



**MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
ET DE LA SOUVERAINETÉ  
ALIMENTAIRE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# **Comment informer les consommateurs des conditions de rémunération des producteurs agricoles ?**

**Architecture à mettre en place pour accompagner  
l'expérimentation prévue par l'article 10  
de la Loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021  
visant à protéger la rémunération des agriculteurs**

**Rapport n° 22042**

établi par

**Caroline MEDOUS**

Inspectrice générale de santé publique vétérinaire

**François MOREAU**

Ingénieur général des ponts, des eaux et des forêts

**Novembre 2022**

**CGAAER**  
CONSEIL GÉNÉRAL  
DE L'ALIMENTATION  
DE L'AGRICULTURE  
ET DES ESPACES RURAUX



## SOMMAIRE

RESUME.....	5
LISTE DES RECOMMANDATIONS .....	6
1. L'ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE DE L'EXPERIMENTATION.....	7
1.1. L'article 10 de la Loi EGALIM 2 .....	8
1.2. Les dispositions juridiques applicables.....	9
1.3. Des réflexions en cours : vers un affichage social ? .....	10
2. DES INITIATIVES EXISTANTES.....	11
2.1. Le double affichage obligatoire en temps de crise : une expérience ancienne peu concluante.....	11
2.2. Le commerce équitable et la plupart des circuits courts affichent un objectif de rémunération des producteurs .....	12
2.3. Les enseignes de grande distribution communiquent sur cet objectif .....	13
2.4. Des marques spécifiques et des outils informatiques innovants se développent .....	13
2.5. Ce phénomène n'est pas spécifique à la France.....	14
2.6. Analyse et leçons à tirer pour l'expérimentation .....	14
3. FAIRE ADHERER LES CONSOMMATEURS.....	16
3.1. Prendre en compte les attentes et les nouvelles pratiques de consommation .....	16
3.2. Le consommateur a besoin de comprendre les informations pour adhérer à la démarche.....	17
3.3. Proposer des informations visibles et accessibles à tous.....	17
3.4. Un besoin d'information fiable face au foisonnement des messages commerciaux.....	18
3.5. Permettre au consommateur d'exprimer ses choix lors de l'expérimentation.....	18
4. LES ATTENTES ET LES INQUIETUDES DES PROFESSIONNELS.....	19
4.1. Sur la méthode d'évaluation des conditions de rémunération .....	19
4.1.1. Représentativité des critères qui définiront les conditions de rémunération .	19
4.1.2. Besoin de robustesse de la méthode de calcul utilisée .....	21
4.1.3. Une méthode adaptable à la fois aux produits bruts et aux produits transformés ou composés.....	23
4.1.4. Comment l'appliquer aux produits importés ? .....	23
4.2. Sur les modalités d'affichage.....	24
4.2.1. Une inquiétude sur la temporalité de mise à jour de l'affichage au consommateur .....	24

4.2.2. Des contraintes fortes sur le mode d'affichage .....	25
4.3. Sur l'articulation avec d'autres enjeux .....	26
4.3.1. La nécessaire articulation avec les labels officiels de commerce équitable ...	26
4.3.2. L'affichage des conditions de rémunération est-il dissociable des enjeux environnementaux ?.....	26
4.4. Sur la fiabilité des informations affichées .....	27
4.5. Sur les effets pervers à éviter, les opportunités et les leviers.....	28
4.5.1. Eviter les effets d'éviction, les effets d'aubaine ou autre contournement ...	28
4.5.2. Risque d'une pression supplémentaire sur les transformateurs dans les négociations commerciales .....	29
4.5.3. Une opportunité pour faire évoluer les pratiques au sein des filières .....	29
4.5.4. De quels leviers dispose-t-on ?.....	30
4.6. « L'enjeu de l'expérimentation c'est de prouver que c'est possible » .....	30
<b>5. LES ENSEIGNEMENTS DE L'EXPERIMENTATION SUR L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL .....</b>	<b>31</b>
5.1. Organiser une fertilisation croisée, voire une confrontation, entre les points de vue et les différentes approches .....	32
5.2. Créer les conditions d'une prise de recul et d'une analyse rigoureuse des enjeux et des arguments .....	32
5.3. L'expérimentation a un coût.....	33
5.4. Une étape d'un processus de longue haleine.....	33
<b>6. PROPOSITION DE CADRAGE DE L'EXPERIMENTATION .....</b>	<b>34</b>
6.1. Les questions à traiter .....	34
6.2. Périmètre à explorer .....	37
6.3. Gouvernance à mettre en place.....	37
6.4. Travaux à mener.....	39
6.5. Moyens et calendrier .....	40
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>42</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>43</b>
Annexe 1 : Lettre de mission .....	45
Annexe 2 : Eléments pour le décret d'application .....	47
Annexe 3 : Proposition de protocole d'encadrement de l'expérimentation .....	49
Annexe 4 : Ebauche d'appel à initiatives.....	58
Annexe 5 : Liste des personnes rencontrées.....	66
Annexe 6 : Liste des sigles utilisés .....	75
Annexe 7 : Liste des textes de références .....	77
Annexe 8 : Bibliographie .....	78
Annexe 9 : Panorama Internet d'initiatives existantes.....	80

## RESUME

La mission confiée au Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAAER) est d'élaborer le cadrage de l'expérimentation d'un affichage destiné au consommateur sur les conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles, prévue par la Loi du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs.

