



# THINK TANK **AGRO**ALIMENTAIRE

8<sup>e</sup> édition / 2021-2022

L'agri-agro à l'heure  
de la transition  
environnementale

 #TTAGRO\_ECHOS

En partenariat avec

 **accenture**

 **FIDAL**



 **invivo**

 **LABEYRIE  
FINE FOODS**

 **pwc**

Partenaire média et contenu

 **La France Agricole**

Organisé par

 **Les Echos  
Le Parisien  
ÉVÉNEMENTS**

# 3 UTOPIES

Utopie 1

## ACCEPTER LA PRIMAUTÉ DES CONNAISSANCES SUR LES CONVICTIONS.

Dit autrement : faire de la science le socle du débat public comme des décisions politiques.

Ce qui suppose évidemment le recours à des indicateurs.

Utopie 2

## DÉCRÉTER LA SUPÉRIORITÉ HIÉRARCHIQUE DU DÉFI ENVIRONNEMENTAL.

Sur tout et y compris sur les pratiques restrictives de concurrence qui, par construction, freinent des collaborations horizontales au sein des filières alors qu'il y a, là, une voie de progrès.

Utopie 3

## QUE L'ENTREPRISE SOIT REGARDÉE COMME LE MEILLEUR VECTEUR DE LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE.

Car c'est bien à ce niveau que les « impacts » peuvent s'initier. Au besoin, pour en convaincre la société, faudrait-il accepter la notation des entreprises dans leur contribution au bien commun. Ou, à l'inverse, à la... moindre dégradation du bien commun.

# 2 MOTS

## INTERDÉPENDANCE

La chaîne alimentaire est un ensemble dont chacun des maillons, certes indépendant, est néanmoins dans une interdépendance de destinée, consommateurs y compris. C'est vrai en particulier dans l'ambition de la transition environnementale. Chacun a son agenda, ses leviers d'action, ses difficultés mais, en réalité, est interconnecté avec les autres maillons pour produire l'alimentation la plus durable possible. De la production à la consommation.

## RISQUE

Le risque est, par construction, l'ennemi de toute transition. Car il obscurcit l'horizon davantage qu'il n'éclaire la route et rend aléatoire le bénéfice espéré du changement. En ce sens, la gestion du risque (notamment dans la production agricole) est un prérequis pour espérer engager sereinement la transition environnementale. Le risque dans toutes ses composantes, car elles pèsent toutes sur les décisions (indispensables) à prendre : risques climatiques, techniques, de marché, etc.

# INTRODUCTION

## Bloquer l'horloge, tant que c'est encore possible !

**E**st-il minuit moins cinq minutes ? Ou minuit moins une minute ? Dans tous les cas, l'heure est... grave. Impossible aujourd'hui de nier l'ampleur du réchauffement climatique ni l'urgence de décisions structurantes, possiblement radicales pour espérer... bloquer l'horloge à temps. Les scientifiques – notamment ceux réunis au sein du GIEC – ont tiré le signal d'alarme il y a déjà bien longtemps. Mais autant les politiques, les entreprises que les citoyens, les uns par manque de courage, les autres par l'inertie confortable des comportements individuels, regardaient ailleurs.

L'horloge n'a cessé de tourner, se rapprochant inéluctablement du point de non-retour. **Au fil des ans et des « événements climatiques », la conscience environnementale a néanmoins heureusement progressé.** Pas suffisamment pour bloquer l'horloge certes, mais assez pour accepter le débat. C'est précisément pour l'alimenter que le ThinkTank Agroalimentaire a placé ses travaux 2022 dans le cadre de cette transition environnementale qui s'impose à tous, en acceptant un regard (éventuellement) dérangeant sur les pratiques de chacun, de la terre à l'assiette, de l'agriculteur au consommateur.

Pour autant, **mettre la filière alimentaire à l'heure de la transition environnementale ne peut s'envisager en renonçant à l'ambition agricole et agroalimentaire de la France**, à la fois en matière de souveraineté et de capacités d'exportation. Il en va du poids géopolitique de la France et de sa capacité à stabiliser des géographies immédiates (le bassin méditerranéen) pour lesquelles toute forme d'insécurité alimentaire aurait des conséquences négatives jusque dans l'Hexagone.

### Comment envisager cette transition environnementale ?

En acceptant naturellement sa complexité, sa dimension totalement multifactorielle. Mais aussi (et même s'il y a

paradoxe apparent !) en hiérarchisant les batailles pour les rendre plus compréhensibles du citoyen ordinaire, celui sans lequel rien ne pourra se faire. Voilà pourquoi placer la décarbonation au rang de « mère des batailles » n'est ni une facilité ni un égarement, mais une stratégie assumée. Bien sûr, au-delà du carbone, le sujet est celui des gaz à effets de serre. Bien sûr, au-delà des gaz à effets de serre, c'est l'enjeu environnemental dans toutes ses dimensions : biodiversité, préservation des écosystèmes, gestion raisonnée des ressources, etc. Bref, la capacité à transmettre aux générations futures un environnement viable, vivable.

Mettre le projecteur sur le carbone n'est ni coupable ni ignorant. C'est prendre le pari qu'en resserrant la complexité du sujet à un élément (loin d'être minime au demeurant !), l'espoir de « faire bouger les lignes » est plus grand. La perspective de « bloquer l'horloge » une hypothèse plausible.

**L'agriculture et l'alimentation sont à la fois partie du problème ET des solutions.** C'est le sens des 20 recommandations des travaux du ThinkTank Agroalimentaire. Certaines ont l'ambition d'influer sur l'offre (la production), d'autres de modifier la demande (la consommation). Toutes servent une même cause : bloquer l'horloge tant qu'il en est encore temps. C'est à la fois un espoir et une responsabilité. Car personne ne peut ignorer que minuit se rapproche.



