

Synthèses Atelier 4

Rapport sociétal à l'alimentation

Synthèse des étudiants

L'atelier s'est déroulé en deux temps : la présentation de l'initiative du Groupe Casino concernant le bien-être animal, puis un débat créatif entre les intervenants. L'initiative du Groupe Casino a été lancée suite à la demande des consommateurs souhaitant avoir plus d'informations sur les produits qu'ils consomment et en particulier concernant le bien-être animal. Le distributeur a créé une association afin de mettre en place un système d'étiquetage reflétant le niveau de bien-être des animaux derrière les produits consommés. C'est une échelle basée sur 230 critères d'évaluation de l'ensemble de la vie de l'animal (élevage, alimentation, transport, abattage, ...). Ces critères sont évalués par un système d'audit afin que l'information soit officielle, publique et validée par l'ensemble des acteurs de la filière.

La forme même de l'initiative peut être remise en question : un scoring est-il véritablement pertinent ? de même que son contenu : est-ce une information importante pour les consommateurs ? N'y a-t-il pas d'autres informations à communiquer en priorité comme celles relatives au bien-être des agriculteurs ? Enfin, est-il pertinent d'ajouter une nouvelle information pour les consommateurs qui disposent déjà d'un certain nombre d'informations (tri, provenance, etc...) et auxquelles ils ne prêtent pas systématiquement attention. Les matières premières d'un agriculteur peuvent mettre plusieurs mois à être transformées en produit fini et ces temps long doivent être pris en compte dans l'évaluation des filières. Ces décalages de temps sont également à prendre en compte dans les problématiques de transitions : il faut laisser le temps aux agriculteurs d'effectuer des transitions.

Il est également essentiel de prendre en compte l'aspect socioculturel de ses problématiques : comment accompagner le consommateur citoyen ? Eduquer un consommateur via des étiquetages n'est peut-être pas la manière la plus efficace si l'on se fie par exemple à l'efficacité du système de tri des emballages actuel qui est trop peu respecté. Il pourrait être intéressant de mettre en place une fondation d'utilité publique sur le lien à l'alimentation afin de sensibiliser les consommateurs efficacement et de les impliquer. En ce sens, afin d'impliquer les consommateurs dès le plus jeune âge, il serait intéressant de remettre en place les programmes de classes vertes dans le but de faire découvrir le milieu rural aux enfants et les sensibiliser aux enjeux socio-environnementaux de l'alimentation. Toujours dans le but de sensibiliser les jeunes, il pourrait être intéressant de faire passer des messages ludiques au travers des jeux vidéo dont certains sont en lien avec l'agriculture et sont très populaires aujourd'hui.

L'efficacité du système même de l'éducation des consommateurs peut être remis en question : il suffirait peut-être de rapprocher les producteurs et les consommateurs. Par exemple les circuits courts permettent de renouer la communication entre consommateurs et agriculteurs, de retrouver un lien direct avec des choses concrètes comme le processus de production ou bien la provenance des produits et les consommateurs est mieux sensibilisé.

Enfin, une dernière dimension a été abordée : celle des distributeurs. Il pourrait être pertinent de faire en sorte que les distributeurs s'engagent et choisissent de mettre dans leur rayon uniquement des produits sélectionnés et répondants à des critères sélectifs.

Synthèse de l'animatrice

Excellence : Casino. Initiative d'étiquetage sur le bien-être animal. Problématique : Quelle information communique-t-on auprès du consommateur pour qu'il achète de manière plus responsable ?

Question 2 : Quelle initiative les parties prenantes peuvent développer pour orienter le consommateur vers une consommation de l'alimentation plus responsable sur des thématiques plus large que le bien-être animal ? (gaspillage alimentaire, emballages, etc.)

Recommandations finales des experts :

- **Mathieu Riché** : Instaurer des classes vertes pour sensibiliser les enfants (surtout citadins) à la manière dont est produit leurs aliments, au travail des agriculteurs, etc.
 - + Mettre en place un service universel où l'on passe du temps dans une exploitation agricole, chez un producteur ou autre
 - + Créer une fondation sur l'alimentation
- **Delphine Descamps** : faire une campagne publicitaire choc sur le fait que notre mode de consommation tue des agriculteurs, sur le modèle des campagnes de prévention routière
- **Mme Moron (bouchère à Orléans)** : même idée de communication choc pour sensibiliser. Propose d'afficher sur sa boucherie le nombre d'agriculteurs qui se sont suicidés pour faire prendre conscience. « Avant de parler de bien-être animal, il faut parler de bien-être des agriculteurs ».
- **Corinne Perrin** : il y a la responsabilité des acteurs de la filière mais aussi celle des consommateurs. Il faut les aider à jouer leur rôle, notamment dans le tri (marge de progrès encore importante)
- **Sébastien Méry** : se tourner vers des bio matériaux locaux et durables pour les emballages
- **Philippe Droin** : Faire un jeu video qui éduque le consommateur et les confronte aux impacts liés à ses habitudes alimentaires
 - + l'éducation est la clé : également en faveur de la généralisation des classes vertes
- **Laurent Muratet**, expliquer comment est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière
- **Valentin Fournel**, Travailler sur des pistes pour choisir le bon emballage pour le bon aliment.