Dans ce but, les missionnés ont procédé à une analyse de l'environnement réglementaire dans lequel s'inscrit l'expérimentation et de son évolution prévisible, et à l'examen de précédentes expérimentations d'affichage d'informations au consommateur. Ils ont exploré les nombreuses initiatives existantes qui visent à fournir aux consommateurs une information sur la rémunération des producteurs. La mission a cherché à préciser les enjeux de l'expérimentation et du dispositif d'affichage qui pourrait en découler pour les consommateurs et pour les entreprises de la chaîne de valeur alimentaire.

La mission a rencontré des acteurs institutionnels des ministères en charge de l'Agriculture, de l'Ecologie et de l'Economie, de l'Agence de la transition énergétique (ADEME), de FranceAgriMer, le Conseil national de l'alimentation (CNA), les syndicats agricoles, les fédérations des producteurs de bovins viande, de lait, de fruits, de porcs et des agriculteurs bio, des représentants des entreprises de transformation, de la distribution ainsi que des scientifiques de l'Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (INRAE), des spécialistes de la consommation et des associations de consommateurs. Elle a relevé les attentes suscitées par l'expérimentation et constaté les interrogations et inquiétudes de la plupart des acteurs.

Le cadrage présenté dans ce rapport précise les questions auxquelles l'expérimentation devra répondre et propose une gouvernance à même d'apporter des réponses pour éclairer les décideurs sur l'éventuel déploiement de l'affichage des conditions de rémunération des producteurs. Le rapport propose également en annexe des outils pour faciliter la mise en œuvre du dispositif expérimental.

La gouvernance proposée comprend un Conseil scientifique et un Comité des partenaires associant l'ensemble des parties prenantes de manière à faciliter l'objectivation des enjeux et les échanges entre les acteurs concernés.

La mission estime que la complexité du sujet, au vu de l'expérience de l'affichage environnemental, impose de donner à l'expérimentation le temps et les moyens nécessaires pour aboutir à des résultats robustes et généralisables.

**Mots clés : consommateur, revenu agricole, producteur, produit agricole, information du consommateur, expérimentation**

## **LISTE DES RECOMMANDATIONS**

**R1.** L'expérimentation devra prendre en compte l'articulation du dispositif d'affichage avec d'autres dispositifs existants, tels que le commerce équitable. Elle devra contribuer aux réflexions nationales sur un affichage social et européennes sur un cadre d'affichage durable des produits alimentaires.

**R2.** L'expérimentation devrait être largement ouverte aux initiatives existantes ou à venir et être conçue pour permettre une comparaison entre elles. L'ensemble des produits alimentaires et des circuits de commercialisation devrait donc pouvoir y participer.

**R3.** Il convient d'associer les représentants des consommateurs à la gouvernance de l'expérimentation dès son démarrage. Accompagner son lancement d'une importante campagne de communication sera également utile. Il faudra mesurer l'impact des dispositifs expérimentés sur le comportement réel des consommateurs lors de l'achat.

**R4.** L'expérimentation devra permettre d'identifier, pour l'ensemble des filières participantes, les critères composant les conditions de rémunération et les modalités de calcul d'une note agrégée pour les produits simples et complexes. Elle devra déterminer les possibilités d'harmonisation des approches entre grandes familles de produits et en leur sein. Il conviendra de vérifier l'impact des dispositifs sur la rémunération des producteurs agricoles.

**R5.** Créer par une gouvernance adaptée les conditions d'un rapprochement des points de vue des acteurs, indispensable au déploiement d'un dispositif d'affichage : favoriser les échanges et la concertation entre toutes les parties prenantes dans un Comité des partenaires et permettre une prise de recul par l'analyse rigoureuse des enjeux et des arguments au sein d'un Comité scientifique.

**R6.** Donner à l'expérimentation le temps et les moyens nécessaires pour aboutir à des résultats robustes et généralisables.

La Loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs (dite Loi EGALIM 2) prévoit dans son article 10 qu'un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles fait l'objet d'une expérimentation pour une durée maximale de cinq ans.

Cette disposition est issue d'un amendement parlementaire initialement présenté lors de l'examen de la Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi Climat Résilience). L'exposé des motifs et les débats parlementaires décrivent les objectifs qui sous-tendent cette proposition :

- pallier le déficit d'information des consommateurs sur le volet social et la rémunération des producteurs ;
- favoriser une consommation plus vertueuse socialement en particulier chez les plus jeunes ;
- inciter sous la pression du consommateur à faire évoluer les pratiques commerciales des professionnels ;
- assurer aux agriculteurs un revenu qui permette de réaliser les transitions agroécologiques.

Ils font état d'une forte attente des producteurs de viande bovine et mention de démarches existantes dans le secteur du lait.

Pour mettre en œuvre cette disposition, une mission a été confiée au CGAAER afin qu'il propose un cadrage de l'expérimentation, qui permettra d'évaluer différentes méthodologies et modalités d'affichage. Ce cadrage devra inclure :

- une liste de filières et de produits susceptibles de relever de cette expérimentation ;
- des propositions permettant de faire émerger des méthodologies et modalités d'affichage différents (via des appels à manifestation d'intérêt par exemple) ;
- des éléments de cadrage réglementaire, de gouvernance et d'évaluation des expérimentations sélectionnées.

Les missionnés ont veillé à ne pas sortir de la mission qui leur était confiée, et notamment à ne pas anticiper les leçons qui pourraient être tirées de l'expérimentation.

## 1. L'ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE DE L'EXPERIMENTATION

L'expérimentation doit respecter la règlementation européenne en matière d'information du consommateur<sup>1</sup>, et s'articuler avec les textes applicables au commerce équitable. De plus, des réflexions en cours aux niveaux européen et national pourront utilement alimenter l'expérimentation et être nourries par elle.

