



# L'Eco-score, pour transformer notre consommation alimentaire



Lancé il y a tout juste un an, en janvier 2021, l'Eco-score a été le **premier affichage environnemental** à figurer sur des produits de consommation courante. Imaginé par le collectif composé de La Fourche, Yuka, Etiquettable, Eco2 initiative, Open Food Facts, ScanUp, Foodchéri, Seazon et Frigo Magic, l'Eco-score a vu le jour dans le cadre d'une expérimentation menée par l'ADEME et le ministère de la Transition Écologique.

En répondant à une **demande grandissante des consommateurs pour plus de transparence**, l'Eco-score permet à chacun de **consommer de manière plus responsable et éclairée**. Après plus d'un an d'affichage de l'Eco-score, le collectif publie les résultats d'une enquête menée auprès de 6 000 consommateurs\*.



## 4 CHIFFRES À RETENIR DE L'ENQUÊTE

**92%** des consommateurs considèrent qu'un indicateur environnemental comme l'Eco-score mériterait d'être obligatoire sur tous les produits alimentaires

### 9 consommateurs sur 10

(88 %) considèrent l'impact environnemental comme un facteur important dans leurs décisions d'achat

### 2 consommateurs sur 3 (69 %)

ont déjà choisi un produit grâce à son Eco-score favorable

### 2 consommateurs sur 3 (67 %)

ont déjà renoncé à un achat avec un Eco-score défavorable

# Un outil identifié et plébiscité par les consommateurs



Un an après sa création, l'Eco-score est entré dans les habitudes de consommation: 85 % des consommateurs déclarent le reconnaître.

Preuve de son utilité et de l'importance qu'il a pris aux yeux des consommateurs, **92 % considèrent qu'il devrait être généralisé à l'ensemble des produits alimentaires.**

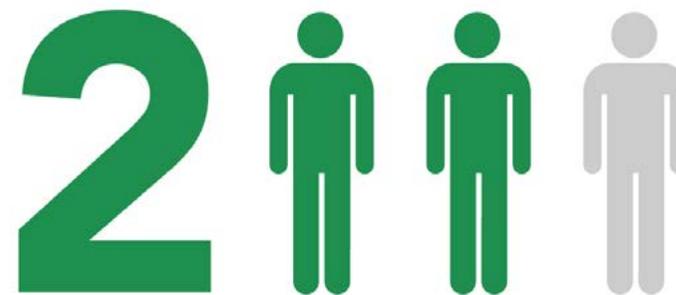


**consommateurs  
sur 10 (88%)**

considèrent l'impact environnemental comme un facteur important dans leurs décisions d'achat.

Véritable outil pédagogique, l'Eco-score a su se démarquer par sa **prise en main simple et un accès à l'information rapide.**

Ainsi, 88 % des consommateurs considèrent que l'Eco-score leur donne un accès clair et lisible à l'information.



**consommateurs  
sur 3 (69%)**

ont déjà choisi un produit grâce à son Eco-Score favorable.

# Un score fédérateur déjà massivement déployé



*Depuis un an, l'Eco-score a été massivement déployé par plusieurs acteurs de l'alimentation.*

«La mise en place de l'Eco-score s'est faite très facilement car les données sont disponibles sur les étiquettes et la méthodologie est accessible à tous en ligne. L'envie d'agir et l'attente des consommateurs pour un affichage environnemental étaient si fortes qu'en un an, nous avons constaté une augmentation de 3 points de la part de vente des produits Eco-score A.»

**Lucas Lefebvre, co-fondateur de La Fourche**

«Convaincu que la transition passera par le choix éclairé du convive, le Groupe Elixor a testé l'Eco-Score dans sept de ses restaurants pendant 2 mois. Nous avons choisi l'Eco-Score car il suit une méthodologie transparente, accessible et ouverte à tous les acteurs qui souhaitent s'engager dans l'affichage environnemental. »

**Aurélie Stewart, Responsable RSE Groupe d'Elixor**

«Colruyt Group est particulièrement fier d'avoir décidé d'introduire l'Eco-Score sur le marché belge il y a 10 mois. Nous constatons d'ores et déjà que l'Eco-Score répond à la demande du consommateur de pouvoir opérer des choix en connaissance de cause. Ses principaux atouts sont sa méthodologie robuste, son outil de communication facilement reconnaissable et compréhensible par le consommateur et sa possibilité de déploiement à grande échelle.

