

Université de Lille 2 – Droit et Santé

Faculté Ingénierie et Management de la Santé (ILIS)

Master Nutrition, Sciences des aliments, parcours Qualité
et sécurité alimentaires

Alimentation durable : le consommateur distingue-t-il une valeur ajoutée par rapport à l'alimentation biologique ?



Sous la direction du Pr Annabelle DERAM

Mémoire de fin d'études de la 2^{ème} année de Master

Membres du jury :

LANIER Caroline, Présidente du jury

DERAM Annabelle, Directrice de mémoire

BEQUET Mathieu, Membre du jury

Date de soutenance : le 04.10.17

REMERCIEMENTS

Avant d'entamer tout propos sur les sujets de l'alimentation biologique et de l'alimentation durable, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont pu intervenir d'une manière ou d'une autre dans la réalisation de ce mémoire.

Je pense en premier lieu à Mme Annabelle DERAM, Professeur des universités et Directrice de mémoire, pour le temps qu'elle a consacré à encadrer mon travail de recherche et d'apport de solutions. Sa disponibilité, son objectivité et ses conseils m'ont permis de réajuster sans cesse ma réflexion et mon esprit critique tout au long de cette expérience.

Je tiens aussi à exprimer mes remerciements au Dr Caroline LANIER, Maître de conférences, qui a été la première à m'encourager à poursuivre ma réflexion sur les thèmes complexes des alimentations biologique et durable.

Tout au long de mon cursus universitaire passé à l'ILIS, ces deux personnes m'ont permis de développer un esprit critique que je m'efforce d'entretenir, une méthodologie de travail qui n'a plus besoin de faire ses preuves, et de nombreuses connaissances sanitaires et environnementales que je ne cesse d'exploiter ; et pour cela, je leur en suis grandement reconnaissante.

Je tiens également à adresser mes remerciements les plus respectueux à Monsieur Mathieu BEQUET, responsable Qualité chez Barilla, tuteur de mon stage de MASTER 1 et membre du jury pour me faire l'honneur de bien vouloir examiner cette étude et pour y avoir contribué.

De la même manière, je tiens à remercier tous les professionnels (APROBIO) et particuliers qui ont pu contribuer à la bonne réalisation de ce mémoire. Je pense également à toutes les personnes qui ont accepté de répondre et de diffuser mon questionnaire.

Finalement, un grand merci à mon entourage pour m'avoir aidée et supportée tout au long de cette année de MASTER 2. Merci à mes amis pour les conseils et les sources qu'ils ont pu me fournir. Et enfin merci à mon ami ainsi qu'à mes parents qui ont accepté de relire mon travail et avec qui j'ai pu avoir de nombreuses discussions, parfois houleuses, sur les thèmes des alimentations biologique et durable.

TABLE DES MATIERES

I.	Etat des lieux	7
1.	L'alimentation biologique.....	7
A.	Historique et contexte	7
B.	Marché actuel et part de la production agricole.....	8
	En France.....	8
	En Europe.....	9
C.	Définition et réglementation	10
	Le règlement (CE) N°834/2007	11
	Le règlement (CE) n°889/2008.....	13
	Les contrôles.....	14
D.	Les avantages sanitaires et environnementaux de l'alimentation biologique	16
E.	Les limites sanitaires et environnementales de l'alimentation biologique	16
	Analyse du cycle de vie (ACV) d'animaux d'élevage	17
	Risques actuels non maîtrisés.....	17
	Risques émergents.....	18
	Limites réglementaires.....	20
2.	L'alimentation durable	25
A.	Contexte, historique.....	25
B.	Définition.....	26
C.	Certifications et engagements orientés sur le développement durable	27
	L'agriculture raisonnée et la certification « Haute Valeur Environnementale ».....	27
	Les marques de distributeurs	28
	Les marques collectives de certification régionale	28
	Les AOP, AOC, IGP	30
	Le label Fairtrade – Max Haavelar	30
	MSC Pêche Durable	31
	Les circuits courts	32
	Le Label Bio Cohérence	33
D.	Les inconvénients de l'alimentation durable	34
II.	Opinion des consommateurs.....	36
1.	Concernant l'alimentation biologique	36
A.	Opinions des consommateurs.....	36
B.	Profil des consommateurs	37
2.	Concernant l'alimentation durable.....	40
3.	Analyse du Point de vue des consommateurs sur l'alimentation durable par rapport à l'alimentation biologique via un sondage.....	41
A.	Contexte, objectifs et mode d'administration.....	41

B.	Exploitation des résultats	42
	Vérification de l'opinion des consommateurs de produits bio	42
	Opinion des consommateurs sur les produits durables	45
III.	Proposition d'un logo applicable aux produits biologiques et prenant en compte tous les aspects de l'alimentation durable	50
	1. Trame de notation	50
	2. Les différents niveaux de valorisation des produits	52
	1. Choix du logo	53
	2. Test de la trame de notation	55
IV.	Discussion	58
V.	Conclusion	60

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Part de la surface bio et en conversion dans la SAU par département en France	8
Figure 2: Evolution des principaux marchés bio de l'Union Européenne de 2000 à 2015.....	10
Figure 3 : Logo communautaire et informations obligatoires pour l'étiquetage de denrées biologiques	15
Figure 4 : Impact par tonne de poids vif à la sortie de l'élevage en bio et en conventionnel.....	17
Figure 5 : Impact par hectare de terre occupé en bio et en conventionnel.....	17
Figure 6 : Données comparatives sur les teneurs en mycotoxines de produits céréaliers et du lait issus de cultures conventionnelles et biologiques	19
Figure 7 : Consommation d'énergie de différentes cultures.....	22
Figure 8 : Empreinte Carbone de la fraise par filière - kgCO ₂ e/ tonne	23
Figure 9 : Impact environnemental de l'importation de bananes selon différents modes de transport...24	
Figure 10 : Impact environnemental de différents modes de transport pour l'importation totale en fruits et légumes en 2006.....	24
Figure 11 : Extrait du tableau comparatif entre les certifications européenne et Bio Cohérence	33
Figure 12 : Evolution du nombre de consommateurs de produits bio par année	38
Figure 13 : Perception de l'alimentation biologique par les consommateurs.....	43
Figure 14 : Aliments biologiques les plus consommés.....	44
Figure 15 : motivations et freins à la consommation de produits biologiques	44
Figure 16 : Mots clés les plus cités par les sondés pour l'alimentation biologique	45
Figure 17 : Proportion des personnes sachant ce qu'est l'alimentation durable	45
Figure 18 : Proportion des personnes faisant ou non la différence entre les deux alimentations	46
Figure 19 : Mots clés les plus cités par les sondés pour l'alimentation durable	46
Figure 20 : Opinions des consommateurs sur l'alimentation durable en regard de l'alimentation biologique.....	47
Figure 21 : Faut-il faire la différence entre les deux alimentations ?.....	48
Figure 22 : Motivations et freins à la consommation de produits durables.....	49
Figure 23 : Extrait n°1 de la trame d'évaluation de la durabilité des produits biologiques	51
Figure 24 : Extrait n° 2 de la trame d'évaluation de la durabilité des produits biologiques.....	52
Figure 25 : Code couleur du logo alimentation biologique ET durable.....	54
Figure 26 : Les différents représentants souhaités par les sondés pour les informer sur l'alimentation durable	55

INTRODUCTION

Depuis son émergence en 1987, le concept de développement durable n'a de cesse de susciter l'intérêt et les questionnements. C'est environ vingt ans plus tard, dans les années 2010, que la population française en prend conscience. Bien qu'il n'existe pas de définition clairement établie, on décrit ce concept par les trois piliers qui le constituent : un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable. Le développement durable, bien que récent, s'intègre au cœur de la société, que ce soit au niveau de la politique, de l'industrie et jusqu'à l'alimentation. L'alimentation durable est donc un mode d'alimentation ayant de faibles conséquences sur l'environnement, contribuant à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations présentes et futures (1).

Un des modes d'alimentation durable les plus connus des consommateurs est l'alimentation biologique. Déjà connue en 1950 en France, l'alimentation biologique se développe de plus en plus chaque année que ce soit en termes de surfaces agricoles cultivées, de marchés et surtout de consommateurs réguliers. Elle est issue de l'agriculture biologique et est encadrée au niveau européen par trois règlements principaux. Globalement, elle est basée sur la protection de l'environnement en limitant l'emploi d'intrants et sur le bien-être animal. A plusieurs reprises, les règlements évoquent la recherche d'une gestion durable des ressources.

Cependant, on peut se demander si l'agriculture et l'alimentation biologiques telles qu'elles sont réglementées et pratiquées actuellement vont jusqu'au bout de la démarche de développement durable. «Qu'en est-il des impacts environnementaux de la culture sous serre chauffée qui est tolérée en bio ? Qu'en est-il des impacts environnementaux des transports des produits biologiques ? Qu'en est-il des risques sanitaires « émergents » face à ce mode de production ? Pourquoi deux produits ayant des cycles de vie totalement différents peuvent tous les deux être certifiés bio ? » Suite à ces observations, on peut facilement conclure sur le fait que le bio s'inscrit bien dans une démarche de développement durable, mais qu'il n'est qu'en partie durable.

Qu'en est-il des consommateurs ? Les pionniers du bio s'étaient tournés vers ce mode de consommation pour des principes éthiques et écologiques mais également pour favoriser l'autonomie des producteurs, le retour à la terre et les circuits courts entre

producteurs et consommateurs (2). Or, le bio tel qu'il est réglementé actuellement, ne fait plus mention de ces derniers concepts. On peut alors se demander « quels sont les réelles attentes des consommateurs face aux produits biologiques ? Est-ce qu'ils font la différence entre un produit biologique et un produit durable ? Est-ce qu'ils distinguent une valeur ajoutée pour les produits durables en regard des produits biologiques ? Ressentent-ils le besoin de connaître la différence entre les deux ? Ressentent-ils le besoin de connaître la valeur ajoutée d'un produit plus durable ? Et s'ils en ressentent le besoin, comment peut-on les aider à distinguer cette valeur ajoutée ? ».

C'est dans l'optique de répondre à ces questions que s'articulera cette étude dont les principaux objectifs sont de rappeler ce que sont les alimentations biologiques et durables, de découvrir les attentes des consommateurs ainsi que leur perception de ces deux modes d'alimentation et finalement de proposer un outil permettant d'identifier, plus facilement, les produits alimentaires les plus durables. Sous réserve que cet outil soit complètement applicable et reconnu par les consommateurs, il pourrait permettre aux producteurs, artisans et industriels de valoriser leur produit en termes de durabilité.

I. ETAT DES LIEUX

1. L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

A. HISTORIQUE ET CONTEXTE

En Europe, l'Agriculture biologique s'est développée dans les années 1920 dans des pays tels que l'Autriche, l'Allemagne, la Suisse et l'Angleterre (3). C'est en 1950 qu'elle fait son apparition en France en réponse à l'élan d'intensification de l'agriculture. Les pionniers de ce type d'agriculture la définissaient comme « *la synthèse qui réunit dans un même objectif la recherche de la fertilité de la terre et la santé de l'animal et de l'homme* » (2). En 1958, le premier Groupement de l'Agriculture Biologique (GAB) de l'Ouest et en 1961, l'Association Française d'Agriculture Biologique (AFAB) sont créés. C'est en 1970 que l'agriculture biologique fait son apparition au salon de l'Agriculture de Paris pour la première fois.

Durant cette période et en l'absence de règlement européen, la France crée et homologue une vingtaine de cahiers des charges. En 1972, la Fédération Internationale des Mouvements de l'Agriculture Biologique (IFOAM) est créée. Son objectif est de coordonner les organisations du secteur bio avec pour appui un cahier des charges « cadre » qui sert de référence au niveau mondial. En 1978, des agriculteurs biologiques fondent la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) qui a pour objectif de réunir les producteurs et de fédérer l'ensemble de la production (4). Ensuite, les pouvoirs publics reconnaissent l'existence d'une agriculture « *n'utilisant pas de produits chimiques, ni pesticides de synthèse* » dans le cadre de la loi d'orientation agricole du 4 juillet 1980 et du décret du 10 mars 1981. En 1985, cette démarche est officiellement appelée agriculture biologique et le logo AB fait son apparition. Finalement, en 1991, un règlement européen est adopté pour la production végétale (RCEE n°2092/1991) élargi en 1999 à la production animale. Il sera remplacé par le Règlement (CE) N°834/2007 dans le but de développer une « *approche harmonisée du concept de production biologique* » (5).

En 2013 pendant que la première coopérative bio de producteurs fête ses trente ans, le « programme Ambition Bio 2017 » est adopté par le ministre de l'Agriculture et qui a pour objectif de donner un nouvel élan au développement de l'agriculture biologique du « champ à l'assiette » et dans l'ensemble des secteurs concernés. Un des objectifs principaux pour y parvenir est le « *doublément de la part des surfaces en bio d'ici fin*

2017 associé à un objectif de développement continu et durable de la consommation » (6).

B. MARCHÉ ACTUEL ET PART DE LA PRODUCTION AGRICOLE

EN FRANCE

En 2015, on comptait plus de 28 000 exploitations agricoles biologiques ce qui représentait 1 375 000 hectares, soit 5,1% du territoire agricole français. On comptait également 9764 opérateurs spécialisés dans la transformation de produits et 3605 dans la distribution et qui étaient certifiés « bio ».

Fin 2016, ces chiffres en constante augmentation présentait des valeurs supérieures : 32 326 producteurs (+12% par rapport à 2015), 14859 opérateurs en aval (+10%) et une SAU en bio estimée à **5,7%** de la SAU (Surface Agricole Utile) totale (**+ 0,6%**) (7). D'ailleurs, au début du programme « Ambition bio 2017 », en 2013, les surfaces biologiques représentaient **3,93%** de la SAU (8). Ainsi pour atteindre un des objectifs du projet ; avoir environ **8%** de la SAU en bio d'ici fin 2017, il faudrait que celle-ci augmente de **2,3%** en l'espace d'un an ce qui, malgré la part croissante d'exploitations en conversion, semble trop ambitieux.

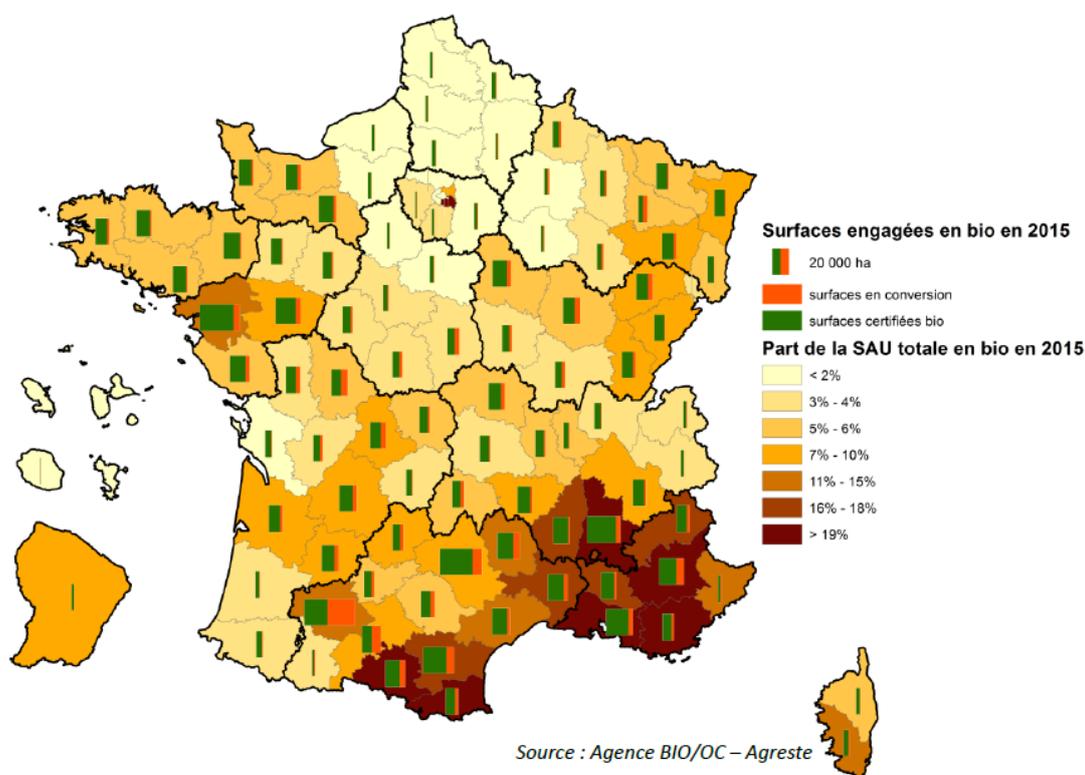


Figure 1 : Part de la surface bio et en conversion dans la SAU par département en France

Comme le montre la carte ci-avant, il existe des disparités régionales en termes de développement de la surface agricole réservée au bio en fonction des activités (tout comme pour l'agriculture « conventionnelle »). Les zones de Vallée du Rhône et de Bordeaux sont davantage spécialisées en viticulture tandis que dans le Finistère, l'élevage de ruminants et de monogastriques est favorisé. En effet, la vigne est l'un des secteurs les plus dynamiques en production biologique. La carte détaillée par activité est disponible en ANNEXE I.

En 2015, l'alimentation biologique représentait un marché de 5,76 milliards d'euros et était en augmentation de 14,7% par rapport à l'année 2014 (9). La restauration collective française est-elle aussi consommatrice de produits biologiques puisqu'elle en a acheté pour 225 millions d'Euros. En 2016, le marché était de 8 milliards d'euros (+20%) (10).

EN EUROPE

Au niveau européen, fin 2015, 6,2% de la Surface Agricole Utile (SAU) totale étaient utilisés pour la production biologique, soit 11,2 millions d'hectares pour un nombre total d'environ 270 000 exploitations. Celles-ci ont d'ailleurs augmenté de 5,4% par rapport à l'année 2014. Les pays pour lesquels la part de la SAU en bio est la plus élevée sont l'Autriche, l'Estonie et la Suède. 62% des surfaces bio de l'UE sont concentrées dans 6 pays qui sont l'Espagne (17%), l'Italie (13%), la France (12%), l'Allemagne (10%), la Pologne (5%) et l'Autriche (5%) (11).

Concernant les modes de distribution, des disparités se créent entre les Etats. En France, Allemagne, Italie, Belgique et Espagne, les circuits sont diversifiés tandis qu'en Autriche, au Danemark et au Royaume-Uni, la grande distribution domine nettement (env. 70%). Dans les pays d'Europe centrale et orientale, le bio est commercialisé sur les marchés, dans des petits magasins et plus tardivement en grande distribution (11).

Le graphique suivant présente l'évolution des principaux marchés bio en Union Européenne. Les pays qui connaissent la plus forte évolution sont l'Allemagne qui atteint plus de 8 milliards d'euros en 2015 et la France qui en atteint environ 5,7 milliards.

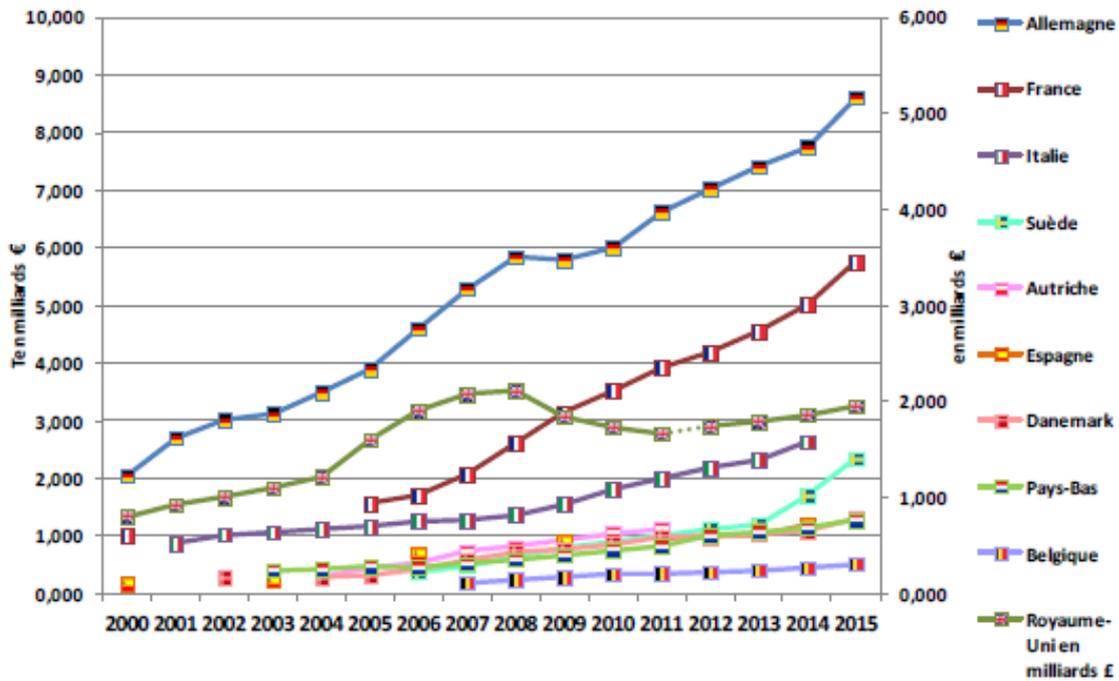


Figure 2: Evolution des principaux marchés bio de l'Union Européenne de 2000 à 2015

C. DEFINITION ET REGLEMENTATION

Le règlement européen (CE) N°834/2007 définit la production biologique comme «*un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels*» (5).

Techniquement, la production biologique doit être appliquée aux stades de la production, de la préparation et de la distribution, ce qui comprend la production primaire d'un produit, son stockage, sa transformation, son transport, sa vente et sa fourniture au consommateur final incluant l'étiquetage, la publicité, l'importation, l'exportation et les activités de sous-traitance.

Ainsi, l'alimentation biologique est soumise à une réglementation européenne. Elle a été évoquée une des premières fois dans le Règlement (CEE) N°2092/91 du 24 juin 1991 qui a été remplacé par le **Règlement (CE) N°834/2007 du 28 juin 2007**, actuellement en vigueur et qui définit les champs d'application, les conditions de production et les conditions d'étiquetage des aliments biologiques. D'autres règlements traitent de la production biologique tels que le **Règlement (CE) N°889/2008 du 5 septembre 2008** et le **Règlement (CE) N° 1235/2008 du 8**

décembre 2008 portant modalité d'application du règlement (CE) n°834/2008 en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles pour le premier et en ce qui concerne le régime d'importation des produits biologiques en provenance des pays tiers pour le dernier.

En complément de ces règlements, des textes français ont été rédigés sous forme de cahiers des charges dans l'attente de règles harmonisées au niveau européen. Il s'agit du cahier des charges concernant le mode de production biologique d'animaux d'élevage et complétant les dispositions des règlements (CE) n° 834/2007 du Conseil et (CE) n° 889/2008 de la Commission, du cahier des charges "aliments pour animaux de compagnie à base de matières premières issues du mode de production biologique" et du cahier des charges pour la restauration hors foyer à caractère commercial.

Finalement, trois principaux guides ont été rédigés et validés par des organismes tels que l'Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO) et son Comité National de l'Agriculture Biologique (CNAB). Ces guides sont à destination des opérateurs, des organismes de contrôle et des structures de développement de l'agriculture biologique (12). Ils portent sur les modalités d'utilisation des produits de protection des cultures utilisables en France, d'étiquetage des denrées alimentaires biologiques, etc. Finalement, un guide de lecture pour l'application des règlements relatifs à la production biologique synthétise les différentes exigences de ceux-ci.

LE REGLEMENT (CE) N°834/2007

Il est applicable aux produits agricoles vivants ou non transformés, aux produits transformés destinés à l'alimentation humaine, aux aliments pour animaux ainsi qu'aux matériels de reproduction végétative et semences utilisés à des fins de culture. En revanche, il n'est pas applicable à la restauration collective. Il présente les **objectifs** de la production biologique qui sont d'« *établir un système de gestion durable pour l'agriculture* » qui :

- « *Respecte les systèmes et cycles naturels et maintient et améliore la santé du sol, de l'eau, des végétaux et des animaux ainsi que l'équilibre entre ceux-ci et contribue à atteindre un niveau élevé de biodiversité ;*
- *Fait une utilisation responsable de l'énergie et des ressources naturelles, telles que l'eau, les sols, la matière organique et l'air ;*

- *Respecte des normes élevées en matière de bien-être animal et, en particulier, répond aux besoins comportementaux propres à chaque espèce animale » (5).*

Pour cela, la production biologique se doit de respecter différents **principes généraux** qui sont :

- Le recours à des pratiques de culture et de production animale liées au sol, ou à des pratiques d'aquaculture qui respectent le principe d'exploitation durable de la pêche ;
- L'exclusion du recours aux OGM et à leurs dérivés à l'exception des médicaments vétérinaires ;
- La restriction de l'utilisation d'intrants extérieurs. Cependant, lorsque leur utilisation est nécessaire, elle est limitée aux intrants provenant d'autres productions biologiques, aux substances naturelles et leurs dérivés, aux engrais minéraux faiblement solubles.
- La limitation stricte d'intrants chimiques de synthèse. Cependant, des exceptions existent lorsque l'utilisation des intrants extérieurs cités auparavant n'est pas possible, ou lorsqu'elle contribue à des effets inacceptables pour l'environnement.

Par exemple, lors de la production de végétaux, la lutte contre les maladies et les parasites se fait par le recours à des espèces et des variétés appropriées, à la mise en place de rotations adaptées aux cultures, à des procédés mécaniques de culture (binage, buttage, hersage, etc.) et le maintien des ennemis naturels des ravageurs. Lorsque ces pratiques ne suffisent pas à protéger les végétaux et en cas de danger immédiat pour la culture, l'emploi d'intrants extérieurs voire d'intrants chimiques de synthèse peut être autorisé. Dans ce cas, les produits autorisés en Europe ont été listés dans l'annexe II du règlement (CE) n°889/2008 (13) modifié et rectifié par le Règlement d'exécution (UE) n° 354/2014 de la commission du 8 avril 2014. Ces mêmes produits interdits sont listés dans le « Guide des produits de protection des cultures utilisables en France en Agriculture Biologique » réalisé par l'INAO et régulièrement mis-à-jour. (14) . Ainsi, d'après ces documents, le cuivre peut être utilisé sous différentes formes comme fongicide mais ne doit pas dépasser la quantité de 6kg par hectare et par an. Les producteurs ayant besoin de ces recours doivent conserver des documents justificatifs attestant cette nécessité.

Finalement, d'autres principes plus **spécifiques** viennent s'ajouter et compléter les principes généraux en fonction de leur domaine d'application. Les principes applicables en matière d'agriculture insistent sur la préservation de la vie et de la fertilité naturelle des sols, la limitation de l'utilisation des ressources non renouvelables, le recyclage des déchets, le respect de l'équilibre local et régional, la préservation de la santé des animaux et des végétaux, la pratique d'un élevage adapté au site et lié au sol, l'assurance d'un niveau élevé de bien-être animal, la production de produits animaux biologiques issus d'animaux nés et élevés dans des exploitations biologiques ainsi que nourris par des aliments biologiques et ayant potentiellement accès à des espaces de plein air (Article 5).

LE REGLEMENT (CE) N°889/2008

Il définit les modalités d'application des dispositions énoncées dans le règlement (CE) 834/2007. Par exemple, l'épandage des effluents d'élevage est limité à 170kg d'azote par an et par hectare. Les effluents autorisés pour l'épandage sont listés à l'article 3. La culture hydroponique (culture sur un substrat neutre et inerte, irrigué par une solution enrichie en minéraux et nutriments) tout comme la production animale hors sol est interdite. Les annexes donnent des informations complémentaires concernant les engrais et les produits phytosanitaires autorisés, les superficies minimales intérieures et extérieures pour l'élevage, le nombre maximal d'animaux par hectare, les matières premières et additifs autorisés pour les aliments pour animaux, les produits de nettoyage autorisés pour la désinfection des installations utilisées pour la production animale, les additifs alimentaires et auxiliaires technologiques autorisés pour la production de denrées alimentaires, etc. Par exemple, les volailles ne peuvent pas être maintenues en cage et doivent atteindre l'âge minimal de 81 jours (pour les poulets) avant l'abattage. Dans le cas du miel, les ruchers doivent être situés de telle façon que dans un rayon de 3km autour ne se trouvent que des champs bio ou une flore spontanée. De plus, l'utilisation de rayons qui contiennent des couvains est interdite pour l'extraction de miel. Il est également mentionné que l'embarquement de bétail doit s'effectuer sans stimulation électrique destinée à contraindre les animaux. Les élevages de moules sur corde peuvent prétendre au statut de production biologique. Le transport doit également être contrôlé et réalisé dans des emballages, conteneurs et véhicules appropriés, fermés de manière à ce que toute substitution du contenu soit impossible. Les équipements ayant servi au transport de produits non

biologiques doivent être nettoyés avant de pouvoir transporter des produits biologiques.

LES CONTROLES

En ce qui concerne les modalités de contrôles, leur nature et leur fréquence sont établies sur la base d'une analyse des risques d'irrégularités ou d'infractions au règlement. Chaque acteur, à l'exception des grossistes, fait l'objet d'une vérification de conformité annuelle par une autorité de contrôle ou un organisme. Les organismes de contrôle doivent être surveillés et agréments par une autorité. De plus, ils doivent être certifiés selon la norme EN 45011 ou le guide ISO 45. Les organismes doivent rendre des comptes « à intervalles réguliers » aux autorités de contrôle concernant les activités qu'ils contrôlent. Ils sont également audités par les autorités. Les autorités et organismes de contrôle communiquent deux fois par an aux autorités compétentes les activités qu'ils ont contrôlées. Toute entreprise engagée dans une démarche de production biologique doit notifier son activité auprès des autorités hormis les « opérateurs qui revendent directement au consommateur ou à l'utilisateur final » et qui exercent leur activité uniquement sur le point de vente.

Les opérateurs sont tenus d'établir et de mettre à jour une description complète de cette activité, des mesures concrètes permettant d'assurer le respect des règles de production biologique et les mesures de précaution afin de limiter le risque de contamination des produits. Des « documents comptables » doivent être conservés et permettre d'établir une traçabilité des produits bio. Ceci est applicable pour tout acteur de production végétale, animale ou aquacole, de conditionnement, de sous-traitance, d'importation, de transformation, etc. De plus, des cahiers de culture et des carnets d'élevage doivent permettre de retracer l'ensemble des traitements phytopharmaceutiques et vétérinaires appliqués. Finalement, les opérateurs doivent se montrer coopérants et permettre à l'autorité ou à l'organisme de contrôle d'accéder, pour les besoins du contrôle, à « *toutes les parties de l'unité et à tous les locaux, ainsi qu'à la comptabilité et aux justificatifs* ».

En 2016, 65 891 contrôles ont été réalisés dont 42 102 au titre de contrôle annuel. Suite à ces contrôles, 4235 sanctions ont été prononcées allant du déclassement des produits jusqu'au retrait de l'habilitation de l'opérateur. Seuls 5,9% des opérateurs ont fait l'objet d'un prélèvement pour analyse (3). Pour rappel, fin 2016, on comptait 32 326

producteurs et 14859 opérateurs en aval. Cependant, l'Agence Bio ne fournit pas de détails complémentaires sur les conditions de réalisation et les auteurs des contrôles.

En 2015, la DGCCRF a contrôlé environ 1000 établissements. Elle a notamment contrôlé la présence de résidus de pesticides, le respect des règles et en particulier l'obligation de faire certifier les activités ainsi que les mentions présentées sur les produits. Le taux de non conformités s'élevait à **14,2%** et concernait des défauts d'adhésion à un système de contrôle, l'absence de mentions obligatoires, le mauvais usage des logos et l'utilisation de pesticides interdits (3,9%) (15). En ce qui concerne les pesticides, en 2014, l'EFSA a conclu que 98,8% des produits biologiques analysés par l'autorité étaient soit exempts de résidus ou en contenaient dans les limites autorisées (16).

Le logo Euroleaf ne doit être utilisé que si le produit concerné est obtenu conformément aux exigences du règlement (CE) n° 834/2007 et des deux autres règlements portant modalité. Un produit ne peut présenter un terme faisant référence au bio (bio, éco, etc.) sans avoir fait l'objet d'une certification. Dans ce cas, le numéro de code de l'autorité ou de l'organisme de contrôle, le logo communautaire doivent également figurer sur le produit. De plus, l'origine des matières premières doit figurer à proximité du logo : « Agriculture UE », « Agriculture non UE », « Agriculture UE/ non UE ». Cependant, les ingrédients ne représentant pas plus de 2% du produit fini ne sont pas concernés. Des logos nationaux et privés peuvent figurer en complément du logo communautaire, mais cela reste facultatif, comme mentionné dans l'illustration ci-dessous.

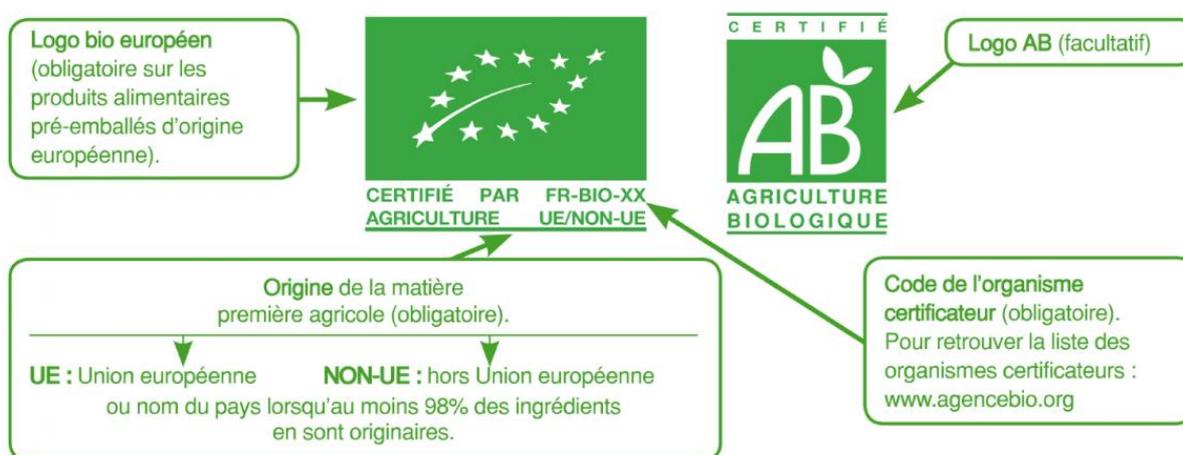


Figure 3 : Logo communautaire et informations obligatoires pour l'étiquetage de denrées biologiques

D. LES AVANTAGES SANITAIRES ET ENVIRONNEMENTAUX DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

Ainsi, la production biologique présente des avantages environnementaux, dont les principaux sont la quasi exclusion de produits chimiques de synthèse et l'exclusion complète d'OGM ainsi que la limitation de l'emploi d'intrants participant à la préservation de la qualité des sols, de la biodiversité, de l'eau et de l'air.