**Olivier Dauvers**

Directeur du Think Tank Agroalimentaire

# LES MEMBRES DU THINK TANK AGROALIMENTAIRE



**DOMINIQUE  
AMIRAULT**  
FEEF



**BAPTISTE  
BANNIER**  
PWC FRANCE



**HENRI  
BIES-PÉRÉ**  
FNSEA



**THIERRY  
BLANDINIÈRES**  
INVIVO



**RACHEL  
BLUMEL**  
UNION FRANÇAISE  
DES SEMENCIERS



**MARC  
BONNET**  
FILIÈRE CRC



**KARINE  
BOURGET**  
ELIOR



**DOMINIQUE  
CHARGÉ**  
LA COOPÉRATION  
AGRICOLE



**STÉPHANE  
COYAS**  
GROUPE  
ALTITUDE



**JACQUES  
CREYSSEL**  
FDC



**FRANCIS  
DECLERCK**  
ESSEC



**FLORENCE  
DUPRAZ**  
OPEN  
AGRIFOOD



**NICOLAS  
FACON**  
EUREDEN



**JÉRÔME  
FRANÇOIS**  
NUMALIM



**TOM  
FRANÇOIS**  
HERMES  
BOISSONS



**DAVID  
GARBOUS**  
TRANSFORMATION  
POSITIVE

**ANIMATION DU THINK TANK :** Olivier DAUVERS (Éditions DAUVERS), Directeur du Think Tank, David BARROUX (Les Échos), Rédacteur en chef, Rosanne ARIES (La France Agricole), Journaliste, Valérie ROCCA (Les Échos Le Parisien Événements), Responsable de projets secteur agroalimentaire.



**PHILIPPE  
GOETZMANN**  
CONSULTANT



**MATTHIEU  
HUG**  
TILKAL



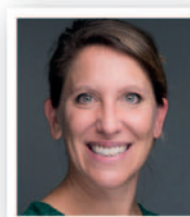
**OLIVIER  
HURTELOUP**  
ELIOR



**VINCENT  
JACQUOT**  
CANDIA



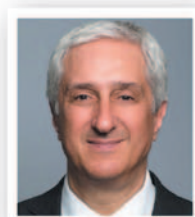
**NATHALIE  
KERHOAS**  
BLEU BLANC  
CŒUR



**RACHEL  
KOLBE SEMHOUN**  
INVIVO



**DAVID  
KUJAS**  
ACCENTURE



**STÉPHANE  
LAYANI**  
SEMARIS



**LAURENT  
PASQUIER**  
ENTRE PARTIES  
PRENANTES



**GUILLAUME  
PEZZALI**  
FIDAL PARIS



**CHRISTIAN  
POLGE**  
LES 2  
MARMOTTES



**FRANÇOIS  
ROCHE BAYARD**



**MAGALI  
SARTRE**  
POSITIVE  
PRACTICE



**JEAN-MARIE  
SÉRONIE**  
AGRO-  
ÉCONOMISTE



**ANNE-CÉCILE  
SUZANNE**  
CHEF  
D'EXPLOITATION  
AGRICOLE



**PIERRE-ALEXANDRE  
TEULIÉ**  
NESTLÉ FRANCE



**JACQUES  
TROTIER**  
LABEYRIE  
FINE FOODS



**JEAN-BAPTISTE  
VERVY**  
WIZIFARM

# MERCI À NOS INVITÉS EXCEPTIONNELS QUI NOUS ONT AIDÉ DANS NOS RÉFLEXIONS



**LUCIE  
BASCH**

Co-founder & Chief  
Expansion Officer,  
TOO GOOD TO GO



**SABINE  
BONNOT**

Présidente,  
ITAB



**LAURA  
GARROT**

Responsable RSE,  
GROUPE  
SODIAAL



**MARC  
MORTUREUX**

Directeur général,  
PLATEFORME FILIÈRE  
AUTOMOBILE ET  
MOBILITÉS



**NICOLAS  
MOTTIS**

Professeur,  
ÉCOLE POLYTECHNIQUE  
et Directeur de  
l'Executive Master



**GAËLLE  
OUARI-BOURDON**

Directrice  
de la communication,  
du digital & de la RSE,  
LABEYRIE FINE FOODS



**FRANÇOIS  
PASTEAU**

Chef cuisinier engagé  
et Conseiller culinaire,  
ÉTHIQUE ET  
GASTRONOMIE



**SÉBASTIEN  
PRIN**

Responsable marché  
de l'agriculture,  
CONFÉDÉRATION  
NATIONALE DU  
CRÉDIT MUTUEL



**THIBAUT  
SAVOYE**

Co-fondateur,  
CARBONE  
FARMERS



**BERTRAND  
SWIDERSKI**

Chief Sustainability  
Officer,  
CARREFOUR



**ANNE  
TROMBINI**

Directrice,  
POUR UNE  
AGRICULTURE  
DU VIVANT



**BERTRAND  
VALIORGUE**

Professeur en Stratégie  
et gouvernance  
des entreprises,  
EM LYON  
BUSINESS SCHOOL



# L'agriculture, secteur clé de la décarbonation

**L**ongtemps pointée du doigt, l'agriculture se rebelle. Et rappelle que si elle est à la fois responsable d'une partie des émissions de gaz à effet de serre, elle s'inscrit surtout comme l'une des solutions pour parer aux aléas climatiques. **Impactée en priorité par ces dérèglements, la profession agricole s'est mise en ordre de marche, cherche, tâtonne, sue, trouve au plus près du terrain des issues pour nourrir la population.** Mais ces pratiques durables qui impliquent des changements d'organisation parfois même de perception voire de réglementation, nécessitent du temps et ne sont pas sans coût.

Des sols à l'assiette, tous les acteurs de la chaîne de valeur qui pour nombre d'entre-eux viennent se fournir à la source – l'agriculture –, doivent en ce sens contribuer à l'effort, pour atteindre ensemble la neutralité carbone. Agir à l'unisson s'impose plus que jamais face à ce double défi, alimentaire et environnemental.

Notre partenariat avec le Think Tank agroalimentaire Les Echos a suivi cette même orientation : l'envie d'avancer, de se mobiliser et de sensibiliser ensemble. Fort de ses seize titres et équipes dont 175 journalistes répartis dans toute la France au plus près des agriculteurs, **La France Agricole a souhaité apporter son éclairage pour contribuer à refaire le lien entre pratiques agricoles et contenu des assiettes, injonctions sociétales, enjeux planétaires et réalités de terrain.**

Nous avons aussi voulu donner plus de visibilité aux agriculteurs et leur permettre de porter eux-mêmes plus haut leur voix grâce au Think Tank agroalimentaire Les Echos. Leurs précieuses expertises ont nourri les discussions tout au long de l'année, ils se sont confrontés à celles des autres membres pour des débats forts et des recommandations abouties. Plus que jamais, les agriculteurs s'imposent comme les personnes-ressources de cette transition bas carbone de la production alimentaire.

**Rosanne Aries,**  
Rédaction La France Agricole &  
coanimation Think Tank



## CONCILIER LES INCONCILIABLES

(plaidoyer pour une planification  
écologique de l'alimentation)

**A** bien des égards, le défi alimentaire et le défi environnemental semblent s'opposer. Dans un cas, il s'agit de répondre à une attente alimentaire croissante, elle-même conséquence d'une démographie galopante. Dans l'autre, de préserver les ressources, la biodiversité, le climat et, plus généralement, la perspective d'une vie terrestre. Rien de moins... Bref, d'un côté répondre à la faim d'un monde toujours plus peuplé ; de l'autre se protéger de la fin (annoncée) du monde. En ce sens, ces deux défis se combinent en un même objectif : la résilience de l'Homme sur la Terre.