Recommandations les + likées :

- 1) Expliquer comment est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière
- 2) Faire un jeu vidéo qui éduque le consommateur et les confronte aux impacts liés à ses habitudes alimentaires
- 3) Créer une sorte de service universel sur l'alimentation

Autres recommandations (du public) :

- Donner des indicateurs aux conso (nutriscore par ex) et les éduquer sans les infantiliser
- Faire une note globale affinée par un qr code détaillant les différents points : bien-être animal, nutriscore, etc.
- Apporter un message choc sur la provenance des produits alimentaires
- Propagande publicitaire du manuel du bon consommateur
- Afficher un indicateur du bien-être de l'agriculteur
- Généraliser une approche qui parle de l'impact de la consommation et qui implique le consommateur (par exemple, c'est qui le patron...)
- Remettre en place les consignes en verre
- Donner une nouvelle vie aux emballages (recyclage)
- Utiliser les nouvelles techno (qr code ou autres) pour recréer du lien qui incitera ensuite à aller sur le terrain.

Idées du public pendant le débat :

- Travailler avec les professionnels de la santé pour connaître les besoins nutritionnels du consommateur
- Mettre en avant les producteurs dans la communication de l'entreprise : portraits, vidéos, proposer des visites de ferme
- Rôle de la distribution dans le choix de l'assortiment/l'offre ? Exemple de Monoprix qui ne vend plus que des œufs en plein air
- Adapter l'alimentation aux rythmes et aux besoins des consommateurs/ Produire en fonction des besoins
- Prioriser les critères de choix, puis faire en sorte que les distributeurs s'engagent à proposer uniquement des produits respectant au moins le premier critère

Les grandes thématiques qui sont revenues dans cet atelier :

✓ **L'éducation à l'alimentation :**

- Ouvrir les exploitations au public
- Systématiser les classes vertes
- Insérer dans le service universel une visite d'exploitation, chez un industriel de l'alimentation ou autre acteur de la filière
- Développer un jeu vidéo éducatif pour comprendre comment est produit un aliment
- Mettre en place une fondation à l'alimentation qui pourrait promouvoir le volet éducation

- ✓ **Transparence/ Information du consommateur :**
 - Mettre en place un étiquetage clair, unique et contrôlé pour mettre en avant les vraies bonnes initiatives
 - Afficher les chiffres réels de la part de la production française
 - Afficher clairement les objectifs que s'est fixés l'industriel, qu'il soit audité et qu'il se tienne à ses engagements (par exemple, engagement sur un % de matières premières françaises qui va crescendo dans le temps)
 - Donner des explications au consommateur sur la manière dont est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière
 - Donner des indicateurs aux conso (nutriscore par ex) et les éduquer sans les infantiliser
 - Faire une note globale affinée par un qr code détaillant les différents points : bien-être animal, nutriscore, etc.
 - Afficher un indicateur du bien-être de l'agriculteur

- ✓ **Rôle à jouer des entreprises pour aller vers un modèle d'alimentation plus durable :**
 - S'inscrire dans le long terme et valoriser les savoir faire (pour ensuite faire de la qualité)
 - Se fixer des objectifs clairs et communiquer dessus (par exemple, engagement sur un % de matières premières françaises qui va crescendo dans le temps)
 - Devenir entreprise à mission et le diffuser dans sa stratégie
 - Innover, prendre des risques, tester pour aller vers plus de qualité
 - Faire des partenariats (avec les agriculteurs notamment)
 - Se tourner vers des bio matériaux locaux et durables pour les emballages
 - Rôle de la distribution dans le choix de l'assortiment/l'offre ? Exemple de Monoprix qui ne vend plus que des œufs en plein air
 - Prioriser les critères de choix, puis faire en sorte que les distributeurs s'engagent à proposer uniquement des produits respectant au moins le premier critère

- ✓ **Valoriser les agriculteurs**
 - Ouvrir les exploitations
 - Faire des partenariats industriels-agriculteurs
 - Obliger un minimum de contractualisation entreprises/ agriculteurs – coopératives
 - Faire une campagne publicitaire choc sur le fait que notre mode de consommation tue des agriculteurs, sur le modèle des campagnes de prévention routière
 - Parler de bien-être agriculteur avant de parler de bien-être animal
 - Expliquer comment est construit le prix du produit et quelle part revient à chaque acteur de la filière (notamment l'agriculteur)
 - Mettre en avant les producteurs dans la communication de l'entreprise : portraits, vidéos, proposer des visites de ferme
 - Xavier Corval d'Eqosphère n'a pas pu venir mais dans notre échange de préparation de l'atelier, il évoquait leur travail sur la réduction du

gaspillage alimentaire qui les amènent à travailler sur le revenu des agriculteurs (baisser les quantités de nourriture, augmenter la qualité de la nourriture et le revenu des agriculteurs)