Pour les mêmes raisons et principalement grâce à la limitation d'intrants chimiques, cette alimentation présente des avantages sanitaires directs et indirects pour la société. D'une part, les produits consommés présentent des teneurs en pesticides réduites et d'autre part, la participation à la préservation de la qualité des sols, de l'eau et de l'air contribue à améliorer la santé des populations. Un impact sociétal non négligeable est également à noter : il s'agit d'approvisionner un marché répondant à la demande croissante des consommateurs et de contribuer à la protection de l'environnement et du bien-être animal ainsi qu'au développement rural. Finalement, ce mode de production est encadré par une réglementation harmonisée applicable à l'ensemble des Etats membres de la Communauté européenne et réglementant également les produits importés de pays tiers.

L'agriculture et l'alimentation biologiques entrent donc dans une dynamique de développement durable qui se définit par « *un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* » (17). Il est caractérisé par trois axes indispensables qui sont l'environnement, l'économie et la société. Le but est d'obtenir un équilibre entre ces trois piliers de manière à créer un développement à la fois viable, équitable et vivable.

E. LES LIMITES SANITAIRES ET ENVIRONNEMENTALES DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

Il faut cependant noter que l'alimentation biologique a ses limites. En effet, de nombreux exemples démontrent ces limites tant sur le plan sanitaire que sur le plan environnemental. Ainsi, dans les points suivants seront présentés certains de ces exemples dont la comparaison des impacts environnementaux de deux élevages différents, le recourt à des intrants pour la viabilité des cultures et élevages, l'utilisation d'additifs pour la production d'aliments transformés, etc.

ANALYSE DU CYCLE DE VIE (ACV) D'ANIMAUX D'ELEVAGE

A l'occasion du colloque DinABbio 2013, l'INRA a estimé l'ACV d'un porc charcutier et d'un poulet de chair vifs en bio et en conventionnel selon plusieurs méthodes (18). La première consiste à mesurer l'impact environnemental par tonne de poids vif à la sortie de l'élevage et dont les résultats sont présentés ci-dessous à gauche. Ainsi, par tonne de produit, le bio a un impact environnemental plus élevé que le conventionnel. Or, en bio, c'est un phénomène largement observé : que ce soit en culture ou en élevage, les rendements sont plus faibles ce qui implique des surfaces et des structures plus grandes pour produire à quantité égale.

Impact		Porc charcutier		Poulet de chair	
		Bio	Conv.	Bio	Conv.
Eutrophisation	kg PO ₄ eq.	31	14	24	12
Changement clim.	t CO ₂ eq.	3,5	2,4	2,3	2,0
Occupation de terres	ha.an	1,06	0,34	0,85	0,27

Figure 4 : Impact par tonne de poids vif à la sortie de l'élevage en bio et en conventionnel

Impact		Porc charcutier		Poulet de chair	
		Bio	Conv.	Bio	Conv.
Eutrophisation	kg PO ₄ eq.	29	41	28	44
Changement clim.	t CO ₂ eq.	3,3	7,1	2,7	7,4
Production/ha	t de poids vif	0,94	2,94	1,18	3,70

Figure 5 : Impact par hectare de terre occupé en bio et en conventionnel

Or, si on se réfère à l'impact environnemental par hectare de terre occupé, comme illustré ci-dessus à droite, le bio a un impact plus faible que le conventionnel mais la quantité alors produite est plus faible. Ainsi, pour rester durable, le bio ne devrait pas augmenter ses surfaces agricoles pour produire autant qu'en conventionnel, ce qui impliquerait un besoin d'adapter le système agroalimentaire et les habitudes de consommation.

RISQUES ACTUELS NON MAITRISES

La contamination environnementale des cultures et des élevages bio demeure non maitrisable malgré les précautions prises dans les règlements. En effet, pour la culture bio, les opérateurs doivent respecter une période de conversion de 2 ans avant de pouvoir produire de l'alimentation animale bio et 3 ans avant de pouvoir produire des denrées bio (RCE 889/2008 – Chapitre 5 – Article 36) (13). Cependant, aucune mesure de précaution n'est prise en ce qui concerne les modes de production à proximité. Ainsi, une culture bio peut être encerclée de cultures conventionnelles ce qui pourrait entraîner des contaminations en pesticides non autorisés en bio.

Seule l'apiculture est réglementée puisque les « *ruchers doivent être situés de telle façon que, dans un rayon de 3 km autour de son emplacement, les sources de nectar et de pollen soient constituées essentiellement de cultures produites selon les règles de l'agriculture biologique et/ou d'une flore spontanée et/ou de cultures traitées au moyen de méthodes ayant une faible incidence sur l'environnement* (Chapitre 2 – Section 2 – Article 13). »

Des particules de sols contenant des contaminants peuvent migrer sous l'effet de l'érosion aérienne ou hydrique. De plus, les épandages et pulvérisations de substances sur les champs avoisinants peuvent contaminer les champs biologiques. Toutefois, les contrôles réalisés par différents organismes tels que la DGCCRF et l'EFSA n'ont révélé qu'un très faible taux de non conformités (voir « les contrôles »). Au Canada, en 2012, le CABC, Centre d'Agriculture Biologique, recommandait toutefois l'installation de haies et l'instauration de « zones tampons » pour prévenir les contaminations (19), tout comme l'Agence Bio en France.

RISQUES EMERGEANTS

CAS DE LA CONTAMINATION DES SAUMONS BIO AUX PCB

Fin 2016, l'association 60 Millions de Consommateurs a réalisé une étude sur 10 pavés de saumon frais et 15 saumons fumés issus de productions conventionnelles et biologiques. Les résultats, quelque peu surprenants pour les consommateurs, avaient été relayés par plusieurs dizaines de médias dont les journaux et les radios. En effet, il s'est avéré que les 4 pavés de saumon frais bio présentaient des concentrations en mercure, en arsenic, en PCB, en dioxines et en pesticides organochlorés plus élevées que les produits conventionnels (20). Celles-ci étaient toutefois inférieures aux limites réglementaires. Exemple : pour l'arsenic le maximum était de 0,05 mg/kg pour une limite à 0,5 mg/kg de poisson frais.

La source principale mise en cause était l'alimentation. En effet, les saumons bio sont en partie nourris par des végétaux bio mais également par des huiles et farines de poissons issues de la pêche durable, comme le suggère le Règlement CE n°889/2008 (Chapitre 2 bis - Section 5 - Article 25 duodecies) et par conséquent de farines de poissons sauvages dont l'alimentation n'est pas maîtrisée. De plus, la part d'alimentation animale dans les élevages bio est plus élevée, la ration en végétaux bio étant limitée à 60% (même article) (13) contre 70 à 75% en conventionnel. La

consommation de matières animales dans lesquelles peuvent se concentrer les polluants est donc supérieure en production biologique.

Ce cas, largement médiatisé n'est qu'un exemple parmi d'autres. En effet, les polluants et contaminants sont persistants dans l'environnement ce qui implique que, même en respectant la réglementation bio en vigueur, les contaminations des produits ne sont pas exclues. Mais dans ce cas, le fait d'obliger une proportion d'aliment animal plus importante qu'en conventionnel semble augmenter les concentrations en contaminants.

CAS DES MYCOTOXINES

Du fait de la réglementation en bio limitant le recours aux phytosanitaires, on peut s'attendre à ce que les produits bio puissent présenter des concentrations plus élevées en mycotoxines que les produits conventionnels. Or, Claude Aubert, ingénieur agronome, par son étude comparative réalisée en 2002 lors de sa participation au groupe de travail de l'AFSSA sur l'évaluation des produits biologiques démontre que ; les denrées bio, et notamment, les céréales bio ne sont pas plus contaminées par les mycotoxines que les denrées conventionnelles (21).

Auteur	Pays	Année publication	Produits analysés	Nombre d'échantillons	Pas de différence significative entre bio et conventionnel	Plus de mycotoxines dans les produits bio	Moins de mycotoxines dans les produits bio
CÉRÉALES							
Marx H. <i>et al</i>	Allemagne	1995	Blé, seigle	201		X	
Jorgensen <i>et al</i>	Danemark	1996	Blé, seigle, orge, avoine, son	1400		X (blé, seigle, orge)	X (avoine, son)
Kuhn E.	Suisse	1999	Blé	96 (essai DOK)			X
Schollenberger <i>et al</i>	Allemagne	1999	Pain, pâtes, céréales déj., alim. pour bébés	237			X
Döll S. <i>et al</i>	Allemagne	2000	Blé, seigle	265			X
Bassen B. <i>et al</i>	Allemagne	2000	farine, riz et autres	447			X
Usleber E. <i>et al</i>	Allemagne	2000	Blé, farine de blé, son	65			X
Beck R. <i>et al</i>	Allemagne	2000	Blé	1091			X
Lab. cantonal de Bâle	Suisse	2000	Mais	47			X
DGAL	France	2000	Blé, orge	36		X ⁽¹⁾	
DGCCRF	France	2001/2002	Produits céréaliers divers	243	X (OTA)		X (DON)
Beretta <i>et al</i>	Italie	2002	Aliments pour bébés	238		X (riz)	X (autres céréales)
Schollenberger <i>et al</i>	Allemagne	2002	Farine de blé	60			X
Cirillo <i>et al</i>	Italie	2003	Aliments à base de blé, de riz et de maïs?				X
Biffi <i>et al</i>	Italie	2004	Farine et autres produits à base de céréales			211	X
Bernhoft <i>et al</i>	Norvège	2004	Orge, avoine, blé	408			X
LAIT							
Frank Hansen L.	Suède	1990	Lait	18			X (absence)
Skaug M.A.	Norvège	1999	Lait	87			X
MAFF	Grande-Bretagne	2001	Lait	100			X (absence)
Gravert H.O. <i>et al</i>	Allemagne	1989	Lait	12			X
Lund P.	Allemagne	1991	Lait	?			X (absence)
Weber S.H.	Allemagne	1993	Lait	plusieurs centaines			X (absence)

⁽¹⁾ Peu significatif en raison du faible nombre d'échantillons par céréale

Figure 6 : Données comparatives sur les teneurs en mycotoxines de produits céréaliers et du lait issus de cultures conventionnelles et biologiques

Ainsi, le tableau ci-avant montre que 14 échantillons de céréales bio sur 16 présentent des concentrations en mycotoxines inférieures à celles retrouvées dans les échantillons de céréales « conventionnelles ».

Ces observations sont justifiées par le fait que des apports élevés en azote, l'utilisation de régulateurs de croissance, etc. seraient des facteurs de risques largement moins pratiqués en bio. Toutefois les contaminations qui peuvent avoir lieu pour les aliments biologiques se font majoritairement lors du stockage.

De la même manière une étude plus récente (2010), réalisée sur 602 échantillons de céréales bio et conventionnelles, montre que l'ensemble des espèces de céréales produites de manière biologique étaient moins contaminées que les autres (22). En 2012, une étude réalisée sur 114 échantillons de pâtes bio et conventionnelles présente des résultats plus précis en concluant que les pâtes bio étaient plus fréquemment contaminées mais que les concentrations étaient très variables (23).

LIMITES REGLEMENTAIRES

CAS DES INTRANTS AUTORISES

Bien que l'alimentation biologique restreigne la quantité d'intrants utilisés, elle autorise l'utilisation de certains d'entre eux dans les annexes du RCE n° 889/2008. Bien que la majorité d'entre eux soit d'origine naturelle, et semble être plus respectueuse de l'environnement, il n'est pas exclu que ces intrants soient totalement « inertes » vis-à-vis de l'environnement et de la biodiversité.

C'est le cas, par exemple, du spinosad, un insecticide modifiant les sites récepteurs de l'acétylcholine et perturbant sa fixation. Cette substance est naturellement produite par des microorganismes. Bien que cette substance semble être peu toxique pour les animaux (de manière aiguë comme chronique), peu persistante dans l'environnement et faiblement lessivable, cet insecticide est extrêmement toxique pour les abeilles avec une DL50 par contact de 0,0029 µg/abeille (24). De plus, des effets reprotoxiques ont été démontrés par des études sur des animaux tels que des rats mais à des concentrations élevées pendant de longues périodes (ex : 100mg/kg pc/jour durant 12 semaines pour des rats) (24), (25), (26). Ainsi, le spinosad a un impact modéré sur le vivant et sur l'environnement, toutefois, il est très toxique pour les abeilles, pour lesquelles, le RCE n°889/2008 établit pourtant les règles de bien-être animal à respecter.

Finalement, en cas de menace des cultures ou des élevages, des substances non autorisées dans le règlement peuvent être utilisées dans des conditions très strictes. C'est le cas par exemple des traitements vétérinaires : dans l'idéal, il est recommandé de soigner le bétail par la prévention des maladies. Si cela ne fonctionne pas, l'opérateur peut recourir à des produits phytothérapeutiques, homéopathiques ou à des oligoéléments (listés dans les annexes 5 et 6). Enfin, l'opérateur peut recourir à des médicaments vétérinaires allopathiques chimiques de synthèse et à des antibiotiques mais ce, uniquement à des fins de traitement curatif et non préventif et sous la responsabilité d'un médecin vétérinaire. Si un animal reçoit plus de trois traitements de ce type dans une période de 12 mois, cet animal ne peut être vendu en tant que bio. Le délai d'attente entre la dernière administration et l'abattage est de 48 heures.

Par ces exemples, il est important de rappeler que le bio n'est pas exempt de tout résidu de contaminant (phytosanitaires, médicaments vétérinaires, etc.). Pour des raisons évidentes de bien-être animal, de préservation des cheptels et des cultures, des intrants peuvent être utilisés mais ce, dans des quantités et à des fréquences limitées, raisonnables et réglementées.

EXEMPLE DE L' E 250

Environ 50 additifs alimentaires sont autorisés en bio dont les nitrites (E 250). Ce sont des sels d'acide nitreux largement utilisés pour leurs propriétés de conservateurs et notamment dans la production de charcuterie. Comme tout conservateur, les nitrites sont des substances qui prolongent la durée de conservation des denrées alimentaires en les protégeant des altérations dues aux micro-organismes et/ou qui les protègent contre la croissance de micro-organismes pathogènes et dans le cas de la charcuterie, de *Clostridium botulinum* en particulier. Cependant, ils sont de plus en plus décriés pour leurs effets potentiellement cancérigènes. En effet, les nitrates et nitrites ingérés dans des conditions qui entraînent une nitrosation endogène sont probablement cancérigènes pour l'Homme (groupe 2A ; IARC) (27).

Bien que les nitrates et nitrites soient naturellement présents dans les légumes à feuilles type épinard, céleri et laitue, que la teneur maximale autorisée en bio soit quasiment divisée par deux et que l'étude EAT 2 ait permis de conclure que « le risque lié à l'apport de nitrites ne constitue pas un problème de santé publique » (28), les nitrites font toujours l'objet de préoccupations et leur introduction volontaire dans les

aliments bio ne correspond pas aux attentes des consommateurs de ces produits. Ainsi, même dans des magasins spécialisés tels que BIOCOOP, il est impossible de trouver une gamme de charcuterie sans nitrites (29).

CAS DE LA PRODUCTION EN SERRE CHAUFFÉE

Bien que la réglementation actuelle en bio veuille « *établir un système de gestion durable pour l'agriculture qui respecte les systèmes et cycles naturels et qui fasse une utilisation responsable des énergies* », celle-ci ne considère en aucun cas la production en serre chauffée. Or l'utilisation de chaleur pour la production en serre peut avoir un impact environnemental considérable. En 2009, une étude menée par Bio Intelligence Service et financée par l'ADEME, a démontré que la production sous serre chauffée va jusqu'à multiplier par plus de 100 la consommation en énergie (cas du concombre dans le tableau ci-dessous) (30).

Mode de culture	A ciel ouvert	Sous serre chauffée
Salade	81,3	3825,3
Concombre	6,6	756,4
Tomates	94,6	946,0

**Figure 7 : Consommation d'énergie de différentes cultures
(en kg équivalent pétrole par tonne de légumes produits)**

En comparaison avec les énergies émises lors du transport de denrées, la culture sous serre de tomates consomme environ 950 kg équivalent pétrole tandis que le transport de tomates produites en Belgique jusqu'en France consommera 12 kg équivalent pétrole.

De la même manière, en 2013, Carbone 4 : un cabinet de conseil spécialisé dans l'adaptation au changement climatique, démontre que le transport semble être moins impactant que le mode de production de fraises (31).

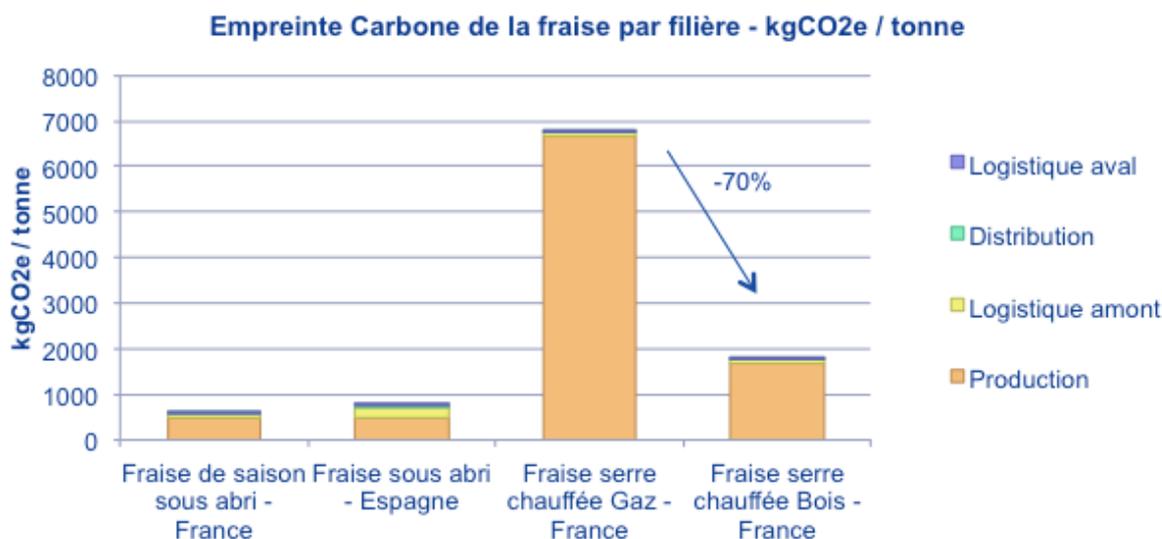


Figure 8 : Empreinte Carbone de la fraise par filière - kgCO₂e/ tonne

Ainsi, comme le montre le graphique ci-dessus, les fraises produites en serre chauffée au gaz en France ont une empreinte carbone d'environ 7000 kgCO₂e/tonne tandis que ces mêmes fraises produites de saison sous abri en France auront une empreinte carbone 10 fois moins importante. De plus, la logistique et la distribution ne participent que très peu à cette empreinte. Finalement, un chauffage aux énergies renouvelables (biogaz, biomasse solide), diminuerait l'empreinte écologique de 70%.

Ainsi, la réglementation applicable aux produits bio contribue à préserver l'environnement en limitant l'utilisation d'intrants mais elle pourrait être plus approfondie en intégrant les modes de production : chauffé, de saison, modalités fonctionnelles de transport tout en restant flexible. Les serres chauffées pourraient être tolérées uniquement si, pour cela, des énergies renouvelables étaient utilisées. Notons toutefois qu'un problème émergent serait le coût de fabrication qui pourrait se répercuter sur le prix d'achat pour les consommateurs.

De la même manière, la réglementation actuelle n'indique rien sur les modes de transport et d'importation des produits bio. Ainsi, la même étude menée par Bio Intelligence Service et financée par l'ADEME a mesuré l'impact environnemental de l'importation en France de bananes de Colombie par deux modes de transport.

Pour une tonne de bananes transportées par	Bateau	Avion
Distance parcourue	9 100 km	9 158 km
Consommation d'énergie	63,2 kg équivalent pétrole	1 126 kg équivalent pétrole
Emissions de GES	217 kg équivalent CO ₂	10 300 kg équivalent CO ₂

Ainsi, comme l'illustrent les résultats ci-contre, à distances égales, le transport par avion consomme presque 20 fois plus d'énergie et émet presque 50 fois plus de gaz à effet de serre (GES) que le transport par bateau (30).

Figure 9 : Impact environnemental de l'importation de bananes selon différents modes de transport

De plus en 2006, le transport par avion n'a servi qu'à transporter uniquement 1% des fruits et légumes importés en France ; ce qui représentait 10% de la consommation d'énergie et jusqu'à 24% des émissions de GES. A quantité égale, d'autres moyens de transport comme le bateau ou le camion, ont un impact environnemental largement moindre.

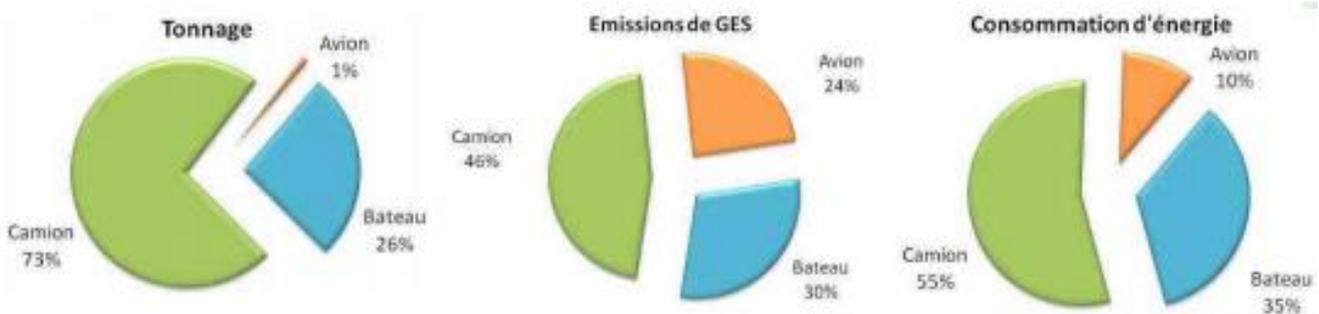


Figure 10 : Impact environnemental de différents modes de transport pour l'importation totale en fruits et légumes en 2006

Pour limiter au mieux l'impact environnemental des produits biologiques, la réglementation et les cahiers des charges bio devraient prendre en compte le mode de transport. Finalement, les impacts constatés dans le point précédent (cas de la production en serre chauffée) et de ce point sur les transports, permettent de conclure

sur l'importance du respect de la saisonnalité des produits bio, un concept également oublié dans les règlements.

Ce qu'il faut retenir de cette partie :

L'alimentation biologique est règlementée par la Communauté européenne (RCE 834/2007, 889/2008, etc.). Les fondements de ces textes sont le respect de l'environnement via la limitation d'intrants et le respect du bien-être animal. Cette alimentation s'inscrit donc dans une démarche de développement durable. Cependant, l'alimentation biologique telle qu'elle est règlementée actuellement n'est pas complètement durable : la culture en serre chauffée, les importations de produits via différents transports, la non considération des produits de saison, l'utilisation d'additifs ayant des effets potentiellement négatifs sur la santé, les risques sanitaires émergents de ce mode de production sont des éléments actuellement non maîtrisés.

2. L'ALIMENTATION DURABLE

A. CONTEXTE, HISTORIQUE

Depuis la fin des années 80, le développement durable est une thématique qui s'impose tant au niveau politique qu'au niveau sociétal. En effet, le rapport de Bruntland, rédigé en 1987 par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'Organisation des Nations Unies officiellement intitulé « Notre avenir à tous », a souligné ce nouvel enjeu et a contribué à lui donner une définition plus spécifique à l'occasion du Sommet de Rio en 1992.

La prise de conscience du développement durable par la population générale française n'apparaît que dans les années 2010 impulsée par le Grenelle de l'environnement. En 2013, plus de la moitié des Français déclaraient savoir ce qu'était le développement durable évoquant majoritairement la protection de l'environnement (Thema vision, 2014). Suite à cet éveil de conscience, les notions de consommation et d'alimentation durables émergent avec comme applications fondatrices : l'éviction du gaspillage et la consommation de produits respectueux de l'environnement. D'autres notions s'y ajoutent telles que la localité des produits, la nécessité d'une alimentation améliorant ou maintenant la santé des consommateurs, les comportements éthiques et

équitable. Ainsi, l'alimentation n'échappe pas à la problématique de développement durable du fait de son impact sur l'environnement, la santé, la société et l'économie.

L'augmentation de la demande des consommateurs pour l'alimentation durable va avoir une influence sur l'offre des produits :

- Augmentation de la préférence pour les aliments de saison, produits localement dans le respect de l'environnement, permettant une juste rémunération des producteurs, produits labellisés
- Développement de l'offre de produits vendus en vrac (réduction des emballages et déchets) et de nouveaux emballages (emballages actifs permettant d'améliorer la conservation des produits et réduisant ainsi le gaspillage alimentaire) (32).

Ces nouvelles tendances de consommation auront ainsi des impacts sur les produits de consommation, les méthodes de communication et de marketing, sur la restauration hors foyer, sur l'artisanat, sur les circuits de distribution, sur la logistique et les grossistes, sur les industries de transformation, sur la production agricole, etc.

B. DEFINITION

La première définition du développement durable est énoncée en 1987 dans le rapport Brundtland. C'est donc « *un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* » (33). En 1992, le Sommet de la Terre à Rio, tenu sous l'égide des Nations unies, officialise la notion de développement durable et celle des trois piliers qui sont : un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.

Pour ce qui est de l'alimentation durable, la FAO l'appréhende comme une alimentation nutritive et accessible à tous. « *Les régimes alimentaires durables sont des régimes alimentaires ayant de faibles conséquences sur l'environnement, qui contribuent à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations présentes et futures* » (1). Pour cela, les ressources naturelles doivent être gérées de manière à maintenir les fonctions de l'écosystème et ce, afin de répondre aux besoins humains actuels et futurs (34). Ainsi, pour qu'un aliment soit durable, il devrait répondre à différents critères parmi ceux-ci : bon pour la santé (pesticides et additifs limités, apports nutritionnels équilibrés), ayant un faible impact sur l'environnement (pesticides, emballages et transports limités, localité et

circuits courts favorisés, saisonnalité respectée), respectueux du bien-être animal, ayant du goût, ayant une valeur ajoutée et garantissant un juste revenu au producteur (35).

Ce concept, relativement récent, est porté par la progression des préoccupations sociales, écologiques et éthiques de la société actuelle. Cependant, le fait que ce concept soit récent et qu'il n'existe pas de définition précise et encadrée fait que chaque consommateur s'en fait sa propre définition, en fonction de ses perceptions, de ses pratiques et de ses attentes.

C. CERTIFICATIONS ET ENGAGEMENTS ORIENTES SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Pour 73% des 4100 individus ayant répondu à l'étude Ethicity de mai 2016, « les individus ont un rôle important pour agir concrètement en faveur du développement durable » (36). Cet engouement des consommateurs implique le développement de modes de production, de transformation et de distribution alternatifs et plus durables. C'est dans ce contexte que des certifications, des marques et des labels alimentaires au rayonnement national, européen voire mondial se développent et sont de plus en plus reconnus par les consommateurs. Certains d'entre eux seront présentés dans les parties suivantes.

L'AGRICULTURE RAISONNEE ET LA CERTIFICATION « HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE »

L'agriculture raisonnée ou intégrée est un compromis entre l'agriculture biologique qui restreint largement l'utilisation d'intrants et l'agriculture conventionnelle qui n'en limite pas l'usage. Elle permet d'obtenir des rendements comparables à ceux de l'agriculture conventionnelle tout en maîtrisant l'apport d'intrant, l'idée étant de s'intéresser précisément aux besoins spécifiques de chaque culture à leurs différents stades de développement. Elle est reconnue au niveau 2 de la certification Haute Valeur Environnementale (HVE). Cette certification comporte 3 niveaux:

- Niveau 1 : respect des exigences environnementales de la conditionnalité.
- Niveau 2 : respect d'un référentiel comportant 16 exigences, efficaces pour l'environnement.
- Niveau 3 : qualifié de « HVE », est fondé sur des indicateurs de résultats relatifs à la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et de

l'irrigation (37). En janvier 2017, 503 exploitations françaises étaient certifiées au niveau 3 (voir ANNEXE II).

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Dynamique insufflée par l'Etat (création de la Commission nationale de certification environnementale en 2011 dont des représentants de l'Etat font partie pour suivre la mise en œuvre du dispositif) - Certification transparente : tous les détails sont consultables sur le site agriculture.gouv.fr - Différents niveaux de certification possibles 	<ul style="list-style-type: none"> - Label peu reconnu par les consommateurs - Contrôles moins fréquents qu'en bio : au minimum 1 fois/durée de validité (= 3 ans) - Orienté « uniquement » sur l'environnement : la biodiversité / stratégie phytosanitaires / fertilisation / irrigation

LES MARQUES DE DISTRIBUTEURS

En 1996, Carrefour lance la marque Reflets de France. En 2009, cette marque était présente dans l'ensemble des enseignes du groupe Carrefour en France et en Belgique. Les produits élaborés et commercialisés sous cette marque doivent avoir été transformés en France et les productions agricoles françaises doivent être conditionnées en France. Les producteurs et transformateurs doivent répondre à un cahier des charges (CDC) fixé par le Groupe Carrefour. De la même manière E. Leclerc a développé la marque Nos Régions ont du talent en 1999.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Importance du lieu de production - Valorisation du terroir - Valorisation des PME et de l'emploi en France - Valorisation des produits locaux 	<ul style="list-style-type: none"> - CDC fixés par les grands distributeurs : contenu privé et difficilement accessible - Méthode de sélection des producteurs non connue - Peu d'informations concernant la provenance des matières premières - Ne demande pas l'engagement dans une démarche de certification et tous les efforts que cela demande

LES MARQUES COLLECTIVES DE CERTIFICATION REGIONALE

En France, elles sont plus de 30 et on les connaît sous le nom de « Saveurs en'Or », « Saveur du Sud » ou encore « Savourez l'Alsace ». D'après l'article L. 715-1 du Code

de la propriété intellectuelle, une marque est dite collective lorsqu'elle « *peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. La marque collective de certification est appliquée au produit ou au service qui présente notamment, quant à sa nature, ses propriétés ou ses qualités, des caractères précisés dans son règlement* » (38). Pour exemple, la marque « Saveurs en'Or » exige que le site de production ou de transformation des entreprises soit établi dans les Hauts de France et qu'il y ait une utilisation maximale d'ingrédients issus de la région quand ils existent en quantité et en qualité suffisantes. Ces exigences sont contrôlées par un organisme indépendant une fois par an. Finalement, les produits sont dégustés par un jury de consommateurs formés pour valider l'absence de défauts gustatifs (39). Pour « Saveur du Sud », la démarche est identique (40) et le produit peut être labellisé pendant 2 ans. Au-delà de 2 ans, il faut procéder à un renouvellement de la démarche. En plus de cela, les futurs adhérents doivent accepter le règlement d'usage de la marque (présent en ANNEXE III). On y apprend que les produits sous Signe d'Identification de Qualité et d'Origine (SIQO) tels que AOP, AOC, IGP, Label Rouge ou AB peuvent suffire à valider une adhésion sous certaines conditions (41). Finalement, il existe 4 cahiers des charges différents pour les produits alimentaires dont celui des produits transformés dont un exemplaire est disponible en ANNEXE IV.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Importance du lieu de production - Valorisation des PME et de l'emploi en France : mutualisation des marchés/produits/moyens/compétences, mise en réseau d'entreprises - Valorisation des produits locaux via un label et une visibilité sur le site des marques collectives - CDC plus facilement accessibles et démarche d'adhésion claire - Contrôle systématiquement fait par un organisme indépendant 	<ul style="list-style-type: none"> - Quelques différences de fonctionnement et de cahiers des charges en fonction des marques - Peu d'informations concernant le niveau d'exigence des preuves pour la constitution du dossier - Modalités de contrôle peu claires - Ne garantit en aucun cas que la totalité des matières premières soient locales

L'Appellation d'Origine Protégée (AOP) est un signe européen qui « désigne un produit dont toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique et qui donne ses caractéristiques au produit » et qui protège le nom du produit dans l'Union Européenne (UE) (42). L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), qui se rapproche de l'AOP, désigne des produits répondant aux exigences de l'AOP et protège le nom du produit uniquement en France. En d'autres termes, l'AOC est à la France, ce que l'AOP est à l'UE. L'appellation d'Origine est à différencier de l'Indication Géographique Protégée (IGP) qui désigne un produit dont uniquement quelques étapes sont réalisées dans une aire géographique (43).

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- Valorisation du terroir et à une certaine échelle des circuits courts- Réglementé : Code rural et de la pêche maritime, articles R.641-1 à R.641-10, R (UE) n° 1151/2012 du 21 novembre 2012, Règlement (UE) n° 1308/2013 du 17 décembre 2013- Reconnu par les consommateurs européens depuis les années 90- Contrôles par des organismes indépendants agréés par l'INAO- Respect d'un CDC- Transparence dans la démarche	<ul style="list-style-type: none">- S'intéresse plus à la protection des produits et de leur origine : ne spécifie pas directement l'aspect local du produit- D'après la littérature, des contrôles insuffisants et laxistes, rendements excessifs nuisant à la qualité, délimitations géographiques indulgentes seraient soulignés pour des AOC viticoles

Max Havelaar France est une association de solidarité internationale. Elle est dirigée par des représentants de producteurs du Sud et d'organisations de la société civile du Nord. Elle valorise des concepts relatifs à l'éthique et à l'équitable via la garantie de conditions commerciales plus justes aux producteurs d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie. Ainsi, elle leur permet d'accéder au marché français en développant une offre de produits équitables. Le label est obtenu en respectant des cahiers des charges qui définissent les conditions dans lesquelles les producteurs doivent cultiver, s'organiser et vendre leur récolte (44). Dans ces CDC, figurent des critères centraux, qui doivent

être respectés par l'ensemble des producteurs et dès la première année de certification (santé et droits des travailleurs, protection de la biodiversité, absence d'OGM, etc.) et des critères de développement spécifiques à chaque producteur en fonction de ses objectifs. Les standards définissent également une « liste rouge » des produits phytosanitaires interdits par l'association (45). Ainsi, les critères environnementaux prennent autant d'importance que les critères humains : la santé et sécurité des travailleurs et la qualité de leur environnement proche sont des critères tout aussi importants que la gestion de l'eau, la gestion des déchets, la protection de la biodiversité et du climat. Sur les produits commercialisés en France, le label FAIRTRADE est souvent associé à la certification AB garantissant l'engagement dans deux démarches durables différentes : l'éthique et l'environnement.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Axé sur l'amélioration du bien-être social et économique des petits producteurs et des travailleurs ET la durabilité de l'environnement - Basé sur des cahiers des charges fixés par l'association - Démarche de labélisation et objectifs de l'association clairement explicités 	<ul style="list-style-type: none"> - Produits issus d'Amérique, d'Afrique ou d'Asie, impliquant une importation dont l'empreinte environnementale peut « effacer » les efforts de protection de l'environnement par les producteurs - Cahiers des charges difficilement accessibles

MSC PECHE DURABLE

Le MSC, ou Marine Stewardship Council, est issu d'un partenariat créé en 1997 entre le WWF (World Wide Fund for Nature) et Unilever. Cette organisation indépendante a pour principale mission « d'améliorer la santé des océans en reconnaissant et en récompensant les pratiques de pêche durables et en guidant le consommateur dans ses choix » via son label (46). Ainsi, pour être certifiées, les pêcheries doivent répondre à un référentiel organisé en 28 indicateurs de performance reposant sur 3 concepts : des stocks de poissons durables, la réduction de l'impact environnemental et une gestion efficace (voir ANNEXE V). Un organisme tiers de certification vérifie le respect du référentiel. Le MSC s'adresse uniquement aux pêcheries de captures sauvages et la certification est octroyée pour une durée maximale de 5 ans. Au cours de ces 5 ans, des audits de surveillance ont lieu tous les ans ou plus fréquemment si ils sont jugés nécessaires.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Protection de l'environnement - Préservation de la biodiversité - Respect du référentiel évalué par un organisme tiers certifié - Explication de la démarche transparente - De nombreux conseils sont fournis - Possibilité de faire certifier uniquement quelques activités de la pêche - Durée d'évaluation longue : minimum 8 mois, en moyenne 12 - Référentiel en partie consultable 	<ul style="list-style-type: none"> - La pêche choisit elle-même l'organisme tiers de certification. - Les audits de surveillance peuvent comprendre un audit sur site, un audit hors site ou un simple examen des informations (47). - Ne permet pas de répondre complètement aux enjeux liés à la surpêche : pour l'association de loi 1901 à but non lucratif « BLOOM », « aucun label existant ne garantit malheureusement à 100% que le poisson certifié soit durable » (48)

LES CIRCUITS COURTS

La consommation via les circuits courts consiste à s'approvisionner directement auprès des producteurs. De là, différents modes d'approvisionnement peuvent être utilisés tels que la vente à la ferme, la vente via une association de producteurs voire la vente par internet (49). Les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) étaient les pionnières en la matière. Elles ont pour but de renouer le dialogue entre consommateur et producteur, de valoriser l'alimentation de saison et un système réduisant les transports (50). Pour la création d'une AMAP, un groupe de consommateurs et des producteurs établissent un contrat pour une période donnée (souvent une période de production). Au cours de cette période, les producteurs s'engagent à livrer aux partenaires des produits frais qui constituent les paniers des consommateurs (51). Le contenu de ceux-ci varie continuellement en fonction des produits générés par les producteurs. Les paniers sont distribués soit à la ferme, soit dans des points relais.