Voilà pourquoi, **en dépit des apparences parfois contraires, concilier les inconciliables est la seule feuille de route. Le défi alimentaire sans transition environnementale n'aurait aucun sens. Mais l'inverse pas davantage non plus.**

Accroître le niveau de production alimentaire mondiale demeure une ambition. Avant même la crise russo-ukrainienne, c'était un enjeu géopolitique. Il l'est davantage encore. Et – c'est la vertu des crises – les opinions publiques en ont pris la mesure, au-delà des seuls « initiés ». Selon les sources, de 800 millions à 1 milliard d'hommes souffrent de la faim dans le monde. Inacceptable pour ceux qui crient famine, dangereux pour ceux qui, par bonheur, mangent à leur faim (pour un pays comme la France, ne plus exporter revient *de facto* à importer la misère). Raison pour laquelle la croissance de la production alimentaire mondiale est non négociable. À l'image naturellement du respect de la trajectoire de maîtrise du réchauffement climatique sous les 2 degrés celsius qui est également non négociable.

**Comment concilier ces inconciliables... ?** En premier lieu, en revendiquant quelques prérequis. La lenteur du



« pas de temps » en est un. Impossible d'escompter des changements brutaux, radicaux. Incompatibles même avec la notion de... « conciliation ». Seconde condition : accepter la primauté de la science. Savoir plutôt que supputer. Les faits scientifiques ont une valeur infiniment supérieure aux opinions. Pas toujours acceptée hélas.

Le changement à engager est de nature systémique. Dans ce cadre, le politique a un rôle majeur. Central même pour espérer choisir l'effort à mener collectivement dès aujourd'hui ou, si tel n'est pas le cas, le subir violemment demain. Comment ? Par exemple **en assumant une planification écologique de l'alimentation pour activer tous les leviers de nature à modifier en profondeur à la fois l'offre ET la demande.** C'est la grandeur des politiques publiques, soutenues par la science, de définir cadre et trajectoire. Et, ce, dans une perspective de temps long.

**Deux leviers principaux doivent constituer le sous-jacent de ces politiques publiques : prix et coûts. Le prix pour influencer sur la demande. Les coûts pour modifier l'offre.** Le prix devra ainsi intégrer le carbone, c'est une évidence. La nécessaire planification aura alors à définir les modalités : taxation (aux frontières ou aux produits), bonus-malus, etc. Les coûts, eux, devront refléter la consommation de ressources. Là encore, charge aux politiques publiques d'en définir le détail : imposition des entreprises sur une assiette plus large que les seuls profits, compatibilité en triple capital, etc.

**Une certitude : face à l'importance de l'enjeu, il n'y a d'autres voies qu'un changement systémique. Choisi, via les politiques publiques ; ou subi, via les événements.**

# FAIRE DE LA FERME FRANCE UN PIVOT CENTRAL DANS LA « BATAILLE CARBONE »

**L'**agriculture représente aujourd'hui 19 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) en France, et deux tiers des émissions liées à l'alimentation (source : Haut Conseil pour le Climat). Une

part de ces émissions est évidemment incontournable : la consommation d'énergie, le méthane (biologiquement lié à la rumination des animaux d'élevage), la fertilisation, etc. Cependant, l'agriculture détient un atout considérable par rapport à d'autres secteurs économiques. Au même titre que la forêt, elle est en effet en capacité d'absorber le CO<sub>2</sub> de l'atmosphère via la photosynthèse. Le carbone est ensuite « séquestré » dans le sol ou dans la biomasse aérienne. Une partie des émissions directes de GES peut donc être compensée.

Les agriculteurs ont ici un rôle majeur à jouer. Dans sa stratégie nationale, la France pointe l'idée que les terres agricoles passent du statut de source (lié au recul des prairies et des haies), à celui de puits de carbone (par la

modification des pratiques). Autre avantage non négligeable : les productions agricoles non alimentaires peuvent aider à réduire les émissions totales du pays, en se substituant à d'autres produits, et en fournissant énergie et matériaux renouvelables, chimie biosourcée, etc. En clair, **si l'agriculture contribue au « problème carbone », elle est aussi une part non négligeable de la solution !** Et les agriculteurs, parmi les plus exposés aux aléas climatiques, deviennent « des soldats de la lutte du changement climatique » selon l'expression du Ministre de l'Agriculture (2019-2022), Julien Denormandie.

**Cette « bataille carbone » ne peut néanmoins se mener en affectant en conséquence les autres missions structurelles de l'agriculture :** nourrir les populations, assurer la pérennité des paysages et de la biodiversité, et répondre aux exigences croissantes en matière de qualité sanitaire de la production. En conséquence, protection de l'environnement, compétitivité,

capacité et sécurité doivent obligatoirement se concilier.

### **Comment la Ferme France peut-elle réduire son empreinte carbone ?**

Deux voies (qui se conjuguent) s'offrent à la Ferme France : la réduction directe et indirectes des émissions ; le captage et le stockage de carbone.

La réduction des émissions ne peut s'envisager là encore qu'en préservant la capacité de production. Principale piste : une moindre consommation d'énergie et d'intrants, conséquence de pratiques culturales toujours plus efficaces (souvent résumées dans le concept d'agriculture de précision).

En parallèle, le captage et le stockage du carbone constituent un levier majeur. Premier objectif : stopper le déstockage actuel de carbone des sols agricoles et inverser la tendance, en lien avec l'initiative « 4 pour mille », les sols pour la sécurité alimentaire et le climat ». Concrètement, une augmentation de 4 ‰ par an de la quantité de carbone contenue dans les sols permettrait de stopper l'augmentation annuelle de CO<sub>2</sub> dans l'atmosphère. Pour ce faire, il est indispensable de rémunérer le carbone stocké à la fois pour compenser le surcoût de certaines pratiques et établir un mécanisme d'incitation de nature à changer d'échelle, eu égard à l'enjeu.

