



Paris, le 31 mai 2023
contact presse : Florence Di Nicola – 06 99 53 33 28 – florence.dinicola@planet-score.eu

DEMAIN LE PLANET-SCORE ENLEVE LE BAS ! OMIE, BIOCOOP ET LOUE N'ONT PAS PEUR DE SE METTRE A NU POUR MONTRER L'AVENIR DE LA TRANSPARENCE CONSOMMATEUR

La transparence dans l'agroalimentaire, on y prend goût ! Le Planet-score développe son référentiel pour répondre à la totalité des grands enjeux RSE du secteur agroalimentaire.

Le Planet-score, qui en deux ans a conquis le cœur des acteurs français et européens qui bougent de manière sincère au service de la transition écologique, se projette dans l'étape suivante. **Pour répondre aux attentes de transparence complète, au-delà des dimensions déjà dévoilées dans l'étiquette actuelle (environnement, mode d'élevage), c'est donc au tour des dimensions liées à la juste rémunération des producteurs, à l'ultra-transformation et à l'origine des produits de se mettre à nu.**

Les attentes de transparence des citoyens sur ce qu'ils mangent ne cessent de croître. Majoritairement urbains, souvent très éloignés des producteurs, les consommateurs ont besoin que les entreprises montrent la réalité qui se cache derrière les emballages. En parallèle, les cadrages législatifs prévoient d'accompagner l'émergence de dispositifs réellement informatifs. La Commission Européenne prévoit par exemple de proposer d'ici 2026 un cadre pour promouvoir la transparence sur la qualité environnementale, sociale, santé, avec en complément le bien-être animal pour les produits issus de l'élevage.

Pour l'heure, le constat est le suivant : **la réalité est parfois assez loin des promesses qui sont faites sur les emballages**, aussi bien sur la dimension environnementale que celle de la juste rémunération des producteurs par exemple. Et trop rares sont les entreprises qui font la transparence sur l'origine ou sur le caractère ultra-transformé des produits. Souvent les emballages sont totalement muets sur les modes d'élevage. Pourtant, certaines entreprises travaillent de manière réellement positive, mais il est difficile pour les consommateurs de se repérer dans le foisonnement actuel d'allégations disparates.

Le marché de l'agroalimentaire a de vastes marges de progrès devant lui, **au bénéfice des consommateurs, des producteurs, et de la planète.** L'étiquette Planet-score intégrale est lancée pour accompagner ce mouvement, et accélérer la transformation du marché. Les dispositifs d'information consommateur doivent également permettre de mettre en évidence les entreprises qui font l'effort de répartir de manière **équitable** la valeur ajoutée, notamment à l'amont, car la transition écologique de l'agroalimentaire ne se fera pas sans les producteurs, qui n'ont en général pas été les mieux servis ces dernières décennies. Cette transition doit aussi se faire au service de la santé des consommateurs, en intégrant de manière claire la question de **l'ultra-transformation** des produits alimentaires, car le lien avec les enjeux de santé publique est aujourd'hui scientifiquement établi, et cette information est nécessaire, sous une forme simple, au-delà des indications purement nutritionnelles. Elle doit également intégrer les enjeux de **relocalisation de la production**, un point sur lequel les attentes sont également fortes. Le Planet-score intégral est là pour ça : créer de la transparence de manière standardisée **applicable à tous les produits alimentaires. Ce n'est donc pas un nouveau label, mais un scanner des labels et promesses des industriels.**

Plusieurs marques partenaires du Planet-score ont manifesté leur intérêt pour aller plus loin dans la transparence, et parmi les pionnières, trois d'entre elles sautent le pas et prennent la parole pour illustrer la démarche.