Un autre réseau plus récemment créé est celui de « La ruche qui dit oui ! ». Ainsi il existe plus de 700 « ruches » ou associations de consommateurs dont la majorité se situe en France mais également en Espagne, Allemagne, Italie, etc. Dans le cas des ruches, le gérant de chacune d'entre elle perçoit 10% du prix de vente HT et est responsable du choix des fournisseurs et de la remise des produits aux consommateurs, c'est pourquoi il peut être perçu comme un intermédiaire dans la chaîne d'approvisionnement. De plus, l'entreprise « La Ruche qui dit Oui ! », qui met à

disposition l'outil internet, gère les paiements en ligne (etc.) perçoit également 10% de ce prix de vente (52).

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Valorise les produits locaux ayant un faible impact environnemental du fait des transports limités - Encourage la transparence dans les échanges entre producteurs, distributeurs et consommateurs - Valorise les produits de saison - Permet aux petits producteurs de valoriser leurs produits plus facilement (sans forcément avoir un label) 	<ul style="list-style-type: none"> - Existence de nombreuses associations aux fonctionnements très différents - Certaines associations ne suppriment pas totalement les intermédiaires et les producteurs ne sont pas rémunérés de la même manière - Les produits distribués ne sont pas forcément labélisés - Attention à certains circuits parfois désorganisés (le transport de quelques produits locaux sur des dizaines de km peut avoir un impact environnemental plus important que le transport de grandes quantités en camion)

LE LABEL BIO COHERENCE

Bio Cohérence est une association d'environ 600 adhérents qui gèrent la marque de filière du même nom. Elle garantit des produits bio répondant à « des critères très exigeants » comme présenté sur son site internet (53) et plus généralement dans la littérature. En effet, cette « certification » est réputée pour être plus « stricte » que celle de la réglementation européenne. C'est d'ailleurs ce qui est illustré dans le tableau comparatif ci-dessous. Les opérateurs labellisés Bio Cohérence signent la charte des valeurs de la marque ; respectent son cahier des charges (tous deux téléchargeables sur le site) et s'engagent dans une démarche de progrès englobant les aspects sociaux et environnementaux.

 	
Collecte mixte Collecte des produits en vrac (lait, céréales, etc.) possible sur un même circuit sous réserve de séparation et de traçabilité	Collecte 100 % bio, sauf pour les œufs bénéficiant d'un système d'identification
Commercialisation Tous lieux de vente	Vente directe et magasins spécialisés Vente possible en grande distribution, localement (80 km) et sans intermédiaire ni plateforme
Contrat de travail	Respect du droit du travail français (pas de contrat de type "Bolkestein") sur la ferme et les groupements d'employeurs Recommandation de ne pas faire appel à des prestataires qui emploient une main d'œuvre détachée

Figure 11 : Extrait du tableau comparatif entre les certifications européenne et Bio Cohérence

Bernard Gaborit, producteur de produits laitiers bio témoigne : les raisons pour lesquelles il s'est tourné vers Bio Cohérence sont les suivantes : « *C'est suite à l'harmonisation de la réglementation bio européenne de 2009. Par rapport à l'ancienne réglementation française, cette révision s'est traduite par une baisse des critères appliqués à l'élevage. C'est donc pour maintenir des exigences élevées et rester dans une « Bio + » que nous nous sommes engagés dans Bio Cohérence* » (54). Pour exemple, comme expliqué précédemment, Bio Cohérence ne tolère le chauffage des serres uniquement pour la production et l'élevage de plants tandis que celui-ci n'est aucunement réglementé par les textes européens (55). Ainsi, l'association Bio Cohérence a établi un tableau comparatif entre les exigences de la réglementation européenne et celles de son cahier des charges dont un extrait a été présenté à la page précédente.

Ainsi, là où les textes européens autorisent la collecte de produits bio et non bio en même temps, permettent la commercialisation en tout point de vente et ne mentionnent rien concernant les contrats de travail, le CDC Bio Cohérence exige la collecte de produits 100% bio uniquement, autorise la vente en GMS mais uniquement dans un rayon de 80 km et exige le respect du droit du travail français.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> - Pour être « certifié » Bio cohérence, il faut dans un premier temps être certifié biologique - Plus exigeant que la réglementation bio européenne : répond plus aux concepts de l'alimentation durable - Démarche transparente - Cahier des charges et charte accessibles - Contrôle chaque année par un organisme certificateur choisi par l'adhérent (-) mais les frais de contrôle sont compris dans le montant de l'adhésion à Bio Cohérence. 	<ul style="list-style-type: none"> - Label moins connu des consommateurs

D. LES INCONVENIENTS DE L'ALIMENTATION DURABLE

Face à l'ensemble des critères de l'alimentation durable et aux multiples modalités de production et de certification, la difficulté reste de déterminer à quel point un aliment peut être durable. En effet, au regard des différents critères rendant un aliment durable : protection de l'environnement, de la santé, respect des saisons, localité,

accompagnement des exploitations en voie de développement, etc., certaines questions peuvent se poser. Une tomate produite de manière conventionnelle mais dans un rayon de 100 km est-elle plus durable qu'une tomate bio importée de l'autre bout du monde ?

De plus, comme présenté dans cette partie, les labels et certifications sont très nombreux et chacun a ses spécificités, ses points forts et ses points faibles mais n'est, la plupart du temps, qu'en partie durable : le label FAIRTRADE orienté éthique, les certifications AOP, AOC, IGP orientées local, les circuits courts orientés local ET de saison, la certification bio orientée protection de l'environnement, etc. Finalement, chaque label, certification présente un degré d'exigence et de cohérence plus ou moins différent. C'est ce qui a été démontré avec le bio de la réglementation européenne en première partie. Ainsi certaines sources telles que ecolabel index, natura science et ecosapiens.com recensent les labels à connotation durable et les classent en fonction de leur cohérence et de leur degré d'exigence. La classification d'ecosapiens.com est consultable en ANNEXE VI. Notons tout de même que ces comparaisons sont plus ou moins objectives car aucune information n'est donnée sur les critères de comparaison et qu'il est difficile de comparer différents labels aux modalités de contrôle et aux exigences très différentes.

Ce qu'il faut retenir de cette partie :

L'alimentation durable est plus récente que l'alimentation biologique. Il n'existe pas de définition officielle pour ce concept mais celle-ci peut se retrouver sous différentes certifications, sous différents modes de production et sous différents labels. Cependant, les labels et certifications, comme expliqué pour le label bio, valorisent uniquement certains aspects de l'alimentation durable et il peut être difficile pour le consommateur de s'y retrouver...

II. OPINION DES CONSOMMATEURS

1. CONCERNANT L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

A. OPINIONS DES CONSOMMATEURS

En France, les études se multiplient pour déterminer le profil des consommateurs de produits biologiques et leurs opinions vis-à-vis de ces produits. Parmi celles-ci, se démarque le projet Bionutrinet supporté par le Ministère de la Santé, l'Institut de Veille Sanitaire et l'Institut National de la Recherche Agronomique. Dans une première étude publiée en 2013, 54 411 adultes français divisés en différents groupes de consommateurs ont répondu à différentes questions concernant le prix, la qualité nutritionnelle, le goût, l'impact sur la santé et sur l'environnement des produits biologiques (56).

Globalement, les consommateurs occasionnels et réguliers de produits biologiques pensent que ces produits ont un meilleur impact sur la santé. Les consommateurs n'achetant pas ces produits car ils considèrent qu'ils coûtent trop cher, ceux qui les évitent et ceux qui y sont indifférents sont moins nombreux à penser que ces produits ont un meilleur impact sur la santé. Mais globalement, la majorité des consommateurs questionnés (69,9%) s'accorde sur le fait que ces produits ont un meilleur impact sur la santé. Cette même observation peut être faite pour l'impact environnemental de ces produits.

Bien qu'ils soient consommateurs réguliers, 73,2% trouvent également que ces produits sont chers. En effet, les raisons principales pour lesquelles les consommateurs de produits biologiques n'en consomment pas plus souvent sont le fait qu'ils coûtent trop cher, que les consommateurs n'ont pas le réflexe de se tourner vers ces produits, que l'offre ne correspond pas à leur besoin, qu'ils manquent d'informations sur ces produits, qu'ils n'ont pas confiance en l'agriculture biologique, etc. (57). Cependant, on peut se demander si ces raisons ne sont pas dues à un manque d'informations sur l'évolution de ces produits car ceux-ci étaient appréhendés de cette manière lors de leur arrivée sur le marché mais, en l'espace de plus de 50 ans, l'offre a eu le temps d'évoluer.

Globalement, les consommateurs français sont d'accord à plus de 80% sur le fait que les produits biologiques sont « bons pour l'environnement », « bons pour la santé » et

« ont du goût ». Ils s'accordent un peu moins sur le fait que ce sont des produits « que l'on a plaisir à consommer » (77%) , « porteurs d'avenir » (77%), « synonymes de qualité » (72%) et qu'ils « apportent des saveurs nouvelles » (56%) (57).

B. PROFIL DES CONSOMMATEURS

Une typologie des consommateurs de produits biologiques a été réalisée dans le cadre du même projet Bionutrinet. Deux études réalisées sur 54 283 et 28 245 adultes français et publiées en 2015 révèlent certaines caractéristiques de ces consommateurs. Premièrement, les femmes sont plus consommatrices de produits biologiques que les hommes que ce soit de manière régulière ou occasionnelle (58), Ensuite, les consommateurs réguliers présentent plus souvent un niveau d'éducation et un revenu plus élevés que les non-consommateurs. Ainsi, les cadres et exploitants agricoles sont plus nombreux chez les consommateurs réguliers. Il est plus fréquent que les consommateurs réguliers soient végétariens ou végétaliens par rapport aux non-consommateurs. De plus, ils prennent plus facilement des compléments alimentaires, prennent soin de leur hygiène de vie, pratiquent plus fréquemment une activité physique et ont un Indice de Masse Corporel plus faible que les non-consommateurs (59).

En général, les consommateurs de produits biologiques privilégient les produits végétaux aux produits animaux bien qu'il y ait des disparités entre les sexes. Ainsi, les fruits et légumes sont largement consommés (79%), suivis des produits laitiers (58%), des produits d'épicerie (pâtes, riz, céréales ; 48%), des œufs (45%), des boissons (45%) et des viandes (33%), (57).

En fonction des catégories de produits, ces consommateurs ont plus ou moins tendance à les consommer uniquement lorsqu'ils sont issus de l'agriculture biologique. Ainsi les catégories d'aliments concernées sont les produits à base de soja, les œufs, le lait, la volaille, les jus de fruits et les fruits et légumes. Pour d'autres types d'aliments tels que les fromages, les vins, les autres produits laitiers et les cafés, thés, infusions, la part de consommation de ces produits issus de l'agriculture biologique n'excède pas les 50% (57). Il faut cependant noter que, pour ces produits, l'offre est inférieure. Aussi, les produits biologiques les plus consommés en termes de quantité sont les pommes, la salade, les tomates, le pain complet et les légumes (60).

Le baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France est une étude réalisée chaque année depuis 2003 par l'Agence Bio. Il confirme les observations citées auparavant et dessine également une tendance au fil des années. Ainsi la fréquence de consommation de produits biologiques au fil des années est présentée dans le schéma suivant. Globalement, de 2003 à 2012, la répartition des individus en fonction de leur fréquence de consommation n'évolue pas de manière significative. En revanche, les consommateurs quotidiens font leur apparition dès 2006 (7% des 1006 individus interrogés). A partir de 2013, on distingue une évolution significative de la répartition des consommateurs. Ainsi, le pourcentage des personnes n'ayant jamais consommé de produits biologiques passe de 35% à 25% en 2013/2014 et de 25% à 12% en 2015 au profit de la proportion de personnes consommant ces produits de manière hebdomadaire ou mensuelle. Il faut cependant remarquer que les individus interrogés chaque année ne sont pas les mêmes, qu'à partir de 2015 le recueil des réponses se fait en ligne et que l'échantillon varie plus ou moins de taille et ce, notamment en 2011 (995 individus) et en 2015 (506 individus) (57).

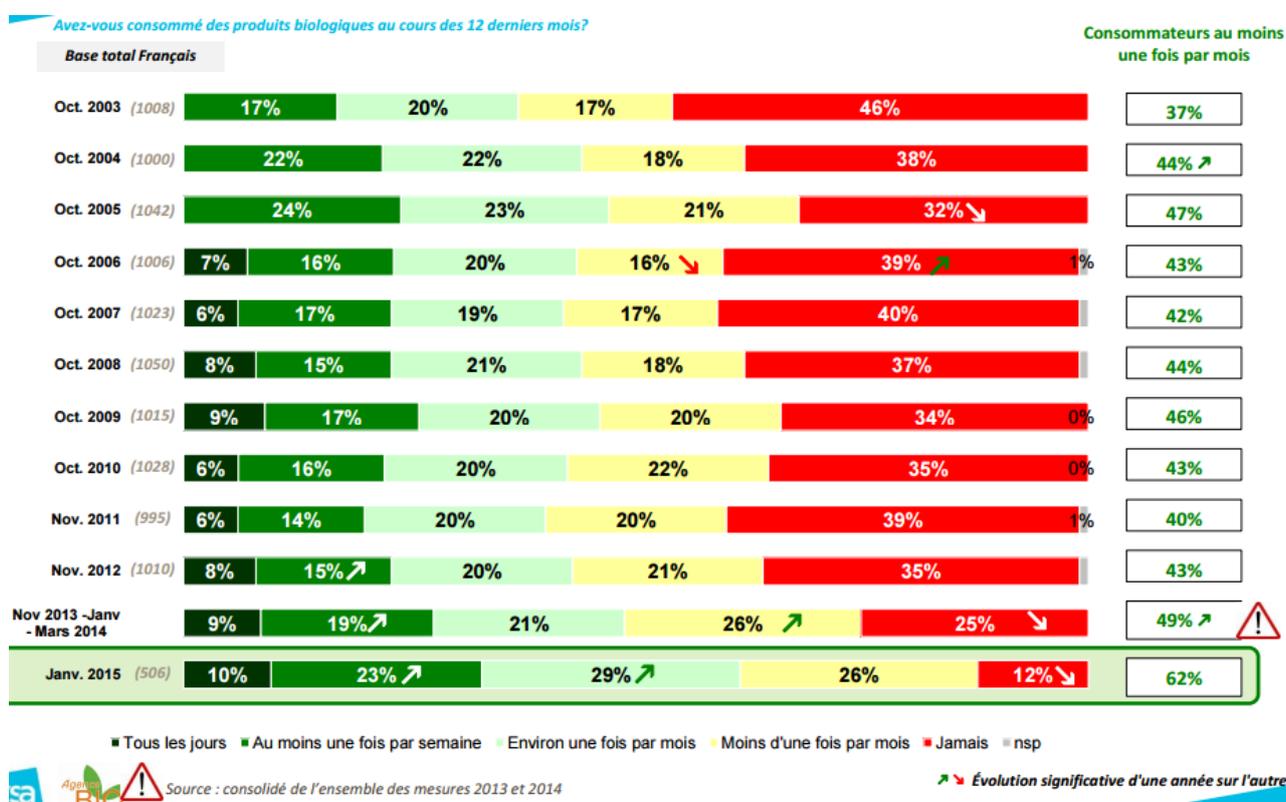


Figure 12 : Evolution du nombre de consommateurs de produits bio par année

En 2014, 82% des 403 acheteurs de produits biologiques consacrent entre 0 et 25% de leur budget alimentaire à ces produits. Ils sont 14% à consacrer entre 26 et 50% de leur budget pour ces produits et ne sont que 2% lorsqu'il s'agit de consacrer entre 51 et 75% ou entre 76 et 100% de leur budget alimentaire. Chez ces acheteurs, le budget consacré aux produits alimentaires biologiques est resté stable ou a plutôt augmenté.

Chez les consommateurs en général, le logo français Agriculture Biologique (AB) est largement plus connu que le logo européen Euroleaf : en 2015, 98% d'entre eux connaissaient ce premier tandis que seuls 33% d'entre eux connaissaient le deuxième. Il en est de même chez les consommateurs de produits biologiques (99% contre 37%).

En 2015, 28% des consommateurs de produits biologiques l'étaient depuis deux ans ou moins, tandis que 37% l'étaient depuis cinq à trois ans et tandis que 35% l'étaient depuis six ans et plus.

Les raisons qui les incitent à consommer des produits biologiques sont le fait « préserver leur santé » (62%), de « préserver l'environnement (57%), la « qualité et le goût » (48%), « la sécurité » (47%), des « raisons éthiques » (27%), le « bien-être des animaux » (23%) et dans de moindres proportions : la plus grande disponibilité des produits biologiques dans les lieux d'achats habituels, une habitude familiale, le fait d'avoir des enfants et d'autres évènements particulier dans leur vie.

Lors de leurs achats, les consommateurs de produits biologiques les reconnaissent grâce au logo AB (81%), par la mention « issu de l'agriculture biologique » (67%), par la signalétique en rayon (47%), par le logo européen (24%), par la mention d'un organisme de contrôle (22%), par une marque du magasin ou de l'enseigne (17%) et/ou par une marque commerciale (7%).

Le circuit de distribution favori des consommateurs de produits biologiques toute catégorie confondue est représenté par les grandes et moyennes surfaces (G.M.S.) qui sont fréquentées au moins une fois par semaine par 33% de ces consommateurs. Elles sont suivies des artisans (boulangers, bouchers ; 19%), des marchés (16%) et des magasins spécialisés en produits biologiques (10%). Finalement, plus de la moitié de ces consommateurs ne fréquentent que rarement (moins d'une fois par mois voire

jamais) les drives, les fermes, les magasins spécialisés et les artisans. Ils achètent donc principalement ces produits dans les G.M.S.

Les raisons pour lesquelles les consommateurs pourraient être incités à acheter davantage de produits biologiques sont par ordre décroissant: la revue à la baisse des prix (74%), la mise en valeur des produits locaux et régionaux, la meilleure disponibilité en magasin, la proposition de produits de saisons, de produits plus diversifiés, de produits en vrac/au détail, de produits avec moins d'emballages, de produits de meilleur goût, de produits équitables et de produits mieux identifiés en magasin (10%).

Les derniers chiffres de l'Agence Bio parus en janvier 2017 (69) :

90% des français ont consommé des produits bio en 2016

70% en consomment régulièrement (au moins 1 fois/mois)

Les ventes de produits bio ont dépassé 7 milliards d'€ fin 2016 (5.76 fin 2015)

Plus de 80% estiment que le développement du bio est important

Pour 92% des français, la bio contribue à préserver l'environnement

Ils veulent avoir une offre en bio plus développée dans les GMS (73%), sur les marchés (48%), chez les artisans (44%), dans les restaurants (80%) et jusque dans les distributeurs automatiques (54%)

2. CONCERNANT L'ALIMENTATION DURABLE

Comme mentionné précédemment, la définition de l'alimentation durable ne semble pas avoir fait l'objet d'un consensus. De plus, bien que la notion de développement durable ait émergé en 1987, ce concept reste encore étranger pour certains individus. Si bien que chaque individu se crée sa propre définition de l'alimentation durable. Ainsi les sources ayant traité des consommateurs d'aliments durables sont amplement moins nombreuses que celles ayant traité de l'alimentation biologique.

En 2009, le CREDOC a tenté de déterminer les types de consommateurs ayant des représentations différentes de l'alimentation durable. La première étant une approche altruiste, c'est-à-dire tournée vers les autres et le futur. Ces individus sont plus préoccupés par l'environnement (21%), l'éthique et le social (8%) ainsi que le bien-être animal (8%) contrairement à l'approche utilitariste tournée vers l'optimisation des

aliments. Dans ce cas, les consommateurs seront plus préoccupés par la gestion des emballages (20%) et les types de conditionnement (14%) mais également par la qualité des produits (29%) (61).

Les résultats d'un sondage réalisé en 2016 par la Fondation Daniel & Nina Carasso et Ipsos complètent ces informations et indiquent que 71% des 1022 personnes françaises sondées consomment davantage de produits bons pour la santé, 70% des produits régionaux ou vendus en circuits courts, et que 67% tentent de réduire la quantité d'aliments qu'ils jettent (35). Ainsi, les aliments favorisés sont frais, avec moins d'emballages, provenant directement des producteurs, biologiques, des fruits et légumes « abimés », etc. Les produits contenant des additifs, de fortes teneurs en sucre, sel ou matière grasse, des pesticides sont rejetés par de plus en plus de consommateurs. Les critères qui progressent le plus en termes d'intérêt sont l'origine géographique des produits, la saisonnalité, le respect de l'environnement et les conditions de production. 83% des sondés affirment ne pas avoir assez d'information sur l'impact social des produits tandis qu'ils sont 78% concernant les impacts sanitaires et environnementaux.

3. ANALYSE DU POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS SUR L'ALIMENTATION DURABLE PAR RAPPORT A L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE VIA UN SONDAGE

N'ayant que très peu d'informations sur la perception des consommateurs en ce qui concerne l'alimentation durable, un sondage s'est avéré nécessaire pour cette partie.

A. CONTEXTE, OBJECTIFS ET MODE D'ADMINISTRATION

Celui-ci s'est adressé à des individus, consommateurs de produits biologiques ou non, et a été diffusé sur internet via différents réseaux. Afin d'éviter toute abandon de renseignement du sondage et parce que celui n'est pas exclusivement destiné aux consommateurs avérés, les sondés avaient la liberté de répondre ou non à l'ensemble des questions. Ainsi, le questionnaire est resté accessible jusqu'à ce que 100 personnes aient répondu et soient allées au bout du questionnaire. Notons tout de même que l'effectif de personnes ayant répondu à une question peut être moindre : de 87 à 42 répondants. Le questionnaire est composé de 30 questions organisées en trois grandes parties.

La première est destinée à rassembler les informations générales qui concernent les sondés : âge, sexe, profession, régime alimentaire et degré d'attachement à l'alimentation. La seconde partie du sondage consiste à évaluer le degré de connaissance et d'appréciation des consommateurs vis-à-vis de l'alimentation biologique tandis que la dernière partie se concentre sur l'alimentation durable. Afin que ce sondage soit le plus précis possible, un large effort de documentation et d'information a été réalisé auparavant. Celui-ci a permis d'évaluer la pertinence de chacune des 30 questions en regard de l'objectif principal du sondage : déterminer si les consommateurs distinguent une valeur ajoutée pour l'alimentation durable par rapport à l'alimentation biologique. Avant sa publication, le sondage a été testé par plusieurs personnes afin d'évaluer sa fluidité et la compréhension du vocabulaire employé.

Ainsi, le but du sondage est dans un premier temps de confirmer les informations présentées dans les parties précédentes sur l'alimentation biologique et notamment les avis et attentes des consommateurs. Dans un second temps, le but du sondage est d'évaluer le niveau de connaissance et d'appréciation des consommateurs vis-à-vis de l'alimentation durable. Ce questionnaire doit permettre de conclure sur le fait que les consommateurs fassent ou non la différence entre les deux alimentations et s'ils en ressentent le besoin. Finalement le questionnaire et les résultats sont disponibles en ANNEXES VII et VIII.

B. EXPLOITATION DES RESULTATS

En ce qui concerne les informations générales sur les sondés : la moyenne d'âge est de 32 ans et environ 80% sont des femmes. De nombreuses situations professionnelles sont représentées et la majorité (97%) n'a pas de régime alimentaire particulier. 28% des sondés estiment que leur alimentation est très importante tandis que 62% l'estiment assez importante et 10% l'estiment peu importante.

VERIFICATION DE L'OPINION DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

La première partie de ce sondage permet de confirmer les informations sur les consommateurs de produits biologiques présentées précédemment. Comme l'illustre le graphique à la page suivante, les répondants sont complètement d'accord et plutôt d'accord pour dire que l'alimentation biologique est bonne pour l'environnement (89,61%), bonne pour la santé et limite l'usage de pesticides, d'OGM et d'additifs.

Pourcentage des sondés complètement d'accord et d'accord sur les propositions faites pour l'alimentation biologique

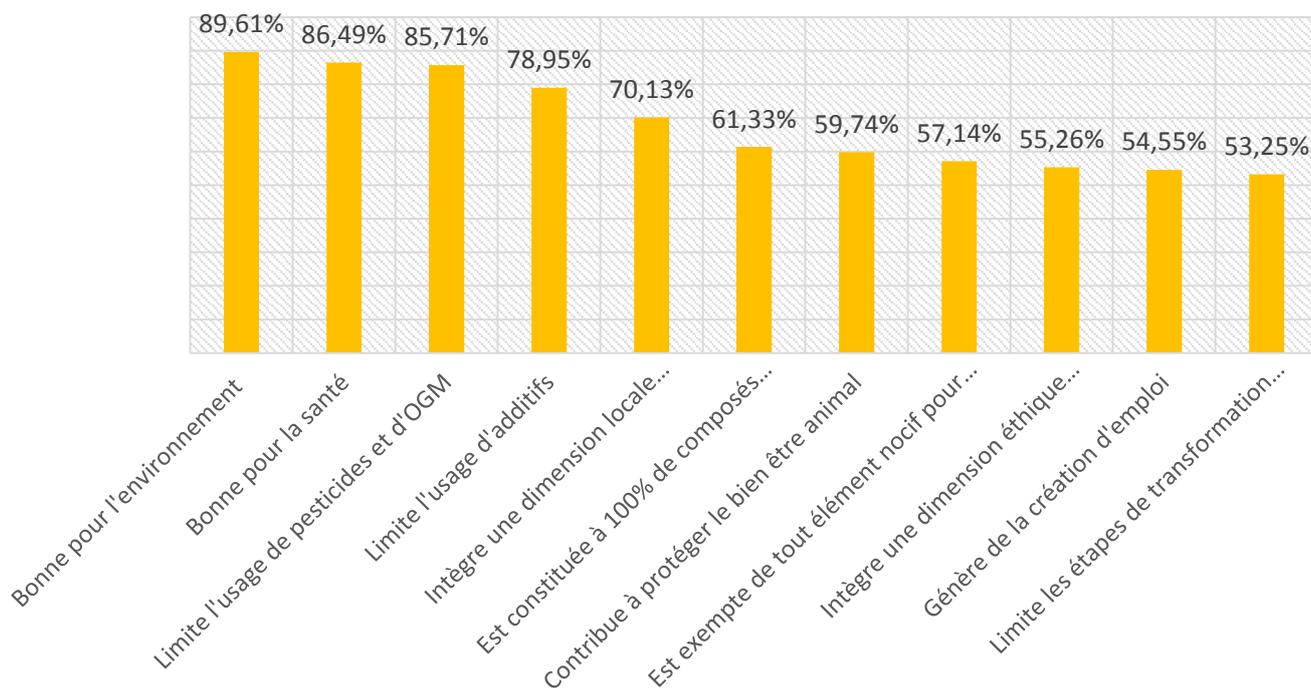


Figure 13 : Perception de l'alimentation biologique par les consommateurs

En revanche, dans certains cas, la perception des consommateurs diverge avec la réglementation actuelle. En effet, ils sont tout de même 70,13% à penser que cette alimentation intègre une dimension locale (valorisation des produits locaux, les circuits courts, etc.), 61,33% à penser qu'un aliment bio est composé à 100% de composés bio (or la réglementation est flexible sur ce point), 57,14% à penser qu'elle est totalement exempte de tout élément nocif pour la santé.

La proportion d'aliments biologiques achetée/consommée par semaine par les 58 répondants est en moyenne de 30% avec un minima de 0% et un maxima de 80%. Comme observé précédemment, les produits les plus consommés sont par ordre décroissant : les fruits et légumes frais, les œufs, les produits à base de féculents, les jus et boissons, la viande, les produits laitiers, etc.

Aliments biologiques les plus consommés par les sondés

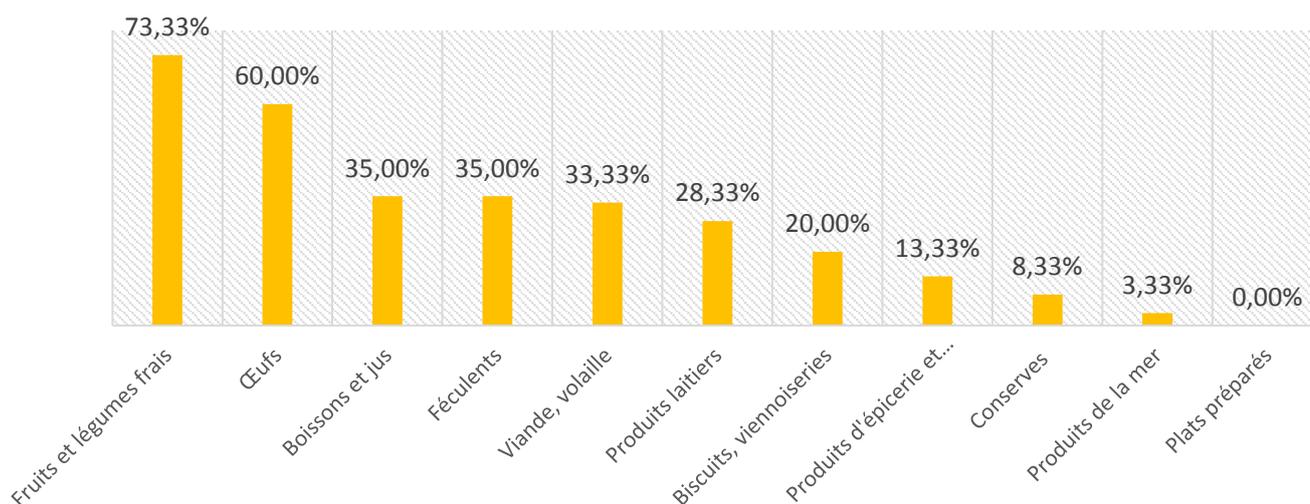


Figure 14 : Aliments biologiques les plus consommés

Comme illustré dans le graphique suivant, la préservation de l'environnement, de leur santé, la qualité des produits et le bien-être animal sont les raisons qui les motivent le plus à consommer des produits biologiques. En revanche, en ce qui concerne les entraves à la consommation de ces produits, le prix semble être un des freins majeurs. Il est suivi des incertitudes et du manque de confiance face à ce mode de production et du manque d'informations concernant les modalités de production.

Motivations et freins pour la consommation de produits biologique selon les sondés

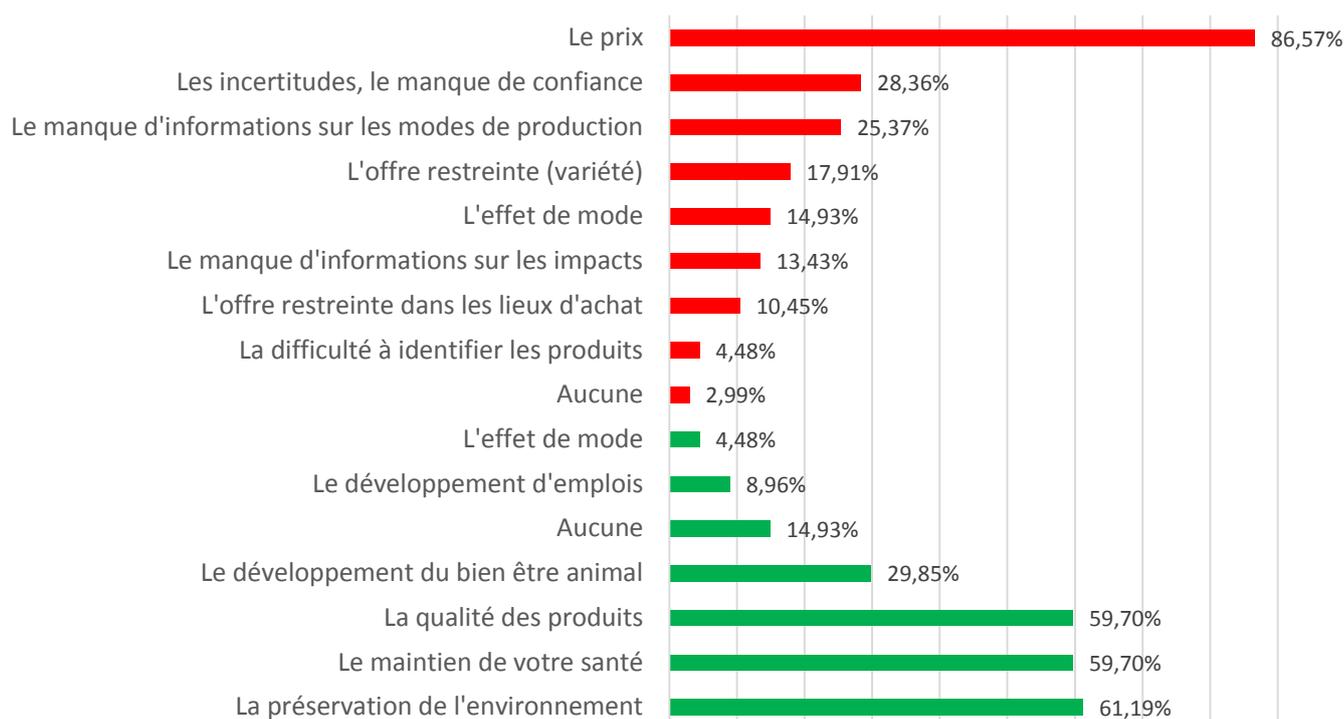


Figure 15 : motivations et freins à la consommation de produits biologiques

consommateurs mais toutefois, la proportion de personnes ayant connaissance de l'alimentation durable et plus globalement du développement durable reste prometteuse.

