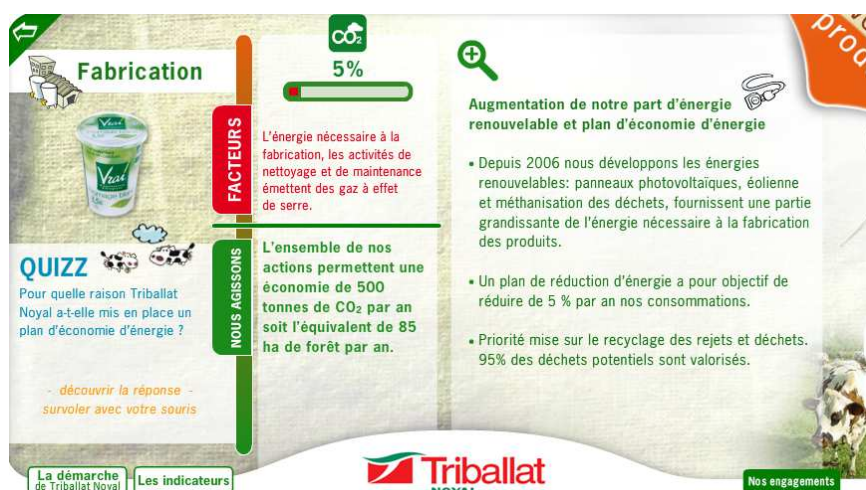
Un moment privilégié de pédagogie sur les enjeux environnementaux

Les organismes participant à l'expérimentation ont réalisé **un effort important de pédagogie**, à la fois dans le détail des informations fournies aux consommateurs et dans le choix des formats de restitution des valeurs. L'affichage des indicateurs a souvent été accompagné d'éléments complémentaires facilitant la compréhension du cycle de vie des produits et la signification des valeurs fournies, et plus largement permettant aux marques de **parler des questions d'environnement à leurs clients**. 12 entreprises ont par exemple associé l'affichage des valeurs brutes à une échelle graduée ou à un système de notation. D'autres éléments pédagogiques ont également pu être ajoutés : répartition des impacts par poste ou par étape du cycle de vie ; signification des unités ; comparaison en ordre de grandeur des valeurs des indicateurs, en rapportant par exemple la valeur en équivalent CO₂ à l'émission moyenne de gaz à effet de serre d'un repas d'un Français ou à celle d'un kilomètre parcouru en voiture (cf. illustrations figures 4 à 7).

Figure 5 : Exemple de traitement de l'information - l'échelle de notation graduée utilisée pour les flocons d'avoine de Biocoop



Figure 7 : Exemple de traitement de l'information : la démarche de fabrication du produit Vrai de Triballat-Noyal



Anticipation, différenciation, compétitivité, exemplarité sont les motivations initiales des entreprises participantes

La motivation première des organismes interrogés a été de participer activement à la mise en place des futurs dispositifs d'affichage des impacts environnementaux. Les entreprises indiquent ainsi ne pas vouloir « subir » mais contribuer à la réflexion relative à de futures orientations réglementaires. Certaines indiquent vouloir faire valoir leurs spécificités, les produits de leurs filières ou leurs propres produits, en participant à la co-construction des normes à venir.

Deux autres facteurs de motivation mentionnés sont la recherche d'**exemplarité** à travers l'affichage des impacts environnementaux et l'amélioration de l'**image de marque** de l'entreprise, car la demande d'information environnementale par les consommateurs et autres parties prenantes est perçue comme une tendance durable et croissante.

Enfin, pour les TPE/PME, l'affichage environnemental est également perçu comme un **levier de compétitivité** et un moyen d'explorer de nouvelles voies de différenciation et de valorisation des efforts faits par les entreprises dans la réduction des impacts environnementaux liés à leurs produits.

Au final, cette enquête montre clairement la détermination des entreprises à jouer un rôle actif dans l'élaboration de futurs dispositifs d'affichage environnemental.

Des économies d'échelle dans la mise en place concrète de l'affichage environnemental

Dans le cadre de cette expérimentation, ce sont **plus de 1 000 produits** appartenant à un large panel de catégories (de l'alimentation à l'équipement de la maison en passant par la cosmétique et l'habillement) qui ont été retenus. Le périmètre de l'enquête porte sur 326 produits agro-alimentaires différents, soit 12,5 produits en moyenne par entreprise.