Yves de la Fouchardière, directeur de Fermiers de Loué, complète : *“Nous sommes engagés de longue date pour mettre en œuvre des cahiers des charges exigeants au niveau environnemental et du bien-être animal. Nous avons été pionniers dans l’affichage du **Planet-score on-pack dès 2022**, et nous étions déjà porteurs de l’étiquette Bien-Etre Animal. Nous prenons la parole actuellement dans une [campagne de publicité TV sur ces sujets](#). Notre ADN de coopérative très proche des éleveurs et **fortement ancrée dans son territoire** nous donne également une responsabilité particulière sur les aspects liés à la **valorisation du travail des producteurs, et à l’origine locale de la production**. Nous sommes heureux de voir que le Planet-score se saisit de la totalité des enjeux, pour faire avancer encore davantage la transparence sur le marché, et la possibilité pour les consommateurs de comparer. Et nous sommes encore plus heureux de contribuer à notre échelle à l’amplification de ce indispensable mouvement pour la transparence, avec cette version intégrale. La [présentation en avant-première lors de notre Assemblée Générale le 23 mai dernier](#), devant plus de 1500 personnes, a été l’occasion de constater l’**accueil extrêmement favorable que reçoit le Planet-score**, incluant ce nouveau développement.”*



omie&cie *“Chez Omie, la **transparence intégrale est notre ADN depuis le début**. Nous avons été la première entreprise à afficher le Planet-score sur tous ses produits en digital (250 références), et nous l’affichons désormais on-pack. La perspective d’avoir un outil qui montre également ces dimensions extra-environnementales correspond parfaitement à notre démarche **pour la transition des modes de production et de consommation**, puisque nous donnons déjà en transparence [ces informations sur chacun de nos produits sur notre site internet](#). Ce nouveau visuel Planet-score intégral est une synthèse efficace et claire sur les grands enjeux de l’agroalimentaire. C’est très stimulant de pouvoir comparer les produits d’un coup d’œil, et cela constitue un tableau de bord précieux pour évaluer notre offre, et en piloter l’amélioration si besoin, comme nous le faisons déjà sur les dimensions environnementales et mode d’élevage avec le dispositif actuel de manière très opérationnelle et efficace”* témoigne **Christian Jorge, Président cofondateur de Omie & Cie**.



Sylvain Ferry, Directeur Général chez Biocoop, précise : *“Biocoop a depuis toujours des engagements importants pour offrir à ses clients des produits bons, sains et responsables, et à ses producteurs partenaires des conditions de rémunération justes. Nous travaillons naturellement sur les enjeux environnementaux et de commerce équitable, avec des cahiers des charges exigeants, mais aussi sur les enjeux liés à l’**ultra-transformation des produits**, pour aller encore plus loin sur les enjeux liés à la **santé**. Nous avons également une stratégie forte sur la relocalisation et la saisonnalité des produits, et sur la dimension sociale pour les agriculteurs (**coopération et équité**) : Biocoop représente aujourd’hui plus de 20% des produits issus du commerce équitable vendus en France. **Nous sommes heureux de faire partie des pionniers de cet outil Planet-score de transparence intégrale, et de contribuer à rendre visible la globalité de nos engagements de manière synthétique et applicable à tous les produits**. C’est un outil de comparaison qui sera très utile pour éclairer les consommateurs, et pour aider les entreprises à progresser.”*



Sabine Bonnot, porte-parole du Planet-score, indique : *“Le prototype de la transparence intégrale Planet-score suscite beaucoup de curiosité et d’intérêt, tant mieux ! Rendez-vous en 2024 pour faire un premier bilan sur les référentiels. Nous évaluerons ce que ce dispositif permet de dire du marché agroalimentaire et des produits qui auront été utilisés pour consolider l’étalonnage avec les partenaires pionniers qui se sont manifestés depuis quelques mois. Le calibrage est initié avec des scientifiques et des experts de la société civile. Nous avons à cœur de répondre de la manière la plus claire et la plus transparente possible aux **attentes des consommateurs**. Nous sommes également **vigilants à ce que les producteurs trouvent leur juste place**. **La transition écologique de l’agroalimentaire ne se fera pas sans eux**, ils n’ont pas souvent été gagnants dans l’allongement des chaînes de valeur et l’augmentation de l’opacité au sein des systèmes agroalimentaires. Cet outil est aussi là pour ça : **recréer de la visibilité entre le consommateur et le producteur**, de manière standardisée **applicable à tous les produits alimentaires**.”*

Le Planet-score ? L’étiquette qui monte !