Pour 58,18% de ces sondés, il existe peut-être une différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable. 27% sont convaincus que cette différence existe tandis que 14,5% pensent qu'il n'y a pas de différence voire que ces deux alimentations sont identiques. Cela vient du fait que l'alimentation biologique fait partie de l'alimentation durable, et ils sont 52% à l'affirmer. Cependant, 46% pensent que l'alimentation durable est en grande partie constituée de l'alimentation biologique. Hormis les 7,27% qui pensent que l'alimentation biologique et l'alimentation durable sont identiques, le reste des sondés pense, avec plus ou moins de convictions, que ces deux alimentations sont différentes.

D'après vous y a t'il une différence entre l'alimentation

biologique et l'alimentation durable?

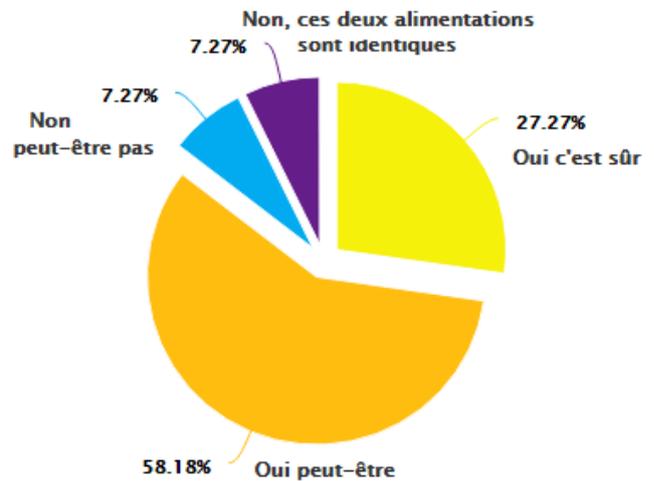


Figure 18 : Proportion des personnes faisant ou non la différence entre les deux alimentations

Lorsque l'on demande aux sondés une définition de l'alimentation durable, les mots qui reviennent le plus sont présentés ci-contre.

On observe ainsi que les termes « équitable, viable, saisonnier, responsable, social, local, emploi, etc. » reviennent plus souvent que pour la définition de l'alimentation biologique. Ainsi, les répondants semblent distinguer une valeur ajoutée pour l'alimentation durable.

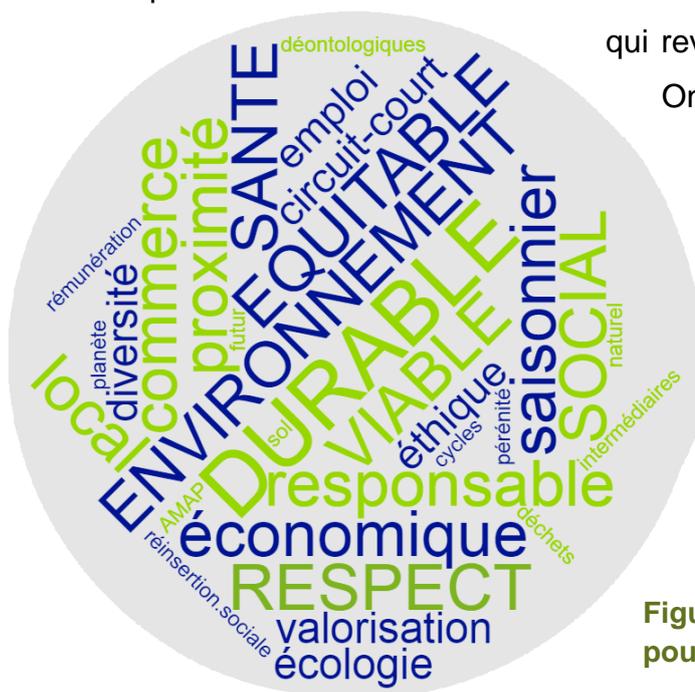


Figure 19 : Mots clés les plus cités par les sondés pour l'alimentation durable

En effet, comme le montre le graphique suivant, ils sont une majorité à être d'accord pour dire que l'alimentation durable va plus loin en termes de protection de l'environnement (88%), intègre une dimension plus locale (83%) et une dimension plus éthique (79%). Toutefois, les avis sont moins tranchés que pour l'alimentation bio pour laquelle ils répondaient en majorité « Complètement d'accord » tandis que pour cette question, on observe une majorité de « Plutôt d'accord ». Ainsi, ils sont une grande partie à distinguer une valeur ajoutée pour l'alimentation durable.

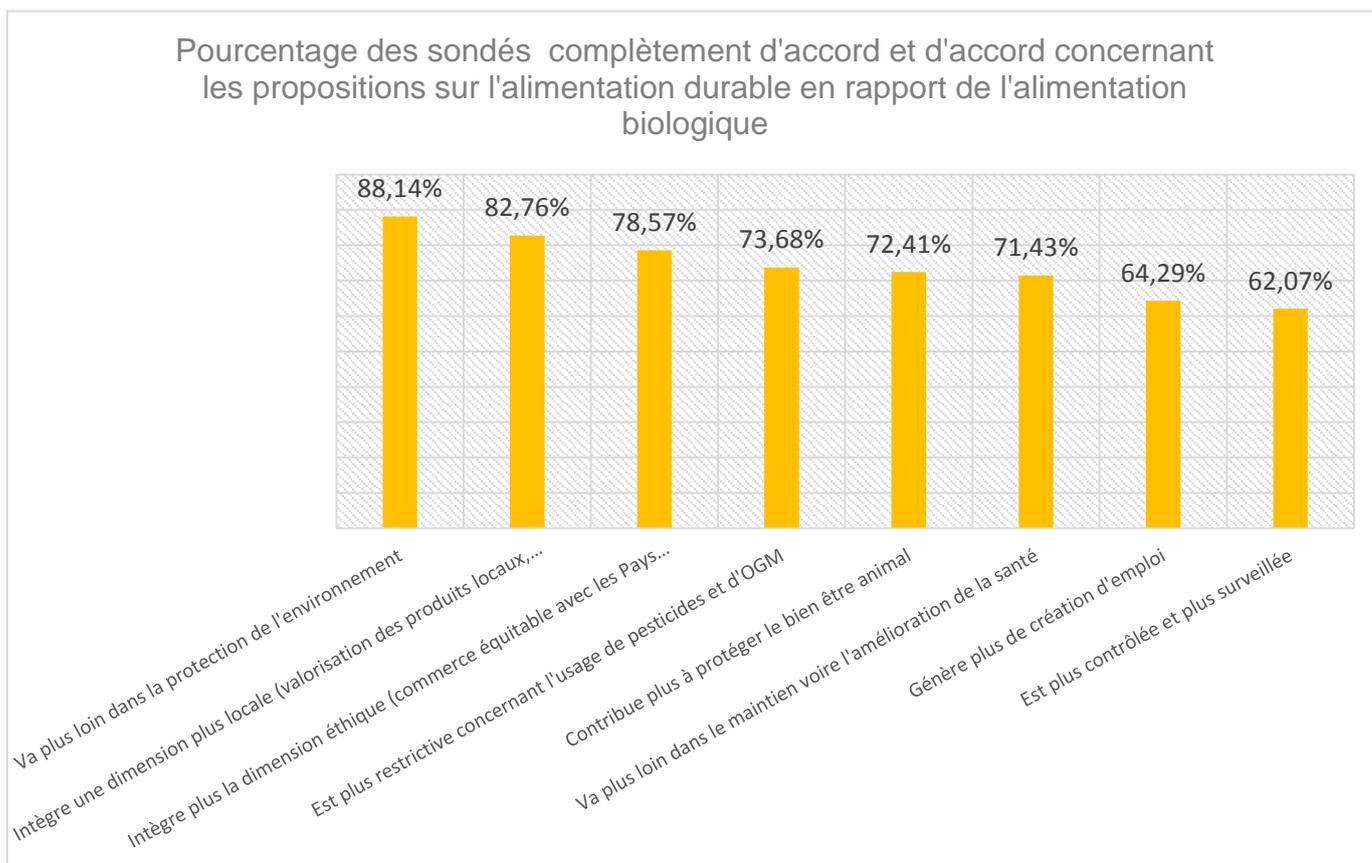


Figure 20 : Opinions des consommateurs sur l'alimentation durable en regard de l'alimentation biologique

Ils s'accordent un peu moins à affirmer que l'alimentation durable est plus restrictive concernant les intrants, contribue plus au bien-être animal, va plus loin dans le maintien voire l'amélioration de la santé et génère plus de création d'emplois. Finalement, ils ne sont que 62% à penser que cette alimentation est plus contrôlée / surveillée ; ce qui révèle une fois de plus le manque d'informations et le besoin de transparence des consommateurs.

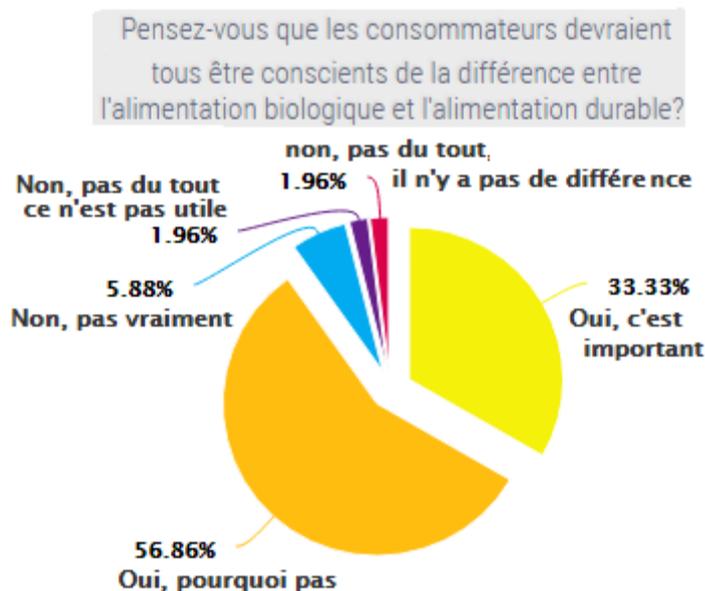


Figure 21 : Faut-il faire la différence entre les deux alimentations ?

Pour 90% des sondés (33,33% et 56,86%), les consommateurs devraient tous être conscients de la différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable. 6% pensent que les consommateurs devraient déjà savoir ce qu'est l'alimentation biologique avant de penser à l'alimentation durable.

Les sondés sont informés sur l'alimentation durable via différents canaux de

communication dont des connaissances impliquées dans la démarche (35%), des publicités et articles sur internet (31%), les réseaux sociaux (27%), la presse (25%), etc. La communication dans les centres de restauration et de commercialisation reste la moins citée or ils sont 46% à penser que cette communication devrait se faire dans les centres de restaurations et 61% dans les centres de commercialisation.

D'après ces sondés, la communication devrait se faire par l'Etat et les associations gouvernementales (69%) et les producteurs et industriels (69%). Ils sont suivis par les associations de consommateurs (59%), les centres de commercialisation (54%) et les associations non gouvernementales (43%).

Parmi les sondés, 49% sont des consommateurs occasionnels, 4% des consommateurs réguliers et 45% de potentiels consommateurs qui comptent changer leurs habitudes. Les personnes qui y sont sensibles de près ou de loin identifient les produits durables le plus à l'aide des logos, certifications visibles sur les produits (68%), en allant les chercher directement à la ferme ou dans des points de vente adaptés (52%), à l'aide d'informations complémentaires apposées sur les produits (origine, composition, etc.) et à l'aide d'indications dans les rayons des magasins.

Comme l'illustre le graphique suivant, globalement, les raisons pour lesquelles les consommateurs se tournent vers les produits durables sont les mêmes que pour les produits bio avec l'apparition d'autres facteurs très importants tels que la possibilité de faire fonctionner les marchés et producteurs locaux (78,26%) et le respect des saisons et des cultures (54,35%). Les raisons pour lesquelles les consommateurs se tournent difficilement vers ces produits sont à nouveau le prix (les avis sont moins tranchés que pour l'alimentation bio : 54,76% versus 86,57%) et le manque d'informations concernant les modalités de production. La difficulté à identifier ces produits figure également parmi les freins les plus importants.

Motivations et freins à la consommation de produits durables

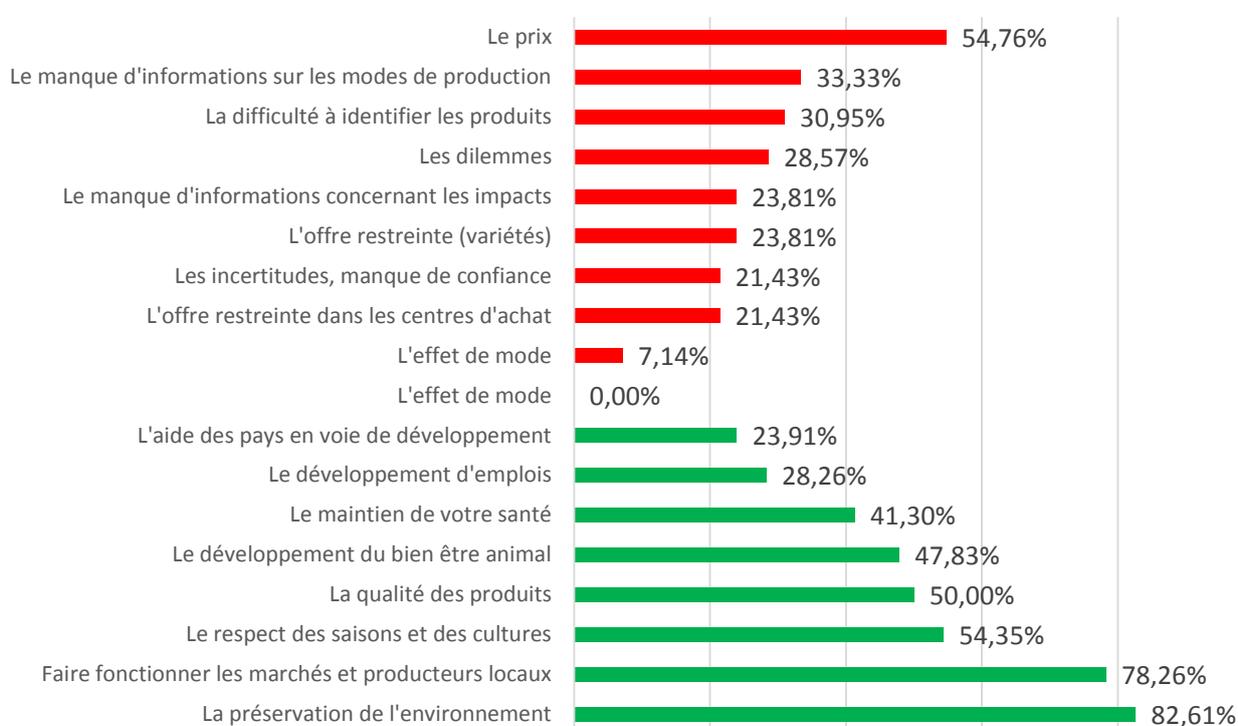


Figure 22 : Motivations et freins à la consommation de produits durables

Lorsqu'il s'agit de faire un choix, ils sont 43% à préférer acheter un produit local mais non biologique et 36% à préférer un produit conventionnel mais de saison. Ainsi, l'alimentation biologique n'est pas la seule solution envisagée par les sondés pour consommer plus durable. Ils sont tout de même 15% à préférer un produit bio mais hors saison. Globalement, les produits les plus consommés sont les mêmes que ceux plébiscités en alimentation biologique.

Ce qu'il faut retenir de cette partie :

Les consommateurs de produits biologiques sont de plus en plus nombreux. Leurs habitudes de consommation sont variables mais globalement les raisons pour lesquelles ils se tournent vers ces produits sont la protection de l'environnement et de leur santé. Toutefois leurs attentes dépassent ce qui est proposé dans la réglementation européenne et ils pensent manquer d'informations sur ces produits.

Bien que l'alimentation durable soit plus récente, les consommateurs savent mettre des mots sur ce concept. Ils trouvent que celle-ci va plus loin que l'alimentation biologique en termes de localité, saisonnalité, et valorisation des producteurs, ce qui lui apporte **une valeur ajoutée**. Plus concrètement, ils distinguent bien une valeur ajoutée concernant les produits durables en regard des produits biologiques. Toutefois, ils soulignent une seconde fois le manque d'informations sur ces produits et les difficultés à les identifier...

III. PROPOSITION D'UN LOGO APPLICABLE AUX PRODUITS BIOLOGIQUES ET PRENANT EN COMPTE TOUS LES ASPECTS DE L'ALIMENTATION DURABLE

Comme observé précédemment, les consommateurs souhaiteraient faire plus facilement la différence entre un produit biologique « standard » et un produit biologique plus durable. Pour cela, l'apposition d'un logo qui valoriserait les produits biologiques les plus durables et « dévaloriserait » les produits qui le sont le moins pourrait être une solution.

1. TRAME DE NOTATION

L'outil proposé est une trame de notation applicable aux produits biologiques. Celle-ci est basée sur une liste de 20 questions orientées sur les thématiques de l'alimentation durable qui ne sont pas abordées dans la réglementation européenne sur l'alimentation biologique. Le premier item est celui de l'environnement qui est largement exploré dans le questionnaire en quatre sous parties : la localité, la saisonnalité, les modes de transport et les autres pratiques respectueuses de l'environnement. Une deuxième partie se concentre sur les questions éthiques et en particulier le bien-être animal, les emplois en France et le soutien des producteurs dans les pays en voie de développement. Une dernière partie sur les aspects sanitaires vient compléter le questionnaire. On y retrouve la note obtenue au

Nutriscore, l'engagement du producteur dans une démarche qualité et de sécurité sanitaire et l'éviction des ingrédients « à risque » dans la mesure où ils font l'objet de veilles sanitaires et d'études cherchant à démontrer leur effet plus ou moins délétère sur la santé (acrylamide et nitrites par exemple).

Pour introduire le questionnaire, la définition de l'alimentation durable d'après l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture est rappelée. Celle-ci a pour but de mettre en condition le répondant. Ensuite, la description du produit en question est demandée afin de mieux comprendre comment celui-ci est fabriqué et à partir de quelles matières premières afin d'envisager des premiers points positifs ou négatifs en termes de développement durable.

Comme illustré ci-dessous, pour chaque question proposée, sont présentées des suggestions de réponse. Ainsi, le producteur en charge de répondre à la trame n'a plus qu'à sélectionner la réponse la plus adaptée à son produit. Une note a été établie pour chaque réponse. Plus la réponse est positive en termes de développement durable, plus le nombre de points est élevé. Les questions posées, les réponses suggérées et le nombre de points attribués ont été longuement réfléchis et discutés suite aux observations faites et présentées dans la première partie de ce mémoire.

5) Mode de production des matières premières	
<i>Pour des MP cultivées sous serre</i>	
Les serres ne sont pas chauffées	9
Les serres sont chauffées aux énergies renouvelables (solaires, hydrolique, biogaz, biomasse)	4
Les serres sont chauffées aux énergies fossiles	-9
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	9

Figure 23 : Extrait n°1 de la trame d'évaluation de la durabilité des produits biologiques

Ainsi, dans l'exemple ci-dessus, si le produit contient une matière première cultivée sous serre sans aucun moyen de chauffage, on lui attribuera 9 points pour cette question. En revanche, si la serre est chauffée aux énergies renouvelables, on attribuera 4 points au produit en question. Finalement, si la serre est chauffée aux énergies fossiles, on retirera 9 points à la note du produit. En effet, nous l'avons vu précédemment, un chauffage au gaz augmenterait l'empreinte écologique du produit de 70% en comparaison à un chauffage aux énergies renouvelables. L'intégralité de la trame est présente en ANNEXE IX.

LOGAUTE		Cocher la case correspondante
ORIGINE DES MATIERES PREMIERES		
1)	Distance entre la zone de production des MP et le lieu de production final	
	100% des matières premières dans un rayon de 300km	5
	75% des matières premières dans un rayon de 300 km	3
	50% des matières premières dans un rayon de 300 km	2
	25% des matières premières dans un rayon de 300 km	1
	0% des matières premières dans un rayon de 300 km	0
	> 50% des matières premières dans un rayon entre 300 et 800 km	-1
	> 50% des matières premières dans un rayon > 800 km	-5
<i>Pondération: cas des matières premières "exotiques" Si la matière première n'est pas disponible dans un rayon de 800km et qu'elle doit être importée majorer la note de 2 points</i>		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE		5

Figure 24 : Extrait n° 2 de la trame d'évaluation de la durabilité des produits biologiques

Dans certains cas et dans l'exemple ci-dessus, des pondérations peuvent exister. En effet, lorsqu'une matière première indispensable à la fabrication du produit ne peut être obtenue dans un rayon de 800km (cas des matières premières exotiques par exemple), et que celle-ci doit être importée, la note peut être pondérée. Ainsi, si pour le produit, plus de 50% des matières premières proviennent d'un rayon supérieur à 800km, les points attribués devraient être de - 5. Mais si ces matières premières ne sont trouvables qu'au-delà de ce rayon de 800km, le produit récupère 2 points. Ce qui lui fait un total de - 3 points pour cette question.

Il en va de même pour les produits finis biologiques exotiques importés d'autres continents car non disponibles en Europe. En effet, le but est de rester flexible et de bien prendre en compte tous les aspects du développement durable. Il serait dommage de pénaliser fortement un café biologique provenant d'Amérique du Sud et issu d'une exploitation respectueuse des ressources naturelles et humaines que l'on cherche à rendre accessible à toutes les populations uniquement pour défendre la protection de l'environnement à travers la limitation de la chaîne logistique employée pour l'importation de ce café.

2. LES DIFFERENTS NIVEAUX DE VALORISATION DES PRODUITS

La note maximale atteignable est de 169 points. Certaines questions étant non applicables à certains produits, il convient de comparer le nombre de points obtenus au nombre de points maximum possible pour le produit. En effet, un produit ne pouvant être noté que sur 100 points (correspondants aux questions applicables à

celui-ci) a des risques d'être moins bien noté qu'un produit évalué sur 169 points. Ainsi, pour chaque produit testé, il convient de diviser le nombre de points obtenus par le nombre de points maximum pouvant être obtenus et de multiplier le résultat par 100 ce qui permet d'obtenir un « pourcentage de durabilité ».

Ainsi, si la note est :

- Inférieure à 25% : la « durabilité » du produit biologique testé est considérée comme médiocre,
- Compris entre 25 et 50% points : sa « durabilité » est moyenne,
- Compris entre 50 et 75% points : sa « durabilité » est bonne,
- Supérieur à 75% : sa « durabilité » est excellente.

Afin de valider ces valeurs plusieurs simulations ont été faites à partir de la trame de questions.

1. CHOIX DU LOGO

Face à la multiplication des labels et des logos, qui rendent certains consommateurs confus, il pourrait être judicieux de reprendre les logos actuels AB et Euroleaf et de les décliner sous différentes couleurs en fonction de la note obtenue pour tel ou tel produit. Cette idée reprend celle développée par le Nutri-score qui reprend les principes d'un logo coloriel classant les produits en 5 catégories (de A : « bon » à E « à limiter ») et cherchant ainsi à encourager les consommateurs à mieux s'alimenter.

Ainsi le code couleur serait le suivant :

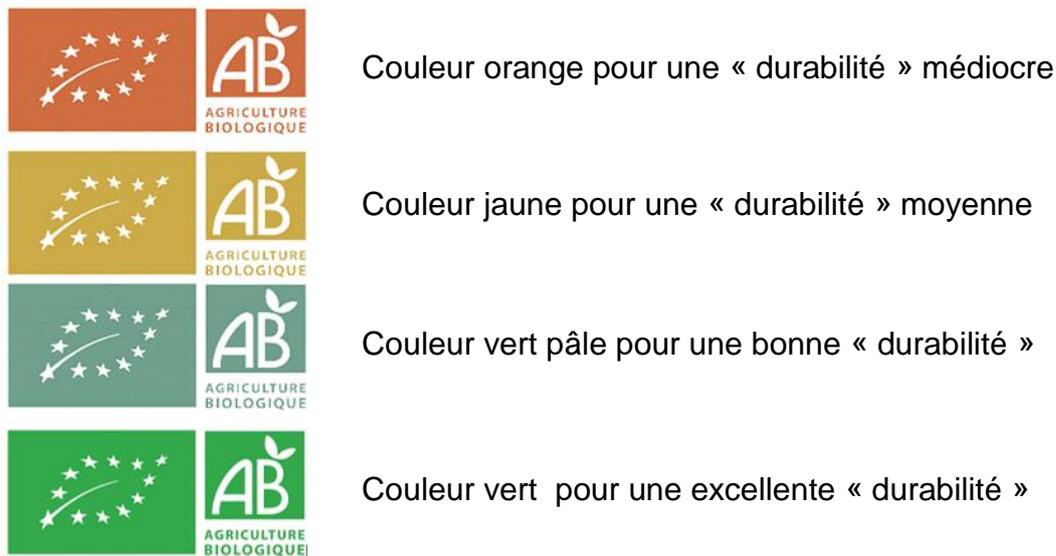


Figure 25 : Code couleur du logo alimentation biologique ET durable

Cela implique cependant que la commission européenne accepte ce projet puisque ces logos sont largement réglementés et qu'ils sont apposés sur les produits biologiques uniquement si ceux-ci sont certifiés et sous certaines conditions techniques de présentation : taille, couleur, police, etc.

A l'image de la certification HVE, cette démarche devrait être supervisée par un comité de représentants de l'Etat, de syndicats agricoles, d'associations engagées pour le développement durable, d'industries agroalimentaires, de centrales de distribution et de consommateurs. De cette manière chaque partie serait représentée ce qui pourrait faciliter le lancement de cette démarche et la rendre plus crédible aux yeux des consommateurs. En effet, d'après les résultats du sondage présenté précédemment, 68,52% des 54 sondés souhaiteraient être informés par l'Etat et les associations gouvernementales mais également par les producteurs et industriels. Viennent ensuite les associations de consommateurs, les centres de commercialisation et les associations non gouvernementales.

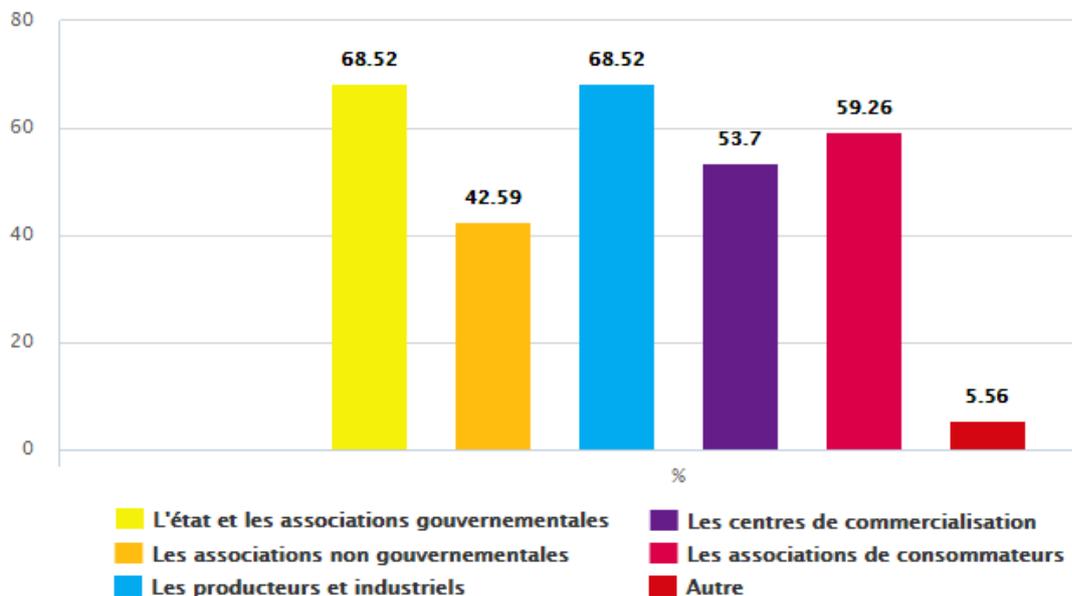


Figure 26 : Les différents représentants souhaités par les sondés pour les informer sur l'alimentation durable

2. TEST DE LA TRAME DE NOTATION

Afin de tester la trame de notation, un produit élaboré s'est avéré être un bon choix. En effet, tester un produit brut tel qu'un fruit, un légume ou encore une viande non transformée est plus simple que de tester un produit élaboré. Ainsi, en testant un produit travaillé, cela permet de vérifier que la trame de notation soit applicable à tout type de produit et qu'elle ne soit pas trop complexe à compléter pour les fabricants de produits transformés. En effet, ces produits génèrent plus d'étapes de fabrication, plus d'intermédiaires que les produits bruts.

Ainsi, le choix d'un produit transformé s'est orienté vers le pain. Un produit largement consommé par les Français de tous âges et durant toute l'année. En effet, l'étude INCA 3 révèle que 80% des 1305 enfants de 0 à 10 ans sondés consomment du pain raffiné. Pour les adolescents de 11 à 17 ans (949), ils sont 88,4% à en consommer. En ce qui concerne les adultes de 18 à 75 ans, il s'agit de 92,9% des 2121 sondés (62).

Ainsi, trois producteurs de pain ont été contactés afin de tester leurs produits et de comparer les notes obtenues par chaque produit :

- Un pain 100% mie Harrys ® bio en projet et prévu pour 2018. Il est en tout point similaire au pain 100% mie Harrys ® standard sauf que les matières premières qui le composent seront bio. Ainsi, c'est un pain de mie qui subit

différentes étapes de fabrication allant du pétrissage de la pâte au conditionnement en passant par le façonnage, l'emmoulage, la levée de la pâte en étuve, la cuisson en four, l'écroutage du pain et le tranchage. Il est commercialisé dans les grandes surfaces.

- Un pain bio « 100% local » : le Ptinor, fabriqué et distribué dans les Hauts de France et produit à partir de farines provenant des Hauts de France et d'un levain naturel, à base de miel de châtaigne et de jus de pomme bio. Il est décliné sous trois formes : le Ptinor maïs toasté T80, le Ptinor 5 céréales et le Ptinor farine T65. Il est commercialisé dans les boulangeries artisanales, magasins spécialisés et dans la restauration collective (63).

Les résultats sont les suivants :

Le 100% mie Harrys ® bio obtient la note de 41% (45 points sur 110) ce qui le classe dans la catégorie des produits à « durabilité » moyenne et lui fait obtenir le logo jaune.



Ses points forts :

- Les transports : ils se font par camions et en grande partie vers les clients d'autres produits de l'entreprise : pas de création de nouveaux trajets et camions chargés à 100%
- L'entreprise est certifiée ISO 14001, ce qui démontre sa volonté de s'améliorer en termes de performance environnementale en maîtrisant les impacts liés à son activité.
- Par extension au point précédent : le tri et la valorisation de ses déchets ainsi que l'utilisation d'emballages complètement recyclables.
- La certification IFS, gage de maîtrise de la qualité et de la sécurité sanitaire des produits.

Ses points « neutres » :

- Le produit sera commercialisé dans l'ensemble de la France.
- Le Nutriscore obtenu qui est C.

- La quantité des matières premières produites et transformées en France qui s'élève à 50%, le reste étant uniquement transformé en France.

Ses points faibles :

- La quantité de déchets générée pour la fabrication du produit : la croûte à elle seule représente environ 50% de déchets générés pour la fabrication du produit.

Le Ptinor blanc à la farine T65 obtient la note de 61% ce qui le classe dans la catégorie des produits à bonne « durabilité » et lui fait obtenir le logo vert pâle.



Ses points forts :

- La majorité des matières premières est issue des Hauts de France, là où se trouvent les sites de production.
- Les produits sont distribués en majorité dans les boulangeries, magasins et la restauration collective des Hauts de France ce qui limite également le circuit logistique.
- Le tri et la valorisation des déchets ainsi que l'utilisation d'emballages recyclables.
- Le nutriscore obtenu qui est B.

Ses points neutres et faibles :

- Le pain est produit sur différents sites de production (différentes boulangeries impliquées dans l'initiative, etc.) ce qui peut rendre la maîtrise de la qualité du produit difficile.
- Aucune autre certification que la certification bio. Du fait des nombreux petits points de fabrication : pas de certification IFS, BRC, ISO 14001, etc.

IV. DISCUSSION

Un des premiers points évoqués à travers la description de la réglementation et de la certification biologiques, est que toute certification présente des points forts et des lacunes. De plus, les consommateurs auraient tendance à se perdre parmi toutes les certifications et labels que peuvent présenter les produits alimentaires. Notons que ces certifications représentent tout de même une bonne solution afin de signaler les produits alimentaires à haute valeur ajoutée. En effet, bien qu'ils aient été analysés et critiqués dans le chapitre dédié à l'alimentation durable, ils sont tout de même évoqués dans la trame d'évaluation de la « durabilité » des produits. En revanche, la majorité d'entre eux devrait être plus transparente et davantage communiquée et expliquée aux consommateurs qui soulignent un manque réel d'informations.

Dans un second temps, nous avons identifié dans la réglementation bio des lacunes en termes de durabilité (aucune règle sur la culture en serre, la logistique, la saisonnalité, etc.). Notons que la modification des présents règlements afin de faire figurer ces concepts pourrait rendre ces textes trop rigides et plus difficiles à appliquer pour une exploitation ou une entreprise en conversion. En effet, les règlements actuels se veulent assez flexibles afin de conserver cette dynamique de production et de consommation biologiques. Imposer d'autres règles pour rendre les produits biologiques plus durables pourrait freiner cet élan qui, même s'il n'est pas complètement durable, va dans ce sens.

De plus, le renforcement des règles de production, en conséquence de créer une plus forte valeur ajoutée, risquerait d'augmenter le prix des aliments biologiques qui sont déjà souvent perçus (parfois à tort) comme trop chers par les consommateurs. Ce qui pourrait également freiner la dynamique de développement de cette production et de cette alimentation.

Finalement, les limites de la trame d'évaluation de la « durabilité » des produits biologiques résident en deux grands points. Le premier est que le développement durable est un sujet très complexe dont il est difficile de maîtriser toutes les facettes encore à l'heure actuelle. Tellement de paramètres tels que la logistique, les coûts, les intermédiaires, etc. rendent l'évaluation d'un produit très complexe. Pour illustrer ces propos, prenons l'exemple d'un poulet élevé en batterie dont la durée de vie ne dépassera pas les 30 jours et un poulet certifié biologique dont la durée de vie

dépassera les 12 mois. L'un consommera très peu d'énergie et d'aliments « conventionnels » tandis que l'autre consommera une grande quantité d'énergie et d'aliments biologiques. In fine, quel est l'animal qui aura le moindre impact environnemental ? Pour déterminer la durabilité d'un produit biologique, il faudrait réaliser des études complexes au cas par cas.