---

<sup>1</sup> Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, dit règlement INCO

## **1.1. L'article 10 de la Loi EGALIM 2**

Plusieurs dispositions de cet article méritent discussion.

*« Un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles fait l'objet d'une expérimentation (...). Il fait notamment ressortir (...) l'impact en terme de rémunération des producteurs des prix auxquels sont achetés leurs produits ».*

L'information envisagée ne se limite pas au prix d'achat des produits agricoles aux producteurs même s'il constitue un élément important de leurs conditions de rémunération. Différentes méthodologies de description et d'évaluation de ces conditions de rémunération sont envisageables et, dans les faits, sont utilisées (cf. chapitre 2). L'affichage vise uniquement la rémunération des producteurs et ne porte pas sur la formation des prix et la répartition des marges au sein de la chaîne de valeur.

*« Les expérimentations visent à évaluer différentes méthodologies et modalités d'affichage. »* Le texte utilise « expérimentation », et aussi « méthodologie », à la fois au singulier et au pluriel, ce qui peut soulever des problèmes d'interprétation. La mission propose de clarifier ces termes en considérant que l'article 10 organise une « expérimentation », qui s'appuiera sur l'évaluation de différentes « initiatives », et des méthodologies et modalités d'affichage qu'elles mettent en œuvre.

*« Cette méthodologie prend en compte l'impact négatif sur la rémunération des agriculteurs français d'un approvisionnement en matière première agricole importée. »*

Un critère majeur d'évaluation de cette prise en compte sera sa conformité aux réglementations européennes (principe de libre circulation des marchandises) et aux engagements internationaux (notamment les règles de l'Organisation Mondiale du Commerce).

L'expérimentation « porte sur la filière viande bovine et les produits laitiers, sur certaines productions agricoles issues de l'agriculture biologique ainsi que sur certaines autres productions agricoles, définies par décret. »

Le socle minimum (viande bovine et produits laitiers) ne se limite pas à des produits simples, au sens où ils seraient issus d'un seul achat de matières premières agricoles : tant la viande hachée que les produits laitiers transformés sont généralement issus de plusieurs lots de matière première. La Loi ne précise pas de date de commencement ni de fin de l'expérimentation, d'une durée de cinq ans maximum, et le décret prévu est indispensable pour commencer l'expérimentation, ce qui écarte la lecture qui ferait commencer l'expérimentation à la publication de la Loi. Il conviendra donc que le décret précise ces dates.

*« Durant la phase d'expérimentation, les personnes publiques ou privées qui souhaitent mettre en place un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération (...) doivent mentionner le caractère expérimental de l'affichage à proximité immédiate de celui-ci. »*

L'article 39 du règlement européen du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (règlement INCO) prévoit l'obligation pour les Etats membres de notifier tout projet de mise en place d'un affichage obligatoire à la

Commission et aux Etats membres. La mise en œuvre peut intervenir trois mois après la notification, à condition que la Commission n'ait pas émis d'avis négatif.

De nombreuses initiatives privées existent d'ores et déjà (cf. chapitre 2). Parmi elles, les labels de commerce équitable sont reconnus par la Loi depuis 2005 et peuvent difficilement être considérés comme ayant un caractère expérimental (cf. paragraphe 1.2). Si l'obligation de mentionner le caractère expérimental s'appliquait à ces initiatives, leurs porteurs seraient susceptibles d'exercer des recours en raison par exemple des coûts de modification du packaging. La mission estime que le retard qu'engendrerait cette notification pour le lancement de l'expérimentation crée des inconvénients supérieurs aux avantages qui résulteraient de l'obligation d'affichage.

A contrario, un affichage montrant la participation à une expérimentation contrôlée par les pouvoirs publics pourrait être vu par les consommateurs comme un gage de sérieux. Ouvrir, par le décret d'application, cette possibilité aux seuls porteurs d'initiatives pourrait être un élément d'attractivité de l'expérimentation.

Les missionnés estiment donc que le décret d'application de l'article 10 de la Loi ne peut pas se limiter à la seule définition des productions objet de l'expérimentation. Des éléments pour la rédaction du décret d'application sont proposés en annexe 2.

## **1.2. Les dispositions juridiques applicables**

Des réglementations existantes contraignent la mise en œuvre de l'expérimentation et, probablement, le dispositif qui pourrait en découler.

Le règlement INCO encadre les modalités d'information du consommateur de produits alimentaires. Son chapitre VI (articles 38 à 45) définit les limites dans lesquelles les Etats membres peuvent « *adopter des dispositions nationales concernant des questions qui ne sont pas expressément harmonisées* » par le règlement. L'article 38 précise que ces dispositions nationales ne peuvent pas avoir pour effet « *d'interdire, d'entraver ou de restreindre la libre circulation des marchandises qui sont conformes au (...) règlement* ». L'article 39 liste de manière exhaustive les motifs qui permettent à un Etat membre de mettre en place des mentions obligatoires complémentaires, à savoir protection de la santé publique, protection des consommateurs, répression des tromperies, protection de la propriété industrielle et commerciale, des indications de provenance ou des appellations d'origine enregistrées, et répression de la concurrence déloyale. L'article 45 définit la procédure de notification préalable à la mise en place de mesures nationales.

En l'absence de modification de la réglementation européenne, le dispositif d'affichage des conditions de rémunération issu de l'expérimentation sera facultatif. Ce point rend encore plus important la recherche d'une articulation avec les travaux européens (cf. paragraphe 1.3).

