



A Montpellier SupAgro
Amphi LAMOUR
(8h45 - 16h00)



Mardi 19 mars 2019

Des chartes aux labels : construire et rendre visible la qualité agro-écologique

Colloque organisé par la Chaire AgroSYS, avec le soutien de Montpellier SupAgro - Evènement labellisé PNA

AgroSYS
Ingénierie pour des AgroSystèmes Durables

Montpellier
SupAgro



Contenu des interventions

Session 1 : Comprendre les attentes et perceptions des consommateurs

► Comprendre et anticiper les grandes tendances de la consommation

Julia GASSIE, chargée de mission Veille et alimentation (MAA - Centre d'études et de prospective)

Les sociétés contemporaines se caractérisent par des changements de plus en plus rapides, tant des organisations collectives que des comportements des acteurs. Nombreuses sont les tendances à l'œuvre qui impactent les pratiques alimentaires, en particulier pour les couches moyennes : urbanisation, individualisation, accélération des rythmes de vie, nouveaux rapports à la nature, développement des enjeux de santé, volatilité des préférences, etc. Pour mieux comprendre et anticiper les changements à venir, le Centre d'études et de prospective du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a publié récemment plusieurs travaux identifiant et détaillant les principales dynamiques sociétales et alimentaires, aux échelles mondiale et nationale. Parmi ces travaux, une étude prospective sur les comportements alimentaires de demain, diffusée en 2017, a permis de décrire seize tendances alimentaires. De natures différentes, ces tendances peuvent être regroupées en quatre grands ensembles. Ce sont tout d'abord de nouveaux enjeux et préoccupations autour de la santé, du bien-être et de la naturalité, portés notamment par la valorisation de la performance individuelle et de l'esthétique du corps, la lutte contre le vieillissement, la distanciation croissante entre le mangeur et les acteurs de la production, et une évolution profonde et rapide des rapports à l'animal. Se distinguent également de nouvelles pratiques d'achat et de consommation, en lien avec l'accélération sociale, l'individualisation, le développement des outils digitaux, mais également avec le souhait d'être acteur de sa consommation alimentaire. Par ailleurs, un ensemble de tendances oscille entre mondialisation et antimondialisation, entre le souhait d'avoir le monde dans son assiette et la recherche de proximité géographique et relationnelle, d'authenticité. Enfin, la quête de sens se construit notamment autour d'une demande croissante de « transparence » et de la montée des préoccupations de durabilité.

Références complémentaires :

- *Étude prospective sur les comportements alimentaires de demain et élaboration d'un dispositif de suivi des principales tendances de consommation à destination des entreprises de la filière alimentaire*

- Ensemble des livrables : <https://agriculture.gouv.fr/etude-prospective-sur-les-comportements-alimentaires-de-demain>
- Analyse n°97 *Comportements alimentaires de demain : les tendances à 2025 et leur diffusion aux acteurs de la filière* <https://agriculture.gouv.fr/comportements-alimentaires-de-demain-les-tendances-2025-et-leur-diffusion-aux-acteurs-de-la-filiere>
- Article dans la revue *Notes et études socio-économiques* « Anticiper les comportements alimentaires de demain : un outil de sensibilisation destiné aux acteurs de la filière alimentaire » <https://agriculture.gouv.fr/notes-et-etudes-socio-economiques-ndeg-43>

- *MOND'Alim 2030. Panorama prospectif de la mondialisation des systèmes alimentaires*

- ouvrage : <https://agriculture.gouv.fr/mondalim-2030-panorama-prospectif-de-la-mondialisation-des-systemes-alimentaires>
- Analyse n°100 *MOND'Alim 2030 : un regard prospectif sur la mondialisation des systèmes alimentaires*



<https://agriculture.gouv.fr/mondalim-2030-un-regard-prospectif-sur-la-mondialisation-des-systemes-alimentaires-analyse-ndeg-100>

- Analyse n°103 *Les conduites alimentaires comme reflets de la mondialisation : tendances d'ici 2030* <https://agriculture.gouv.fr/les-conduites-alimentaires-comme-reflets-de-la-mondialisation-tendances-dici-2030-analyse-ndeg103>



- Document de travail *Transformations sociales et grandes tendances alimentaires* <https://agriculture.gouv.fr/transformations-sociales-et-grandes-tendances-alimentaires-document-de-travail-ndeg13>

► Une synthèse des études sur les relations consommateurs-écolabels

Lucie SIRIEX, professeure de marketing et comportements du consommateur (Montpellier SupAgro)

La plupart des études montrent qu'une majorité de consommateurs se déclarent sensibles aux questions de préservation de l'environnement, favorables aux écolabels, prêts à acheter des produits éco-labellisés, et pour certains, prêts à payer davantage pour ces produits. Cependant le niveau d'achat de produits éco-labellisés reste faible, ce qui semble révéler un « fossé attitude-comportement ».