---

## **Recommandation 1**

# **Lancer un diagnostic général de la Ferme France, exploitation par exploitation**

**Dans l'opinion, l'agriculture est souvent pointée pour sa responsabilité environnementale.** À l'image de tout secteur économique, l'agriculture contribue objectivement aux émissions de gaz à effet de serre. L'idée n'est donc pas de le nier mais de le mesurer. Pour appréhender un problème, la mesure est en effet un prérequis. Pour envisager des correctifs et fixer sérieusement des objectifs, la mesure est indispensable. Et pour, à terme, rendre compte des effets positifs des

efforts engagés, la mesure sera la seule boussole incontestable. Ce qui induit qu'un « point zéro » de la Ferme France soit réalisé. C'est l'ambition de ce diagnostic général, exploitation par exploitation. Aujourd'hui, un peu plus d'un millier d'agriculteurs ont entamé une démarche carbone (ce qui ne signifie pas que les autres ne pratiquent pas leur métier de manière durable, en revanche, ils ne le font pas valoir).



## Recommandation 2

# Informer sur les gains économiques qui peuvent naître d'une modification (vertueuse) des pratiques agricoles

**Pour de nombreux agriculteurs, la transition environnementale est souvent cataloguée au rang des contraintes.** Factuellement, au fil des ans, ils ont accumulé les normes, les règles, les obligations (ou les interdictions). Et, peu à peu, s'est installée l'idée que « faire vert » était nécessairement « plus cher » (au point de devenir d'ailleurs un slogan syndical). Mais l'inverse

peut aussi être vrai. Via la modification d'un certain nombre de pratiques, conjuguer économies et écologie est possible (sur l'énergie, la fertilisation, la ration alimentaire, etc.). C'est le cas dans de nombreuses productions, probablement davantage encore dans les filières animales.

## Recommandation 3

# Création de primes bas carbone pour valoriser les pratiques durables anciennes

**On les appelle « les bons élèves » :** les agriculteurs qui recourent à des pratiques durables depuis longtemps mais ne peuvent le faire valoir aujourd'hui dans une démarche carbone qui vient souligner les efforts des agriculteurs réalisés depuis moins de trois ans. Afin de ne pas écarter de la stratégie bas-carbone

les agriculteurs pionniers, il conviendrait de pouvoir valoriser leur démarche, à la manière des primes bas carbone adoptées par la filière colza (même si, au regard des prix actuels, il apparaît difficile de répercuter une valeur carbone sur les produits).

## Recommandation 4

# Création d'un outil normalisé de mesure de la régénération des sols

**Pour mesurer l'évolution de la situation objective des sols et des productions (et leur contribution à la transition environnementale), il est nécessaire de faire émerger un outil normalisé de mesure.** Normalisé donc standardisé et, *de facto*, utilisable par tous car simple. Cet outil de scoring aurait comme

ambition de piloter et d'accompagner les pratiques de transition.

À court terme, et pour éviter d'en faire un enjeu économique et commercial (via une labellisation des produits finis), cet outil serait volontairement développé dans une logique B to B.

## Recommandation 5

# Création du statut d'entreprise agricole à mission

**Le statut d'entreprise à mission est inscrit au code du commerce depuis 2019 (loi Pacte).** A l'exception du cas spécifique des coopératives, les entreprises agricoles ne peuvent s'en prévaloir. Eu égard à leur rôle dans la transition environnementale, il faut pourtant permettre aux exploitations qui le peuvent / le veulent d'inscrire leur activité dans cette mission « carbone ». La mission pourrait se résumer ainsi : « *Nourrir et régénérer le système terre par la captation du carbone* ».

**Au-delà d'entériner cette mission, ce statut aurait trois conséquences vertueuses :** 1/ alimenter positivement l'identité agricole (en reconnaissant la double mission : produire et préserver) et cultiver une fierté d'appartenance ; 2/ constituer un cadre reconnu dans les relations contractuelles avec les maillons aval de la filière alimentaire (une entreprise à mission pourrait s'en prévaloir pour justifier de la valorisation de sa production) ; 3/ faciliter l'accès au financement (et son

coût) via la reconnaissance objective de son contribution au bien commun (et probablement convaincre de nouveaux financeurs / private equity).

**Dans le prolongement de cette mission, création du statut de paysan-chercheur** pour bénéficier du crédit d'impôt-recherche, considérant la contribution qu'un agriculteur peut apporter au savoir commun sur la transition environnementale.

Naturellement, à court et moyen terme, une part faible du tissu agricole serait concerné par ce statut d'entreprise à mission. Tant par les convictions qui sont différentes, qu'en raison d'une grande hétérogénéité dans la capacité d'adresser opérationnellement la « mission ». Mais, en la circonstance, l'essentiel est d'initier un mouvement, reconnaissance tacite de la place de la Ferme France dans la « bataille carbone ».

## Recommandation 6

# Donner une valeur à la richesse objective des sols

**Les sols sont les témoins d'une agriculture régénératrice (ou non !).** La richesse en matière organique est un élément tangible de la vitalité des sols, du dynamisme du cycle biologique du carbone, bref de l'effet des pratiques culturales.

L'idée, ici, est de mesurer via un diagnostic / état des lieux, l'état organique des sols à chaque transaction (changement de propriétaire ou de fermier, transmission familiale). En clair, « à l'entrée » et « à la sortie » de l'exploitant. L'objectif sous-jacent est de responsabiliser l'agriculteur qu'au-delà de « l'utilisation » de la terre pour y faire se succéder les cycles de production, il y a la préservation (voire l'amélioration) de l'écosystème.

À l'issue de ces diagnostics, une amélioration de la qualité des sols sur la période ouvrirait droit à un bonus, une dégradation à un malus (ce qui serait sans effet sur les finances publiques). A terme, la conduite « agri-régénératrice » d'un sol (et le niveau de séquestration du carbone) serait une valeur reconnue par le marché foncier.

# DÉCARBONER L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

(AVEC LES CONSOMMATEURS)

**D**ans la filière alimentaire, le stade industriel est en apparence « mineur » dans l'enjeu de la décarbonation. Selon les productions en effet, les « scopes 1 et 2 » (c'est-à-dire ce qui est du ressort de l'industriel : fabrication, conditionnement, réfrigération, etc.), comptent souvent pour moins de 30 % de la « facture carbone » totale. Les industriels ont donc un double défi : adresser l'enjeu carbone sur leurs propres scopes (car il existe tout de même de nombreuses actions à initier) et, en parallèle, adopter des politiques d'achat incitatives pour l'amont de leur propre filière, en l'occurrence la production et le transport de matière première.