Le commerce équitable est défini depuis 2005 par l'article 60 de la Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises. La définition a été modifiée et approfondie à de nombreuses reprises, la dernière fois par l'article 275 de la Loi climat résilience. Les conditions pour avoir le droit d'utiliser le terme « équitable » dans les dénominations de vente ou pour apposer un label de commerce équitable, incluent « *Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au*

contrat ». De ce fait, ces labels ou dénominations sont des moyens d'apporter au consommateur une information sur la rémunération des producteurs. L'articulation entre le dispositif réglementé du commerce équitable et celui prévu par l'article 10 de la Loi EGALIM 2 devra donc être analysée, d'autant plus que ces labels, historiquement tournés vers les produits agricoles tropicaux, se développent vers les produits issus de l'agriculture française.

### **1.3. Des réflexions en cours : vers un affichage social ?**

L'article 15 de la Loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (Loi AGEC) disposait qu'un « dispositif d'affichage environnemental ou environnemental et social volontaire est institué. Il est destiné à apporter au consommateur une information relative (...) au respect de critères sociaux d'un bien, d'un service ou d'une catégorie de biens et de services (...) Les personnes privées ou publiques qui souhaitent mettre en place cet affichage (...) se conforment à des dispositifs définis par décret, qui précisent les catégories de biens et services concernées, la méthodologie à utiliser ainsi que les modalités d'affichage ». La Loi climat résilience a ensuite permis de rendre obligatoire par décret cet affichage.

Ces dispositions supposent un travail sur le volet social, qui a été confié à la plateforme RSE (responsabilité sociale des entreprises) de France Stratégie et a fait l'objet d'un rapport publié en février 2022.

La rémunération des producteurs de produits agricoles fait partie des sujets que l'affichage social devra traiter. L'expérimentation objet du présent rapport est d'ailleurs citée parmi les travaux dont les enseignements devraient nourrir la réflexion sur l'affichage social. Mais l'affichage social couvre un champ beaucoup plus vaste qui ne se limite ni aux produits alimentaires, ni aux maillons amont de la chaîne de valeur, ni aux critères en lien avec la rémunération.

Il ressort de la lecture du rapport de la plateforme RSE et des échanges avec son secrétaire permanent que l'importance du sujet de la rémunération des producteurs agricoles est reconnue. Mais il est beaucoup plus difficile à appréhender que, par exemple, les conditions de travail des salariés, qui disposent à la fois de référentiels établis à travers les conventions internationales (textes de l'Organisation internationale du travail) et d'un historique de réflexion ancien.

La stratégie européenne « De la ferme à la table » (Farm to fork) mentionne l'ambition d'établir un « cadre d'étiquetage durable couvrant (...) les aspects nutritionnels, climatiques, environnementaux et sociaux des produits alimentaires ». Contactés par la mission, les services de la Commission européenne ont confirmé que les conditions de rémunération des producteurs agricoles entraient bien dans le champ de cet étiquetage, mais qu'à ce stade, ils n'avaient aucune méthodologie disponible. De ce fait, ils portent un grand intérêt à la démarche française, et souhaitent être informés de ses avancées. La Commission envisage de proposer à l'automne 2023 un règlement cadre sur les systèmes alimentaires durables, qui fournirait la base juridique du cadre d'étiquetage dont l'essentiel des modalités concrètes seraient renvoyés à des actes d'application. Plusieurs scénarios, sont étudiés, dont celui de rendre cet étiquetage obligatoire. Compte tenu des délais habituels

pour l'adoption de ce type de réglementation, le calendrier de l'expérimentation lui permettra de nourrir la réflexion européenne.

L'expérimentation peut donc contribuer à des réflexions plus larges lancées sur l'affichage social ou durable, qui pourraient déboucher à terme sur des obligations légales. C'est souhaitable parce que le sujet de la rémunération des producteurs agricoles est difficile et pourrait de ce fait être un angle mort des réflexions, alors qu'il est au cœur des préoccupations françaises.

- R1. L'expérimentation devra prendre en compte l'articulation du dispositif d'affichage avec d'autres dispositifs existants, tels que le commerce équitable. Elle devra contribuer aux réflexions nationales sur un affichage social et européennes sur un cadre d'affichage durable des produits alimentaires.

## 2. DES INITIATIVES EXISTANTES

Permettre aux consommateurs de connaître la rémunération du producteur et d'en faire un critère de ses choix d'achat n'est pas une idée nouvelle. L'expérimentation s'inscrit dans un paysage marqué par de nombreuses initiatives, dont les promoteurs, les fondements méthodologiques et les objectifs sont très variés<sup>2</sup>.

### 2.1. Le double affichage obligatoire en temps de crise : une expérience ancienne peu concluante

L'article 71 de la Loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999 prévoit que « *en prévision de ces crises conjoncturelles, le ministère de l'agriculture et de la pêche, sur proposition des organisations syndicales ou de consommateurs et en concertation avec l'Observatoire des prix, peut rendre obligatoire l'affichage du prix d'achat au producteur et du prix de vente au consommateur sur les lieux de vente* ». Cette disposition a été mise en œuvre pour les fruits et légumes à l'été 1999. Elle s'est révélé d'application délicate. D'une part, les petits commerces n'avaient pas connaissance du prix payé au producteur agricole des produits qu'il vendaient. D'autre part, ces prix, très fluctuants, nécessitaient une mise à jour quotidienne des affichages. Enfin, certaines grandes surfaces ont rendu cette information inefficace en la noyant dans un affichage réunissant « le prix d'achat au producteur, le coût de conditionnement, le coût de transport, les frais de personnel, le coût de stockage, celui des pertes, de la TVA, le prix avec le transport, avec le conditionnement, et, finalement, le prix de vente » ou en positionnant les panneaux en hauteur pour que les consommateurs ne les regardent pas naturellement.