Plusieurs facteurs explicatifs sont proposés par les recherches : facteurs liés aux consommateurs (manque de connaissances, faible implication), à leurs relations avec les labels (problème de visibilité, de compréhension, de confiance), et aux labels eux-mêmes (crédibilité de la source, design des labels). D'autres facteurs peuvent influencer les relations consommateurs-écolabels et provoquer de la confusion : le nombre croissant de labels - complémentaires ou concurrents ou redondants-, la multi-labellisation sur un même produit, ou l'association sur un même produit entre un ou des labels et une marque.

Sur la base de telles études, des préconisations peuvent être faites pour améliorer la perception, la compréhension et l'utilisation des labels. Cependant, le recours aux labels par les consommateurs pour leurs choix de produits ne doit pas être surestimé. Par ailleurs, le fossé attitude-comportement peut être questionné.

Session 2 : De l'écoconception à la communication environnementale

► Adopter le mode de pensée « cycle de vie »

Philippe ROUX, titulaire de la Chaire ELSA-PACT (IRSTEA)

Vouloir évaluer les impacts environnementaux d'un produit ou d'un service en ne focalisant que sur ce qui est visible lors de son utilisation est souvent beaucoup trop réducteur. En effet, de nombreux impacts ont eu lieu en amont (ex. : extraction de matières premières et de ressources naturelles, usines de transformations primaires, transport sur le lieu d'utilisation, production d'électricité, etc.). De la même manière, la fin de vie du produit en question peut elle aussi générer de multiples effets sur l'environnement, suivant par exemple qu'il est mis en décharge, valorisé énergétiquement, recyclé ou réutilisé.



Adopter un mode de penser « cycle de vie », c'est avoir la volonté d'une vision plus holistique des impacts environnementaux et sociaux d'un produit ou d'un service sur l'ensemble de son cycle de vie, c'est à dire de l'extraction des matières premières jusqu'à sa fin de vie. L'Analyse de Cycle de Vie (ACV) est la méthode qui vient supporter cette vision afin d'engager des démarches d'écoconception. L'ACV permet ainsi de calculer pour toutes les étapes du cycle de vie de nombreux indicateurs relatifs aux impacts sur les écosystèmes (i.e. sur la biodiversité), sur la santé humaine et sur les ressources pour les générations futures. A noter qu'un bilan carbone ou une empreinte eau sont des déclinaisons « monocritères » de l'ACV.

L'ACV est une méthode reconnue par une série de normes internationales (ISO 14040-46) et qui a été adoptée par de très nombreuses agences environnementales (ADEME, AFB, EPA, Commission Européenne JRC, etc.) comme méthode de référence pour l'éco-étiquetage, la labélisation et l'écoconception de produits et service.

Le Cycle de Vie d'un produit agricole (ex. pomme)



Philippe Roux, Ingénieur de Recherche Irstea au sein du pôle ELSA, titulaire de la Chaire ELSA-PACT, nous présentera cette approche et la méthode ACV avec des illustrations concrètes. Il fera un point sur les derniers développements

scientifiques ainsi qu'une mise en perspective de l'ACV au sein des autres méthodes d'évaluation environnementales et notamment les approches orientées « sites » telles que les études d'impacts.

Références complémentaires :

<http://www.elsa-pact.fr>

<http://www.elsa-lca.org>

- Lien vers une plaquette sur l'ACV à destination des entreprises : <http://www.elsa-pact.fr/notre-politique-de-diffusion/guide-acv/>

- Liens de 3 vidéos pédagogiques :

- **Comprendre la Pensée Cycle de vie et l'ACV** : <https://youtu.be/iHq0LioDFwg>
- **ACV et aide à la décision publique - Application au cas de l'eau** : <https://youtu.be/XI-HRBpOic0>
- **L'ACV dans l'entreprise** : <https://youtu.be/n-2t10W-tcw>

► Promouvoir l'écoconception dans les entreprises agricoles et agro-alimentaires

Vincent COLOMB, ingénieur évaluation environnementale et éco-conception, filières alimentaires (ADEME)

L'ADEME avec ses partenaires de la recherche et des instituts techniques a produit de nombreuses références sur la performance environnementale des productions agricoles et alimentaires ces dernières années. Le programme AGRIBALYSE a développé une base de données d'Analyse de Cycle de Vie, des travaux ont porté sur l'agro-écologie, la performance énergétique de l'industrie, la logistique, les emballages, etc.