www.planet-score.org

- ✓ La seule étiquette totalement **indépendante et exigeante** qui lutte contre le **greenwashing** et apporte l’information attendue sur les produits alimentaires par les consommateurs, les producteurs, les filières et les entreprises engagées.
- ✓ **Plus de 200 marques** accompagnées actuellement, pour saisir les grands enjeux environnementaux, évaluer et améliorer leurs produits.
- ✓ Des entreprises partenaires dans 12 pays et un affichage déployé on-pack dans **30 pays**.
- ✓ **Lauréat du Premier Prix du Retail for Good** pour son caractère résolument anti-greenwashing, et **parrainé par Emery Jacquillat, président de la Communauté des Entreprises à Mission**
- ✓ Un dispositif concret, proche des réalités des producteurs, et qui **valorise les démarches positives et les trajectoires de progrès...** mais sans concession avec l’opacité.
- ✓ Le seul outil de transparence consommateur qui affiche aussi son cap, celui de la **transition agroécologique**, dans le cadre d’un récit réaliste mais aussi désirable !

Qui sont ces entreprises qui se mobilisent pour la transparence intégrale ?



Fermiers de Loué est une coopératives d'éleveurs de volailles basée dans la Sarthe. Depuis plus de 60 ans, les éleveurs de Loué ont pris des engagements à la hauteur des défis d'aujourd'hui. Les règles strictes que se sont imposées les éleveurs de Loué ont très largement inspiré le cahier des charges du Label Rouge. Elles sont particulièrement exigeantes concernant l'alimentation et le bien-être animal. Les poulets de Loué vivent pendant 3 mois environ et en liberté. Ils n'ont jamais mangé de farines animales, ne reçoivent pas d'antibiotiques dans leur alimentation, composée essentiellement de céréales locales, et sans soja associé à la déforestation en Amazonie (contrairement à la majorité des élevages). Ils replantent des haies et des arbres dans les parcours : à ce jour, les Fermiers de Loué ont replanté plus d'un million d'arbres et 1 800 km de haies, au cœur d'un territoire dont ils sont devenus l'un des moteurs, avec un modèle de développement unique.