**Dans la chaîne alimentaire (comme partout ailleurs), pour inscrire la décarbonation industrielle à la hauteur de l'enjeu, il sera difficile d'éviter à la fois radicalité ET réglementation.** C'est notamment l'enseignement de la filière automobile, engagée depuis longtemps dans cette

trajectoire. La réduction des émissions a ainsi été fixée à l'avance et de nombreuses (et nouvelles) contraintes pèsent régulièrement sur les moteurs thermiques (la dernière en date : l'échéance de 2035 dont le mérite est de clarifier la trajectoire). En conséquence, des obstacles sont évidemment apparus : la filière a perdu l'avance technique dont elle disposait sur le moteur thermique, l'impact social a été parfois difficile à gérer, la capacité du consommateur à suivre (financièrement) la nouvelle offre davantage valorisée, etc. Pour autant, un mouvement est réellement engagé. Et la filière automobile est aujourd'hui objectivement en avance.

**En matière de décarbonation, trois verbes doivent se combiner : mesurer / réduire / compenser.** Chacun a son sens et son utilité. La mesure est indispensable pour appréhender les progrès à faire et les progrès faits. La compensation aussi : dans une phase de transition, la

compensation permet d'accélérer la transition qui, par principe, ne va jamais assez vite ! Mais l'objectif ultime est bien la "réduction", ce qui revient en creux à accepter le principe même des émissions de gaz à effet de serre. Car, sauf exception, la production alimentaire sera toujours émettrice.

Les entreprises alimentaires ont des leviers : la maîtrise de la consommation énergétique (ce qui revient à conjuguer

économies et écologie), les nouvelles sources d'énergie (non carbonée), les nouvelles technologies (par exemple pour la gestion du froid), etc. Elles ont surtout à leur tête – et comme pour tous les secteurs économiques – **la première génération de dirigeants qui ne pourront pas dire « nous ne savions pas ». Ce qui, de facto, leur impose un niveau de responsabilité historique.**

---

## Recommandation 7

# Initier un diagnostic général de l'industrie alimentaire française et créer un référentiel

**Pour fixer une trajectoire, il est indispensable de disposer d'un état des lieux. Ça n'est pas (encore) le cas.** D'où l'idée (comme pour la « Ferme France » / Recommandation n°1) d'un diagnostic environnemental de l'industrie alimentaire française, mené sous la double égide du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire et des ministères de la Transition écologique

et de la Cohésion des territoires. Ce diagnostic sera le socle de toute incitation publique à suivre : cadre réglementaire, trajectoire de réduction, mise en place d'un éventuel système de bonus/malus, etc. Il sera aussi le socle d'un référentiel que l'ensemble des acteurs pourrait initier de manière collégiale.

## Recommandation 8

# Définition d'une trajectoire de réduction des émissions (et d'un cadre commun à tous les acteurs)

**Trois déterminants peuvent conduire toutes les entreprises au changement : 1/ disposer d'un avantage compétitif vs son marché ; 2/ l'input managérial généralement nourri d'une vision long terme du dirigeant ; 3/ la « contrainte » réglementaire.** Impossible en effet de dissocier le changement profond de la contrainte. L'industrie automobile (entre autres) l'a implacablement démontré : jamais le virage environnemental n'aurait été pris à une telle vitesse sans les obligations réglementaires. Et, ce, en acceptant toute l'imperfection du dispositif.

Sauf à se contenter d'un rythme de transition qui sera au final insuffisant (et « plombé » par les acteurs qui y seront les moins enclins), la filière alimentaire doit s'inscrire dans une trajectoire. Pour être à la hauteur de l'enjeu, cette trajectoire (ambitieuse donc) doit être fixée AVEC les acteurs mais pas uniquement PAR les acteurs (auquel cas un minimalisme corporatiste finira par s'imposer). Et, surtout, la trajectoire doit devenir un cadre s'appliquant à tous.

## Recommandation 9

# Organisation d'un Sommet du carbone (de la filière alimentaire)

La bataille carbone se nourrit d'un cadre (la « trajectoire ») et de symboles pour embarquer la totalité des acteurs de la filière, indépendamment des convictions personnelles de leurs dirigeants (par principe diverses). Pour

ce faire, **proposition de l'organisation d'un Sommet du carbone pour incarner un front commun**. Aucun industriel ne peut, seul, adresser l'ensemble des enjeux tant le changement à mener est systémique.

## Recommandation 10

# Vers un affichage environnemental

Les affichages, notations et autres scores sont parfois imparfaits méthodologiquement, de nature à créer la confusion par leur multiplication ou encore simplistes.

**Ils ont néanmoins un mérite : sensibiliser le client final à l'enjeu sous-jacent, comme le Nutris-score sensibilise à la nutrition.**

Quelle qu'en soit la forme, **un référentiel et une communication accessible constituent une indispensable étape pour embarquer le consommateur et espérer en faire un acteur de cette transition**. Par exemple en se questionnant sur le rôle (et la quantité) de l'emballage, un levier d'action très symbolique pour abaisser l'empreinte carbone d'un produit alimentaire. Dans tous les cas, un indicateur synthétique sera imparfait. Il faut l'accepter, tout en développant les moyens d'une information plus fine (le digital le permet).

Le digital permettrait également de nourrir l'ambition d'un référentiel plus élevée encore, au-delà du seul carbone : en intégrant par exemple une large palette d'attributs RSE (carbone donc mais également biodiversité, consommation d'eau, protection des sols, bien-être animal, recyclabilité, etc.). Ces attributs – nombreux pour permettre à chacun d'avancer sur ses domaines les plus évidents – seraient normés au niveau européen, façon « INCO RSE digital » car l'étiquette physique ne suffit plus à accueillir toutes les informations attendues par le public et même la réglementation. Cet affichage environnemental doit par ailleurs être couplé à un dispositif d'étiquetage de l'origine obligatoire sur tous les produits, le transport contribuant en premier lieu à ces émissions de gaz à effet de serre.

## Recommandation 11

# Formation obligatoire des mandataires sociaux à l'environnement

**L'enjeu environnemental est tel qu'il mérite des compétences avérées des décideurs dont la sensibilisation est souvent un prérequis à la prise de conscience puis à l'action (probablement moins établi dans les générations actuelles de dirigeants).** En ce sens, la mise en

place d'une « formation » des mandataires sociaux aux sujets environnementaux serait à la fois un symbole fort envoyé par les entreprises à la société (sur leur niveau d'implication) et un engagement tacite des décideurs à initier des plans d'action dans leur propre entreprise.

# COMMENT FINANCER LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE ?

**L'**indispensable transition environnementale à laquelle l'Humanité est confrontée sera coûteuse. Très coûteuse. La Commission Européenne a ainsi estimé le supplément d'investissement à partir de 2021 à 200 milliards d'euros annuels pour atteindre les objectifs fixés pour 2030. À l'échelle française, selon l'Institut Rousseau, le surinvestissement devrait atteindre 57 milliards d'euros par an (2 % du PIB) pour respecter les objectifs 2050, dont 5 milliards d'euros par an pour décarboner l'agriculture.