Ensuite, prenons l'exemple de la question n°6 de la trame : la distance entre la zone de production du produit fini et le lieu de commercialisation. Afin de répondre à cette question, il faut se baser sur la distance la plus longue d'exportation. Or, un produit fabriqué dans le Nord et distribué dans le Nord ne devrait-il pas avoir une meilleure note que ce même produit fabriqué dans le Nord et distribué dans le Sud de la France voire dans un autre pays ? Or comment proposer une solution efficace et facilement applicable ? Car, en créant différents degrés de notation pour la zone de distribution, le code couleur du logo pourrait varier ce qui deviendrait rapidement ingérable pour l'emballage et la maîtrise des informations apposées sur les produits.

Le deuxième point est que les aliments qui se veulent biologiques et qui respectent certains concepts de l'alimentation durable sont souvent non certifiés. Prenons l'exemple d'une ferme qui proposerait des produits cultivés sans intrants chimiques de synthèse tout comme ce qui est exigé dans la réglementation bio et qui, en plus, vendrait directement ses produits frais et qui plus est : de saison, sur place mais qui ne serait pas certifiée. Comment intégrer ce cas dans la trame de notation. Il est normal que des produits non certifiés et certifiés ne soient pas traités à un niveau égal mais les produits non certifiés devraient avoir leur place dans cette démarche de valorisation.

Ainsi, cette solution est discutable, c'est pourquoi il avait été proposé qu'elle soit pilotée par des représentants de l'Etat, des syndicats agricoles, des associations engagées pour le développement durable, des industries agroalimentaires, des centrales de distribution et des consommateurs afin de trouver la solution la plus adaptée qui, je n'en doute pas, suscitera un grand nombre de discussions et de débats qui resteront parfois sans conclusion...

V. CONCLUSION

L'alimentation biologique s'inscrit donc bien dans une démarche de développement et d'alimentation durables. En effet, celle-ci vise à protéger les ressources naturelles par la limitation d'intrants chimiques et ainsi à protéger également la santé des consommateurs mais défend également des questions d'éthique telles que le bien-être animal.

En revanche, elle ne répond pas à l'ensemble des critères relatifs à l'alimentation durable et à la totalité des attentes des consommateurs. En effet, celle-ci n'est pas totalement exempte d'intrants chimiques, ne respecte pas entièrement l'environnement, n'est pas forcément locale, etc. Avec du recul, ces observations sont tout à fait concevables puisque toute activité consomme de l'énergie et génère des rejets. De plus, des éléments non maîtrisables peuvent parfois perturber une activité. Ainsi, il est parfois nécessaire de recourir aux intrants pour le maintien voire la survie d'une activité. Cependant, certains points mériteraient d'être abordés dans la réglementation biologique afin de la rendre plus durable : réglementation de la production en serre chauffée, des méthodes et des distances employées pour la logistique, des conditions d'importation et d'exportation des matières premières et des produits finis.

En ce qui concerne les consommateurs, ceux-ci savent définir aussi bien l'alimentation biologique que l'alimentation durable. Toutes deux sont perçues comme des alimentations saines, qui préservent l'environnement et respectent le bien-être animal. Mais ces mêmes consommateurs distinguent une valeur ajoutée pour l'alimentation durable qui respecte des concepts supplémentaires tels que la localité des produits, la juste rémunération des producteurs, les circuits courts, la gestion durable des ressources, la saisonnalité, etc. Ce sont d'ailleurs des critères parfois attendus par ces mêmes consommateurs pour l'alimentation biologique. Là où les consommateurs semblent un peu plus confus, c'est quand il s'agit d'identifier ces produits car ils dénoncent un manque d'informations concernant ces produits et les modalités de production et d'identification employées.

Ainsi, afin d'aider les consommateurs à identifier les produits biologiques les plus durables, il pourrait être judicieux d'évaluer ces produits en fonction des aspects durables non évoqués dans le règlement actuel. Le résultat obtenu : leur degré de

durabilité, pourrait être présenté sur leurs emballages à l'aide d'un code couleur appliqué sur les logos actuels (Euroleaf et AB), déjà bien connus des consommateurs. Finalement, la trame permettant de noter chaque produit mériterait d'être étudiée par différents organismes et associations afin de remédier aux lacunes identifiées dans la partie discussion.

BIBLIOGRAPHIE

VI. BIBLIOGRAPHIE

1. **Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture.** BIENVENUS SUR LE SITE WEB DES RÉGIMES ALIMENTAIRES DURABLES. [En ligne] 18 Octobre 2011. [Citation : 17 Juin 2017.] <http://www.fao.org/ag/humannutrition/biodiversity/fr/>.
2. **Agence Bio.** Brève histoire de la Bio. [En ligne] [Citation : 10 Mars 2017.] <http://www.agencebio.org/breve-histoire-de-la-bio>.
3. **Institut National de l'Origine et de la Qualité.** Les signes de qualité et d'origine : Agriculture Biologique. [En ligne] [Citation : 12 février 2017.] <http://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Agriculture-Biologique>.
4. **Fédération Nationale d'Agriculture Biologique.** Histoire de l'agriculture biologique et création de la FNAB. [En ligne] [Citation : 10 mars 2017.] <http://www.fnab.org/un-reseau-des-valeurs-des-hommes/historique/2-lhistoire-de-lagriculture-biologique-a-travers-quelques-ouvrages>.
5. **Journal Officiel de l'Union Européenne.** *Règlement (CE) N° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques et abrogeant le règlement (CEE) n° 2092/91.* Luxembourg : s.n., 2007.
6. **Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt.** *Programme Ambition Bio 2017.* 2013.
7. **Agence Bio.** Chiffres de la bio en France : En 2016, la bio renforce sa croissance. [En ligne] [Citation : 14 Mai 2017.] <http://www.agencebio.org/la-bio-en-france>.
8. **Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique.** *La bio en France : De la production à la consommation - Edition 2014.* Montreuil-sous-Bois : s.n., 2014.
9. **Agence Bio.** *Le marché de la bio en France.* [En ligne] [Citation : 10 mars 2017.] <http://www.agencebio.org/le-marche-de-la-bio-en-france>.
10. —. *Dossier de presse : La Bio change d'échelle en préservant ses fondamentaux.* 2017.
11. **Agence Bio, S. Le Douarin.** *La Bio dans l'Union Européenne.* Montreuil : s.n., 2017.
12. **Institut National de l'Origine et de la Qualité.** *Guide de lecture pour l'application des règlements CE n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 et CE n° 889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008.* 2016.
13. **Journal officiel de l'Union Européenne.** *RÈGLEMENT (CE) n° 889/2008 DE LA COMMISSION du 5 septembre 2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique.* 2011.
14. **Institut National de l'Origine et de la Qualité.** *Guide des produits de protection des cultures utilisables en France en Agriculture Biologique.* 2015.
15. **Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.** Agriculture biologique - Obligations des opérateurs bio - Contrôles de la DGCCRF. [En ligne] 21 Octobre 2016. [Citation : 23 Mai 2017.] <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Agriculture-biologique>.
16. **European Food Safety Authority.** Résidus de pesticides dans les aliments: le risque pour les consommateurs reste faible. [En ligne] 26 Octobre 2016. [Citation : 24 Mai 2017.] <https://www.efsa.europa.eu/fr/press/news/161026>.

17. **Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.** Developpement Durable. [En ligne] 13 Octobre 2016. [Citation : 29 Janvier 2017.] <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1644>.
18. **Van der Werf H, Salou T, Bouvarel I.** *Agricultures biologique et conventionnelle, quels impacts ?* Tours : DinABio 2013, Développement & innovation en agriculture biologique, 2013.
19. **Centre d'Agriculture Biologique du Canada.** Délimitation et zones tampons. [En ligne] 2012. [Citation : 1 Juin 2017.] http://www.oacc.info/NewspaperArticles/na_ec_boundaries_dj_f.asp.
20. **60 Millions de consommateurs - Institut National de la consommation.** A la une : Tout n'est pas rose dans le saumon. *60 Millions de consommateurs* . 2016, 521.
21. **Aubert, Claude.** *Les mycotoxines dans les produits biologiques : comparaison avec les produits conventionnels.* 2004.
22. **Bernhoft A Clasen PE, Kristoffersen AB et al.** *Less Fusarium infestation and mycotoxin contamination in organic than in conventional cereals.* s.l. : PUBMED , 2010. 2010 Jun;27(6):842-52. doi: .
23. **Serrano AB, Font G, Manes J et al.** *Emerging Fusarium mycotoxins in organic and conventional pasta collected in Spain.* s.l. : PUBMED , 2012. Food Chem Toxicol. 2013 Jan;51:259-66. doi: 10.1016/j.fct.2012.09.034. Epub 2012 Oct 11..
24. **Centre de Référence de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Quebec.** SAgE pesticides. *Effets toxiques des matières actives.* [En ligne] 2 Juin 2017. [Citation : 3 Juin 2017.] <http://www.sagepesticides.qc.ca/Recherche/resultats.aspx?Search=matiere&ID=168>.
25. **Hanley TR Jr, Breslin WJ, Quast JF, Carney EW.** *Evaluation of spinosad in a two-generation dietary reproduction study using Sprague-Dawley rats.* s.l. : PubMed.gov, 2002. Toxicol Sci. 2002 May;67(1):144-52. ; PMID: 11961227.
26. **Bunch, T. R., et al.** Spinosad General Fact Sheet. *National Pesticide Information Center.* [En ligne] Oregon State University Extension Services, Août 2014. [Citation : 04 Juin 2017.] <http://npic.orst.edu/factsheets/spinosadgen.html>.
27. **International Agency for Research on Cancer.** *LARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans - Volume 94 - Ingested Nitrate and Nitrite, and Cyanobacterial Peptide Toxins* . Lyon : s.n., 2010.
28. **Agence Nationale de Sécurité Sanitaire .** *Étude de l'alimentation totale française 2 (EAT 2) Tome 2 - Résidus de pesticide, additifs, acrymalide, HAP - Avis de l'ANSES - Rapport d'expertise.* Maisons-Alfort : s.n., 2011.
29. **BIOCOOP.** Le sel nitrité dans la charcuterie chez BIOCOOP. [En ligne] Septembre 2016. [Citation : 29 Mai 2017.] <http://www.achetons-responsable.fr/les-actus/le-sel-nitrite-dans-la-charcuterie-chez-biocoop/>.
30. **ADEME - BIO Intelligence Service.** *Impact environnemental du transport de fruits et légumes frais importés et consommés en France métropolitaine.* 2007.
31. **Carbone 4.** LA FRAISE : CHAUFFÉE OU PAS CHAUFFÉE? [En ligne] 25 Avril 2013. [Citation : 30 Mai 2017.] <http://www.carbone4.com/articles/la-fraise-chauffee-ou-pas-chauffee/>.
32. **Ministère de l'Agriculture.** *Comportements alimentaires en 2025 - tendances et impacts - Alimentation durable.* 2016.
33. **World Commission on Environment and Development.** *Our Common Future.* Oslo : s.n., 1987.
34. **Food and Agriculture Organization of the United Nations.** *Building a common vision for sustainable food and agriculture : principles and approaches.* Rome : s.n., 2014.
35. **IPSOS.** Alimentation durable: les Français de plus en plus attentifs à ce qu'ils mangent. [En ligne] 8 Novembre 2016. [Citation : 05 Mai 2017.] <http://www.ipsos.fr/decrypter-societe/2016-11-08-alimentation-durable-francais-plus-en-plus-attentifs-ce-qu-ils-mangent>.
36. **Greenflex.** *Etude Ethicity Mai 2016 : les Français et la consommation responsable.* Paris : s.n., 2016.

37. **alim'agri**. agriculture.gouv.fr. *Certification environnementale, mode d'emploi pour les exploitations*. [En ligne] 07 Juin 2017. [Citation : 26 Juin 2017.] <http://agriculture.gouv.fr/certification-environnementale-mode-demploi-pour-les-exploitations>.
38. *Code de la propriété intellectuelle : Chapitre V Marques collectives : Article L715-1 . Créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992*. 2017.
39. RAOULT, Jean Marie. saveursenor.com. *Saveurs en Or - Qui sommes nous?* [En ligne] s.d. [Citation : 24 Juin 2017.] <http://saveursenor.com/qui-sommes-nous/>.
40. Sud de France. www.sud-de-france.com. *Adhésion à la marque Sud de France*. [En ligne] s.d. [Citation : 24 Juin 2017.] <http://www.sud-de-france.com/adhesion-marque-sud-de-france/>.
41. —. *Règlement d'usage de la marque Sud de France*. s.l. : Cellule Sud de France DAAF site Montpellier.
42. Institut National de l'Origine et de la Qualité. www.inao.gouv.fr. *AOP - AOC*. [En ligne] s.d. [Citation : 27 Juin 2017.] <http://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protgee-Appellation-d-origine-controlee>.
43. Qualité, Institut National de l'Origine et de la. *Guide du demandeur d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP)*. 2016.
44. Fair Trade Max Haavelar France. www.maxhavelaarfrance.org. *Nos standards*. [En ligne] s.d. [Citation : 28 Juin 2017.] <https://www.maxhavelaarfrance.org/le-commerce-equitable/le-commerce-equitable/standards-et-accompagnement/standards.html>.
45. Fairtrade International. *Standard du commerce équitable Fairtrade pour les organisations de petits producteurs*. Bonn : s.n., 2011. 01.05.2011 v1.4.
46. Marine Stewardship Council. www.msc.org. *Vision et mission*. [En ligne] s.d. [Citation : 03 Juillet 2017.] <https://www.msc.org/a-propos-du-msc/vision>.
47. —. *Obtenez la certification ! Votre guide pour tout comprendre au processus d'évaluation MSC des pêcheries*. 2015.
48. BLOOM. www.bloomassociation.org. *Mieux consommer*. [En ligne] s.d. [Citation : 04 Juillet 2017.] http://www.bloomassociation.org/nos-actions/nos-themes/mieux-consommer/?gclid=CjwKCAjw- ezKBRAGEiwAu-_- LDMBAt0685XRxwWfwgQR0WKSzvOUhQLhStb07CwZlkQa8hdpCUIcAxoCIQ0QAvD_BwE.
49. Alim'Agri. agriculture.gouv.fr. *Consommation : manger local partout en France*. [En ligne] 21 Juillet 2014. [Citation : 28 Juin 2017.] <http://agriculture.gouv.fr/consommation-manger-local-partout-en-france>.
50. —. agriculture.gouv.fr. *Au début étaient les AMAP*. [En ligne] 07 Janvier 2011. [Citation : 28 Juin 2017.] <http://agriculture.gouv.fr/au-debut-etaient-les-amap>.
51. Le portail de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics. www.economie.gouv.fr. *Une AMAP, c'est quoi?* [En ligne] 27 Février 2013. [Citation : 29 Juin 2017.] <https://www.economie.gouv.fr/ess/amap-cest-quoi>.
52. La Ruche qui dit Oui ! *Le guide du fournisseur de ruche*. 2011.
53. Bio Cohérence. Bio Cohérence, qu'est ce que c'est? *www.biocoherence.fr*. [En ligne] s.d. [Citation : 05 Juillet 2017.] http://www.biocoherence.fr/Qu_est-ce_que_c_est_/Bio_Coherence_qu_est-ce_que_c_est_.
54. —. Bernard Gaborit, Maison Gaborit. *www.biocoherence.fr*. [En ligne] s.d. [Citation : 05 Juillet 2017.] http://www.biocoherence.fr/Temoignages/Bernard_Gaborit_Maison_Gaborit.

55. —. *Cahier des charges*. 2017. V.06/17.
56. Kesse-Guyot E., Péneau S., Méjean C., et al. *Profiles of Organic Food Consumers in a Large Sample of French Adults: Results from the Nnutrinet-Santé Cohort Study*. s.l. : Thierry Alquier, CRCHUM-Montreal Diabetes Research Center, Canada , 2013.
57. Agence Bio. *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France. 12ème édition - 1ère phase*. Montreuil : s.n., 2015.
58. Institut National de la Recherche Agronomique. Profil des consommateurs bio de la cohorte NutriNet-Santé. [En ligne] 16 novembre 2016. [Citation : 03 février 2017.] <http://www.inra.fr/Grand-public/Alimentation-et-sante/Toutes-les-actualites/Profil-des-consommateurs-bio-cohorte-NutriNet-Sante>.
59. Baudry J., Méjean C., Péneau S., et al. *Health and dietary traits of organic food consumers: Results from the NutriNet-Santé study*. s.l. : British Journal Of Nutrition, 2015. doi:10.1017/S0007114515003761.
60. Baudry. J., Méjean. C., Allès. B. et al. *Contribution of Organic Food to the Diet in a Large Sample of French Adults (the NutriNet-Santé Cohort Study)*. s.l. : MDPI, 2015.
61. MATHE T. *Comment les consommateurs définissent-ils l'alimentation durable?* Paris : CREDOC, 2009.
62. Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail. *Etude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 (INCA 3)*. Maison Alfort cedex : s.n., 2017.
63. La bio près de chez moi! Ptinor, le pain bio 100% local. *La bio près de chez moi!* [En ligne] s.d. [Citation : 01 Septembre 2017.] <http://www.labio-presdechezmoi.com/Ptinor-le-pain-bio-100-local.html>.
65. Agence Bio. Qu'est ce que la Bio? s.d. [En ligne] [Citation : 29 Janvier 2017.] <http://www.agencebio.org/quest-ce-que-la-bio>.
66. Théma vision. Perceptions et attentes des consommateurs pour une offre alimentaire durable. [En ligne] CCI Ile-et-vilaine, 07 juillet 2014. [Citation : 07 février 2017.] http://www.themavision.fr/jcms/rw_428079/perceptions-et-attentes-des-consommateurs-pour-une-offre-alimentaire-durable.
67. J.L. Bennahmias. Présence de nitrites dans des produits Bio: la Commission répond « circulez, il y a rien à voir! ». [En ligne] 16 Mars 2012. [Citation : 28 Mai 2017.] <http://www.jeanlucbennahmias.eu/presence-de-nitrites-dans-des-produits-bio-la-commission-repond-circulez-il-y-a-rien-a-voir>.
68. Journal Officiel de l'Union Européenne. *RÈGLEMENT (CE) No 1333/2008 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 16 décembre 2008 sur les additifs alimentaires* . 2008. (JO L 354 du 31.12.2008, p. 16).
69. Agence Bio. *Dossier de presse : La bio change d'échelle en préservant ses fondamentaux!* 2017.

VITRANT Amandine

Université de Lille 2

Faculté Ingénierie et Management de la Santé (ILIS)

Master Nutrition, Sciences des aliments, parcours Qualité et sécurité alimentaires

Mémoire de fin d'études de la 2ème année de Master :

Alimentation durable : le consommateur distingue-t-il une valeur ajoutée par rapport à l'alimentation biologique ?

RESUME :

L'alimentation biologique, développée depuis les années 1950 en France, connaît une croissance constante en termes de marché et de consommateurs. En restreignant l'emploi d'intrants et en participant au bien-être animal, celle-ci s'inscrit dans une dynamique de développement durable. Mais est-elle complètement durable pour autant ? Ainsi, ce mémoire a pour but d'identifier les limites sanitaires et environnementales de la réglementation biologique actuelle et de comparer cette alimentation à l'alimentation durable. Dans un second temps, ce mémoire a pour but d'évaluer le degré de connaissance et d'appréciation de ces deux alimentations par les consommateurs. Le but étant de savoir si ceux-ci distinguent une valeur ajoutée pour l'alimentation durable. Dans un dernier temps, il s'agit de proposer un outil permettant de mieux identifier et valoriser les produits biologiques ayant un fort degré de durabilité. La conclusion, bien que mitigée en ce qui concerne l'alimentation biologique, reste prometteuse en ce qui concerne le développement durable et l'implication de la société et des consommateurs.

Mots clés : alimentation – biologique – durable – consommateur – valeur ajoutée - valorisation

ABSTRACT:

Organic food, developed in France since the 1950's, knows a constant increase in terms of market and consumers. By limiting the use of inputs and by participating to the animal welfare, this one falls within in a sustainable development momentum. But is it completely sustainable? Then, this report aims to identify the sanitary and environmental limits of the current organic regulation and to compare it with the sustainable food. In a second step, this report aims to evaluate the degree of knowledge of these two kind of food by the consumers. The aim is to discover if they identify an added value for sustainable food. The last step is dedicated to the proposal of a tool that enable to identify and to promote the organic products that have a high degree of sustainability.

Key words: food – organic – sustainable – consumer – added value - promotion

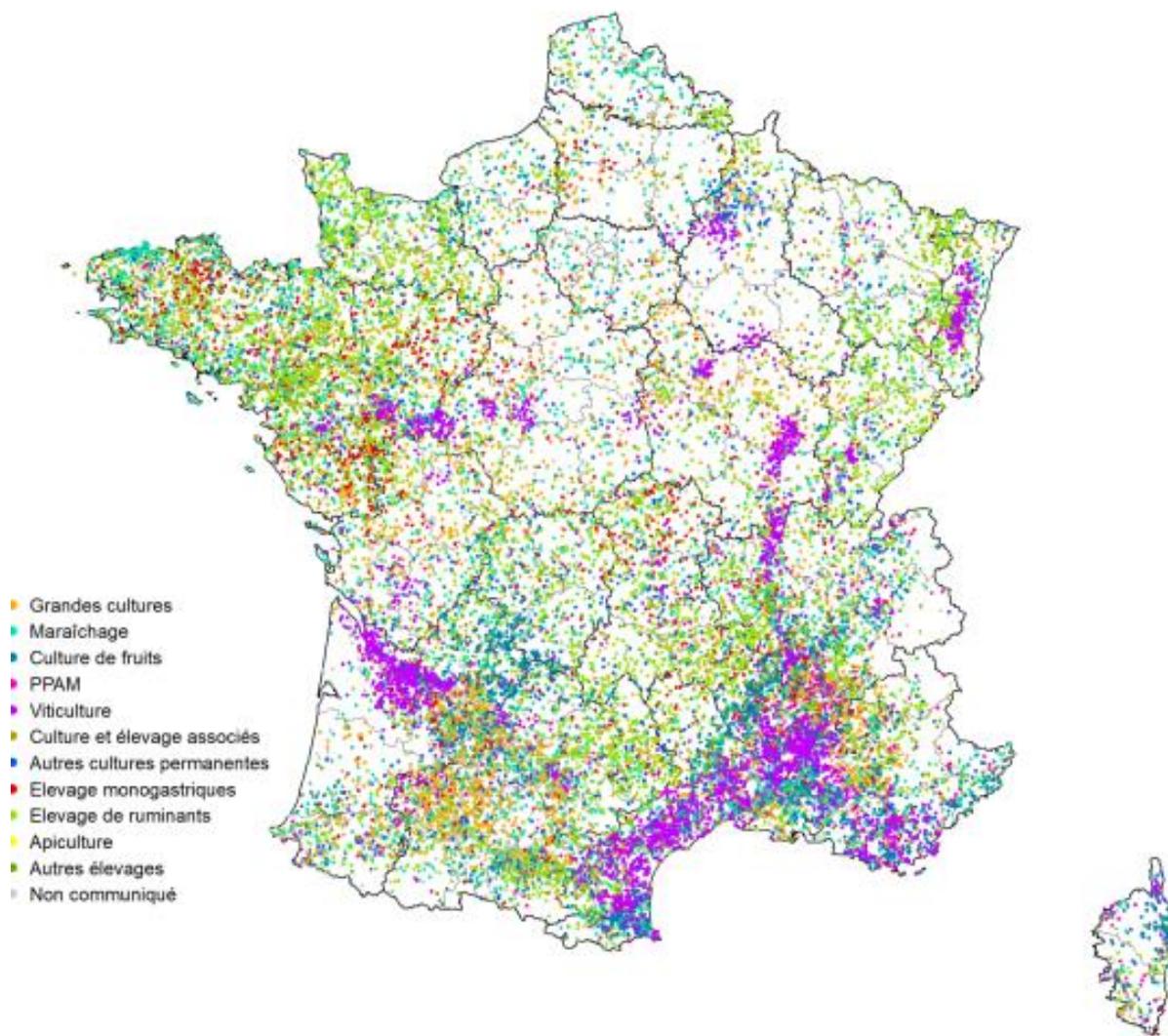
LISTE DES ANNEXES

ANNEXE I : Répartition régionale des exploitations biologiques en 2013 et par secteur d'activité.....	67
ANNEXE II : Répartition des exploitations françaises certifiées HVE au niveau 3 par département	69
ANNEXE III : Règlement d'usage de la marque Sud de France.....	70
ANNEXE IV : Cahier des charges Saveur du Sud « Produit élaboré ».....	78
ANNEXE V : Organisation du référentiel MSC PECHE DURABLE	81
ANNEXE VI : « Les bons Labels et les truands » d'après eco-sapiens.com	82
Annexe VIII : Questionnaire sur les alimentations biologique et durable réalisé dans le cadre de l'étude	83
ANNEXE VIII : Résultats du sondage sur les alimentations biologique et durable ...	93
ANNEXE IX : Trame de notation de la durabilité des produits biologiques.....	109

ANNEXE I : Répartition régionale des exploitations biologiques en 2013 et par secteur d'activité

■ Des spécificités régionales en termes de productions biologiques

Localisation des fermes bio par activité principale en 2013



Source : Agence BIO/OC

ANNEXE III : Règlement d'usage de la marque Sud de France



Règlement d'usage de la marque Sud de France

Préambule,

La marque Sud de France, a été créée en 2006 par la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée, afin de promouvoir et d'assurer une reconnaissance des produits et des savoir-faire de celle-ci.

Cette marque a été développée pour :

- **rassembler les entreprises agroalimentaires, de la cosmétique et du bien-être, les producteurs et les groupements de producteurs agricoles autour d'une identification collective de leurs produits,**
- **mettre à disposition de ses adhérents un moyen d'identification commun promu par la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée sur son territoire, en France et également à l'export,**
- **promouvoir le territoire Occitanie / Pyrénées-Méditerranée à travers la richesse, la variété et la qualité de ses produits.**

1 Les produits concernés

La marque est attribuée aux produits agricoles, viticoles, halieutiques, aquacoles, agroalimentaires ainsi qu'aux produits du bois (hors bois énergie) et aux produits du Bien-être défini par le règlement CE n°1223/2009 du Parlement européen et du Conseil du 30 novembre 2009 (article 2), ainsi que les compléments alimentaires, huiles essentielles et ingrédients à usage cosmétique.

2 Les postulants

- Pour les produits agro-alimentaires

L'adhérent doit être :

- une exploitation viticole, agricole ou aquacole,
- une entreprise de pêche, une entreprise de mareyage, une criée,
- une entreprise agroalimentaire ou un négociant,
- le premier metteur en marché d'un produit qui sera porteur de l'adhésion pour un groupe de producteurs et responsable du respect des exigences du cahier des charges correspondant : une coopérative, un groupement de producteurs, un groupement d'entreprises, un artisan, un traiteur, un ODG (Organisme de Gestion).

- Pour les produits cosmétiques et bien être

L'adhérent doit être une entreprise de mise en marché, personne responsable (cf règlement européen.

- Pour le bois

L'adhérent doit être une entreprise de la filière bois, une entreprise de mise en marché de produits bois finis ou semi-finis. (hors bois énergie)

3 Le processus d'adhésion

La labellisation est délivrée au regard du respect du cahier des charges Sud de France correspondant au produit concerné. Cette adhésion sera délivrée en ligne sur le site sud-de-france.com suite à une demande effectuée en ligne par le bénéficiaire.

Suite à cette demande, trois possibilités :

- le produit répond à l'ensemble des critères. Son adhésion est validée en ligne au regard des éléments transmis.
- Le produit ne correspond pas au cahier des charges. Une demande de dérogation argumentée peut être formulée par le demandeur.
- Le produit ne répond pas au cahier des charges et ne pourra pas être labellisé.

4 Les différents cahiers des charges

- De l'agroalimentaire

Les cahiers des charges Sud de France ont été élaborés par filière, selon la répartition suivante :

- **le produit brut** : il s'agit du produit agricole, aquacole ou halieutique « brut » non transformé ;
- **le produit transformé** : pour lequel, il existe un ingrédient agricole « brut » majoritaire (>50 %) dans le produit fini ; ingrédient qui respectera les critères du cahier des charges « produit brut » correspondant ;
- **le produit élaboré** : produit fini n'ayant pas un ingrédient agricole « brut » majoritaire, ou produit ayant une connotation régionale forte, mais dont l'ingrédient principal est une ressource insuffisante en région.

- De la cosmétique et du bien être

Un cahier des charges unique pour l'ensemble des produits bien-être.

- Du bois

Un cahier des charges unique pour l'ensemble des produits bois hors bois énergie.

5 Les conditions d'obtention de la marque Sud de France

Le produit doit respecter le cahier des charges Sud de France.

**Seront exclus les produits dont la dénomination se réfère à un autre territoire.
Exemples pour l'agroalimentaire : couscous, paella, bouillabaisse ...**

Exemples pour la cosmétique et le bien être: de Provence, d'Alep, des îles, ou des produits de type monoï, coco...

Exemples pour le bois : bois exotique

Les principaux niveaux d'exigences sont :

Pour l'agroalimentaire

- Critère obligatoire de niveau 1 : le lien au territoire

- la provenance des produits

L'objectif de ce critère est de permettre de garantir que le produit est produit, pêché ou/et élaboré en Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. **Sous réserve que l'ingrédient entrant dans le process existe en région et qu'il puisse répondre aux besoins quantitatifs de l'entreprise.**

- le site de création de la valeur ajoutée

Obligation pour le demandeur d'avoir le siège social et le ou les sites de production, transformation, conditionnement situés sur le territoire Occitanie / Pyrénées-Méditerranée.

- Critère Majeur de niveau 2 : la qualité du produit

L'objectif de cette thématique est de permettre de garantir aux consommateurs un certain niveau de qualité des produits Sud de France.

Cas particuliers des produits sous Signe d'Identification de Qualité et d'Origine (SIQO) : AOP, AOC, IGP, Label rouge, AB :

- Dans la majorité des cas, être SIQO suffit à valider une adhésion si les critères de niveau 1 sont respectés, notamment pour les vins pour lesquels seuls les indications géographiques (AOP, IGP) pourront obtenir cette labellisation.

- Dans le cas d'un SIQO dont le territoire est à cheval sur la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée et les régions limitrophes, l'Organisme de Défense et de Gestion (ODG) du SIQO pourra communiquer avec la mention Sud de France sous réserve qu'il ait une inscription juridique en Occitanie, que 50 % de ses producteurs de la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée soient adhérents à la marque et que la dénomination de ce SIQO n'ait pas une connotation forte rappelant un autre territoire.

- Critère mineur de niveau 3 : la conduite des systèmes d'exploitation et le développement durable

C'est la démarche de l'entreprise plus généralement qui est évaluée et ses répercussions sur la qualité du produit. Ces critères peuvent permettre de valider un produit si aucun critère de niveau 2 ne l'est. Ils reposent sur les trois notions de développement durable ; l'écologie, le social et l'économie. 4

Pour être automatiquement labellisé, un produit Sud de France doit :

- respecter les critères obligatoires
- respecter 1 critère majeur ou 2 critères mineurs

À l'exception des quatre cahiers des charges spécifiques suivants : escargots, huîtres et moules, produits de la pêche, venaison.

Pour la cosmétique et le bien être :

- **Critère obligatoire de niveau 1 : le lien au territoire**

- le site de création de la valeur ajoutée

Obligation pour le demandeur d'avoir le siège social et le ou les sites de production, transformation, conditionnement situés sur l'ex territoire Languedoc-Roussillon. La recherche ou la formulation ou les tests/analyses/audits seront également réalisés en ex territoire Languedoc-Roussillon. Sous réserve que les outils et compétences soient disponibles en région.

- **Critère Majeur de niveau 2 : la qualité du produit**

L'objectif de cette thématique est de permettre de garantir aux consommateurs un certain niveau de qualité et d'efficacité des produits Sud de France.

- **Critère mineur de niveau 3 : la conduite des systèmes d'exploitation et le développement durable**

C'est la démarche de l'entreprise plus généralement qui est évaluée et notamment son lien au territoire et sa mobilisation sur les volets du développement durable (économie d'énergie, recyclabilité des emballages, démarches RSE,...).

Pour être automatiquement labellisé, un produit Sud de France doit :

- respecter les critères obligatoires
- respecter 1 critère majeur et 2 critères mineurs

Pour le bois :

- **Critère obligatoire de niveau 1 : le lien au territoire**

- la provenance des bois

L'objectif de ce critère est de permettre de garantir que le produit est issu du massif forestier de l'ex territoire Languedoc-Roussillon.

- le site de création de la valeur ajoutée

Obligation pour le demandeur d'avoir le siège social et le ou les sites de production, transformation, conditionnement situés sur l'ex territoire du Languedoc-Roussillon.

- **Critère Majeur de niveau 2 : la qualité du produit**

L'objectif de cette thématique est de permettre de garantir aux consommateurs un certain niveau de qualité des produits Sud de France ainsi qu'une traçabilité des bois.

- **Critère mineur de niveau 3 : la conduite des systèmes d'exploitation et le développement durable**

C'est la démarche de l'entreprise plus généralement qui est évaluée et ses répercussions sur la qualité du produit. Ils reposent sur les trois notions de développement durable ; l'écologie, le social et l'économie.

Pour être automatiquement labellisé, un produit Sud de France doit :

- respecter les critères obligatoires
- respecter 1 critère majeur

6 La durée de l'adhésion

La durée de l'adhésion est de deux ans et doit être renouvelée à l'échéance. Si le renouvellement n'est pas demandé, l'agrément du produit sera retiré ainsi que l'affichage sur le site Internet grand public sud-de-france.com.

7 Les engagements et obligations des entreprises adhérentes

En prérequis le bénéficiaire s'engage à respecter la réglementation en vigueur concernant son activité.

En adhérant à Sud De France, l'adhérent consent à ce que la Région collecte et conserve les données personnelles le concernant et ce à des fins professionnelles pour la gestion des adhésions et dans le respect des dispositions légales en vigueur. Les droits d'accès et de rectification pourront être exercés auprès de la Région.

Par ailleurs, le bénéficiaire s'engage également à :

- respecter la charte d'usage de la marque Sud de France,
- apposer obligatoirement le bloc marque Sud de France version 2014 sur le produit labellisé, des exceptions sont possibles pour le bois notamment (dans ce cas précis, la communication sur le labellisation devra se faire sur les autres supports),
- ne pas porter atteinte à l'image de la marque Sud de France,
- transmettre au comité d'adhésion, les documents prouvant le respect du règlement d'usage de la marque Sud de France,
- accepter les contrôles inopinés d'un organisme de contrôle indépendant choisi par la Région,

- informer la Région de tout changement significatif intervenu pour le produit adhérent ou son process et ce dans un délai de deux mois,
- faire valider auprès de la Région tout support de communication utilisant les logos Sud de France (affiches, site internet, flyers)

Dans le cas d'une cessation d'activité, le dirigeant de l'entreprise s'engage à informer la Région Languedoc Roussillon Midi Pyrénées dans les meilleurs délais. En cas de reprise de l'activité, l'entreprise devra faire une nouvelle demande d'adhésion.