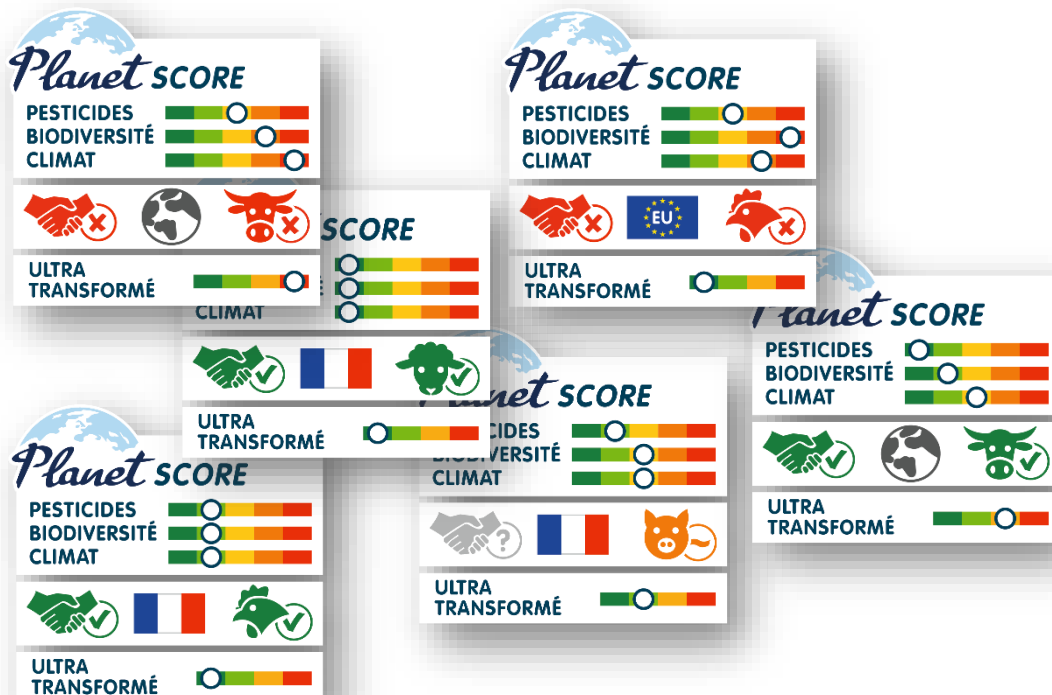


omie&cie

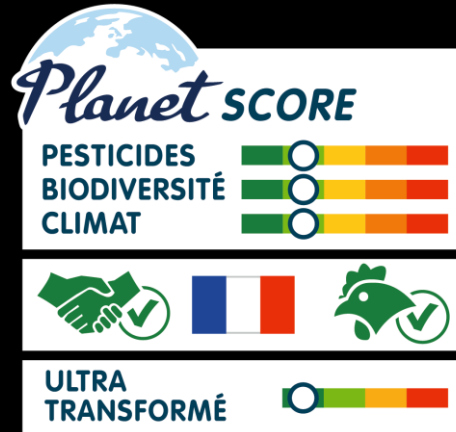
Lancée en février 2021 par Christian Jorge, Coline Burland, Benoit Del Basso et Joséphine Bournonville, Omie & Cie est la première marque alimentaire régénérative. Avec Thierry Marx comme associé, elle conçoit et commercialise des produits sains, justes et durables dans une démarche radicalement transparente en s'appuyant sur des experts du monde agricole, des associations engagées et des ONG. Elle s'engage pour une agriculture qui restaure les écosystèmes en respectant les sols et les cycles de fonctionnement de la nature, pour bénéficier à la santé des hommes comme de la planète. Omie&Cie est certifiée B Corp, membre du réseau Mouvement Impact France, et du collectif de marques En Vérité, organisation qui plaide pour la transparence dans l'agroalimentaire.

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

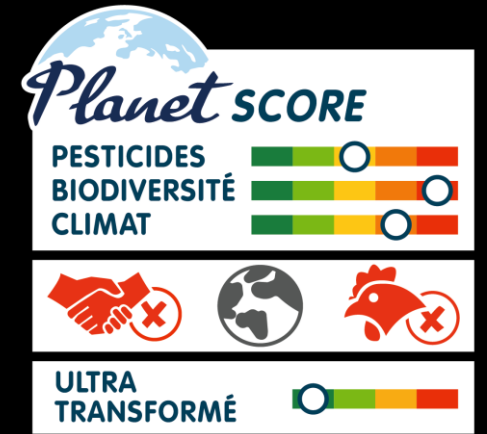
Leader de la distribution biologique spécialisée en France depuis 35 ans, Biocoop repose sur un réseau d'indépendants engagés – consommateurs, producteurs, salariés, commerçants -, tous décisionnaires, qui croient à l'intelligence collective pour produire et consommer autrement. En 2023, ce modèle coopératif unique regroupe plus de 750 magasins et 3500 fermes partenaires.



Poulets

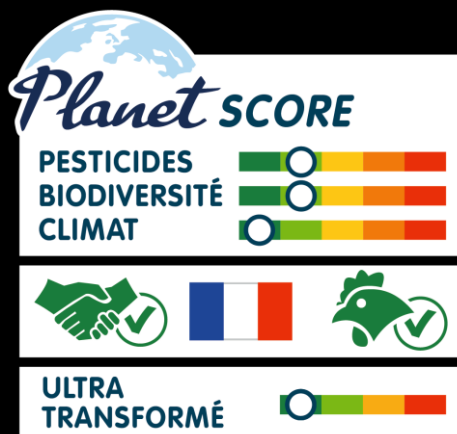


VS.

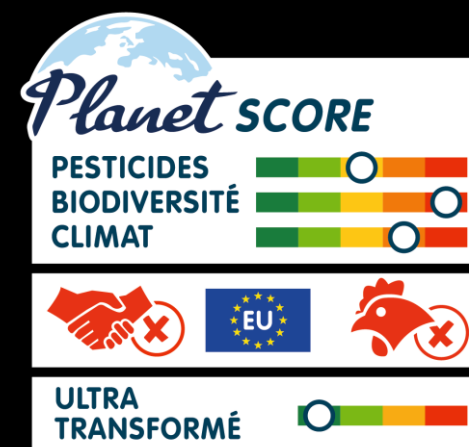


Poulet plein air Label Rouge, céréales locales, soja certifié sans déforestation (ségrégué), parcours arborés, 0 pesticides sur les parcours même hors fréquentation par les volailles. Coopérative d'éleveurs, ancrage territorial (France + région), forte attention aux conditions de juste rémunération des producteurs. Produit brut.