En conséquence, le financement de cette transition est la question à adresser d'urgence pour enclencher les changements systémiques, seuls à même de générer les impacts nécessaires. **Il existe trois chantiers distincts mais bien concomitants : les outils de financement, la valorisation de la production bas-carbone, la valorisation des actions / pratiques vertueuses.**

## Les outils de financements

Paradoxalement peut-être aux yeux de certains, la finance est bien l'alliée objective de la transition environnementale, eu égard à la gestion des risques. Les outils de financement intègrent d'ores et déjà les externalités environnementales de la production car il s'agit d'un élément de risque à moyen / long terme. Au-delà, sont aussi prises en compte les dimensions sociales et gouvernance. Le tout formant une grille de lecture dite « ESG » (environnement, social, gouvernance) qui bonifie déjà les financements au profit des acteurs les plus vertueux. Une condition néanmoins : comme tout élément de risque, la normalisation de la mesure est un préalable.

## La valorisation de la production bas-carbone

Sauf exception, la production bas-carbone engendre des surcoûts, tant au stade agricole que transformation agro-alimentaire. En l'état, la structuration des marchés, l'exposition à une concurrence parfois mondiale et le consentement à payer de la demande finale rend difficile la valorisation de la production bas-carbone. Ce qui est pourtant indispensable à terme.

## La valorisation des actions / pratiques vertueuses

L'idée est partagée : l'agriculture est à la fois une partie du problème environnemental ET une partie de la solution, via des pratiques agricoles spécifiques (capture du carbone) ou des services environnementaux (PSE). Dans les deux cas, la condition au développement passe à la fois par une meilleure connaissance des opportunités (encore insuffisante pour les PSE) et par une meilleure rémunération, levier majeur pour changer d'échelle. C'est notamment l'enjeu de rapatrier la compensation carbone sur le territoire national pour en accroître la valeur.

---

### Recommandation 12

## Accroître fortement la R&D « transition environnementale »

**L'enjeu de la transition environnementale et d'une production bas-carbone justifie d'un effort de recherche & développement singulier.** En la matière, il est urgent de changer d'échelle, préalable à un changement en profondeur des pratiques de production. Seul

un mécanisme de type crédit impôt recherche spécifique à la transition environnementale (et incitatif) peut atteindre cet objectif.

### Recommandation 13

## Aligner les échelles de temps de la transition environnementale (en amont) et des contrats (en aval)

**La modification des pratiques (agricoles ou agro-alimentaires) induit souvent d'inscrire la production dans le temps long.** À l'autre bout de la chaîne de valeur, au stade de la mise en marché, la temporalité est généralement bien plus courte. Il y a ici un premier « conflit » d'échelle de temps auquel peuvent se rajouter ponctuel-

lement les aléas spécifiques à la production agricole. En ce sens, il serait judicieux d'aligner davantage les échelles de temps. En clair d'allonger autant que possible les contrats commerciaux.

## Recommandation 14

# Créer les conditions d'un marché carbone réellement rémunérateur

**L'agriculture française n'est aujourd'hui pas le « piège à carbone » qu'elle pourrait être. En cause : la valorisation de la tonne de carbone compensée qui demeure trop basse.** L'exploitant agricole qui devrait récupérer de 60 à 70 euros la tonne pour justifier de pratiques spécifiques (par exemple la généralisation des couverts végétaux) est ainsi en concurrence avec des programmes de reforestation à moins de 10 euros la tonne à des milliers de kilomètres de là. Pour créer les conditions d'un marché carbone rémunérateur pour la Ferme France, il est nécessaire de faire croître la demande pour une compensation de carbone locale : seul levier pour porter le prix à un

niveau suffisamment incitatif. Et donc produire des effets ! L'idée est ici de flécher les budgets de compensation sur les territoires d'émission. En l'espèce à l'échelle française ou européenne. Mécaniquement, la valeur de la tonne de carbone progressera et l'intérêt des agriculteurs avec. *A minima*, il serait utile de rendre publics les programmes de compensation (lieux et coûts). À terme, cette communication aurait probablement pour conséquence une redirection des budgets de compensation.

## Recommandation 15

# Corréler le prix (monétaire) et le coût (environnemental) de l'alimentation, possiblement sous forme de bonus/malus

**Le prix des produits alimentaires ne reflète pas aujourd'hui leur coût environnemental. À terme, cette re-corrélation entre prix et coût est indispensable.** Inévitable même. Plusieurs voies sont possibles avec une graduation de coercition / pénalisation. Le moins engageant pourrait être, dans un premier temps, un simple double affichage des prix : d'un côté, le prix réellement payé par le client ; de l'autre, le prix intégrant le coût environnemental. La vertu de ce système (déjà testé en Allemagne dans un supermarché Penny) : sensibiliser le client sur la réalité du coût environnemental de sa consommation.

**Plus engageant (et probablement seule voie pour un changement structurel) : une fiscalité environnementale incitative car le prix est toujours un puissant levier de modification de la demande.**

Deux chemins s'ouvriraient alors : pénaliser les produits dont l'empreinte carbone est élevée (une « taxe sur le carbone ajoutée ») ; ou favoriser les offres plus vertueuses. Reste à imaginer le chemin de crête entre d'un côté un consentement à payer plus cher qui n'existe guère (et encore moins à court terme, ce qui condamne toute fiscalité punitive) et, de l'autre, une fiscalité avantageuse (par exemple une TVA à 0 % sur des produits vertueux), ce que les finances publiques ne peuvent se permettre. D'où l'idée d'un mécanisme de type bonus / malus, à iso-fiscalité, pour néanmoins flécher les achats. Et ce qui serait mis en place au stade des produits finis pourrait l'être également en amont, par exemple sur le financement des entreprises (bonus/malus selon l'éco-vertu).

## FAIRE DU CONSOMMATEUR UN ALLIÉ DANS LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE DE L'ALIMENTATION

**L**a consommation alimentaire est l'activité humaine la plus communément partagée. Simplement car indispensable à la vie ! **En ce sens, l'alimentation est à la fois une source avérée de diffusion de gaz à effet de serre (production, transformation, transport) ET un levier de correction majeur en raison du nombre d'acteurs concernés (chaque consommateur) et de la répétition (chaque prise alimentaire).** Mieux que pour n'importe quel autre secteur économique, la logique « des petits ruisseaux » s'applique à la filière alimentaire. L'objectif est donc ici de faire du consommateur un allié dans la transition environnementale. Trois chantiers principaux doivent être adressés pour modifier l'empreinte environnementale de l'alimentation.