Codifiée à l'article L 611-4 du Code rural et de la pêche maritime, cette disposition a été abrogée par la Loi du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux.

---

<sup>2</sup> L'annexe 9 regroupe des liens internet vers les initiatives décrites dans cette partie.

## **2.2. Le commerce équitable et la plupart des circuits courts affichent un objectif de rémunération des producteurs**

Comme il a été indiqué plus haut, les labels de commerce équitable garantissent le respect de sept engagements dont trois peuvent relever des conditions de rémunérations :

- des prix rémunérateurs pour les producteurs, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée ;
- un partenariat commercial pluriannuel entre les producteurs et les acheteurs ;
- le versement d'un montant supplémentaire pour financer des projets et dynamiques collectives.

Huit labels de commerce équitable sont présents en France, dont six concernent la commercialisation de produits alimentaires d'origine française, et deux exclusivement de tels produits. Les référentiels des différents labels sont publics<sup>3</sup>, ils apprécient de manière variable le respect des engagements cités plus haut.

Depuis sa création en France, le commerce équitable ne cesse de progresser sur le volet international et français. Les ventes des filières françaises labellisées ont été multipliées par quatre en sept ans depuis leur création légale en 2014. Elles représentent actuellement 35% des ventes totales de produits de commerce équitable soit 707 M€ en 2021<sup>4</sup>. Elles concernent toutes les familles de produits : boulangerie viennoiseries pour près de la moitié des ventes (en valeur en 2021), fruits et légumes frais (près de 18%), produits laitiers (près de 15%, très forte progression depuis 3 ans), viandes et œufs (environ 7%) et épicerie salée (6%) ou sucrée (4%). Ces chiffres témoignent d'un intérêt du consommateur pour les conditions économiques, sociales et environnementales de la production alimentaire en France et d'une confiance croissante dans ces filières du commerce équitable.

Même si l'identité des circuits courts n'est pas directement définie par des critères de rémunération des producteurs, de nombreux opérateurs ont aussi des engagements ou allégations relatifs à la rémunération des producteurs. « La ruche qui dit oui » indique que « le Producteur fixe librement son prix. Sur 100€, 80€ lui reviennent ». Direct Market a mis en place une étiquette qui précise le partage de la valeur (part du prix de vente pour le producteur, le magasin, ...).

Dans le cas de la vente directe, le producteur est en relation avec le consommateur ; l'information sur la rémunération versée est immédiate et des informations complémentaires peuvent être fournies lors de l'acte d'achat. Les cahiers des charges des magasins de producteurs et drive fermiers de « Bienvenue à la ferme » précisent que « la politique tarifaire s'inscrit dans une logique de juste rémunération pour le producteur et d'équité pour le consommateur. »

---

<sup>3</sup> [https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/le-commerce-equitable/orientation\\_reglementation\\_labelsvf.pdf](https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/le-commerce-equitable/orientation_reglementation_labelsvf.pdf)

<sup>4</sup> Observatoire du commerce équitable 2021, Commerce Équitable France, mai 2022

## **2.3. Les enseignes de grande distribution communiquent sur cet objectif**

La plupart des enseignes ont développé des marques ou labels associés à des allégations relatives à la rémunération des producteurs. On trouve par exemple :

- ALDI : ALDI s'engage pour les producteurs français
- Auchan : Solidaires pour soutenir nos producteurs
- Intermarché : Les éleveurs vous disent MERCI
- Leclerc : Soutenons nos agriculteurs
- LIDL : Rémunéráscore, en partenariat avec la Fédération nationale bovine (FNB)
- Picard : en partenariat avec la fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB), produits de marque Picard sous label « bio français équitable, agréé FNAB »

Les engagements relatifs à la rémunération ne sont cependant pas toujours précis (par exemple « une rémunération plus juste des producteurs »).

Le Rémunéráscore n'est pas un engagement mais un score qui reflète la différence entre coût de production évalué par l'indicateur interprofessionnel et prix d'achat aux producteurs.

Le label « bio français équitable, agréé FNAB » se base lui sur un calcul individuel de prix de revient effectué par chaque producteur sur la base d'une méthodologie élaborée par la Fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB).

## **2.4. Des marques spécifiques et des outils informatiques innovants se développent**

La marque « C'est qui le patron » a pour slogan « Les consommateurs créent leurs propres produits en soutien aux producteurs » et affirme viser la rémunération des producteurs au « juste prix ». Cela se traduit par un affichage sur l'emballage des produits du montant versé au producteur. Au-delà du prix, la marque garantit des contrats de trois ans donnant une visibilité au producteur. La marque commercialise une vingtaine de produits depuis le lait jusqu'à la pizza surgelée. Des marques de distributeurs (par exemple Monoprix) ont adopté le même cahier des charges ou s'en sont inspirées.

« Faire France » est spécialisée dans les produits laitiers et a pour objectif de garantir un prix minimum d'achat du litre de lait aux producteurs.

« En direct des éleveurs » garantit pour sa part une rémunération des éleveurs supérieure à 1700 € par mois, ainsi que des critères de qualité tels que définis dans le label bleu blanc cœur.

Le site de vente en ligne « Omie et cie » précise la décomposition de ses prix de vente et notamment le montant versé au producteur.

Enfin, l'application myLabel propose d'évaluer des produits, scannés lors de l'achat, selon 21 critères dont celui de la « juste rémunération des agriculteurs ».

## **2.5. Ce phénomène n'est pas spécifique à la France**

Une recherche sur Internet permet de constater que les initiatives pour informer le consommateur sur la rémunération du producteur ne sont pas limitées à la France, même si cette thématique y semble particulièrement prégnante.