Œufs

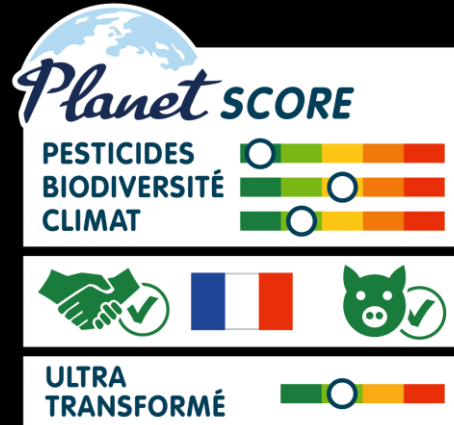


VS.

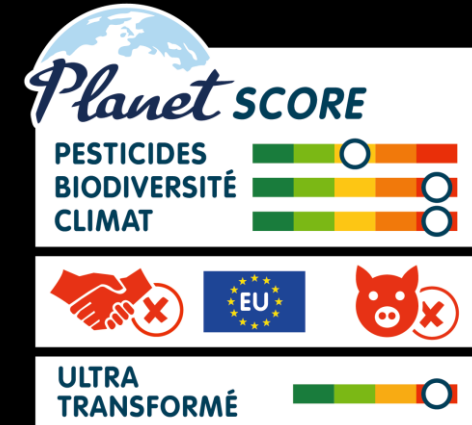


Œufs plein air Label Rouge, céréales locales, soja certifié sans déforestation (ségrégué), parcours arborés, 0 pesticides sur les parcours même hors fréquentation des volailles. Coopérative d'éleveurs, ancrage territorial (France + région), forte attention aux conditions de juste rémunération des producteurs. Produit brut.

Jambons



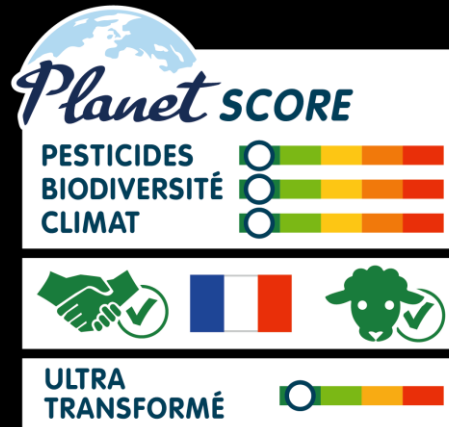
VS.



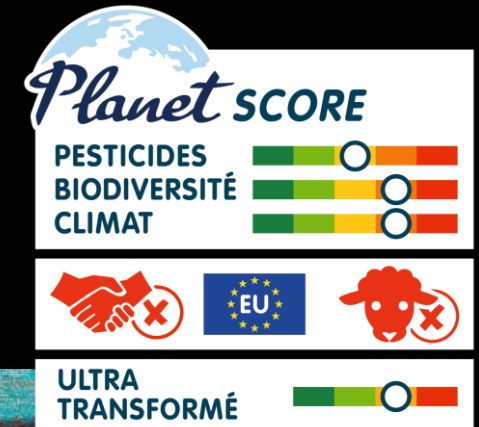
Porc français AB, accès à lumière naturelle et à mlextérieur, litière paillée.
 Contrat équitable avec les producteurs.
 Sans nitrite, transformation sans additifs de synthèse.
 Démarche RSE globale d'entreprise coopérative, transparence et traçabilité, engagements sociaux et environnementaux forts.

Porc importé (Europe), élevage non précisé (par défaut système majoritaire = sans accès à lumière naturelle, forte densité, caillebotis, contention, alimentation contenant du soja associé à la déforestation)
 Transformation intégrant nitrite et additifs de synthèse.
 Aucune information sur l'équité des prix payés aux producteurs.
 (illustration théorique)

Yaourt de brebis



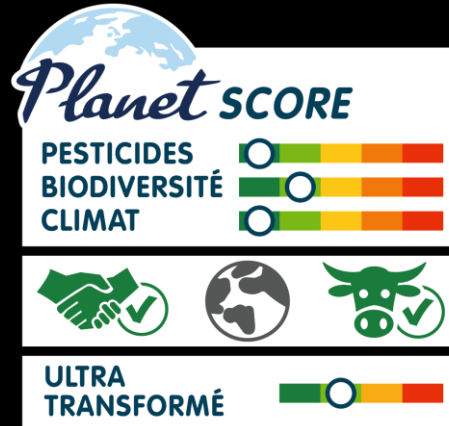
VS.