**> Le contenu / le produit :** l'empreinte est la conséquence du mode de production, de la nature du produit (animal ou végétal), du lieu de production, du niveau de

transformation et de la qualité environnementale des flux.

**> Le contenant / l'emballage :** l'empreinte environnementale peut varier selon la nature et la quantité d'emballage ainsi que selon la réalité de sa recyclabilité.

**> La production non consommée / le gaspillage :** selon les estimations, de 30 à 40 % de la production alimentaire (incluant la matière première) seraient non consommés. Un gaspillage économique mais également environnemental : toute production, même non utilisée, est en effet génératrice de gaz à effet de serre.

Adresser ces trois sujets suppose deux mouvements qui s'auto-alimentent l'un l'autre : la modification de l'offre ET la modification de la demande. Une valse à deux temps où la vitesse de l'une ne peut être fondamentalement différente de la vitesse de l'autre.

**Les metteurs en marché (la distribution comme la restauration) ont en la matière une responsabilité immense : participer à la modification de l'offre (par leurs politiques marchandises) et créer les conditions de la modification de la demande. A minima par la sensibilisation et l'information ; au mieux en la stimulant.**

Naturellement, leur propre activité contribue aussi à l'émission de GES mais, dans l'addition finale, elle ne représente qu'une proportion modeste comparée au « poids carbone » intrinsèque du produit alimentaire. En « végétalisant » ses menus, un restaurateur aura ainsi un impact supérieur qu'en modifiant profondément ses propres process. Il en va de même pour une enseigne de distribution qui privilégie véritablement, pour ses achats, des produits locaux, durables ou de saison.

De même, ces acteurs peuvent / doivent être les déclencheurs de l'adoption de nouvelles habitudes : réduction des emballages, produits vendus en vrac, contenants consignés, etc. Certains de ces sujets pourraient donner lieu à des chantiers collectifs à l'échelle d'une profession avec comme effet une accélération de la transition des comportements (*recommandation 17*).

Dans tous les cas, dans l'ambition d'une consommation rendue plus vertueuse, les consommateurs doivent être guidés, orientés, stimulés. Pour ce faire, il est nécessaire de combiner des éléments de fléchage objectifs (scores environnemental, *recommandation 16*) et des symboles parfois anecdotiques en apparence mais qui sensibilisent le citoyen-consommateur et le renvoie à sa propre responsabilité dans la transition (*recommandation 18*).

---

## Recommandation 16

# Favoriser l'émergence (et la standardisation) d'un repère de produits à faible impact

**Tous les produits ont une empreinte environnementale. Laquelle doit / peut devenir un élément constitutif du choix (éclairé) du consommateur.** Et, pourquoi pas, un support à la valorisation d'un produit vs un autre. Pour ce faire, deux chantiers : 1/ normer les allégations (que vaut exactement, vue du consommateur final, une production annoncée comme « carbone neutre » ?) ; 2/ faire émerger un référentiel incontestable (Planet-score, Éco-score, etc.), appuyé par un référentiel d'informations également incontestable (par exemple Univers Alim initié par NumAlim). L'idée n'étant pas nécessairement d'en faire un élément de communication « on-pack » (déjà chargé) mais à tout le moins une information disponible. Le digital per-

mettant la mise à disposition de cette information. Le mode d'élevage doit être sorti de ces référentiels, et la bien-traitance animale, être examinée en-dehors des considérations environnementales.

Ce score environnemental aurait vocation à devenir la boussole d'une consommation qui, petit à petit, se ferait plus responsable. Il permettrait aussi de nourrir, aux yeux des consommateurs, le récit d'une transition dont il serait un acteur par ses choix plus éclairés. Une condition : que les algorithmes établissant ce score soient publics pour guider les acteurs sur la voie d'une amélioration.

## Recommandation 17

# Ouvrir des chantiers collectifs à l'échelle d'une profession (pour accélérer la transition)

Certains chantiers ne sont aujourd'hui pas engagés car, pour celui qui s'y aventurerait seul, le risque ou le coût pourrait être rédhibitoire et/ou créer une situation de distorsion concurrentielle. Pour incarner et assumer leur responsabilité, les acteurs d'une même profession (via leurs organisations représentatives) pourraient / devraient ouvrir des chantiers collectifs. Un exemple : si l'ensemble des enseignes du commerce s'attaquaient conjointement à la forêt de plastique que constituent les rayons viennoiserie (croissants, pains au

chocolat, etc.), nul doute que le dossier avancerait plus rapidement (et plus visiblement aux yeux des consommateurs) que les initiatives isolées que l'on peut observer aujourd'hui. L'idée n'étant pas de ralentir des acteurs plus engagés (qui le seront quoi qu'il en soit) vs leurs concurrents, mais de donner des signes visibles et tangibles qu'une transition est vraiment enclenchée. Ce qui est toujours un préalable à l'accélération d'un mouvement.

## Recommandation 18

# Sensibiliser le consommateur à la valeur / la force de ses choix : des symboles à mettre en place

**Qu'il s'agisse de nature de produits, d'origine ou d'emballages, par exemple, le bilan carbone d'un consommateur peut être très différent selon ses choix.** . Pour espérer modifier les comportements, il est toujours indispensable de sensibiliser aux conséquences des comportements. C'est tout l'intérêt des symboles !

En la matière, les traductions concrètes imaginables sont nombreuses et impossibles à lister avec précision. Le principal étant, pour les metteurs en marché, d'assumer leur responsabilité dans cette sensibilisation. Il peut s'agir d'indiquer les kilomètres parcourus par un produit ou son bilan carbone lorsqu'il est disponible

(et comparable avec un produit similaire), de pointer les produits de saison (mais aussi ceux qui ne le sont pas !), de permettre de se débarrasser des sur-emballages une fois l'encaissement réalisé, etc. Le ticket de caisse pourrait même être le support d'une partie de ces informations. Pourquoi ne pas envisager qu'il indique le poids d'emballage du panier ? Ou le rapport entre poids des produits et poids des contenants ? Ou encore la part d'emballage réellement recyclable ? Etc. Une telle initiative permettrait à terme de donner une valeur à l'emballage.

## Recommandation 19

# Quatre mesures à effet immédiat contre le gaspillage

**Fléau économique ET environnemental, le gaspillage peut encore être diminué (des progrès objectifs ont été enregistrés depuis la loi Garrot en 2016).**

Pour ce faire, quatre mesures à effet immédiat :

**> Harmoniser les dates de consommation sur les produits alimentaires**, dates qui peuvent être différentes suivant les marchés (pour un même produit).