Au sein du panel d'entreprises, on constate de nettes **disparités** dans la connaissance initiale des impacts des produits, l'ampleur des projets d'affichage et l'organisation mise en place pour mener à bien cette expérimentation.

Les entreprises qui étaient déjà largement engagées dans une démarche environnementale, avec par exemple la pré-existence d'Analyse de Cycle de Vie (ACV) sur certains produits, ont bénéficié d'une plus grande maturité méthodologique et d'un moindre besoin d'informations en matière de quantification des impacts environnementaux.

Toutefois, quelque soit le degré de maturité initiale des entreprises, on note globalement d'importantes économies d'échelle : si l'élaboration de l'affichage environnemental (identification des sources de données, méthode de calcul, format et supports d'affichage, etc.) peut requérir un investissement de départ non négligeable, une fois cette étape passée, son déploiement est plus rapide et moins coûteux pour chaque référence supplémentaire.

Un projet transverse et mobilisateur dès les premiers mois d'expérimentation

La grande majorité des organismes interrogés indique que cette expérimentation a généré une **mobilisation positive en interne**. Un grand nombre de services (achats, marketing, emballages, logistiques, etc.) se sont réunis, souvent pour la première fois, autour du projet d'affichage environnemental.

Le sujet de la **performance environnementale des produits** a pu être porté à l'ordre du jour des réunions des **dirigeants** des entreprises. Des formations ont pu être dispensées aux salariés afin de leur présenter les enjeux de l'affichage environnemental, le contexte de l'expérimentation, les caractéristiques environnementales des produits, les supports d'information, etc.

L'expérimentation a également été un puissant facteur de **collaboration avec les partenaires** (fournisseurs, distributeurs) vers lesquels les entreprises se sont tournées pour présenter la démarche, monter des groupes de travail, collecter des données, identifier des pistes d'amélioration, etc. Certaines coopérations sont même apparues entre entreprises directement concurrentes, dans le cadre de projets collectifs initialement définis ou d'opportunités nées en cours d'expérimentation.

Figure 8 : Avis sur l'utilité et la compréhension de la démarche (36 organismes interrogés)

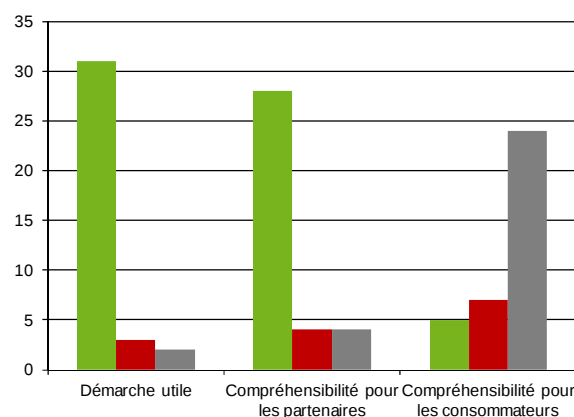
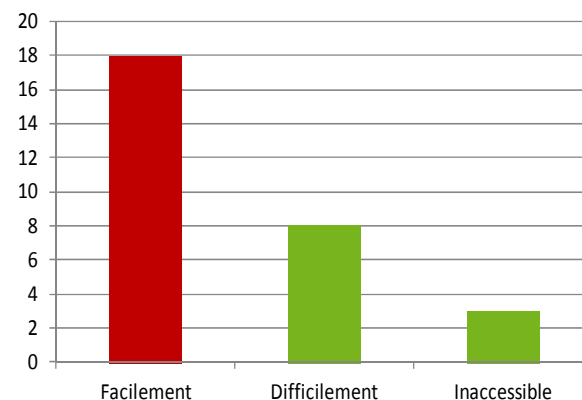


Figure 9 : Perception de l'accessibilité des données (36 organismes interrogés)



Il est intéressant de constater que parmi les 36 organismes interrogés, 18 ont jugé que les données étaient facilement accessibles et une très large majorité a eu ainsi **accès aux informations** (figure 9), grâce notamment à des obligations déjà fortes de traçabilité sur certaines filières agro-alimentaires ou à la pré-existence d'ACV sur les produits sélectionnés.

Du côté des **consommateurs**, peu d'entreprises ont, après seulement quelques mois de diffusion, pu obtenir des retours de leur part. L'expérimentation se poursuit. Il **est encore trop tôt** pour que les entreprises puissent évaluer comment l'affichage environnemental est compris et intégré par le consommateur. Les tests réalisés auprès de panels devraient apporter des éléments de réponse.