En parallèle les initiatives se multiplient pour offrir des produits alimentaires « bon pour vous et bon pour la planète » aux consommateurs. Labels, chartes, plans de filière, politique achat responsable etc. L'importance du rôle des filières fait consensus dans la perspective de faire évoluer le système agricole et alimentaire, et de répondre aux enjeux de durabilité. Le développement de toutes ces démarches révèle la prise de conscience des professionnels et des consommateurs, mais amène aussi de la confusion, et le questionnement sur la plus-value réelle de chaque initiative. Les démarches manquent parfois d'indicateurs objectifs, les périmètres ne garantissent pas toujours que

les enjeux environnementaux principaux sont traités.

Le programme GreenGo développé par l'ADEME aide les entreprises à se saisir de la question de la performance environnementale et globale de leurs produits. Vincent Colomb, animateur du programme, présentera les derniers outils pédagogiques développés par l'ADEME et ses partenaires. Il présentera les grandes lignes des projets pilotes en cours, les bénéfices attendus de ces démarches, et les opportunités de soutien disponibles pour le développement de nouveaux projets. Le travail en cours amènera à la formalisation d'un cadre et à la consolidation de retours d'expériences pour la diffusion plus large de l'éco-conception à l'échelle nationale dans les prochaines années.



Références complémentaires :

- **Page web AGRIBALYSE** : <https://www.ademe.fr/expertises/produire-autrement/production-agricole/passer-a-l'action/dossier/levaluation-environnementale-agriculture/loutil-agribalyser>
- **Formation** : MOOC : Vers la performance environnementale et l'écoconception dans le secteur alimentaire : <https://www.fun-mooc.fr/courses/course-v1:ademe+135002+session01/about>
- **Vidéo ludique éco-conception et agro-alimentaire** : <https://dai.ly/x512cde>

- **Demain la Terre, pour des fruits et légumes responsables plus sains, plus sûrs, pour tous**
Marc DE NALE, directeur général (association Demain La Terre)

Demain la Terre est une association de producteurs de fruits et légumes frais ou transformés, rassemblés autour d'un projet commun de développement durable. Elle a été créée en 2004 dans l'optique de rassembler des entreprises qui veulent développer une agriculture d'avenir, une **troisième voie avec l'agriculture biologique et l'agriculture conventionnelle/raisonnée, celle de l'agriculture responsable**. C'est sur cette vision partagée que l'Association s'est dotée d'un outil solide : la Charte Demain la Terre® finalisée fin 2010, après 3 ans de travail avec des experts. Cette Charte vise à apporter les preuves crédibles de cet engagement, axée sur trois priorités : **la santé, la qualité et le respect des hommes et de l'environnement**. Les producteurs membres s'attellent à sa mise en application comme outil de management durable en intégrant les objectifs de la Charte dans de nombreux aspects de leur politique, selon les trois piliers du développement durable (environnement, économie et social/sociétal). L'Association Demain la Terre est garante de la bonne application de la Charte, devenue depuis plusieurs années **la référence RSE en agriculture fruits et légumes**.

Quelques 165 producteurs sont impliqués dans la démarche, totalisant 165 000 tonnes de produits contrôlés (1,5% de la production française), que le consommateur peut identifier grâce une communication dédiée sur le produit, visible dans les différents circuits de distribution, information complétée via différentes sources digitales et par des animations sur les points de vente. Le consommateur perçoit alors bien toute l'étendue et le caractère transversal de la démarche.



Pour en renforcer les aspects environnementaux, un programme d'**écoconception** basé sur **l'analyse de cycle de vie** des produits a été initié avec le soutien de l'ADEME. L'objectif est double : mesurer l'écart potentiel d'impacts environnementaux entre un produit « standard » et un produit « Demain la Terre », et diminuer les impacts de la production des fruits et légumes. Trois entreprises pilotes, avec un à deux produits chacune, font partie du programme. Les itinéraires de production ont été analysés et les premières pistes d'écoconception identifiées. Leur mise en œuvre devrait être testée lors de la prochaine campagne de production.