Des actions d'enseignes de grande distribution sont présentes en Espagne (Lidl, Carrefour), en Grande Bretagne (Tesco, Sainsburys), en Irlande (Tesco). En Allemagne, la marque Alnatura a lancé l'initiative « des prix justes pour plus de bien-être animal »<sup>5</sup>. Aux USA, la réflexion porte sur des labels privés de type commerce équitable.

En Belgique (Wallonie), un label volontaire « Prix juste producteur » a été développé par le « collège des producteurs », organisme de représentation des producteurs agricoles créé par la Code wallon de l'agriculture. Il se base sur un cahier des charges reposant sur 15 critères, dont :

- une politique tarifaire concertée au sein du groupe de producteurs
- un prix défini au travers des coûts de production
- un prix défini au travers de la qualité
- des délais de paiement court
- un contrat formalisant les accords entre le producteur et son premier acheteur
- une durée d'engagement.

La Commission européenne n'a pas connaissance d'initiative publique d'autres Etats membres au sein de l'Union européenne (UE) visant à encadrer l'affichage d'informations sur la rémunération des producteurs. Un projet de Loi de l'Etat du Queensland (Australie) sur un système d'étiquetage volontaire relatif au prix équitable du lait n'a pas été adopté mais a évolué vers le label « Fair Go Dairy » porté par l'association des éleveurs laitiers du Queensland.

## **2.6. Analyse et leçons à tirer pour l'expérimentation**

De ce paysage d'initiatives existantes, on peut tirer plusieurs idées importantes pour l'organisation de l'expérimentation :

Il existe une quantité importante et croissante d'initiatives, dont les porteurs sont très divers. Elles ne sont pas basées sur le fondement juridique de l'article 10 de la Loi EGALIM 2.

La rémunération des producteurs peut parfois être le sujet unique de l'information, mais elle est souvent couplée avec d'autres thématiques.

Les produits concernés sont pour la plupart des produits simples (viande, lait, fruits, ...) mais il existe des exemples qui concernent des produits transformés et composés (exemple de la pizza surgelée de « C'est qui le patron ? »).

Cette foison d'affichages et d'informations diverses crée un paysage incompréhensible pour le consommateur.

---

<sup>5</sup> Cette initiative lie explicitement la « bonne » rémunération des agriculteurs et leur engagement sur des pratiques de bien-être animal

La notion de rémunération des producteurs ne se limite pas toujours au prix, la contractualisation pluriannuelle apportant de la visibilité au producteur est ainsi souvent présente.

Le prix payé au producteur est évalué selon au moins quatre méthodes très différentes, soit par une décomposition du prix de vente au consommateur identifiant ce qui revient au producteur (comme « C'est qui le patron ? »), soit par une comparaison du prix d'achat au producteur à des indicateurs interprofessionnels de coût de production (comme le « Rémunéráscore » Lidl), soit par une comparaison avec le coût de production individuel harmonisé au sein du collectif d'agriculteur (comme le label promu par la FNAB) ou encore le revenu réel des producteurs (comme « en direct des éleveurs »).

Les quatre méthodologies d'évaluation du prix présentent des forces et des faiblesses résumées dans le tableau suivant :

	Forces	Faiblesses
Décomposition du prix	Grande lisibilité pour le consommateur	Aucun lien avec le coût de production
Indicateurs interprofessionnels	Information basée sur des données « objectives » validées par les interprofessions	Les indicateurs n'existent que pour certaines filières et la plupart du temps pour des produits « standards » uniquement : difficulté de prendre en compte des coûts de cahiers des charges spécifiques, notamment en agriculture biologique Ne tient pas compte des situations particulières (zones géographiques, races élevées, ...) Information complexe pour le consommateur
Coût de production individuel	Information basée sur la réalité des coûts de production des producteurs concernés	Difficulté de valider les informations sur la situation des producteurs concernés (qui pourraient être construites pour obtenir un affichage favorable) Information très complexe pour le consommateur
Revenu réel des producteurs	Information basée sur la réalité des situations des producteurs concernés Transparence, pour les consommateurs et les producteurs	Information coûteuse à connaître et demandant un accès à la comptabilité de chaque exploitation Difficulté de répartir le revenu entre différents ateliers pour les exploitations en ayant plusieurs, question de la prise en compte des coproduits dans la

		rémunération (exemple de la viande en élevage de bovins laitiers) Information très complexe pour le consommateur
--	--	---

**R2.** L'expérimentation devrait être largement ouverte aux initiatives existantes ou à venir et être conçue pour permettre une comparaison entre elles. L'ensemble des produits alimentaires et des circuits de commercialisation devrait donc pouvoir y participer.

### 3. FAIRE ADHERER LES CONSOMMATEURS

Le consommateur doit être au centre de l'expérimentation sur l'affichage des conditions de rémunération des producteurs agricoles, car ce dispositif lui est destiné. L'Institut National de la Consommation (INC) et les associations de consommateurs, rencontrés par la mission sont unanimes sur ce point.