8 La composition du comité d'adhésion

Le comité d'adhésion est composé de :

- Pour l'agroalimentaire
- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
- Sud de France Développement
- ARIA
- CRA
- Interprofessions viticoles : Comité Interprofessionnel des Vins du Languedoc, Comité Interprofessionnel des Vins du Roussillon
- Coop de France Languedoc Roussillon

Ces organismes seront consultés selon les cas qui se présentent en comité.

Le comité d'adhésion pourra demander l'intervention d'une personne ou d'une structure permettant une meilleure appréciation de la candidature d'un produit.

- Pour la cosmétique et le bien être
- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
- Ocowell
- Sud de France Développement

- Pour le bois
- Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée
- Arfobois

9 Les missions du comité d'adhésion

Le comité d'adhésion:

- donne son avis sur les demandes d'adhésion des entreprises à Sud de France, après analyse des éléments transmis par le demandeur, lorsque la demande effectuée en ligne ne permet pas une adhésion automatique,
- demande à l'organisme de contrôle d'effectuer un contrôle sur le bénéficiaire pour vérifier le respect du règlement d'usage de la marque Sud de France et du cahier des charges inhérent à son produit,
- demande la révision du règlement d'usage de cette marque,
- demande la modification d'un cahier des charges et de son plan de contrôle.

La Région décide sur la base de l'avis du comité d'adhésion de la labellisation du produit.

Toutes modifications apportées au règlement d'usage, au cahier des charges et au plan de contrôle s'appliqueront à la date de renouvellement du contrat d'adhésion à la marque.

Pour les changements apportés à la charte d'utilisation de la marque, ils deviennent effectifs dès envoi par la Région de la nouvelle charte à l'entreprise.

Tous les documents transmis à la Région pour instruction de la demande de dérogation sont confidentiels.

10 L'étiquetage

L'apposition du bloc marque Sud de France est obligatoire sur les produits adhérents. Un organisme de contrôle indépendant effectuera à posteriori sur les points de vente et in situ chez le bénéficiaire un contrôle de l'utilisation de ce bloc marque.

Le bloc marque Sud de France sera apposé sur :

- l'emballage des produits (pas sur les produits en vrac),
- sur les supports de communication valorisant ces derniers.

Attention à n'utiliser cette marque que pour les produits adhérents. Une entreprise ayant également des produits non labellisés devra être plus vigilante pour ne pas induire le consommateur en erreur sur les produits qui sont réellement Sud de France et les autres.

A la date de l'arrêt de l'adhésion, la marque Sud de France ne devra plus apparaître sur les produits et supports de communication de l'entreprise.

11 Le contrôle

Le contrôle portera sur l'utilisation du bloc marque et la conformité des produits vis-à-vis des cahiers des charges Sud de France.

- Des contrôles de suivi seront réalisés durant toute la durée d'adhésion du produit, sur site et en point de vente (grande distribution).
- Le cas échéant, un contrôle pourra être réalisé sur site au moment de l'adhésion et pourra faire l'objet d'une seconde visite si nécessaire. Un contrôle pourra également être demandé par le comité d'adhésion.

Le contrôle s'effectue sur rendez-vous. L'organisme de contrôle contacte le demandeur afin de fixer une date.

Le jour du contrôle, l'adhérent devra avoir préparé les différents documents nécessaires, à savoir :

- les réponses apportées au cahier des charges (à imprimer depuis l'espace personnel)
- les justificatifs, attestations, certificats prouvant le respect des différents critères du cahier des charges ;
- si nécessaire, le document certifiant que l'adhérent a obtenu une dérogation pour l'adhésion de son produit à la marque. 8

12 Les sanctions

Suite à un contrôle, si la marque Sud de France n'est pas utilisée en vertu de la charte correspondante, il sera demandé à l'entreprise de mettre en conformité ses outils de communication et son étiquetage avec la charte, dans un délai précisé. Si à l'échéance de ce délai, la recommandation n'a pas été suivie, l'adhésion pourra être suspendue temporairement ou définitivement.

Si le produit n'est pas conforme au cahier des charges, un avertissement écrit sera notifié. La Région se réserve le droit, en fonction de la gravité du manquement, de suspendre temporairement ou définitivement l'adhésion.

Dans tous les cas, en cas de non respect du contrat de licence, l'adhésion pourra être suspendue temporairement ou définitivement et l'adhérent pourra être poursuivi.

13 La durée d'utilisation de la marque

La durée d'utilisation de la marque est conforme à la durée de l'adhésion, à savoir deux ans.

14 Le renoncement à utiliser la marque

L'entreprise qui renonce à utiliser la marque devra en informer le comité d'adhésion en précisant, le cas échéant, les raisons motivant sa décision.

15 Les engagements de la Région :

La Région s'engage à :

- Promouvoir la marque Sud de France auprès du grand public,
- Protéger la marque Sud de France et ses valeurs,
- Permettre à l'ensemble des produits labellisés d'accéder aux actions menées par Sud de France Développement pour le compte de la Région.

**Contact : cellule Sud de France DAAF site Montpellier :
sudefrance@regionlrm.fr et 04 67 22 93 72**

Cahier des charges « Produit élaboré »

Produits concernés :

Sont concernés deux catégories de produits :

- Ceux dont le produit fini ne contient pas un ingrédient agricole « brut » majoritaire (à plus de 50% du produit fini)

- Ceux à forte connotation régionale dont l'ingrédient majoritaire (>50%) est insuffisamment produit en Languedoc-Roussillon (porc, anchois etc...).

Dans ce cas, une demande de passage en comité d'adhésion pourra être formulée pour évaluer les difficultés d'approvisionnement de l'entreprise.

Liste des produits concernés :

- épicerie sucrée

- épicerie salée

- produits à base de porc : charcuterie, salaison, saurisserie, pâtés, terrines, rillettes,

...

- produits à base d'anchois, soupes de poissons, moules et encornets farcis, ...

- tartinables : sauf tomates séchées et tapenade

- boissons non alcoolisées (hors ingrédient principal agricole), eau

Fonctionnement général du cahier des charges :

Pour bénéficier de la marque « Sud de France », le produit doit :

- ETAPE 1 : Valider obligatoirement l'ensemble des critères de niveau 1.

Ces critères garantissent l'origine régionale du produit.

- ETAPE 2 : Le produit doit être sous SIQO (Signe officiel de Qualité et d'Origine) ou le produit doit valider au moins 1 critère de niveau 2 et d'importance Majeur.

- ETAPE 3 : Le produit ne valide aucun critère de niveau 2 et doit valider au moins 2 critères de niveau 3 et d'importance Mineur.

Lecture du cahier des charges :

Chaque critère est formulé sous forme de question avec plusieurs réponses possibles. Seules les réponses figurant en gras permettent de valider le critère.

Section	Critères	Séquence	Questions	Informations complémentaires	Réponses
1. Critères obligatoires					
Origine	obl	1	Le siège social de votre entreprise se situe-t-il en Languedoc-Roussillon ?		Oui ; Non
Origine	obl	2	Dans le produit fini, la part des ingrédients produits en Languedoc Roussillon est-elle supérieure ou égale à 50% ? On considère le pourcentage sur le poids de matière sèche.	- Si les produits n'existent pas en Languedoc-Roussillon (hors forte connotation à un autre territoire), une extension aux zones de production française est possible. - Si le produit est acheté sous un format particulier (transformation, conditionnement, ...) n'existant en Languedoc-Roussillon et dûment justifié, une extension de zone est possible. Si tel est votre cas, vous aurez la possibilité de faire une demande de dérogation à la fin de ce questionnaire.	Oui ; Non
Origine	obl	3	Les sites de transformation et de conditionnement sont-ils en Languedoc-Roussillon ?		Oui ; Non
2. Si le produit est sous SIQO ou autre label reconnu, l'adhésion est validée. Sinon, le produit doit valider au moins un critère MAJEUR ci-dessous.					
Produit sous Signe Officiel de Qualité et d'Origine (SIQO) ou autre label reconnu	siqo	4	Votre produit dispose-t-il d'un label ou d'un signe officiel de qualité et d'origine suivant ?	Dérogation possible pour les SIQO dont le territoire est à cheval sur un département limitrophe au Languedoc-Roussillon.	AB ; Label Rouge ; Aquaculture Stewardship Council (ASC) ; Ecolabel français ; Friend Of the Sea (FOS) ; Marine Stewardship Council (MSC) ; Auzan
Qualité différenciante hors SIQO	majeur	5	Estimez-vous que votre produit est un produit typique du Languedoc-Roussillon pour ses caractéristiques suivantes ?	Lors des contrôles, le choix d'une de ces réponses devra être justifié. Le comité d'adhésion, saisi par l'organisme de contrôle, jugera de la pertinence de cette justification et pourra, le cas échéant, revenir sur la décision d'attribution de la marque.	Son mode de fabrication ; L'historique du produit ; Le savoir faire local qu'il met en œuvre ; Sa réputation ; Aucun
Qualité différenciante hors SIQO	majeur	6	Votre produit contient-il un des additifs, arômes ou ingrédients de la liste suivante ? Agents moussants, antiagglomérants, antimoussants, antioxydants, arômes artificiels, colorants artificiels, Conservateurs, émulsifiants (dont polyphosphates) et sels émulsifiants, Épaississants, exhausteurs de goût artificiels (dont glutamate), huile de palme, séquestrants, stabilisants (dont sorbitol).	Si l'utilisation d'un des additifs, arômes ou ingrédients listés ci-contre est indispensable à l'élaboration de votre produit, vous aurez la possibilité de faire une demande de dérogation à la fin de ce questionnaire. Exemple : les texturants dans l'élaboration des glaces.	Oui ; Non
Qualité différenciante hors SIQO	majeur	7	Pour ce produit, quelles distinctions votre entreprise a-t-elle déjà obtenu parmi les suivantes ? Ces distinctions peuvent concerner des produits reconnus pour leurs qualités organoleptiques, des produits dits innovants ou des packaging innovants.	Lors des contrôles, la réponse « Autre » devra être précisée et justifiée. Le comité d'adhésion, saisi par l'organisme de contrôle, jugera de la pertinence de cette distinction et pourra, le cas échéant, revenir sur la décision d'attribution de la marque.	Concours Général Agricole ; Prix coup de pouce ; Produit de l'année ; Sud'Innov ; Autre ; Aucune

Qualité différenciante hors SICO	majeur	8	Disposez-vous d'une des certifications environnementales suivantes ?	On entend par certification environnementale les démarches reconnues par le ministère de l'agriculture.	Agriculture Raisonnée ; Chartes qualité des pomiculteurs de France ; Qualivini 14001 ; Sud Nature ; Terra Vitis ; Terravivent ; Certification HVE de niveau 2 ou 3 ; Aucune
Qualité différenciante hors SICO	majeur	9	Votre produit dispose-t-il de la mention valorisante "Fermier", "Produits de la ferme", "Produits de la ferme" ou « De montagne » ?	La mention "montagne" ne peut être utilisée qu'après une autorisation administrative.	Oui ; Non
3. Simon (= le produit ne valide aucun critère MAJEUR), le produit doit valider au moins 2 critères MINEURS ci-dessous					
Développement durable / Management de la qualité	mineur	10	Votre entreprise met-elle en place une démarche de progrès pour limiter l'utilisation de graisses, sucres, sels et additifs ?	Lors des contrôles, la réponse « Oui » devra être justifiée par une description de la démarche et des recettes utilisées. Le comité d'adhésion, saisi par l'organisme de contrôle, jugera de la pertinence de la démarche mise en place et pourra, le cas échéant, revenir sur la décision d'attribution de la marque.	Oui ; Non
Développement durable / Management de la qualité	mineur	11	Votre produit est-il engagé dans une des marques suivantes ?		Non ; De Lozère ; Pays Cathare ; Marquis Parc PNR Pyrénées Catalanes ; Marquis Parc PNR Haut Languedoc ; Carrefour ; Reiflets de France ; Casino ; Casino Délices ; Leclerc ; Nos régions ont du talent ; Monoprix ; Monoprix Gourmet
Développement durable / Management de la qualité	mineur	12	Adhèrez-vous à l'une de ces démarches en circuit court reconnue par la Région ?	Seuls les circuits-courts reconnus par la Région sont retenus.	Non ; Association des bio-producteurs du marché républicain ; Bienvenus à la Ferme ; Jardins de Pierpignan ; Le Samedi des Producteurs ; Les marchés Producteurs de Pays ; Mangons Lauragais ; Régat d'OC ; Syndicat des éleveurs de palmipèdes gras et volailles de ferme ; Terroir Direct
Développement durable / Management de la qualité	mineur	13	Êtes-vous engagé dans une des démarches de sécurité sanitaire, de développement durable ou environnementale suivante ?		Aucun ; Agri confiance ; Agriconfiance Volet Vert ; Blocconiance ; BRC ; Demeter ; Démarche 3D ; IFS ; ISO14001 ; ISO22000 ; ISO26000 (AFAQ, ...) ; ISO9001 ; Charte de progrès LRJA ; Natura 2000 ; Vignerons en développement durable
Développement durable / Management de la qualité	mineur	14	Utilisez-vous un emballage/packaging 100 % recyclable ?	Si le packaging de votre produit a obtenu une distinction d'innovation mentionnez le à la question 7 « Pour ce produit, quelles distinctions votre entreprise a-t-elle déjà obtenu parmi les suivantes ? »	Oui ; Non
Développement durable / Management de la qualité	mineur	15	Votre entreprise dispose-t-elle d'un dispositif d'économie suivant ?	Exemples : - Production d'énergie renouvelable - Economies en produits pétroliers : réalisation d'un bilan carbone, passage au banc d'essai des tracteurs, recours à des agro-carburants - Optimisation du système de production de chaleur, isolation des bâtiments, des stockages,.... - Optimisation du système de production de froid, système de pré-refroidissement, échangeurs thermiques,.... - Gestion de l'eau (en volume et qualité) via un contrat ou convention avec un fournisseur, des analyses, utilisation d'outils de pilotage type OAD,....	Non ; En eau ; En électricité ; En production de froid ; En production de chaleur ; En produits pétroliers
Développement durable / Management de la qualité	mineur	16	Votre entreprise participe-t-elle à des collectes de déchets ou dispose-t-elle d'un dispositif de traitement des effluents ?	Tri et collectes d'emballages vides, films usagés, plastiques, cartons, palettes, Emballages Vides de Produits Phytosanitaires (EVPP), Produits Phytosanitaires Non Utilisables (PPNU), huiles usagées, tous DIB ou DIB ... Lors des contrôles, ces démarches devront être justifiées par des attestations de récupération ou factures.	Non ; Tri sélectif et collecte de déchets ; Traitement des effluents

ANNEXE V : Organisation du référentiel MSC PECHE DURABLE

Si vous décidez de vous soumettre à l'évaluation MSC, un organisme de certification tiers accrédité notera de façon indépendante votre pêcherie selon les 28 indicateurs de performance (IP) constituant le Référentiel Pêcheries du MSC. Les IP reposent sur trois principes clés : des stocks de poissons durables, la réduction de l'impact environnemental et une gestion efficace, comme indiqué dans l'arbre d'évaluation ci-dessous.

Référentiel Pêcheries du MSC

Principe 1

Pérenniser les stocks de poisson

Les pêcheries doivent opérer de façon à ce que la pêche puisse continuer indéfiniment, sans surexploitation des ressources.

État

- IP 1.1.1 – État du stock
- IP 1.1.2 – Reconstitution du stock

Stratégie de capture (gestion)

- IP 1.2.1 – Stratégie de capture
- IP 1.2.2 – Règles et outils de contrôle des captures
- IP 1.2.3 – Information/suivi
- IP 1.2.4 – Évaluation du stock

Principe 2

Minimiser l'impact environnemental

Une pêcherie doit être gérée de manière à préserver la structure, la productivité, la fonction et la diversité de l'écosystème dont dépend la pêcherie, y compris les autres espèces et milieux marins.

Espèces primaires

- IP 2.1.1 – État (E)
- IP 2.1.2 – Gestion (G)
- IP 2.1.3 – Information (I)

Espèces secondaires

- IP 2.2.1 – E
- IP 2.2.2 – G
- IP 2.2.3 – I

Espèces MDP*

- IP 2.3.1 – E
- IP 2.3.2 – G
- IP 2.3.3 – I

Habitats

- IP 2.4.1 – E
- IP 2.4.2 – G
- IP 2.4.3 – I

Écosystème

- IP 2.5.1 – E
- IP 2.5.2 – G
- IP 2.5.3 – I

Principe 3

Gérer de façon efficace

Toutes les pêcheries sont dans l'obligation de respecter les lois locales, nationales et internationales. En outre, elles doivent disposer d'un système de gestion efficace.

Gouvernance et politique

- IP 3.1.1 – Cadre légal et/ou coutumier
- IP 3.1.2 – Consultation, rôles et responsabilités
- IP 3.1.3 – Objectifs à long terme

Système de gestion spécifique de la pêche

- IP 3.2.1 – Objectifs spécifiques de la pêche
- IP 3.2.2 – Processus de décision
- IP 3.2.3 – Conformité et application
- IP 3.2.4 – Évaluation des performances de suivi et de gestion

ANNEXE VI : « Les bons Labels et les truands » d'après eco-sapiens.com

LES TOPS

	Labellise les produits issus de l'agriculture bio-dynamique, plus exigeante que l'agriculture biologique	Une garantie de qualité alimentaire
	Garantit des produits sains et de qualité qui contribuent à préserver et entretenir notre planète	Une mention cohérente qui concilie agriculture biologique et réduction de l'empreinte écologique
	Un label pour une agriculture biologique, plus exigeant que la réglementation bio européenne	Une bonne initiative mais qui fait peser un coût supplémentaire pour les petits producteurs bio
	Une charte qui garantit le respect conjoint de critères bio et solidaires	Permet de choisir des produits bio et locaux
	La garantie du commerce équitable tout au long de la filière de commercialisation	Une bonne garantie encore très confidentielle
	Une démarche qui répond à la banalisation du commerce équitable par une exigence de transparence de ses membres	Une belle démarche que trop peu d'entreprises rejoignent aujourd'hui
	Le premier label visant à garantir des textiles exempts de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement	Pour des textiles sans poison
	GOTS certifie l'origine biologique du coton, il est issu d'une harmonisation de sept acteurs historiques	Label fiable prenant en compte des critères environnementaux mais aussi sociaux
	Label écologique officiel des pays nordiques. Une prise en considération de l'impact du produit durant sa vie entière	Un label rigoureux aux critères très stricts
	Le plus ancien label en matière de protection environnementale	Un label exigeant et fiable
	Une charte qui garantit le respect conjoint de critères bio et équitables	On aime qu'il faille être certifié bio pour demander une certification ESR

Nous entendons par « label » l'ensemble des signes distinctifs susceptibles de figurer sur un produit ou un document : pictogrammes, marques, certifications, et les véritables labels au sens juridique.

LES BOF

	Labellise les produits de la mer issus de pêcheries durables	Difficile de savoir si ce label permet de répondre à un enjeu crucial au Nord comme au Sud
	Un label initié par les industriels du bois qui vise à certifier une gestion «durable» de la forêt	Un label commercial peu efficace et peu contraignant
	La certification écologique officielle française	Un label trop peu fiable car trop mouvant selon les produits certifiés
	Démarche visant à limiter l'impact d'une opération de construction sur l'environnement	Cahier des charges bancal qui permet de consommer beaucoup d'énergie si on en produit un peu de manière renouvelable...
	Certifie les appareils économes en énergie	Peu exigeant. Ne jamais acheter un écran d'ordinateur ou téléviseur ne le possédant pas
	Un label pour distinguer les produits d'épargne solidaire (livrets, actions, Sicav)	Un label indispensable qui gagnerait à être plus restrictif
	Produit recyclable ou à base de matières recyclées si un pourcentage figure au centre	Entraine la confusion entre recyclé et recyclable
	Indique le type de plastique (de 1 à 7)	Peu lisible car les plastiques sont différents d'un numéro à l'autre
	Réseau d'entreprises qui s'engagent à consacrer au minimum 1% de leur chiffre d'affaires annuel à des associations environnementales	Démarche intéressante mais qui ne remet pas en cause les modes de production et de commercialisation

LES BONS

	Un label de base connu et reconnu qui a toutefois perdu de son exigence avec la nouvelle réglementation européenne	Un label de base connu et reconnu
	Label français qui certifie des produits cosmétiques écologiques et biologiques	Un label de base pour les cosmétiques
	Label allemand qui certifie des produits cosmétiques écologiques et biologiques	Un label de base pour les cosmétiques
	Garantit que le produit répond aux critères du commerce équitable portant sur les conditions de production et la rémunération du producteur	Un bon label mais qui ne s'attache qu'aux conditions de rémunération du producteur
	Certifie que le bois qui a été utilisé dans un produit provient de forêts ou de plantations gérées de manière responsable et durable	Un bon label pour lutter contre la déforestation et l'exploitation illégale de forêts
	Une marque-label permettant de repérer les articles en papier recyclé	Trop peu étendu
	Label français de certification des bâtiments respectueux tant pour l'environnement que pour la santé de ses habitants	Un label prometteur pour la performance énergétique des bâtiments
	Certifie l'efficacité énergétique du matériel informatique	Un label intéressant mais trop peu utilisé et qui doit être souvent mis à jour
	Cahier des charges correct pour les produits ménagers écologiques	Domage que l'on puisse confondre ces deux pictogrammes (la charte et le certificateur)
	En cosmétiques, équivaut à Cosmebio. Sinon, indique le certificateur	Un bon label mais qui certifie une proportion de produits (20%) plutôt qu'un objectif de qualité
	Certifie le respect de critères environnementaux communs à l'Union Européenne sur tout le cycle de vie du produit	

LES TRUANDS

	Le logo indique que l'entreprise cotise à un système global de tri, collecte sélective et recyclage des déchets d'emballages ménagers	Toutes les entreprises doivent cotiser, par ailleurs il n'incite pas à la réduction des déchets
	Le logo invite le consommateur à jeter l'emballage dans une poubelle	Il n'incite pas à réduire les emballages
	Le logo indique que le produit ne contient pas de chlofluorocarbones	C'est une obligation légale qui sert d'argument commercial



Annexe VIII : Questionnaire sur les alimentations biologique et durable réalisé dans le cadre de l'étude

Vous allez répondre à un questionnaire concernant les alimentations biologique et durable. Celui-ci est établi dans le cadre d'un **mémoire de fin d'étude** en Nutrition et Sciences des Aliments (spécialité Qualité et Sécurité Alimentaires).

L'objectif est de découvrir si vous, les consommateurs, faites la **différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable** et si vous distinguez une **valeur ajoutée** pour cette dernière.

Le questionnaire est articulé en 4 parties concises (la 4ème partie étant réservée uniquement aux personnes sensibles à l'alimentation durable).

Les réponses au questionnaire se font de manière anonyme.

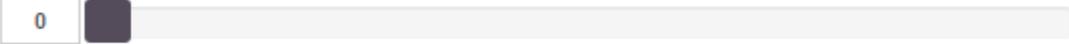
Merci pour votre participation.

Dans cette première partie, vous allez répondre à des questions générales vous concernant et concernant votre alimentation.

1. Quel âge avez-vous?

Déplacez le curseur pour répondre.

0 100



2. Vous êtes ?

- Une femme
- Un homme

3. Quelle est votre situation professionnelle?

- Agriculteur
- Artisan, commerçant
- Chef d'entreprise de 10 salariés ou plus
- Profession libérale
- Professeur, enseignant
- Cadre
- Employé
- Etudiant
- Sans emploi

4. Avez-vous un régime alimentaire particulier?

Pas de régime particulier

Végétarien

Végétalien

Autre

5. Quelle importance accordez vous à la qualité de votre alimentation?

Très important

Assez important

Peu important

Pas du tout important

Vous allez passer à la seconde partie du questionnaire. Celle-ci permettra de recueillir vos opinions et vos habitudes de consommation concernant l'alimentation biologique.

6. D'après vous, parmi ces propositions lesquelles correspondent le plus au concept d'alimentation biologique? Pensez vous que l'alimentation biologique...

	Complètement d'accord		Pas du tout d'accord	
	1	2	3	4
Est bonne pour la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est bonne pour l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limite l'usage de pesticides et d'OGM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limite l'usage d'additifs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limite les étapes de transformation des aliments	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribue à protéger le bien être animal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est constituée à 100% de composés biologiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Génère de la création d'emploi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intègre une dimension éthique (commerce équitable avec les Pays émergents, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est exempte de tout élément nocif pour la santé (métaux lourds , nitrites, mycotoxines, médicaments vétérinaires, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intègre une dimension locale (valorisation des produits locaux, commerces de proximité)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. En général, quelle proportion d'aliments biologiques achetez/consommez vous (vous et les membres de votre foyer) par rapport aux autres aliments que vous achetez/consommez?

Déplacez le curseur pour répondre.

Min (en %)

Max (en %)

0

8. Si vous consommez des produits biologiques, quels sont ceux que vous consommez le plus?

Fruits et légumes frais

Produits à base de féculents (pâtes, pain, riz, etc.)

Oeufs

Viande, volaille

Produits laitiers

Produits de la mer

Boissons et jus

Produits d'épicerie et condiments

Plats préparés

Biscuits, viennoiseries

Conserves

Autre

9. Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments issus de l'agriculture biologique?

La préservation de l'environnement

Le maintien voire l'amélioration de votre santé

La participation au développement du bien être animal

Le développement de nouveaux emplois

L' effet de mode

La qualité des produits (gustative, nutritionnelle, etc.)

Aucune

Autre

10. Et au contraire, qu'est ce qui vous rebute à consommer des produits issus de l'agriculture biologique?

Le manque d'informations concernant les impacts sur l'environnement et la santé

Le manque d'informations concernant les modalités de production (pesticides interdits, traitements alternatifs, utilisation d'additifs, etc.)

Le prix

Les incertitudes/le manque de confiance face à ce nouveau mode de production (ex: scepticisme concernant des produits exempts de pesticides)

L'offre restreinte en termes de variété

L'effet de mode

L' offre restreinte dans vos centres d'achat habituels

La difficulté à identifier ces produits

Aucune

Autre

11. Globalement quels sont les termes que vous évoque l'alimentation biologique? Donnez des mots clés voire une définition.

12. Si les aliments biologiques étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?

J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation

J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation

Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation

Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer

Dans cette troisième partie, l'idée est de recueillir votre état d'information, vos opinions et vos habitudes de consommations relatifs à l'alimentation durable.

13. Savez-vous ce qu'est l'alimentation durable?

- Oui tout à fait, je connais la plupart des concepts
- Oui à peu près, je connais quelques idées et exemples
- Non pas vraiment mais j'en ai déjà entendu parlé
- Non pas du tout, je n'en ai jamais entendu parlé

14. D'après vous y a t'il une différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?

- Oui c'est sûr, ces deux alimentations sont différentes
- Oui peut-être
- Non peut-être pas
- Non, ces deux alimentations sont identiques

15. Globalement, quels sont les termes que vous évoque l'alimentation durable ? Donnez des mots clés voire une définition.

**16. D'après vous, en quoi ces deux alimentations sont différentes?
Diriez-vous que l'alimentation durable...**

	Complètement d'accord		Pas du tout d'accord	
	1	2	3	4
Va plus loin dans le maintien voire l'amélioration de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Va plus loin dans la protection de l'environnement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est plus restrictive concernant l'usage de pesticides et d'OGM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Est plus contrôlée et plus surveillée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribue plus à protéger le bien être animal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Génère plus de création d'emploi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intègre plus la dimension éthique (commerce équitable avec les Pays émergents, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intègre une dimension plus locale (valorisation des produits locaux, commerce de proximité, respect des saisons, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Diriez vous que...

- L'alimentation biologique fait partie de l'alimentation durable
- L'alimentation durable fait partie de l'alimentation biologique
- L'alimentation durable est en grande partie composée de l'alimentation biologique

18. Pensez-vous que les consommateurs devraient tous être conscients de la différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?

- Oui, c'est important de faire la différence pour orienter ses achats
- Oui, pourquoi pas, c'est bien de faire la différence
- Non, pas vraiment, ils devraient déjà être conscients de ce qu'est l'alimentation biologique avant de penser à l'alimentation durable
- Non, pas du tout, ce n'est pas utile
- non, pas du tout, pour moi il n'y a pas de différence

19. Par quels moyens êtes vous informé sur l'alimentation durable?

Spots publicitaires (ex: radiotélévisé)

Articles et publicités via internet

Tracts et brochures

Communication sur mes lieux de restauration

Dans les centres de commercialisation

Via les réseaux sociaux

Par des connaissances impliquées dans la démarche

Articles de presse

Autre

20. Par quels autres moyens devraient être informés les consommateurs?

Spots publicitaires (ex: radiotélévisés)

Articles et publicités via internet

Tracts et brochures

Articles de presse

Communication sur les lieux de restauration

Dans les centres de commercialisation

Via les réseaux sociaux

Autre

21. Qui devrait informer les consommateurs?

L'état et les associations gouvernementales

Les associations non gouvernementales

Les producteurs et industriels

Les centres de commercialisation

Les associations de consommateurs

Autre

22. Etes vous consommateur ou sensible à l'alimentation durable?

- Oui complètement, je consomme des aliments durables
- Oui j'y prête attention même si je n'en consomme pas forcément
- Non actuellement je n'y prête pas attention mais je compte changer mes habitudes
- Non, ça ne m'intéresse pas

Précédemment, vous avez répondu que vous étiez plutôt consommateur et/ou sensible à l'alimentation durable. Il ne vous reste plus qu'à répondre à quelques questions sur vos habitudes de consommation.

Les personnes ayant répondu qu'elles n'étaient pas intéressées par l'alimentation durable peuvent passer ces questions.

23. Comment identifiez vous les produits "durables"?

- A l'aide de logo, certifications visibles sur les produits (AB, fairtrade, VPF, rainforest alliance, pêche durable MSC, Label rouge, AOC, AOP, IGP, etc.)
- En allant le chercher directement à la ferme ou au marché
- A l'aide d'indication dans les rayons des magasins
- A l'aide de l'identification des produits (origine, composition, etc.)
- Autre

24. Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments "durables"?

- La préservation de l'environnement
- Le maintien voire l'amélioration de votre santé
- La possibilité de faire fonctionner les marchés et producteurs locaux
- La participation au développement du bien être animal
- Le développement de nouveaux emplois
- L'effet de mode
- La possibilité de participer au développement social, économique et/ou culturel de pays en voie de développement
- Le respect des saisons et des cultures
- La qualité des produits (gustative, nutritionnelle, etc.)
- Autre

25. Et au contraire, qu'est-ce qui vous rebute à consommer des produits "durables"?

Le manque d'informations concernant les impacts sur l'environnement et la santé

Le manque d'informations concernant les modalités de production (pesticides interdits, respect des conditions de travail, impact écologique des transports, etc.)

Le prix

Les incertitudes/le manque de confiance face à ce nouveau concept

L'offre restreinte en termes de variété

L'effet de mode

L'offre restreinte dans vos centres d'achat habituels

La difficulté à identifier ces produits

Les dilemmes (ex: dois-je choisir un produit conventionnel de saison ou un produit biologique hors saison?)

Autre

26. Que préférez-vous entre:

Acheter un produit biologique et équitable mais importé de l'autre bout du monde

Acheter un produit biologique mais hors saison

Acheter un produit conventionnel mais de saison

Acheter un produit local mais non biologique

Autre

27. Si vous consommez ou êtes intéressé par des produits "durables", quels sont ceux que vous consommez ou consommeriez le plus?

Fruits et légumes frais

Produits à base de féculents (pâtes, pain, riz, etc.)

Oeufs

Viande, volaille

Produits laitiers

Produits de la mer

Boissons et jus

Produits d'épicerie et condiments

Plats préparés

Biscuits, viennoiseries

Conserves

Autre



28. Si les aliments "durables" étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?

J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation

J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation

Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation

Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer

29. Avez-vous des remarques à faire sur le sujet, des compléments aux questions, etc.?

ANNEXE VIII : Résultats du sondage sur les alimentations biologique et durable

Alimentation biologique et
durable - destiné à l'ensemble
des consommateurs

Dans cette première partie, vous allez répondre à des questions générales vous concernant et concernant votre alimentation.

Alimentation biologique et
durable - destiné à l'ensemble
des consommateurs

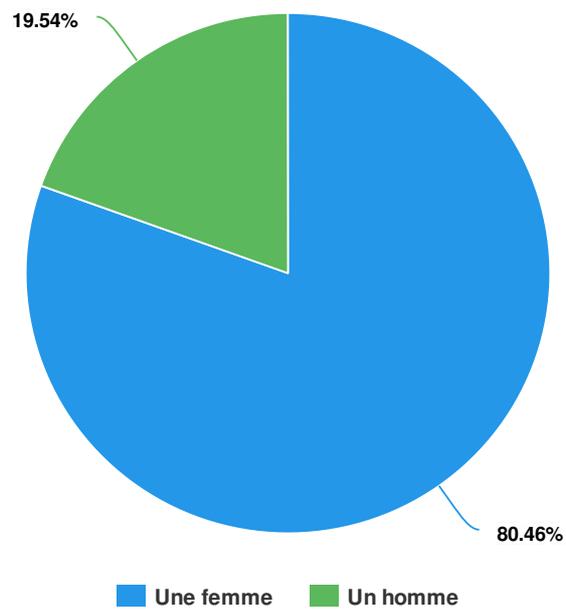
Quel age avez-vous?

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
2	Quel age avez-vous?	80	20	32.08	69

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Vous êtes ?

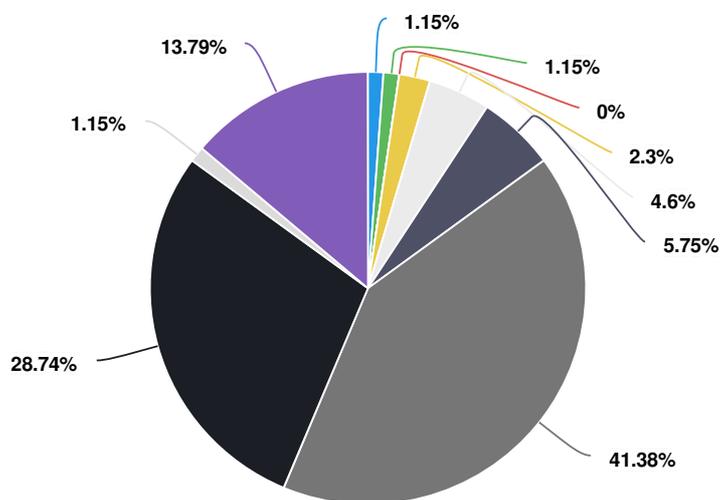
#	Question	Nb.	%
3	Vous êtes ?	87	100%
	Une femme	70	80.46%
	Un homme	17	19.54%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Quelle est votre situation professionnelle?