Références complémentaires :

- www.demainlaterre.org
- www.facebook.com/agriculturedemainlaterre
- www.twitter.com/Demainlaterre1
- www.linkedin.com/company/associationdemainlaterre

- **Harmony, une filière connectée pour réduire l'empreinte environnementale des biscuits**
Flora SCHMITLIN, responsable du programme Harmony Europe (Mondelēz International)

Harmony est le programme européen de blé durable de Mondelēz International, né en France en 2008. Dans le but de réduire son impact sur l'environnement, l'entreprise a mesuré, via une analyse de cycle de vie de ses biscuits, que 70 % de son empreinte environnementale provient des matières premières dont le blé est le plus important en volume. Co-construit avec l'ensemble des acteurs de la filière, des experts agronomes et des ONG, Harmony repose sur le partenariat avec des agriculteurs locaux qui s'engagent à respecter un cahier des charges précis, en contrepartie d'une prime à la tonne de blé, afin de cultiver un blé plus durable dans le but de préserver la ressource en eau, les sols, favoriser la biodiversité et réduire les émissions de GES. Par exemple, ils allouent 3 % de la surface de leurs champs de blé à des fleurs mellifères ou des haies pour attirer et nourrir les abeilles et les papillons. Depuis

2016, Mondelēz International a mis en place avec son partenaire Agrosolutions, une méthodologie pour mesurer les impacts environnementaux et économiques des pratiques Harmony par rapport à une référence locale et nationale.



L'entreprise a développé l'automatisation de collecte des données terrain pour calculer et suivre 12 indicateurs de performance économique et agro-environnementale tels que la balance globale azotée, les GES, l'eutrophisation de l'eau ou encore l'acidification terrestre. Les premières analyses menées montrent que l'application des pratiques de la charte Harmony par les agriculteurs est bien corrélée à des impacts positifs au niveau agronomique, économique et environnemental. Ces résultats et analyses sont communiqués aux coopératives et agriculteurs pour nourrir cette démarche d'amélioration continue, et sont un formidable outil pédagogique pour aider la transition agro-écologique de la filière blé.

Références complémentaires :

www.harmony.info

Session 3 : Vers une logique de co-construction de la qualité agro-écologique

► Partenariat ONG/acteurs économiques sur le bien-être animal : les clés du succès

Ghislain ZUCCOLO, Directeur Général (WELFARM)

La modernisation des exploitations agricoles, après-guerre, n'a pas laissé en reste les productions animales. Les exploitations polycultures-élevage, d'une taille moyenne de 15 hectares, ont en peu de temps laissé place à des exploitations plus grandes et spécialisées, favorisant ainsi l'essor de l'élevage intensif. Sous la pression des associations œuvrant pour les animaux, l'Europe s'est dotée de textes réglementaires destinés à garantir un niveau minimal de protection animale dans les élevages. Mais depuis 2006, date de l'adoption de la directive européenne pour la protection des poulets de chair, la Commission européenne a fait le choix de ne plus être à l'initiative de nouvelles réglementations pour protéger les animaux d'élevage. Dans ce contexte, l'association Welfarm a décidé, dès 2008, d'utiliser une autre voie que législative pour obtenir des avancées en faveur des animaux. L'association s'est alors rapprochée des acteurs économiques (groupements d'éleveurs, industrie agroalimentaire, distributeurs) pour les accompagner vers une meilleure intégration du bien-être animal dans leurs pratiques. Bien qu'elle privilégie le dialogue, l'association Welfarm peut interpellier publiquement les entreprises dont l'activité a un impact sur le



bien-être animal. Mais de plus en plus souvent cette étape n'est pas nécessaire car soit les entreprises sont d'emblée ouvertes aux échanges, soit elles prennent elles-mêmes l'initiative de contacter Welfarm pour solliciter un partenariat. Le début de la collaboration avec une entreprise commence toujours par un diagnostic de ses processus opérationnels (origine et critères de ses approvisionnements ; exigences concernant l'élevage, le transport et l'abattage des animaux) ce qui permet ensuite de formuler des recommandations. L'approche

constructive de Welfarm a permis à l'association de nouer des relations suivies avec des acteurs renommés tels que le groupe Carrefour, la Coopérative D'Aucy, ou encore avec la coopérative laitière Ingrédia-Prospérité-Fermière.

Références complémentaires :

www.welfarm.fr

► Mettre en place un système de garantie participatif

Philippe PIARD, paysan dans l'Aveyron, administrateur (Nature & Progrès)

Nature & Progrès est une association de producteurs, transformateurs et consommateurs née en 1964 afin de faire reconnaître et progresser l'agriculture biologique, en opposition à l'industrialisation, à marche forcée, de l'agriculture. La recherche d'un système durable de société nourricière appuyait la démarche des fondateurs de l'association. Celle-ci est à l'origine du 1^{er} cahier des charges de l'agriculture biologique en 1972 qui a servi de base à l'élaboration du 1^{er} règlement bio européen. Outre les activités associatives des groupes locaux (organisation de foires, salons, rapprochement entre producteurs, transformateurs et consommateurs, interventions pédagogiques...), Nature & Progrès attribue sa mention aux producteurs et aux transformateurs qui respectent sa charte associative et ses cahiers des charges.