#### 3.1. Prendre en compte les attentes et les nouvelles pratiques de consommation

Selon un avis récent du CNA de juillet 2022<sup>6</sup>, les comportements alimentaires changent significativement depuis une dizaine d'années, du fait notamment d'attentes accrues vis à vis de l'alimentation en matière de santé, d'impact environnemental, de bien-être animal, d'origine, et de pratiques sociales. 70% des français se disent prêts à payer plus cher pour garantir une juste rémunération des producteurs<sup>7</sup>. Toutefois, il existe des écarts parfois importants entre les comportements déclarés et réels des consommateurs. Les critères de choix lors d'un achat alimentaire sont tout d'abord le prix, puis les habitudes, le goût et l'origine du produit<sup>8</sup>. Le CNA note également que les pratiques alimentaires diffèrent en fonction des déterminants sociodémographiques (âge, lieu de vie...), économiques, culturels et de niveau d'éducation. Les repères nutritionnels officiels ne sont pas toujours accessibles selon la maîtrise de la langue et des connaissances des concepts liés à l'alimentation et la nutrition. Le CNA souligne l'accentuation de la fracture alimentaire avec la crise de COVID19<sup>9</sup>. Selon une étude KANTAR de décembre 2021, 32% des foyers, les plus modestes, envisageaient de réduire leur poste de dépense alimentaire face au contexte à venir et de limiter l'achat aux produits les moins chers (« downtrading »), premiers prix, promos, marques de distributeurs... Les messages sanitaires, nutritionnels, environnementaux, économiques peuvent être perçus comme des injonctions et des contraintes. Par ailleurs, le CNA indique un usage accru d'outils digitaux dans l'achat des produits, l'aide à la décision

<sup>6</sup> Avis du CNA n°90, Nouveaux comportements alimentaires, propositions d'actions pour une alimentation compatible avec des systèmes alimentaires durables.

<sup>7</sup> Selon Pascale HEBEL, présidente du groupe de concertation du CNA sur les nouveaux comportements alimentaires, l'intérêt des français sur la rémunération des producteurs agricoles progresse depuis la crise du lait en 2017.

<sup>8</sup> ANSES, étude INCA3

<sup>9</sup> Avis du CNA n°89, Retour d'expérience de la crise COVID-19, période du premier confinement national

et la mise à disposition d'informations sur les denrées (composition, modes de production, impacts).

### **3.2. Le consommateur a besoin de comprendre les informations pour adhérer à la démarche**

La mission a rencontré des spécialistes et acteurs de la consommation, INC, associations de consommateurs, le CNA (dont Mme HEBEL, présidente du groupe de concertation sur les nouveaux comportements alimentaires) ainsi que la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Pour ces interlocuteurs, les informations doivent être compréhensibles par l'ensemble des consommateurs, afin de leur apporter un réel éclairage dans le choix de leur alimentation. Cette condition est jugée indispensable à l'adhésion des consommateurs. Elle pourrait cependant être difficile à concilier avec la complexité du sujet de la rémunération des agriculteurs. La méconnaissance de l'étiquetage de la traçabilité et des modes de production des œufs, en vigueur depuis une vingtaine d'années, illustre cette difficulté. Pour Familles rurales, la compréhension serait facilitée si les informations affichées et les méthodologies étaient harmonisées entre les différentes filières. Cette association préconise le recours à des termes connus du grand public pour évoquer le revenu des agriculteurs (Salaire minimum de croissance (Smic), revenu de solidarité active (RSA), seuil de pauvreté). L'Union fédérale des consommateurs – que choisir (UFC Que Choisir) estime que le consentement à payer, dans cette période de forte inflation, est lié à la formation des prix de vente des denrées alimentaires et aux marges de la grande distribution, variables selon les types de produits et particulièrement élevées pour les produits bio. Selon ce mouvement consumériste, cette information devrait être rendue disponible dans le cadre de l'expérimentation. UFC Que Choisir propose également d'indiquer sur l'emballage la période de recueil des données qui ont permis le calcul de la note pour le produit en vente, par souci de clarté pour le consommateur face à l'évolution rapide des prix d'achat des matières premières aux producteurs.

### **3.3. Proposer des informations visibles et accessibles à tous**

Les informations simples et lisibles devraient figurer sur l'emballage des denrées, afin de cibler l'ensemble des consommateurs, quel que soit leur âge ou niveau d'éducation. L'affichage pourrait être disposé à proximité des produits s'ils sont vendus en vrac. Les avis diffèrent sur l'usage d'outils numériques comme support de l'information. UFC Que Choisir et l'association Consommation, logement, cadre de vie (CLCV) n'y sont pas favorables car les applications ou sites internet ne sont pas accessibles à bon nombre de consommateurs, y compris parmi les plus jeunes, et parce que leur utilisation n'est pas compatible avec le temps très court (2 à 3 secondes) consacré au choix d'un article en rayon. Familles Rurales et l'INC envisagent le numérique comme un complément à l'affichage sur l'emballage pour les personnes qui veulent en savoir plus, en particulier sur les critères et modalités de calculs des conditions de rémunération. Ces acteurs sont partagés sur le type de logo le plus efficace, label ou score. Pour plus de lisibilité, un nouveau score devrait pouvoir se distinguer facilement du Nutri-Score, grâce à un jeu de couleurs différentes par exemple. La question du cumul des affichages officiels est posée : quelles sont les solutions techniques pour que cela reste visible sur l'emballage des produits ? Faut-il réunir

l'ensemble des logos officiels en un seul ? Le comportement des consommateurs face à des logos multiples ou unifiés pourrait faire l'objet d'une étude.

Ce nouvel affichage pourrait paraître comme une injonction à mieux rémunérer les producteurs. Pour les foyers les plus modestes, cela pourrait renforcer le conflit entre les aspirations qu'ils partagent avec le reste de la population et leur pouvoir d'achat. Il conviendrait, selon le CNA et l'INC, de s'interroger sur l'acceptabilité sociale d'une cible de revenus des producteurs pour la partie de la population qui dispose de moins. Il est suggéré d'analyser lors de l'expérimentation les effets de divers revenus-cibles des producteurs agricoles sur une grande variété de consommateurs.