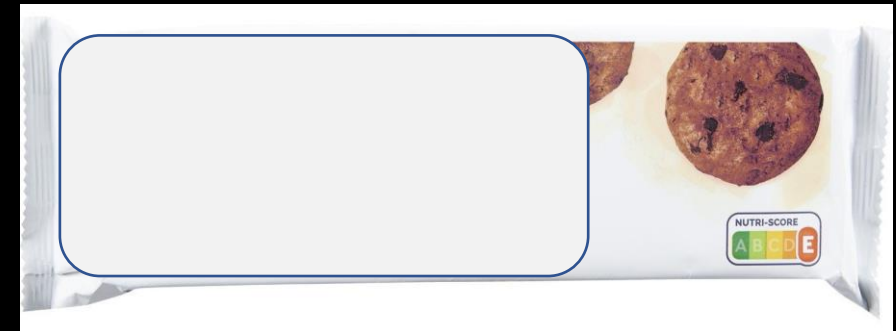
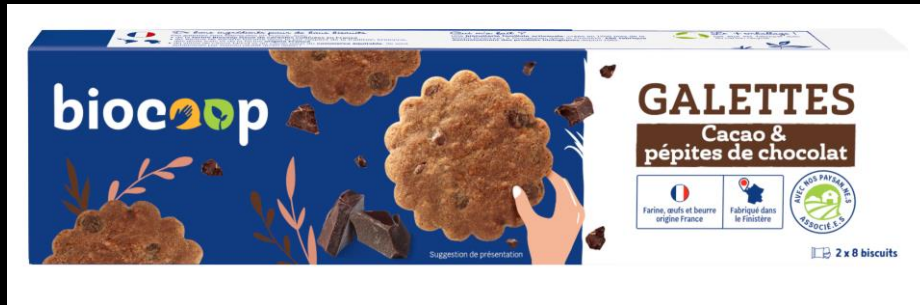
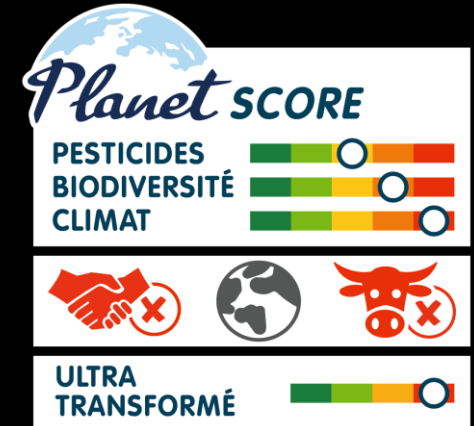
Lait de brebis français AB, accès à extérieur, litière paillée, alimentation produite sur les fermes ou au niveau local, pas de soja importé
Contrat équitable avec les producteurs.
Yaourt nature, sans additifs de synthèse.
Démarche RSE globale d'entreprise coopérative, transparence et traçabilité, engagements sociaux et environnementaux forts.

Lait de brebis importé (Europe), élevage non précisé (par défaut = sans accès à l'extérieur, alimentation contenant du soja associé à la déforestation)
Yaourt sucré et aromatisé, avec nombreux additifs de synthèse.
Aucune information sur l'équité des prix payés aux producteurs.
(illustration théorique)

Galettes cacao & pépites de chocolat



VS.



Farine France AB, beurre France AB produit par des vaches laitières pâturant en extérieur, œufs France AB (poules avec accès plein air), huile de tournesol France AB, sucre de canne et cacao AB certifiés sur l'absence de déforestation associée Contrat équitable avec les producteurs, en France comme à l'import (certifications de commerce équitable).

Recette simple et courte, avec des ingrédients 'vrais', absence d'additifs.

Démarche RSE globale d'entreprise coopérative, transparence et traçabilité, engagements sociaux et environnementaux forts.

Farine, huile, sucre, beurre, oeufs importés EU / non-UE.