**> Cesser les communications en magasin sur des dates de retrait anticipées** : la « fraîcheur » (que véhicule en sous-jacent l'idée même d'un retrait anticipé) a pour prix une élévation potentielle du niveau de gaspillage puisque les produits sortent du circuit classique. Pire : l'idée se diffuse de l'intérêt d'un raccourcissement des durées de consommation des produits alimentaires alors que, sauf exception (viande fraîche par exemple), c'est l'objectif inverse qu'il faudrait poursuivre.

**> Communiquer dans les rapports RSE les niveaux de « casse » (démarque) générés par l'activité.** En rendant publique cette donnée qui ne l'est pas (les rapports RSE sont aujourd'hui un recueil de bonnes pratiques davantage qu'une photographie précise de l'empreinte de l'entreprise), les entreprises concernées seraient nécessairement plus engagées dans la réduction de cet indicateur !

**> Généraliser la pratique dite du « doggy bag » dans la restauration.** Deux dimensions : économique bien sûr, mais aussi symbolique (l'alimentation est précieuse elle ne se gaspille pas).

## Recommandation 20

# S'inspirer de pratiques existantes (ou ayant existé) pour engager des initiatives à impact

En voici cinq (parmi tant d'autres), sélectionnées par les membres du Think Tank pour une raison principale : à un degré ou un autre, elles sont inspirantes. Bien sûr, aucune n'est destinée à être reproduite en l'état. Mais, par analogie, chacun (de la production à la mise en marché) peut y trouver matière à réflexion et à initiatives. Le sujet de la transition environnementale est trop vaste et complexe pour ne pas regarder ailleurs ! Inspirez-vous...

## INSPIRATION #1

# Réduction des émissions de méthane par l'alimentation des vaches laitières (Ecométhane Bleu Blanc Cœur)

### C'EST QUOI ?

**La démarche « éco-méthane » initiée par l'association Bleu Blanc Cœur vise à réduire les émissions de méthane par les ruminants lors de la digestion.**

Concrètement, il s'agit de modifier la ration alimentaire en intégrant des végétaux riches en oméga 3 (herbe pâturée, lin, luzerne), ce qui a comme conséquence rapide d'améliorer significativement la digestion des animaux. Lancée en 2011, la démarche a été reconnue par le ministère de l'Environnement en France et par les Nations Unies en 2012

### POURQUOI C'EST INSPIRANT ?

**La démarche est inspirante pour trois raisons.** En premier lieu son impact. Les émissions de méthane des ruminants contribuent à environ la moitié de l'empreinte carbone d'un élevage laitier. Ensuite, elle est appuyée sur un socle scientifique étayé qui permet notamment de mesurer la quantité de méthane non émis par les vaches laitières. Enfin, le couplage avec une incitation financière pour les éleveurs susceptibles de bénéficier de PSE (paiements pour services environnementaux).



## INSPIRATION #3

# L'affichage du poids carbone produit par produit (Leclerc Templeuve)

### C'EST QUOI ?

**L'initiative a une dizaine d'années et a duré quelques mois.** Pour chaque produit, l'hypermarché Leclerc indiquait à la fois le prix ET son poids carbone (avec évidemment les approximations de l'époque). Ce qui permettait au final d'obtenir un poids carbone total sur le ticket de caisse.

### POURQUOI C'EST INSPIRANT ?

Initiative doublement inspirante parce qu'elle acculturait les clients à l'idée que tous les produits ont une empreinte environnementale. Ensuite, elle permettait de comparer les produits entre eux sur ce critère (et notamment sur l'emballage).

## INSPIRATION #2

# Le double affichage des prix, impact environnemental compris (Penny)

### C'EST QUOI ?

En 2020, Penny, une enseigne allemande de discount, a testé le double affichage des prix sur une poignée de produits. Le prix sur fond rouge ? Celui qui va réellement être facturé aux clients. Sur fond vert ? Le prix impact environnemental compris.

### POURQUOI C'EST INSPIRANT ?

Penny s'est lancé un objectif ambitieux et... indispensable : faire la pédagogie du coût des externalités. Une étape indispensable pour sensibiliser le consommateur aux conséquences environnementales de ses choix et préalable au changement d'habitudes.



## INSPIRATION #4

### Les paniers anti-gaspi (toutes enseignes)

#### C'EST QUOI ?

L'idée est de rassembler (généralement sous forme de « surprises ») les produits invendus des rayons fruits et légumes, très sensibles à la démarque. Les « paniers » sont vendus à petit prix, comparé à leur équivalent classique (généralement un tiers du prix).



#### POURQUOI C'EST INSPIRANT ?

En donnant une dernière chance à ces produits en fin de vie (ou abimés), les enseignes remplissent à la fois une obligation réglementaire (ne plus jeter), évitent le gaspillage et permettent des économies à leurs clients. Une initiative qui additionne vertus économique et écologique et qui devrait devenir une évidence. En distribution comme en restauration.

## INSPIRATION #5

### Indiquer les fruits et légumes de contre saison (Casino)

#### C'EST QUOI ?

L'initiative est récente : 2022. Casino a développé un baromètre de la saisonnalité dans ses rayons fruits et légumes, indiquant à ses clients si le produit est en cœur de saison, en début/fin de saison ou carrément hors-saison (couleur rouge à l'appui).

#### POURQUOI C'EST INSPIRANT ?

Les commerçants, comme les restaurateurs, ont une responsabilité dans la modification des pratiques de consommation. Ils ont, par principe, un effet sur l'offre. Soit en assumant une forme de radicalité (ne plus vendre de fraises en janvier, comme Carrefour l'a tenté avant de revenir en arrière), soit en maintenant le libre-choix de leurs clients tout en l'éclairant. Et l'initiative a d'autant plus de valeur (comme ici) lorsque le commerçant accepte ce qui s'assimile finalement à une... dévalorisation de l'offre.







# THINK TANK AGROALIMENTAIRE

.....  
[vu.fr/TTAGRO-ECHOS](http://vu.fr/TTAGRO-ECHOS)  
.....

Contact : Valérie ROCCA  
[vrocca@lesechosleparisien.fr](mailto:vrocca@lesechosleparisien.fr)  
01 87 39 76 99

 #TTAGRO\_ECHOS

En partenariat avec

 **accenture**

 **FIDAL**



**invivo**

**LABEYRIE**  
FINES FODDS

 **pwc**

Partenaire média et contenu

 **La France Agricole**

Organisé par  
**Les Echos  
Le Parisien**  
ÉVÈNEMENTS