#	Question	Nb.	%
4	Quelle est votre situation professionnelle?	87	100%
	Agriculteur	1	1.15%
	Artisan, commerçant	1	1.15%
	Chef d'entreprise de 10 salariés ou plus	0	0%
	Profession libérale	2	2.3%
	Professeur, enseignant	4	4.6%
	Cadre	5	5.75%
	Employé	36	41.38%
	Etudiant	25	28.74%
	Sans emploi	1	1.15%
	Autre	12	13.79%

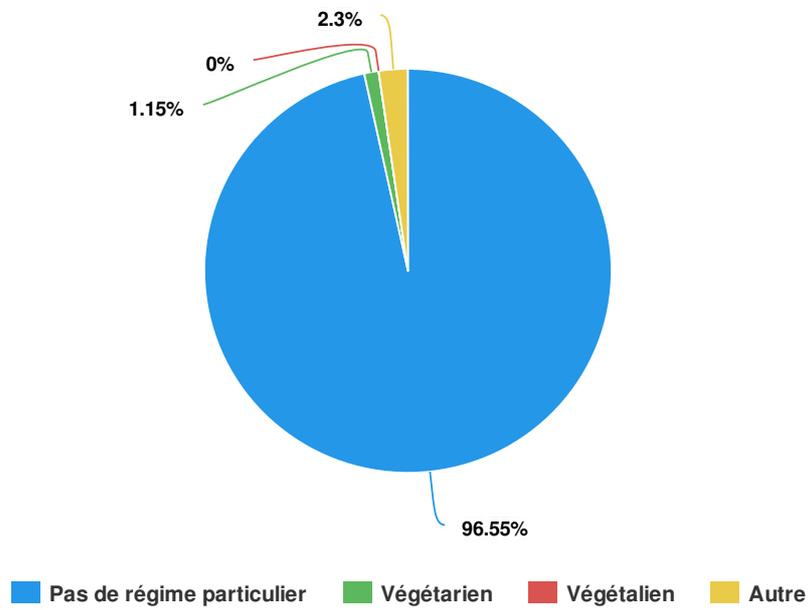


■ Agriculteur
 ■ Artisan, commerçant
 ■ Chef d'entreprise de 10 salariés ou plus
 ■ Profession libérale
■ Professeur, enseignant
 ■ Cadre
 ■ Employé
 ■ Etudiant
 ■ Sans emploi
 ■ Autre

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Avez-vous un régime alimentaire particulier?

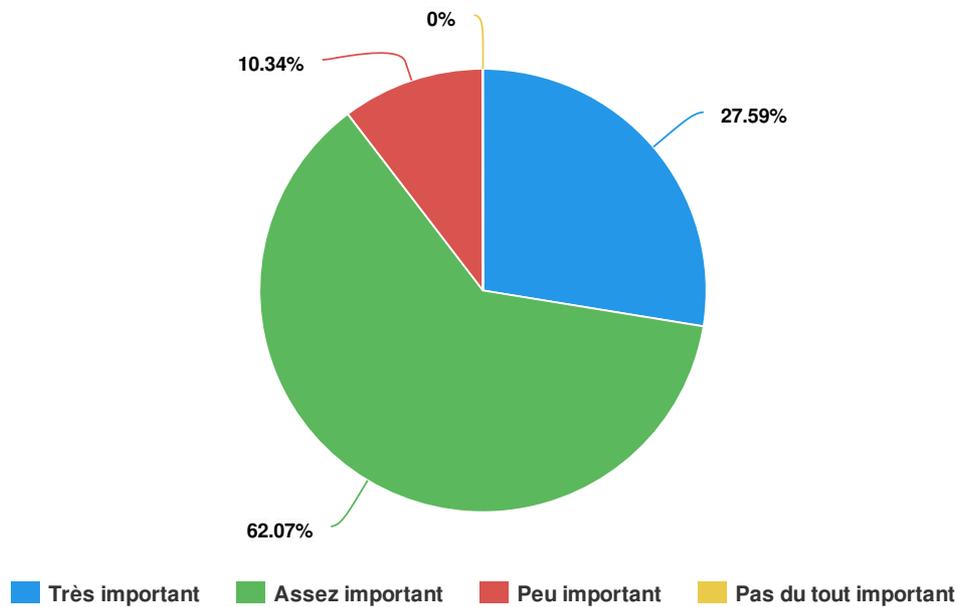
#	Question	Nb.	%
5	Avez-vous un régime alimentaire particulier?	87	100%
	Pas de régime particulier	84	96.55%
	Végétarien	1	1.15%
	Végétalien	0	0%
	Autre	2	2.3%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Quelle importance accordez vous à la qualité de votre alimentation?

#	Question	Nb.	%
6	Quelle importance accordez vous à la qualité de votre alimentation?	87	100%
	Très important	24	27.59%
	Assez important	54	62.07%
	Peu important	9	10.34%
	Pas du tout important	0	0%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

D'après vous, parmi ces propositions lesquelles correspondent le plus au concept d'alimentation biologique? Pensez vous que l'alimentation biologique...

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
7	D'après vous, parmi ces propositions lesquelles correspondent le plus au concept d'alimentation biologique? Pensez vous que l'alimentation biologique...	69	1	2.03	4
	Est bonne pour la santé	69	1	1.64	4
	Est bonne pour l'environnement	69	1	1.58	4
	Limite l'usage de pesticides et d'OGM	69	1	1.51	4
	Limite l'usage d'additifs	68	1	1.78	4
	Limite les étapes de transformation des aliments	69	1	2.29	4
	Contribue à protéger le bien être animal	69	1	2.22	4
	Est constituée à 100% de composés biologiques	68	1	2.28	4
	Génère de la création d'emploi	69	1	2.41	4
	Intègre une dimension éthique (commerce équitable avec les Pays émergents, etc.)	68	1	2.32	4
	Est exempte de tout élément nocif pour la santé (métaux lourds , nitrites, mycotoxines, médicaments vétérinaires, etc.)	69	1	2.32	4
	Intègre une dimension locale (valorisation des produits locaux, commerces de proximité)	69	1	2.01	4

**Alimentation biologique et
durable - destiné à l'ensemble
des consommateurs**

En général, quelle proportion d'aliments biologiques achetez/consommez vous (vous et les membres de votre foyer) par rapport aux autres aliments que vous achetez/consommez?

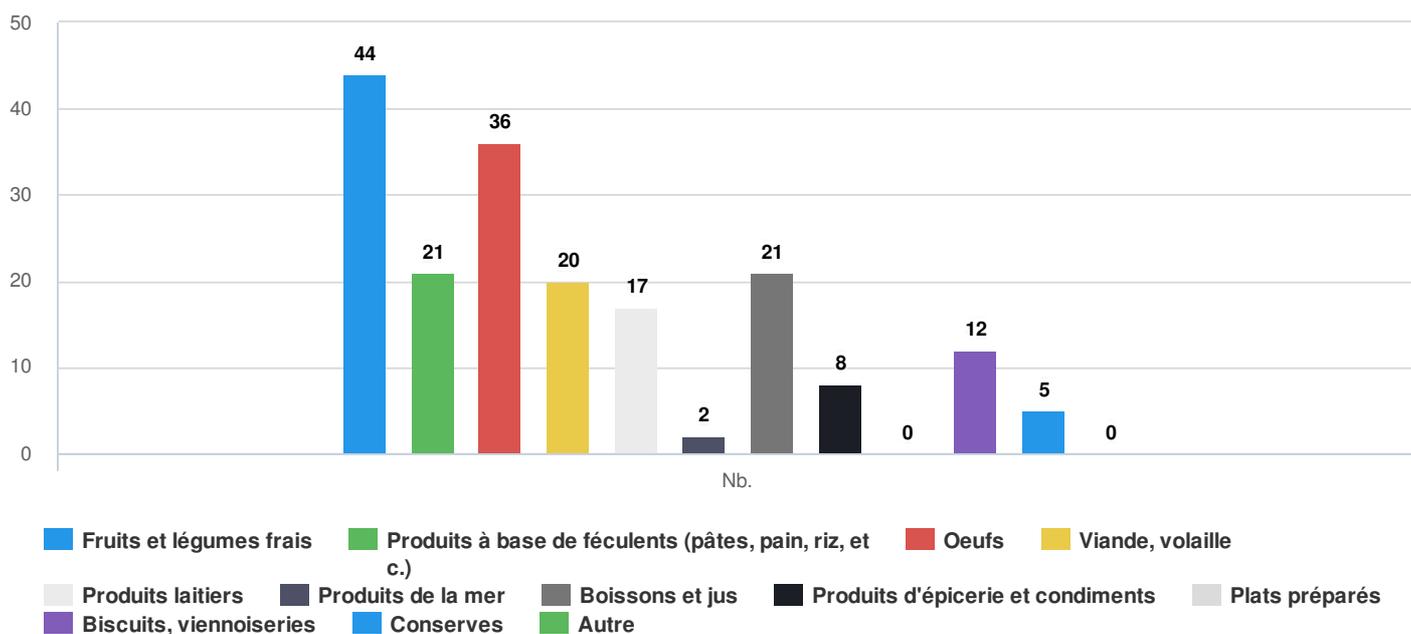
#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
8	En général, quelle proportion d'aliments biologiques achetez/consommez vous (vous et les membres de votre foyer) par rapport aux autres aliments que vous achetez/consommez?	58	0	29.66	80

#	Question	Détail nb.(%)
8	En général, quelle proportion d'aliments biologiques achetez/consommez vous (vous et les membres de votre foyer) par rapport aux autres aliments que vous achetez/consommez?	58 (100%)
	0	8 (13.79%)
	20	27 (46.55%)
	40	12 (20.69%)
	60	9 (15.52%)
	80	2 (3.45%)
	100	0 (0%)

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Si vous consommez des produits biologiques , quels sont ceux que vous consommez le plus?

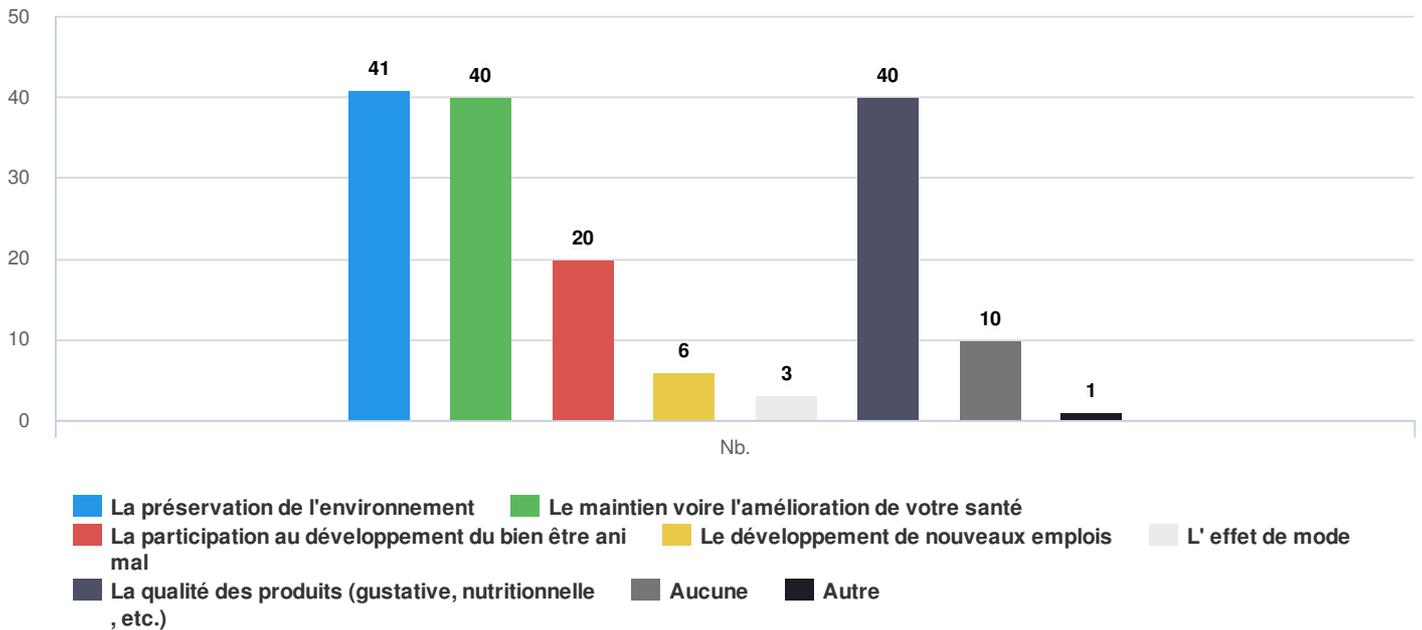
#	Question	Nb.	%
9	Si vous consommez des produits biologiques , quels sont ceux que vous consommez le plus?	60	100%
	Fruits et légumes frais	44	73.33%
	Produits à base de féculents (pâtes, pain, riz, etc.)	21	35%
	Oeufs	36	60%
	Viande, volaille	20	33.33%
	Produits laitiers	17	28.33%
	Produits de la mer	2	3.33%
	Boissons et jus	21	35%
	Produits d'épicerie et condiments	8	13.33%
	Plats préparés	0	0%
	Biscuits, viennoiseries	12	20%
	Conserves	5	8.33%
	Autre	0	0%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments issus de l'agriculture biologique?

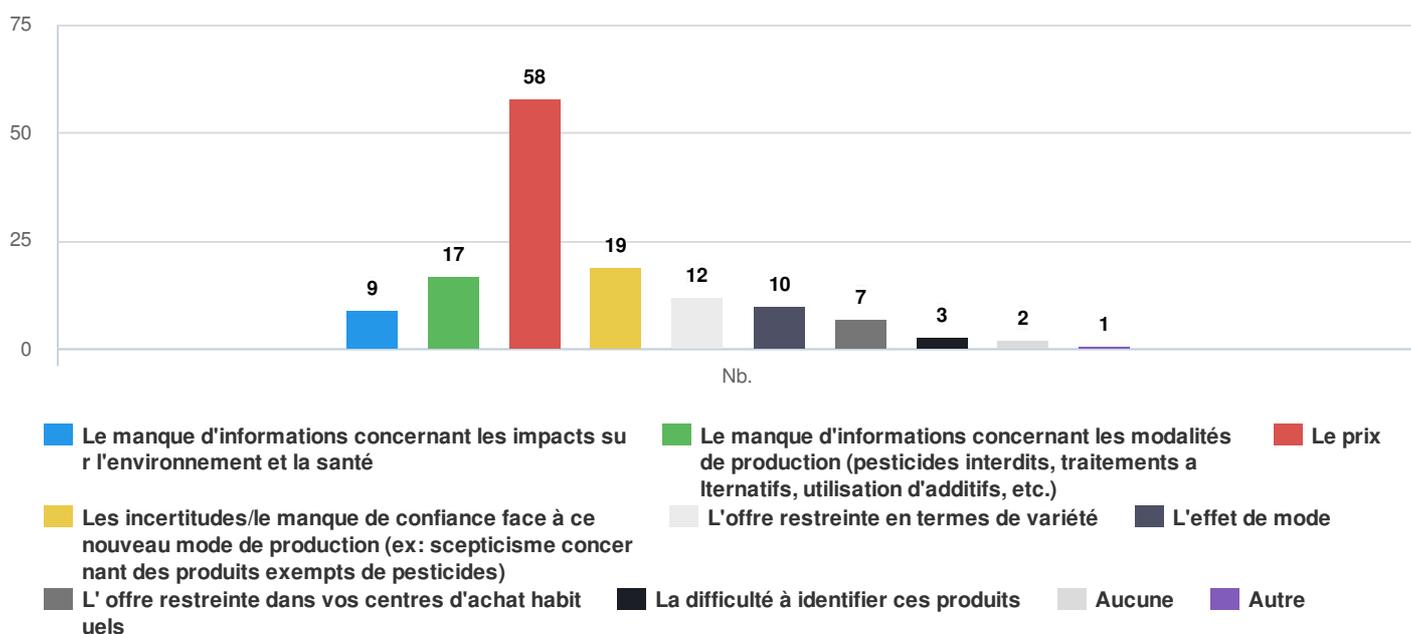
#	Question	Nb.	%
10	Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments issus de l'agriculture biologique?	67	100%
	La préservation de l'environnement	41	61.19%
	Le maintien voire l'amélioration de votre santé	40	59.7%
	La participation au développement du bien être animal	20	29.85%
	Le développement de nouveaux emplois	6	8.96%
	L' effet de mode	3	4.48%
	La qualité des produits (gustative, nutritionnelle, etc.)	40	59.7%
	Aucune	10	14.93%
	Autre	1	1.49%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Et au contraire, qu'est ce qui vous rebute à consommer des produits issus de l'agriculture biologique?

#	Question	Nb.	%
11	Et au contraire, qu'est ce qui vous rebute à consommer des produits issus de l'agriculture biologique?	67	100%
	Le manque d'informations concernant les impacts sur l'environnement et la santé	9	13.43%
	Le manque d'informations concernant les modalités de production (pesticides interdits, traitements alternatifs, utilisation d'additifs, etc.)	17	25.37%
	Le prix	58	86.57%
	Les incertitudes/le manque de confiance face à ce nouveau mode de production (ex: scepticisme concernant des produits exempts de pesticides)	19	28.36%
	L'offre restreinte en termes de variété	12	17.91%
	L'effet de mode	10	14.93%
	L' offre restreinte dans vos centres d'achat habituels	7	10.45%
	La difficulté à identifier ces produits	3	4.48%
	Aucune	2	2.99%
	Autre	1	1.49%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Globalement quels sont les termes que vous évoque l'alimentation biologique? Donnez des mots clés voire une définition.

#	Question	Texte
12	Globalement quels sont les termes que vous évoque l'alimentation biologique? Donnez des mots clés voire une définition.	<ul style="list-style-type: none"> - Des produits issus d'une agriculture raisonnée qui respectent des conditions très spécifiques et des méthodes de production - local, respectueux de la santé et de l'environnement - Respect de l'environnement - Respect de l'environnement - saine - L'alimentation biologique serait une alimentation qui minimise l'impact de la culture sur la planète et qui nous permet de limiter notre consommation de produits chimiques toxiques. - Évidence, respect, harmonie. - Santé, environnement, bien être - Agriculture locale - Retour à l'origine Laisser faire la nature - Sain bonne pour la santé et pour l'environnement - Protection de l'environnement et santé - Santé, qualité, onéreux - Produits plus bruts sans additifs - Naturelle Respect environnement - l'environnement - la qualité de vie - le bien être - naturel - Environnement - Naturel. Santé. Développement durable - Vert Logo vert Produits réalisés sans rien de phytosanitaires et sans culture voisine non bio - Saine, sans produits chimiques... - Seins - Sans pesticides, production locale - ANCESTRALE NATURELLE SAINE - Pas de pesticides. - Produits naturel sans pesticides et respectueux de l'environnement - Beau bio bon - Alimentation plus saine meilleurs pour l'environnement - NATUREL PAS D UTILISATION DE PRODUITS PHYTO - éthiques, sains, essentiels et onéreux. - Santé naturel - Produit saint - Naturel - Plus sain pour la santé - Produits de la terre - L'aliment le plus biologique est celui que je peux produire moi même, car je sais exactement comment il a poussé. - Alimentation dont les composants sont issus de l'agriculture biologique, c'est-à-dire produits : en respectant la biodiversité, les ressources naturelles, le bien être animal et en utilisant des procédés de production les plus respectueux de l'environnement possible - Produits naturels - Sans pesticides, herbicides, médicaments, vaccins

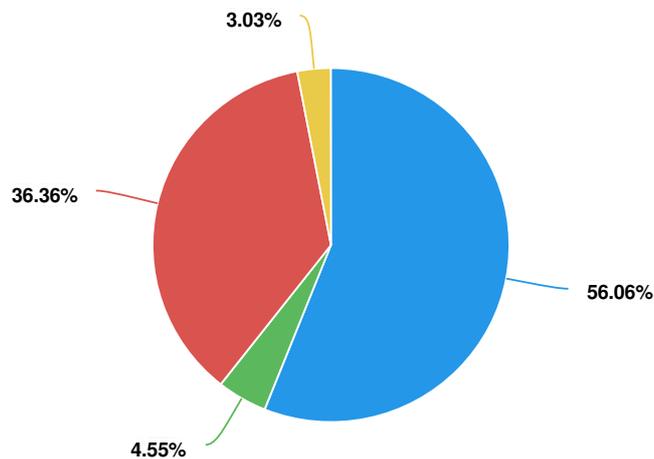
Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

- Les aliments sains tendant à protéger la Planète et à respecter la santé des individus.
- bon pour la santé
- Naturel
- Manger bio pour moi signifie manger sainj ai la chance d avoir un potagerles legumes ont du goutpas toujours tres beaux mais bons !!! L alimentation bioc est le respect de la terre !!! J ai la chance d avoir un fils eleveur de viande bio 😊 ou ses betes paissent dans les pres ou l on trouve plusieurs vegetations et pas uniquement de l herbe pousse aux engrais ☹ pour moi le bio c est ...la vie le respect de la naturede ses bêtes !!! Savoir que je mange naturel et que c est bon pour ma santé! !!!! 😊
- naturel, propre, sain, écologique
- Le goût une clarté au niveau des produits
- prix, manque d'information, non durable, mycotoxines (dialyse)
- bon, meilleure, durable, mais cher..

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Si les aliments biologiques étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?

#	Question	Nb.	%
13	Si les aliments biologiques étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?	66	100%
	J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation	37	56.06%
	J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation	3	4.55%
	Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation	24	36.36%
	Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer	2	3.03%

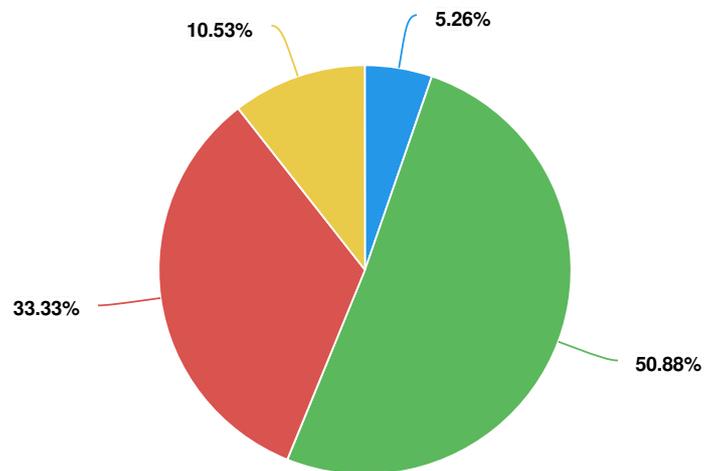


- J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation
- Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation
- J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation
- Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Savez-vous ce qu'est l'alimentation durable?

#	Question	Nb.	%
14	Savez-vous ce qu'est l'alimentation durable?	57	100%
	Oui tout à fait, je connais la plupart des concepts	3	5.26%
	Oui à peu près, je connais quelques idées et exemples	29	50.88%
	Non pas vraiment mais j'en ai déjà entendu parlé	19	33.33%
	Non pas du tout, je n'en ai jamais entendu parlé	6	10.53%

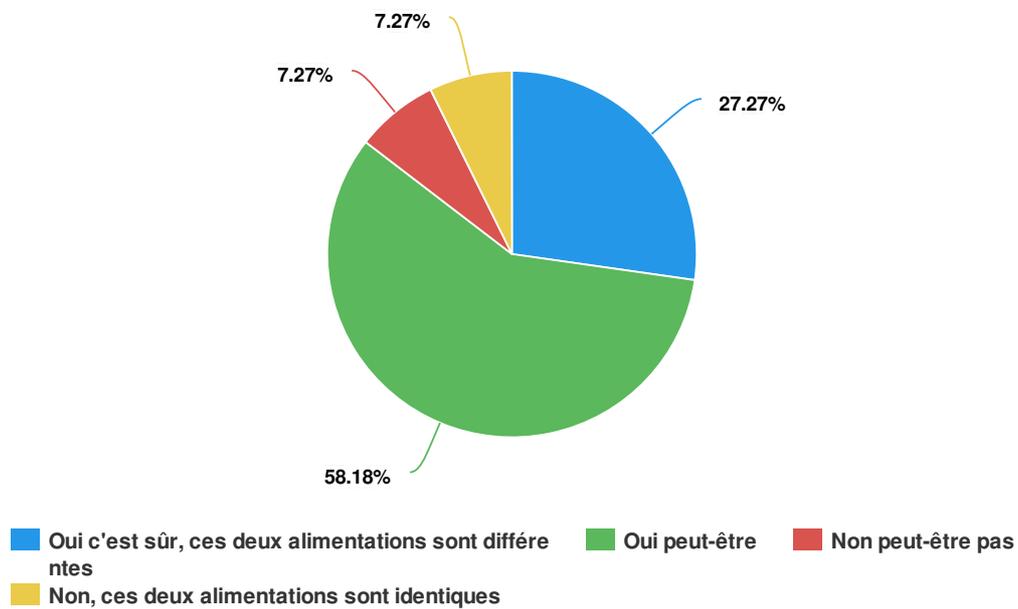


■ Oui tout à fait, je connais la plupart des concepts
■ Oui à peu près, je connais quelques idées et exemples
■ Non pas vraiment mais j'en ai déjà entendu parlé
■ Non pas du tout, je n'en ai jamais entendu parlé

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

D'après vous y a t'il une différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?

#	Question	Nb.	%
15	D'après vous y a t'il une différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?	55	100%
	Oui c'est sûr, ces deux alimentations sont différentes	15	27.27%
	Oui peut-être	32	58.18%
	Non peut-être pas	4	7.27%
	Non, ces deux alimentations sont identiques	4	7.27%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Globalement, quels sont les termes que vous évoque l'alimentation durable ? Donnez des mots clés voire une définition.

#	Question	Texte
16	Globalement, quels sont les termes que vous évoque l'alimentation durable ? Donnez des mots clés voire une définition.	<ul style="list-style-type: none"> - Une alimentation durable est un mode de production qui respect l'environnement et qui préserve les modes de culture dans le temps sans détruire les terres. - viable sur le plan économique et social, qui préserve l'environnement, la santé - Valorisation et utilisation de produits locaux - Responsable / équitable - durable - L'alimentation durable prend en compte les aspects éthiques et déontologiques que l'alimentation bio ne prend pas en compte (local, rémunération du fabricant égal à égal avec le distributeur, impact environnemental, prise en compte de la consommation d'énergie nécessaire....) - Environnement, proximité, local - Cultiver en respectant les sols et les cycles de production - Santé, préservation de l'environnement - La pérennité - respect de l'environnement respect de la santé ... - Qui génère de l'emploi - Préservation de l'environnement et des espèces - Circuit court Moyen de production qui limite la pollution de l'eau et l'émission de CO2 ou tout gaz nocif - Consommer en pensant au futur, consommer de manière à pas épuiser l'océan de ses poissons par exemple. - Sans trop de dépense d'eau, qui n'est pas transporté d'un bout à l'autre de la planète - CIRCUIT COURT LOCAL SAISONNIER - Préserver la diversité commerce équitable préserver l'environnement - RESPECT DES SAISONS ACHETER PRES DE CHEZ SOI - Alors que le produit biologique s'interdit les produits phytosanitaires issus de l'industrie pétrochimique, l'alimentation durable ajoute au pilier environnement les deux autres (Social et économique) en développant les circuits courts, le lien consommateur/producteur, mais aussi la réinsertion sociale : Exemple des AMAPS, ESAT et autres. - Modification ajout de substances - Alimentation respectueuse - ? - Écologie développement durable - La production doit respecter les aspects social, économique et environnemental pour être définie comme durable - Valorisation des déchets, commerce équitable - Prend en compte le commerce équitable, La production locale, réduisant les intermédiaires - alimentation viable - Locale Circuit court - Le respect des cycles de la nature sans lui administrer de contrainte et comme le biole naturel !!!! Sans forçage !!!!

**Alimentation biologique et
durable - destiné à l'ensemble
des consommateurs**

- biodiversité, santé, environnement, viabilité, économie durable
- proximité, respect des saisons donc limitation de consommation d'énergie, respect de la planète

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

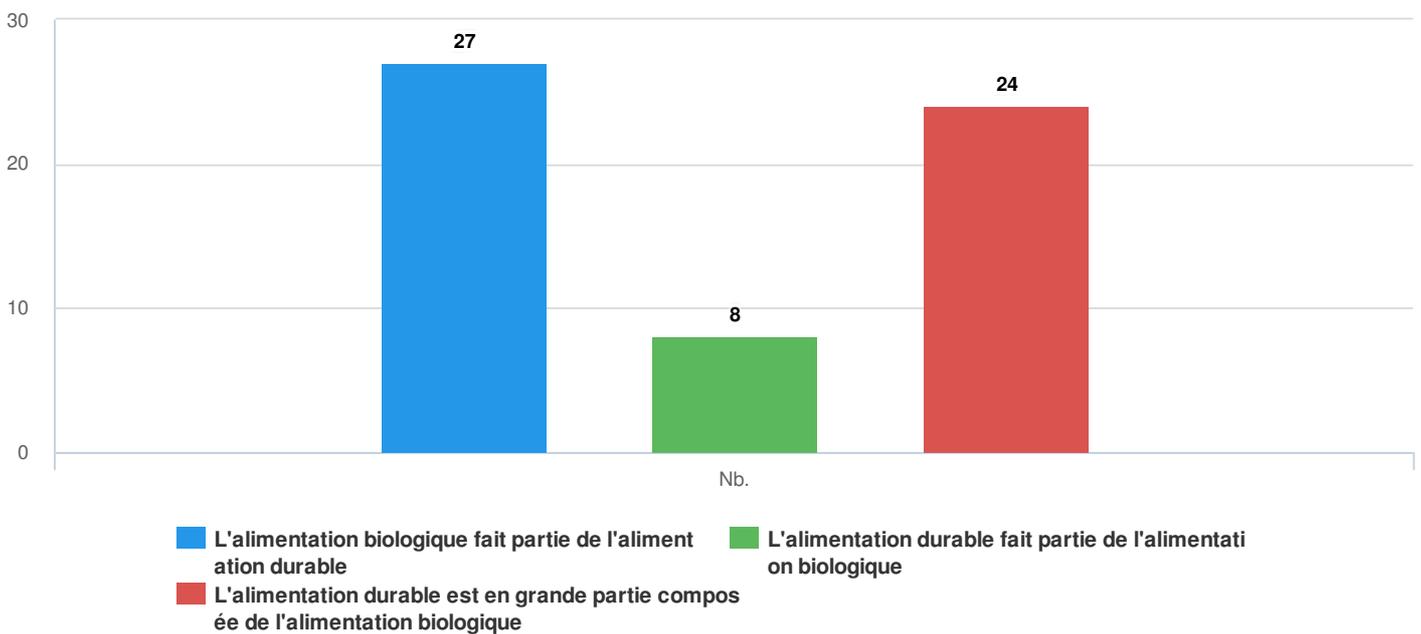
D'après vous, en quoi ces deux alimentations sont différentes? Diriez-vous que l'alimentation durable...

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
17	D'après vous, en quoi ces deux alimentations sont différentes? Diriez-vous que l'alimentation durable...	52	1	1.98	4
	Va plus loin dans le maintien voire l'amélioration de la santé	49	1	2.08	4
	Va plus loin dans la protection de l'environnement	52	1	1.58	4
	Est plus restrictive concernant l'usage de pesticides et d'OGM	50	1	2	4
	Est plus contrôlée et plus surveillée	51	1	2.31	4
	Contribue plus à protéger le bien être animal	51	1	1.94	4
	Génère plus de création d'emploi	49	1	2.2	4
	Intègre plus la dimension éthique (commerce équitable avec les Pays émergents, etc.)	49	1	1.92	4
	Intègre une dimension plus locale (valorisation des produits locaux, commerce de proximité, respect des saisons, etc.)	51	1	1.8	4

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Diriez vous que...

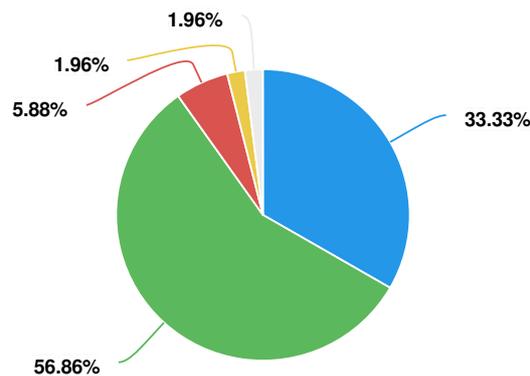
#	Question	Nb.	%
18	Diriez vous que...	52	100%
	L'alimentation biologique fait partie de l'alimentation durable	27	51.92%
	L'alimentation durable fait partie de l'alimentation biologique	8	15.38%
	L'alimentation durable est en grande partie composée de l'alimentation biologique	24	46.15%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Pensez-vous que les consommateurs devraient tous être conscients de la différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?

#	Question	Nb.	%
19	Pensez-vous que les consommateurs devraient tous être conscients de la différence entre l'alimentation biologique et l'alimentation durable?	51	100%
	Oui, c'est important de faire la différence pour orienter ses achats	17	33.33%
	Oui, pourquoi pas, c'est bien de faire la différence	29	56.86%
	Non, pas vraiment, ils devraient déjà être conscients de ce qu'est l'alimentation biologique avant de penser à l'alimentation durable	3	5.88%
	Non, pas du tout, ce n'est pas utile	1	1.96%
	non, pas du tout, pour moi il n'y a pas de différence	1	1.96%

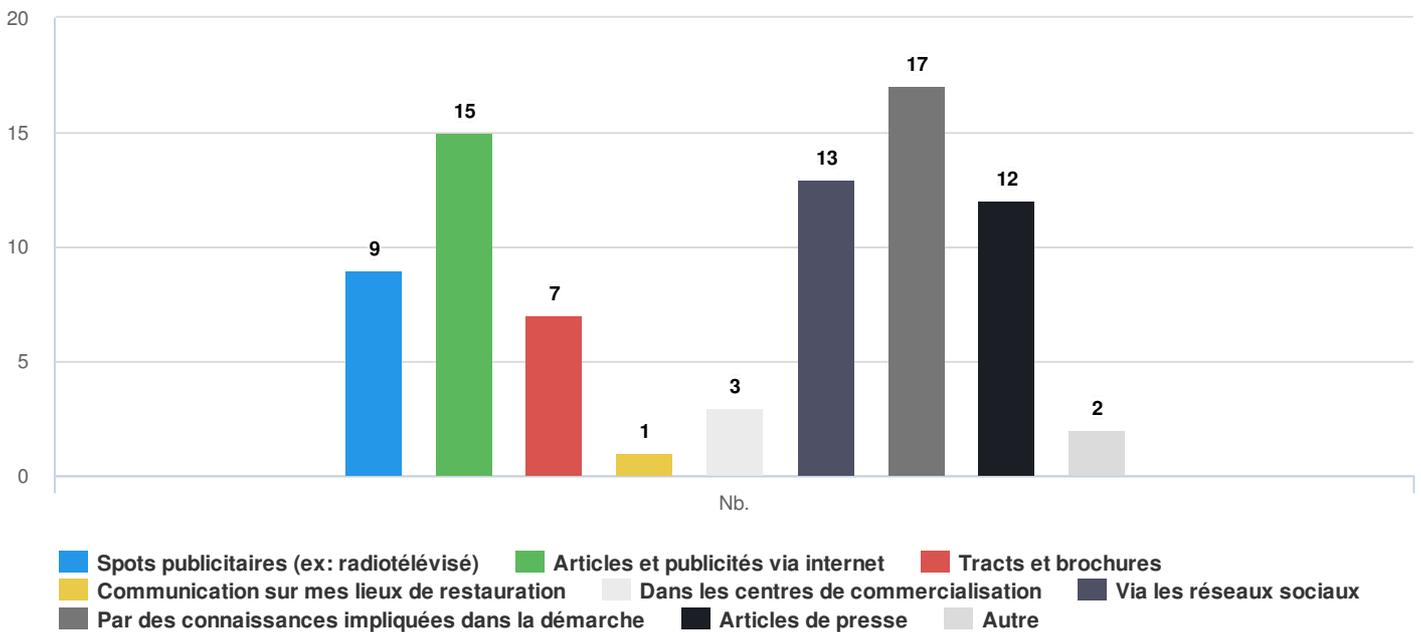


- Oui, c'est important de faire la différence pour orienter ses achats
- Oui, pourquoi pas, c'est bien de faire la différence
- Non, pas vraiment, ils devraient déjà être conscients de ce qu'est l'alimentation biologique avant de penser à l'alimentation durable
- Non, pas du tout, ce n'est pas utile
- non, pas du tout, pour moi il n'y a pas de différence

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Par quels moyens êtes vous informé sur l'alimentation durable?