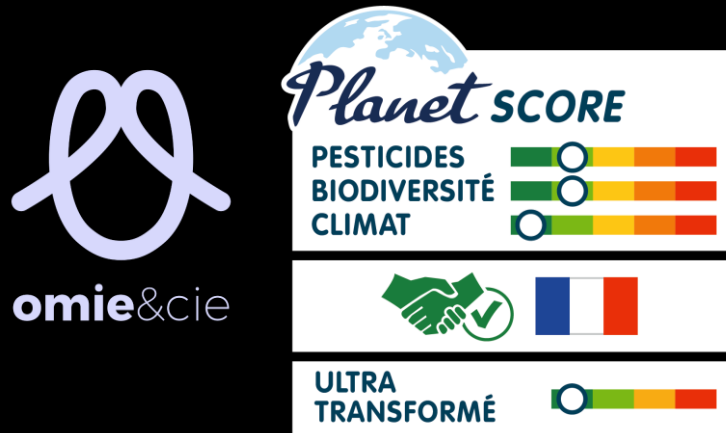
Sucre de canne associé à la déforestation, cacao associé à la déforestation et au travail des enfants car le prix ne garantit pas un juste revenu aux producteurs. Globalement pas de garantie / équité.

Beurre et œufs issus de systèmes intensifs : vaches laitières sans accès à la pâture, œufs de poule en cage; alimentation des animaux contenant du soja associé à la déforestation.

Recette contenant de nombreux additifs de synthèse.

(illustration théorique)

Farine T150 bretonne omie&cie



Traçabilité et transparence complètes

Blé cultivé en Bretagne, sans fongicides ni insecticides, et sans pesticides au stockage (association Merci les Algues).

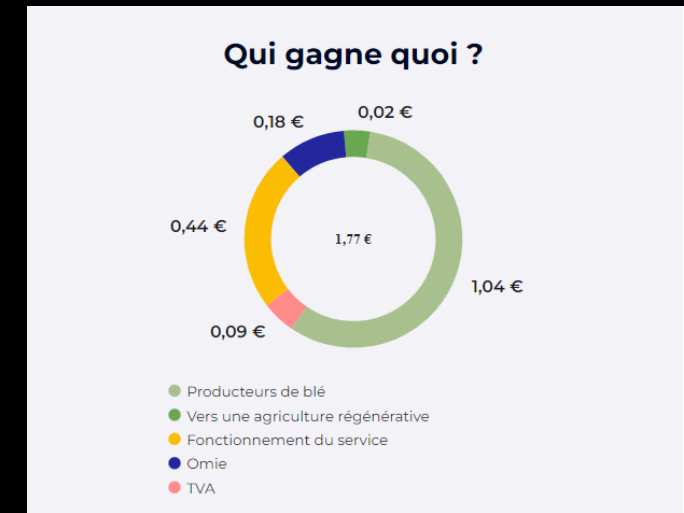
L'association s'appuie sur un contrat d'achat de 3 ans, avec une sécurisation de rémunération pour les producteurs.

Mouture par le moulin artisanal Paulic en Bretagne, en contrat avec les producteurs.

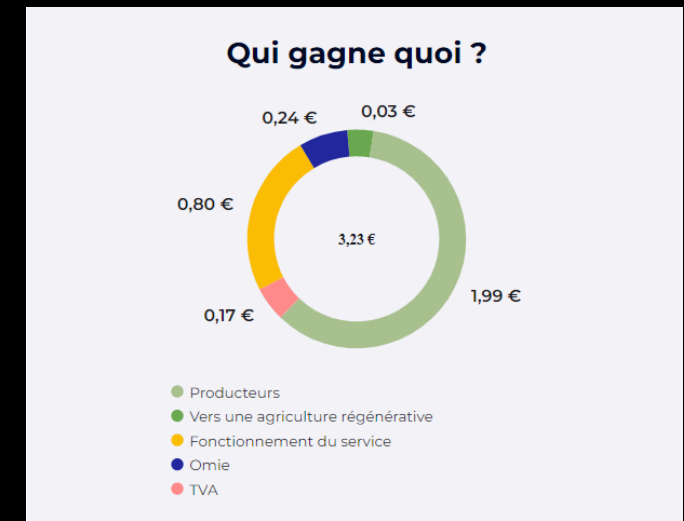
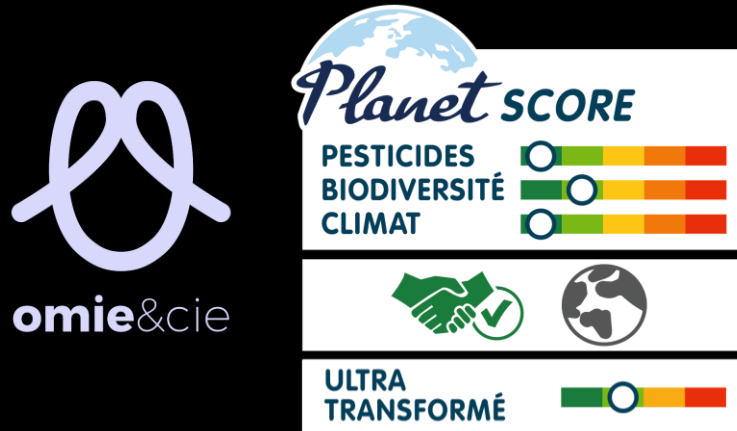
Produit brut, sans additifs