L'ensemble des adhérents est engagé dans le Système Participatif de Garantie (SPG) : professionnels et consommateurs assurent ensemble les visites de contrôle et siègent dans les commissions d'attribution de la mention Nature & Progrès. Le SPG de Nature & Progrès s'inscrit aujourd'hui dans un vaste mouvement mondial. Dans le domaine de l'agriculture biologique, l'International Federation of Organic Agriculture Movements dénombre plus de 300 000 paysans impliqués dans plus de 240 SPG.

Les SPG peuvent s'organiser de multiples manières mais tous partagent les principes suivants : **vision commune des participants** (une charte ou un référentiel commun), **transparence** du système et de ses acteurs, **confiance** dans les acteurs du système, **participation** de tous, **horizontalité** pour l'équité décisionnelle, **processus d'apprentissage** continu.

Au-delà de l'objectif de garantie, c'est véritablement l'amélioration collective des pratiques, le partage des savoirs et savoir-faire que visent les SPG. Les SPG s'inscrivent dans une démarche de réappropriation des communs, démarche qui permet aux professionnels de sortir de la certification marchande et aux consommateurs de s'investir dans la garantie des pratiques, afin de construire ensemble le mode de production souhaité.

Références complémentaires :

- <http://www.natureetprogres.org>

- Le film « Cultivons la participation » <https://vimeo.com/190220936>

► Inclure les consommateurs dans la définition de la qualité des produits : cas My Label et C'est qui le patron

Béatrice BELLINI, Laboratoire CEROS (Université Paris Nanterre)

La révolution numérique a permis l'émergence de nouveaux modes d'intégration des attentes du consommateur dans la conception des produits et services. « Co-opter la compétence du client » (Prahalad and Ramaswamy, 2000) est ainsi de plus en plus utilisé par les chefs de produits marketing au travers d'applications en ligne. L'objectif de la présentation est d'explorer comment les outils numériques peuvent aider à réinventer la relation client. Différentes formes de participation sont étudiées au travers l'analyse de deux initiatives françaises innovantes dans le domaine

de l'agro-alimentaire : le cas de La marque du consommateur, et celui de l'application Mylabel. Un intérêt particulier est porté ici à la valorisation économique de la qualité sociale et environnementale de produit.

La première initiative contribue à la vente de produits dont les cahiers des charges et les prix sont définis après une consultation en ligne des consommateurs. Il est intéressant de décrire le contexte, les acteurs et la méthode de collaboration proposée pour mieux comprendre les facteurs déterminants de son succès quasi-immédiat ainsi que son utilisation potentielle pour d'autres produits ou secteurs. Effectivement, dès son lancement, le consommateur a



été prêt à payer un surprix en échange de l'assurance d'une qualité globale des produits.

Puis, est présenté le cas MyLabel, dont la philosophie est de demander aux clients de personnaliser les attentes citoyennes en rapport aux produits selon ses propres objectifs via l'application. Les informations recueillies sont ensuite remontées aux producteurs afin de mieux les orienter dans leur choix.

Au-delà de l'inspiration que peuvent apporter ces deux initiatives quant aux potentialités des outils numériques et de l'implication du client dans la définition du produit, elles permettent de contribuer également au développement de chaînes de valeur plus responsables en intégrant de nouvelles exigences sociales et environnementales du consommateur.

Références complémentaires :

- Bellini B & Beierlein L. (2018), Co-crée avec le client pour valoriser la qualité sociale et environnementale des produits, Conférence AIMS, Montpellier
- Chaire Positive Business, Fondation de l'Université Paris Nanterre, <http://positivebusiness.parisnanterre.fr>

Mise en perspective :

► Le point de vue d'un agronome

Stéphane DE TOURDONNET, enseignant-chercheur (Montpellier SupAgro)

Regard d'un agronome par rapport à ce qui aura été dit tout au long du colloque.

Colloque organisé par la Chaire AgroSYS, avec le soutien de
Montpellier SupAgro - Evènement labellisé PNA

AgroSYS
Ingénierie pour des AgroSystèmes Durables

Montpellier
SupAgro

PROGRAMME NATIONAL POUR
L'ALIMENTATION
NOTRE MODÈLE
ADEL'AVENIR