Le Groupe Colruyt est convaincu du fait que l'Eco-Score peut devenir le navigateur pour l'empreinte écologique des produits alimentaires dans toute l'Union Européenne.»

**Stefan Goethaert, Directeur Production et Marques Propres Colruyt Group**

## L'ECO-SCORE EN CHIFFRES

**4 millions de personnes ont déjà consulté un Eco-score**

### Nombre de produits scorés en ligne

- Yuka : 70 000
- Open Food Facts : 287 000
- ScanUp : 326 000
- La Fourche : 3 372, la totalité des produits alimentaires référencés sur le site
- Carrefour : 25 000 produits (5 000 Marque de Distributeur et 20 000 marques nationales avec données Open Food Facts)
- Marmiton : 70 000 recettes
- Elixor : 30 000 plats
- Frigo Magic : 550 ingrédients ; 2 700 recettes ; 21 millions de combinaisons
- FoodChéri/Season : 1 727 plats

### Nombre de produits étiquetés avec l'Eco-score

- La Fourche : 73 produits alimentaires de marque La Fourche

# Un pas supplémentaire vers la transformation de nos modes de consommation



Plus de place au doute : l'Eco-score est désormais connu, reconnu et compris d'une grande partie des Français. Mais au-delà de sa simple connaissance, l'Eco-score est devenu un levier de modification des **comportements d'achat des consommateurs**. C'est ce que l'enquête réalisée par le collectif démontre. D'une part, **2 consommateurs sur 3 ont déjà choisi un produit grâce à son Eco-score favorable**, à l'inverse, ce sont autant de consommateurs (2/3), qui ont déjà renoncé à un achat avec un Eco-score défavorable.

Par ailleurs, **15% déclarent que l'Eco-score les a aidé à réduire leur consommation de viande**. Ainsi, l'Eco-score permettrait une atténuation des émissions de gaz à effet de serre du secteur alimentaire de 6,3%\*.



considèrent qu'un indicateur **environnemental** comme l'**Eco-Score** mériterait d'être obligatoire sur tous les produits alimentaires, pour les aider à mieux consommer.

\* Selon une estimation basée sur les conclusions du GIEC, et sur la base de données déclaratives. Estimation du potentiel d'atténuation en gaz à effet de serre basé sur les conclusions du GIEC (Food Security, 2019). Référence GES secteur alimentaire : 12.0 GtCO<sub>2</sub>-eq.ye (Summary for Policymakers, 2019).

*« L'affichage environnemental cristallise des enjeux politiques et sociétaux : le régime alimentaire moyen de demain et ce qui le sous-tend, le visage de nos systèmes agricoles. L'Eco-score propose un affichage environnemental opérationnel à court-terme et porte en lui une vision ambitieuse de la transition agro-alimentaire. »*

**Caroline Vignaud, Cheffe R&D FoodChéri et Season**

L'Eco-Score a grandement contribué aux avancées de l'expérimentation autour de l'affichage environnemental, menée en France par l'ADEME, et continuera à y contribuer pour aboutir à un **objectif commun de transparence pour le consommateur**.

Sa généralisation et son caractère obligatoire doivent **permettre un changement profond de nos modèles de consommation**, mission que poursuit le collectif depuis plus d'un an :

- qui valorise la **production bio** et agro-écologique avec des réductions d'utilisation de pesticides et de produits phytosanitaires ;
- qui encourage une alimentation avec **moins de viande** mais de meilleure qualité ;
- qui valorise la **production locale et de saison** ;
- qui **protège la biodiversité**, limite la déforestation et évite la disparition des espèces menacées ;
- qui favorise le **commerce équitable** ;
- qui utilise **moins d'emballages plastiques** et non recyclables.