Emballage : kraft (recyclable et compostable)

Démarche RSE globale de l'entreprise Omie : certifiée Bcorp, information transparente sur tous les critères, ratio du prix de vente revenant aux producteurs très élevé vs. pratiques classiques



Chocolat noir à la fleur de sel omie&cie



Traçabilité et transparence complètes, recette simple avec des ingrédients 'vrais'.

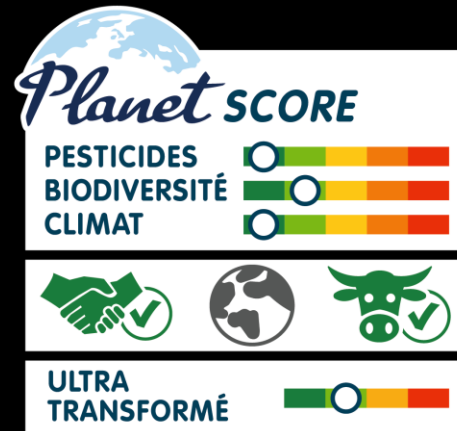
Cacao et sucre de canne sont fournis par des coopératives toutes labellisées Fair Trade, garantissant des prix équitables aux producteurs et l'absence de déforestation liée à ces productions (pourtant risquées) ; les trois sont produits en AB, sans pesticides ni engrais de synthèse.

Absence d'émulsifiant (lécithine) et d'additifs, transformation douce artisanale
Sel France (Guérande)

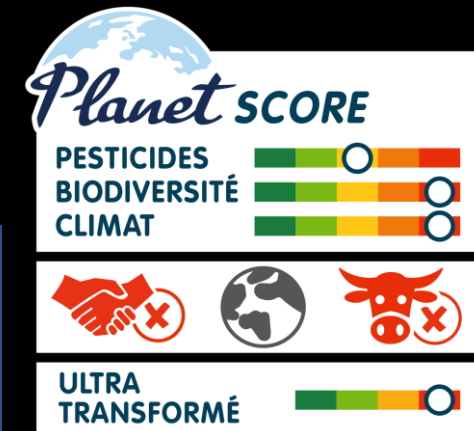
Emballage : carton + film de protection compostable

Démarche RSE globale de l'entreprise Omie : certifiée Bcorp, information transparente sur tous les critères, ratio du prix de vente revenant aux producteurs très élevé vs. pratiques classiques

Chocolats au lait omie&cie



VS.



Idem que le chocolat noir avec :
Cacao et sucre certifiés sans déforestation.
Absence d'engrais de synthèse et de pesticides.
Lait de vaches nourries majoritairement à l'herbe sur prairies sans pesticides.
Contrats garantissant des prix justes aux producteurs (commerce équitable).
...

Production de cacao associé à la déforestation, et au travail des enfants, car le prix ne garantit pas un juste revenu aux producteurs.
Sucre de betteraves (culture fortement traitée par des pesticides), conditions incertaines de rémunération des producteurs
Lait non tracé, systèmes sans accès aux prairies, alimentation des vaches laitières à base de maïs (eau) et de soja importé (associé à la déforestation).
(illustration théorique)

Testez-vous : trouvez qui est qui, avec quelles caractéristiques ?!

galettes cacao, chocolats au lait ou noir, yaourt de brebis nature, farines, jambons...