L'**utilité de la démarche** est de fait reconnue par les entreprises, qui jugent positif l'apport des informations liées à l'affichage. Celles-ci leur permettent de mieux connaître la répartition des consommations et des impacts, d'identifier leurs marges de progrès et donc, à terme, de **prendre les bonnes décisions** quant aux évolutions liées à la fabrication des produits. Ainsi, 3/4 des organismes interrogés souhaitent poursuivre l'affichage expérimental au-delà de l'expérimentation, tandis que près des 2/3 sont favorables à une généralisation (figures 10 et 11).

Perspectives : les prochaines étapes en vue d'un bilan complet de l'expérimentation

Cette première enquête a permis de tirer de premiers retours intermédiaires sur le secteur agro-alimentaire. Elle sera complétée par d'autres enquêtes courant 2012, afin d'établir le **bilan final** de l'expérimentation

qui sera transmis, conformément à l'article 228 de la loi « Grenelle 2 », **au Parlement fin 2012 - début 2013** pour évaluer l'opportunité d'une généralisation de l'affichage environnemental.

La réalisation de ce bilan se fera sur la base de plusieurs éléments dont notamment :

- une **auto-évaluation** des entreprises de leur propre opération, telle que prévue dans le cahier des charges de cette expérimentation, complétée par un questionnaire commun adressé à toutes les entreprises. L'élaboration de ce questionnaire tirera bénéfice de ce premier retour d'expérience du secteur agro-alimentaire ;
- des **contrôles tests**, à visée expérimentale, effectués par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), en vue de vérifier la faisabilité de futurs contrôles ;
- le recueil et la synthèse des **avis d'un panel de consommateurs** sur la pertinence des informations, des supports utilisés et des formats affichés, travail réalisé par le regroupement de sept associations de consommateurs, membres du Conseil National de la Consommation ;
- les contributions et avis du groupe thématique du CNDDGE, des experts des différents ministères et du Conseil national de la consommation : tout au long de l'évaluation, le ministère associera les différents acteurs concernés, via notamment le CNDDGE et en collaboration avec la DGCCRF et les autres ministères impliqués. Des points réguliers seront également faits devant le Conseil national de la consommation (CNC) qui pourra émettre un avis sur le rapport final.

Figure 10 : Réponses des organismes interrogés sur leur volonté de poursuivre la démarche d'affichage des impacts environnementaux

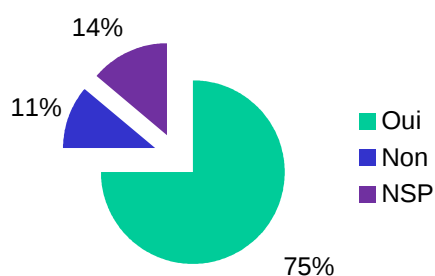


Figure 11 : Réponses des organismes interrogés sur la généralisation de l'affichage environnemental

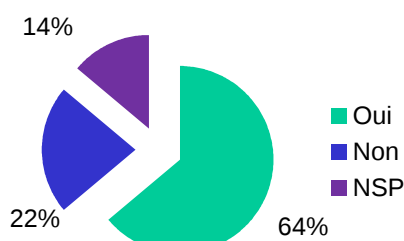


Figure 12 : page d'accueil du site internet dédié à l'expérimentation de l'affichage environnemental



Pour en savoir plus :
Martin Bortzmeyer

martin.bortzmeyer@developpement-durable.gouv.fr

Site Internet dédié à l'expérimentation sur l'affichage environnemental :

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/-Experimentation-de-l-affichage,4303-.html>

Site Internet dédié à l'affichage environnemental :

<http://affichage-environnemental.afnor.org/>

Présentation de l'affichage environnemental, Le Point Sur n°39 :

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/LP539b-.pdf>

L'affichage environnemental et le secteur agro-alimentaire :

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/ED64.pdf>

English version :

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/ED64EN.pdf>

Galerie des exemples de l'expérimentation de l'affichage environnemental :

http://www.developpement-durable.gouv.fr/spip.php?page=affichage_environnemental

le
point sur

**Commissariat général
au développement
durable**

**Service de l'économie,
de l'évaluation et de
l'intégration du
développement durable**
Tour Voltaire
92055 La Défense cedex
Tel. : 01.40.81.21.22

**Directeur de la
publication**
Xavier Bonnet

ISSN
2100-1634

Dépôt légal
Mai 2012