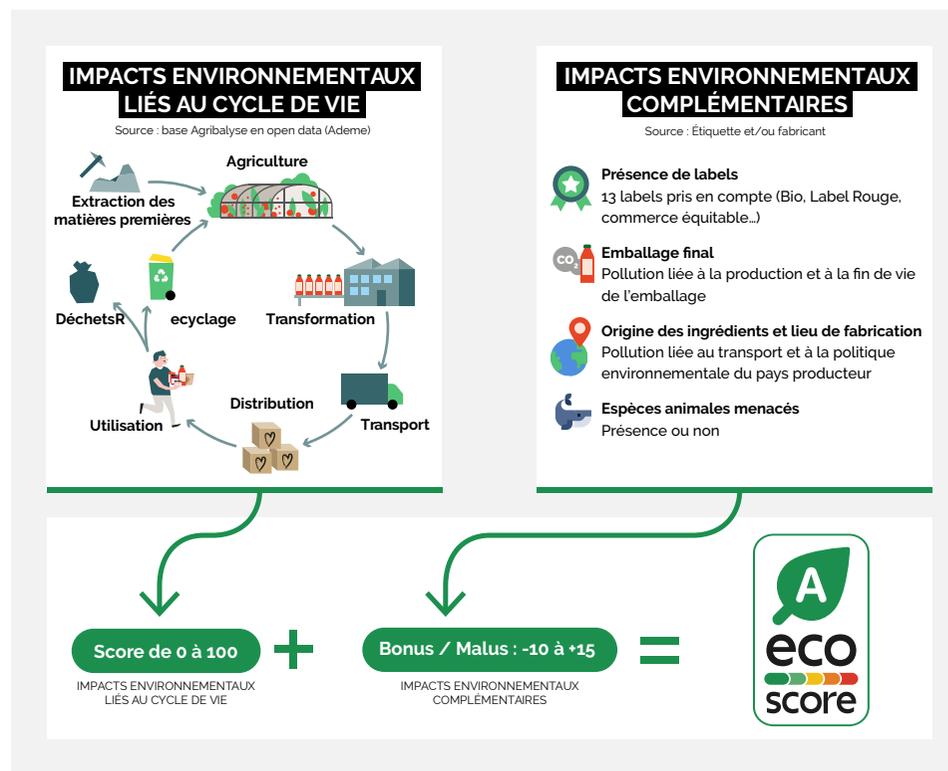
**2**   
**consommateurs**  
**sur 3 (67%)**  
**ont déjà renoncé à un achat à cause d'un Eco-Score défavorable.**

## Une méthodologie scientifique rigoureuse et transparente

L'Eco-score se base sur une **méthodologie scientifique, transparente, accessible à tous** et facile à mettre en place.

Cette méthodologie se base sur les données de l'Analyse de Cycle de Vie (ACV) de l'ADEME et de l'INRAE complétées par un système de bonus-malus basé sur les informations présentes sur les étiquettes.

Ainsi, pour **compléter le score** et permettre de couvrir un champ plus large de facteurs comme l'impact des pesticides, la perte de biodiversité, la protection des espèces menacées, la pollution des déchets plastiques ou encore l'approvisionnement local, l'Eco-score s'enrichit d'un **système bonus-malus qui couvre cinq catégories différentes** (système de production, origine des produits, politique environnementale du pays producteur, cycle de vie et circularité des emballages et espèces menacées).



## Et demain ?

L'enjeu est de taille : ce ne sont pas seulement la biodiversité, le changement climatique, la pollution de l'eau, de l'air et des sols qui se jouent ici. **Rendre l'agriculture plus résiliente** au changement climatique et **moins dépendante** aux importations d'engrais issus de la pétrochimie est aussi un enjeu de compétitivité économique et donc de souveraineté alimentaire.

L'Eco-score a lancé le mouvement. Aujourd'hui, **les consommateurs témoignent de leur adoption de l'affichage environnemental** et l'Eco-score se développe partout en Europe. Le mouvement est lancé, les consommateurs le plébiscitent, les distributeurs y voient un enjeu de différenciation : le pari est réussi et la poursuite du chemin tracée.



**Contacts presse Agence Belle Nouvelle / La Fourche**

Robin Ecolan : robin.ecolan@bellenouvelle.fr - 07 89 57 41 47

**Contact presse FoodChéri & Seazon**

Virginie de Coulon - vdecoulon@wokitokiparis.com



FRIGO  
MAGIC



eco2  
INITIATIVE



Etiquettable®