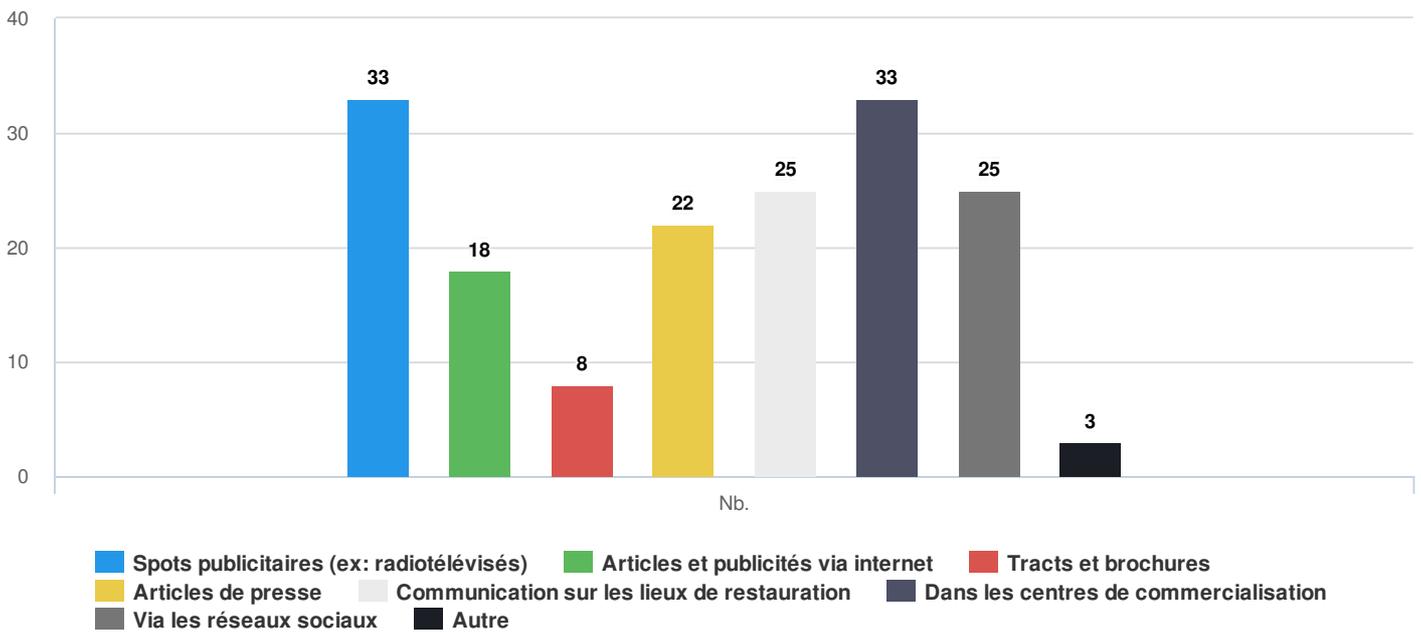
#	Question	Nb.	%
20	Par quels moyens êtes vous informé sur l'alimentation durable?	48	100%
	Spots publicitaires (ex: radiotélévisé)	9	18.75%
	Articles et publicités via internet	15	31.25%
	Tracts et brochures	7	14.58%
	Communication sur mes lieux de restauration	1	2.08%
	Dans les centres de commercialisation	3	6.25%
	Via les réseaux sociaux	13	27.08%
	Par des connaissances impliquées dans la démarche	17	35.42%
	Articles de presse	12	25%
	Autre	2	4.17%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Par quels autres moyens devraient être informés les consommateurs?

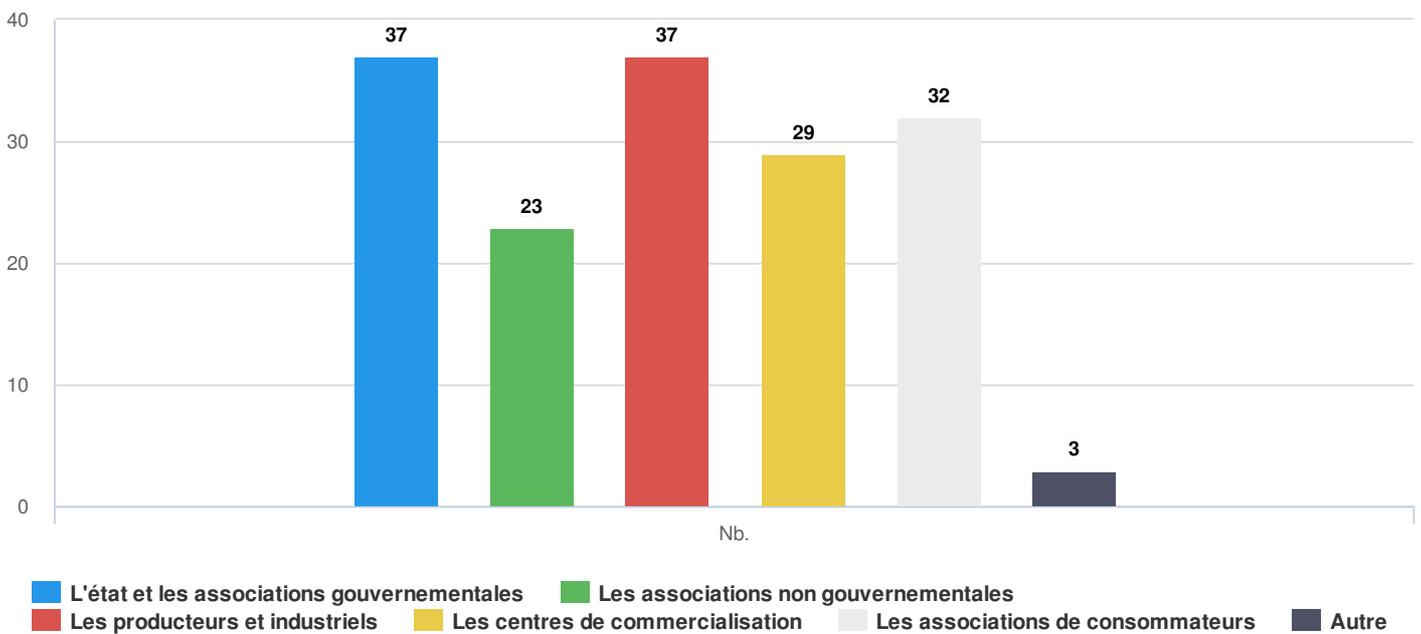
#	Question	Nb.	%
21	Par quels autres moyens devraient être informés les consommateurs?	54	100%
	Spots publicitaires (ex: radiotélévisés)	33	61.11%
	Articles et publicités via internet	18	33.33%
	Tracts et brochures	8	14.81%
	Articles de presse	22	40.74%
	Communication sur les lieux de restauration	25	46.3%
	Dans les centres de commercialisation	33	61.11%
	Via les réseaux sociaux	25	46.3%
	Autre	3	5.56%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Qui devrait informer les consommateurs?

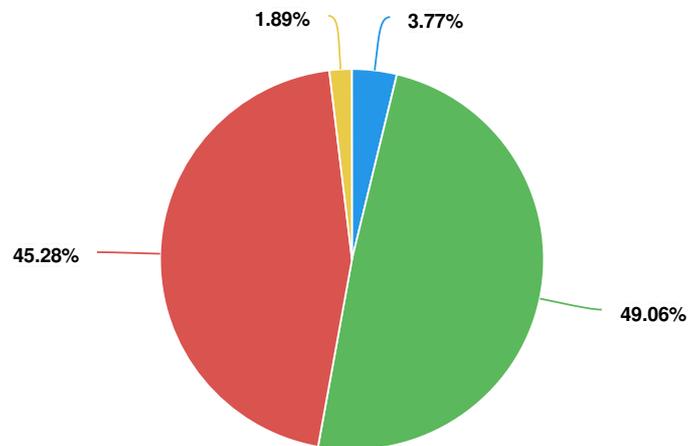
#	Question	Nb.	%
22	Qui devrait informer les consommateurs?	54	100%
	L'état et les associations gouvernementales	37	68.52%
	Les associations non gouvernementales	23	42.59%
	Les producteurs et industriels	37	68.52%
	Les centres de commercialisation	29	53.7%
	Les associations de consommateurs	32	59.26%
	Autre	3	5.56%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Etes vous consommateur ou sensible à l'alimentation durable?

#	Question	Nb.	%
23	Etes vous consommateur ou sensible à l'alimentation durable?	53	100%
	Oui complètement, je consomme des aliments durables	2	3.77%
	Oui j'y prête attention même si je n'en consomme pas forcément	26	49.06%
	Non actuellement je n'y prête pas attention mais je compte changer mes habitudes	24	45.28%
	Non, ça ne m'intéresse pas	1	1.89%

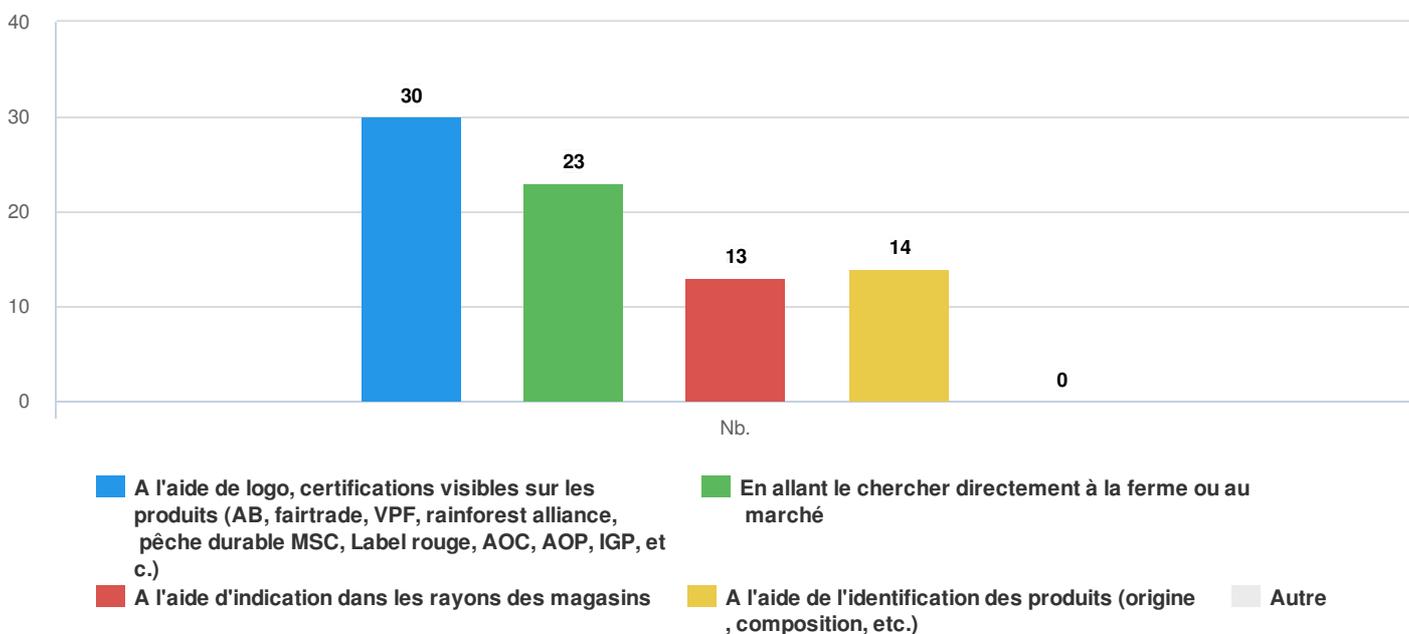


■ Oui complètement, je consomme des aliments durables
■ Oui j'y prête attention même si je n'en consomme pas forcément
■ Non actuellement je n'y prête pas attention mais je compte changer mes habitudes
■ Non, ça ne m'intéresse pas

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Comment identifiez vous les produits "durables"?

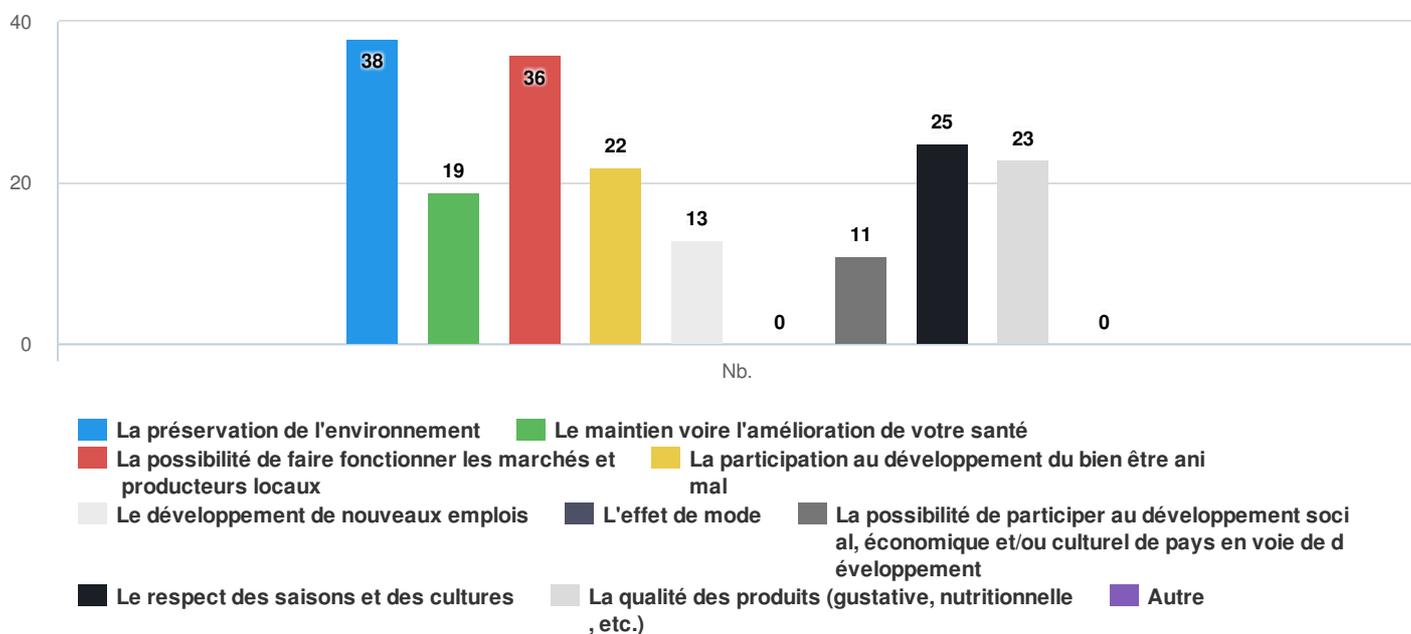
#	Question	Nb.	%
24	Comment identifiez vous les produits "durables"?	44	100%
	A l'aide de logo, certifications visibles sur les produits (AB, fairtrade, VPF, rainforest alliance, pêche durable MSC, Label rouge, AOC, AOP, IGP, etc.)	30	68.18%
	En allant le chercher directement à la ferme ou au marché	23	52.27%
	A l'aide d'indication dans les rayons des magasins	13	29.55%
	A l'aide de l'identification des produits (origine, composition, etc.)	14	31.82%
	Autre	0	0%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments "durables"?

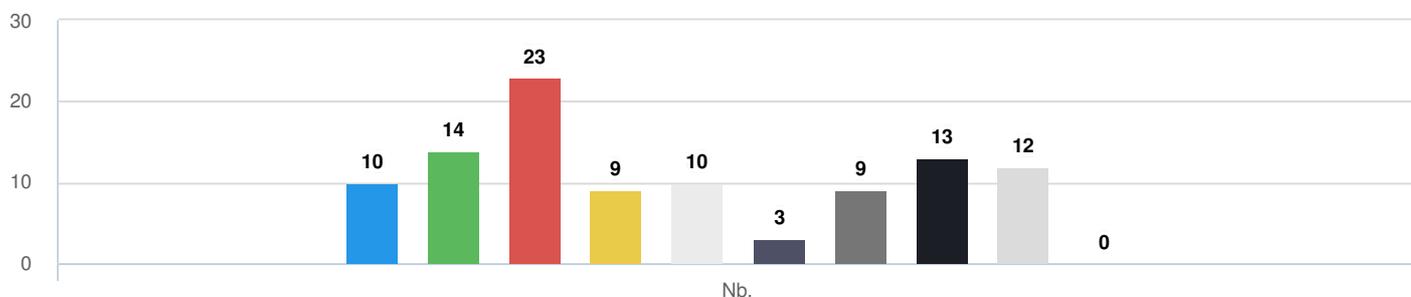
#	Question	Nb.	%
25	Quelles sont vos motivations pour consommer des aliments "durables"?	46	100%
	La préservation de l'environnement	38	82.61%
	Le maintien voire l'amélioration de votre santé	19	41.3%
	La possibilité de faire fonctionner les marchés et producteurs locaux	36	78.26%
	La participation au développement du bien être animal	22	47.83%
	Le développement de nouveaux emplois	13	28.26%
	L'effet de mode	0	0%
	La possibilité de participer au développement social, économique et/ou culturel de pays en voie de développement	11	23.91%
	Le respect des saisons et des cultures	25	54.35%
	La qualité des produits (gustative, nutritionnelle, etc.)	23	50%
	Autre	0	0%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Et au contraire, qu'est-ce qui vous rebute à consommer des produits "durables"?

#	Question	Nb.	%
26	Et au contraire, qu'est-ce qui vous rebute à consommer des produits "durables"?	42	100%
	Le manque d'informations concernant les impacts sur l'environnement et la santé	10	23.81%
	Le manque d'informations concernant les modalités de production (pesticides interdits, respect des conditions de travail, impact écologique des transports, etc.)	14	33.33%
	Le prix	23	54.76%
	Les incertitudes/le manque de confiance face à ce nouveau concept	9	21.43%
	L'offre restreinte en termes de variété	10	23.81%
	L'effet de mode	3	7.14%
	L'offre restreinte dans vos centres d'achat habituels	9	21.43%
	La difficulté à identifier ces produits	13	30.95%
	Les dilemmes (ex: dois-je choisir un produit conventionnel de saison ou un produit biologique hors saison?)	12	28.57%
	Autre	0	0%

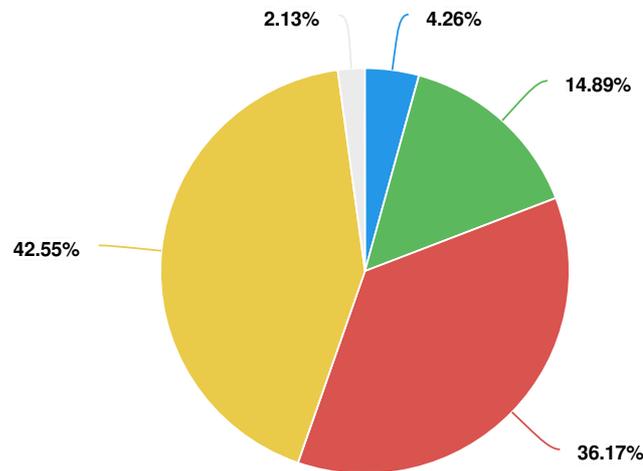


- Le manque d'informations concernant les impacts sur l'environnement et la santé
- Le manque d'informations concernant les modalités de production (pesticides interdits, respect des conditions de travail, impact écologique des transports, etc.)
- Le prix
- Les incertitudes/le manque de confiance face à ce nouveau concept
- L'offre restreinte en termes de variété
- L'effet de mode
- L'offre restreinte dans vos centres d'achat habituels
- La difficulté à identifier ces produits
- Les dilemmes (ex: dois-je choisir un produit conventionnel de saison ou un produit biologique hors saison?)
- Autre

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Que préférez-vous entre:

#	Question	Nb.	%
27	Que préférez-vous entre:	47	100%
	Acheter un produit biologique et équitable mais importé de l'autre bout du monde	2	4.26%
	Acheter un produit biologique mais hors saison	7	14.89%
	Acheter un produit conventionnel mais de saison	17	36.17%
	Acheter un produit local mais non biologique	20	42.55%
	Autre	1	2.13%

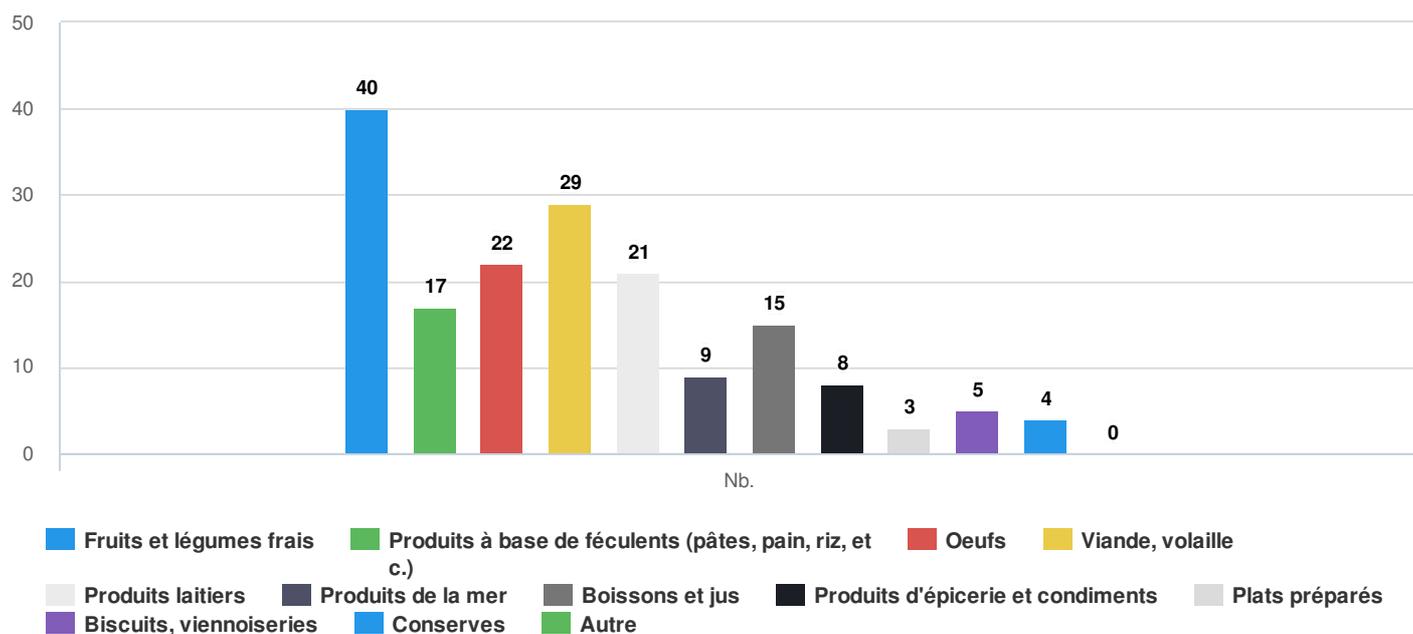


■ Acheter un produit biologique et équitable mais importé de l'autre bout du monde
 ■ Acheter un produit biologique mais hors saison
■ Acheter un produit conventionnel mais de saison
 ■ Acheter un produit local mais non biologique
 ■ Autre

Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Si vous consommez ou êtes intéressé par des produits "durables", quels sont ceux que vous consommez ou consommeriez le plus?

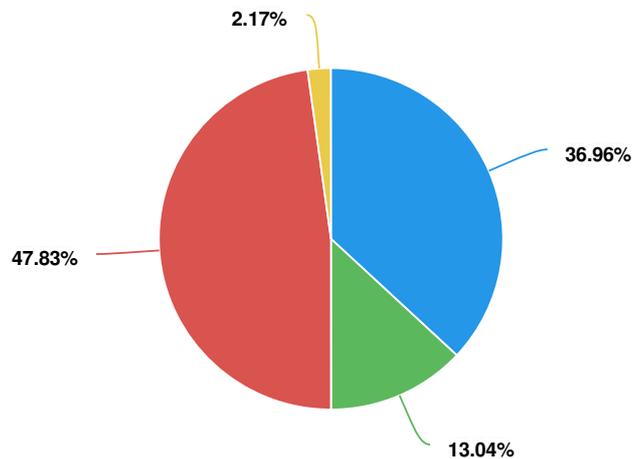
#	Question	Nb.	%
28	Si vous consommez ou êtes intéressé par des produits "durables", quels sont ceux que vous consommez ou consommeriez le plus?	46	100%
	Fruits et légumes frais	40	86.96%
	Produits à base de féculents (pâtes, pain, riz, etc.)	17	36.96%
	Oeufs	22	47.83%
	Viande, volaille	29	63.04%
	Produits laitiers	21	45.65%
	Produits de la mer	9	19.57%
	Boissons et jus	15	32.61%
	Produits d'épicerie et condiments	8	17.39%
	Plats préparés	3	6.52%
	Biscuits, viennoiseries	5	10.87%
	Conserves	4	8.7%
	Autre	0	0%



Alimentation biologique et durable - destiné à l'ensemble des consommateurs

Si les aliments "durables" étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?

#	Question	Nb.	%
29	Si les aliments "durables" étaient plus accessibles financièrement, pensez vous que vous en consommeriez davantage?	46	100%
	J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation	17	36.96%
	J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation	6	13.04%
	Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation	22	47.83%
	Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer	1	2.17%



- J'en consomme déjà mais oui j'augmenterais ma consommation
- J'en consomme déjà mais non je n'augmenterais pas ma consommation
- Je n'en consomme que très peu voire pas du tout mais oui j'augmenterais ma consommation
- Je n'en consomme pas et ne souhaite pas en consommer

Alimentation biologique et
durable - destiné à l'ensemble
des consommateurs

Avez-vous des remarques à faire sur le sujet, des compléments aux questions, etc.?

#	Question	Texte
30	Avez-vous des remarques à faire sur le sujet, des compléments aux questions, etc.?	- Je pense que les producteurs ont beaucoup de difficultés à transformer leur exploitation en exploitation biologique car cela demande beaucoup d'investissements et je ne sais pas si l'État contribue réellement au développement de ces exploitations - non

ANNEXE IX : Trame de notation de la durabilité des produits biologiques

GRILLE DE NOTATION POUR L'ÉVALUATION DE LA DURABILITÉ DES ALIMENTS BIOLOGIQUES

"Une alimentation durable protège la biodiversité et les écosystèmes, est acceptable culturellement, accessible, économiquement loyale et réaliste, sûre, nutritionnellement adéquate et bonne pour la santé, optimise l'usage des ressources naturelles et humaines"

DESCRIPTION DU PRODUIT EN TEST :

Matières premières, étapes de fabrication, caractéristiques durables, etc.

ENVIRONNEMENT

POINTS

PRODUIT TESTÉ

"Protège la biodiversité et les écosystèmes ... optimise l'usage des ressources naturelles"

LOCALITE

Cocher la case correspondante

Justification

ORIGINE DES MATIÈRES PREMIÈRES

1) Distance entre la zone de production des MP et le lieu de production final

100% des matières premières dans un rayon de 300km	5		
75% des matières premières dans un rayon de 300 km	3		
50% des matières premières dans un rayon de 300 km	2		
25% des matières premières dans un rayon de 300 km	1		
0% des matières premières dans un rayon de 300 km	0		
> 50% des matières premières dans un rayon entre 300 et 800 km	-1		
> 50% des matières premières dans un rayon > 800 km	-5		

Pondération: cas des matières premières "exotiques"

Si la matière première n'est pas disponible dans un rayon de 800km et qu'elle doit être importée majorer la note de 2 points

NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE

5

2) Nombre d'intermédiaires pour la MP la plus transformée

≤1	5		
2	4		
3	2		
4	1		
5	0		
> 5	-1		

NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE

5

3) Cas des matières premières à impact écologique important

Pour des MP telles que l'huile de palme et les produits de la pêche

Issus d'exploitations durables (preuves à l'appui)	5		
Certifiés (Roundtable On Sustainable Palm Oil, MSC pêches durables, etc.)	2		
Non issus d'exploitations durables	-5		

NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE

7

4) Saisonnalité des matières premières (cas des végétaux, etc)

Les matières premières sont toutes et toujours produites en saison	9		
Plus de 75% des matières premières sont produites en saison	6		
Plus de 50% des matières premières sont produites en saison	4		
Moins de 50% des matières premières sont produites en saison	1		
Les matières premières utilisées sont toutes et toujours hors saison	-7		

NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE

9

5) Mode de production des matières premières

Pour des MP cultivées sous serre			
Les serres ne sont pas chauffées		9	
Les serres sont chauffées aux énergies renouvelables (solaires, hydrolique, biogaz, biomasse)		4	
Les serres sont chauffées aux énergies fossiles		-9	
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE		9	
6) Distance entre la zone de production du PF et le lieu de commercialisation			
Produit distribué uniquement dans un rayon de 300 km		5	
Produit distribué dans un rayon de 500 km		3	
Produit distribué dans un rayon de 800 km		1	
Produit distribué dans un rayon de 1000 km		0	
Produit distribué dans un rayon de plus de 1000 km		-3	
Pondération: cas des matières premières "exotiques"			
<i>Si le produit fini n'est pas disponible dans un rayon de 1000 km et qu'il doit être exporté, majorer la note de 2 points</i>			
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE		5	
7) Mode de transport utilisé (en majorité)			
Aucun transport (vendu sur place)		3	
Par camion		2	
Par bateau		2	
Par camionnette chargée		2	
Par camionnette peu chargée (en fonction des commandes)		-2	
Par avion		-3	
Autre (à évaluer)		-	
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE		3	
PRATIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT			
8) CERTIFICATIONS ET LABELS DÉJÀ OBTENUS			
Agriculture Biologique (logo AB / Euroleaf)	 	5	
Bio cohérence		8	
Agriculture raisonnée (HVE)		5	
Nature et progrès		8	
Demeter		8	
MAX HAVELAAR (Fairtrade)		3	
UTZ (café, cacao, thé)		3	
ISO 14001		4	
Label CARBON TRUST		4	
Autre (à évaluer)		-	
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE		48	voire plus
11) QUANTITE DE DECHETS GENERES AU COURS DE LA PRODUCTION DE 100KG DE PRODUIT			
< 5 kg		5	

Entre 5 et 10 kg	3		
Entre 10 et 12 kg	1		
Entre 12 et 15 kg	0		
> 15 kg	-5		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	5		
12) VALORISATION DES DECHETS			
Pratique du tri des déchets	1		
Valorisation (filières recyclables, valorisation coproduits, sous-produits)	3		
Aucun tri des déchets	-3		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	4		
13) UTILISATION D'EMBALLAGES			
A base de produits recyclés et recyclables	5		
Complètement recyclables	3		
En partie recyclage (- de 50%)	1		
Démarche de réduction des emballages (preuve à l'appui)	3		
Complètement non recyclables	-2		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	5		

SANTÉ

" Nutritionnellement adéquate et bonne pour la santé "

NUTRITIONNELLEMENT ADEQUATE

14) NOTE OBTENUE AU NUTRISCORE			
Si NUTRISCORE non présent sur le produit, retrouver sur https://fr.openfoodfacts.org/score-nutritionnel-France ou calculer directement via http://www.bfmtv.com/sante/nutri-score-calculez-la-note-obtenue-par-vos-produits-1122379.html ou se référer à un produit équivalent			
	10		
	6		
	3		
	0		
	-3		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	10		

BONNE POUR LA SANTÉ

15) DEMARCHE QUALITE DE L'ENTREPRISE			
Certification BRC obtenue	5		
Certification IFS obtenue	4		
Engagement dans la démarche BRC/IFS (preuve à l'appui)	1		
Etude HACCP	3		
Vérification des BPH si pas de certification BRC / IFS	2		
Autre (à évaluer)	-		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	12		
16) MATIERES PREMIERES A RISQUE			
Substitution des matières premières "à risque"	4		
Présence de matières premières "à risque" (ex: classées potentiellement à risque par le IARC: nitrites, etc.)	-8		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	4		

ETHIQUE

"Est acceptable culturellement, économiquement loyale et réaliste, optimise l'usage des ressources humaines"

VALORISATION DE L'EMPLOI

17) PRODUIT MADE IN FRANCE			
Le produit est fabriqué en France	4		
Le produit est fabriqué par une PME de moins de 20 employés	5		
Le produit n'est pas fabriqué en France	-2		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	9		
18) MATIERES PREMIERES MADE IN FRANCE			
100% des matières premières produites et transformées en France	9		
75% des matières premières produites et transformées en France	7		
50% des matières premières produites et transformées en France	5		
25% des matières premières produites et transformées en France	3		
0% des matières premières produites et transformées en France	0		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	9		
19) MATIERES PREMIERES TRANSFORMEES EN FRANCE			
100% des matières premières uniquement transformées en France	4		
75% des matières premières uniquement transformées en France	3		
50% des matières premières uniquement transformées en France	2		
25% des matières premières uniquement transformées en France	1		
0% des matières premières uniquement transformées en France	0		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	4		
20) SOUTIEN DES PRODUCTEURS SITUES DANS LES PAYS EN VOIE DE DEVELOPPEMENT			
Certification MAX HAVELAAR (FAIR TRADE)	5		
Certification RAINSFORREST ALLIANCE	5		
Engagement sans certification (preuve à l'appui)	2		
Autre (à évaluer)	-		
NOMBRE DE POINTS MAXIMUM POSSIBLE	7		