### **3.4. Un besoin d'information fiable face au foisonnement des messages commerciaux**

Les porteurs de marque multiplient les initiatives sur la « juste rémunération des producteurs » (cf chapitre 2) pour valoriser leurs produits auprès des consommateurs, sans leur donner beaucoup d'éléments pour comprendre l'impact réel de ces démarches sur les revenus des agriculteurs. Les français ne savent donc pas quel crédit accorder à ces nombreuses allégations. En revanche, selon les acteurs de la consommation, ils accordent leur confiance aux informations officielles et aux labels validés par les pouvoirs publics (label rouge, agriculture biologique, Nutri-Score). L'expérimentation prévue par la Loi devrait ainsi bénéficier d'un a priori positif du public. La confiance sera déterminante pour la réussite du dispositif expérimental, ce qui suppose de réfléchir du point de vue du consommateur à la transparence des informations et aux contrôles pour en garantir la fiabilité.

CLCV imagine un seul logo porté par l'Etat, basé sur un cahier des charges transparent et accessible, qui remplacerait les divers affichages des marques et s'articulerait avec le commerce équitable. Familles Rurales propose plusieurs niveaux d'accès aux données : une information globale sur l'emballage ; des compléments consultables par internet ; enfin, des données sur les critères, les calculs et les références, les contrôles par tiers indépendant, la répartition du coût du logo, mises à disposition des services de contrôles, des producteurs et des mouvements consuméristes, en toute transparence. Selon l'INC, les sanctions prévues par les cahiers des charges en cas de non-conformité montrent aux consommateurs le niveau d'engagement des opérateurs dans le dispositif.

### **3.5. Permettre au consommateur d'exprimer ses choix lors de l'expérimentation**

Les filières bovins viande et produits laitiers, visées par l'article 10 de la Loi, paraissent convenir à l'ensemble des intervenants. Il serait utile, selon eux, d'étendre l'expérimentation aux fruits et légumes, en vrac ou emballés. En effet, le consommateur pourrait faire plus facilement le lien entre ces produits et le producteur. Ces trois catégories de denrées leur apparaissent simples, basiques et peu transformées et elles contribuent à une alimentation saine et équilibrée. Il est suggéré de réaliser l'expérimentation sur l'ensemble des produits de ces filières, pour mesurer l'efficacité des affichages testés. L'INC propose de tester les seuls produits conventionnels, dans un premier temps, pour isoler l'effet rémunération du producteur des autres déterminants de l'achat, comme les signes

officiels de la qualité, le local par exemple. Pour ne pas biaiser les observations, le dispositif devrait être déployé prioritairement dans la grande distribution car le nombre de références exposées permet au consommateur d'exercer pleinement ses choix. UFC Que Choisir et CLCV demandent que le bio soit également associé à l'expérimentation, en raison de l'évolution particulière des prix et des marges ainsi que de la consommation pour cette filière.

Le comportement du consommateur sera déterminant pour la réussite de l'expérimentation. Il faut l'associer à la construction d'un affichage sur les conditions de rémunération des producteurs agricoles. Cela ressort nettement des entretiens de la mission.

Les spécialistes du CNA et de l'INC suggèrent également de mener des études quantitatives et qualitatives pour éclairer les parties prenantes sur les attentes, la compréhension, la perception de consommateurs les plus variés, tout au long de l'expérimentation.

**R3.** Il convient d'associer les représentants des consommateurs à la gouvernance de l'expérimentation dès son démarrage. Accompagner son lancement d'une importante campagne de communication sera également utile. Il faudra mesurer l'impact des dispositifs expérimentés sur le comportement réel des consommateurs lors de l'achat.

## 4. LES ATTENTES ET LES INQUIETUDES DES PROFESSIONNELS

La mission a rencontré des représentants des producteurs de plusieurs filières<sup>10</sup>, bovine et lait visées par la loi, mais également porcine, fruits, pommes de terre, bio, ainsi que des transformateurs et des distributeurs. L'ensemble des interlocuteurs partagent la préoccupation sur l'avenir de l'agriculture française et soulignent l'importance de bien rémunérer les producteurs. Ils ont presque tous montré un intérêt pour cette expérimentation, tout en exprimant des attentes et des inquiétudes, énumérées ci-dessous.

### 4.1. Sur la méthode d'évaluation des conditions de rémunération

#### 4.1.1. Représentativité des critères qui définiront les conditions de rémunération

Les acteurs interrogés divergent sur les critères pertinents qui composent les conditions de rémunération. Pour la majorité des acteurs, le contrat paraît une base indispensable car il garantit une certaine transparence des données. Certaines clauses du contrat, comme l'exonération de pénalités en cas d'alea climatique font partie des conditions de rémunération, selon certains. Toutefois, les contrats sont rares dans certaines filières, qui ont obtenu une dérogation à la contractualisation pluriannuelle obligatoire en raison de leurs modalités de vente sur un marché très volatile, comme les pommes de terre fraîches, les fruits frais et les céréales. De l'avis de l'ensemble des interlocuteurs, le prix d'achat des produits agricoles n'est qu'un élément de la réflexion, qui ne saurait suffire. Ce prix est

<sup>10</sup> Dans le contexte tendu d'influenza aviaire, la mission n'a pas pu échanger avec les filières volailles, caractérisées par un fort niveau d'intégration des maillons amont par quelques grands groupes coopératifs et non-coopératifs.

d'ailleurs largement soumis à la saisonnalité de la production, comme c'est le cas pour le lait et les fruits et légumes, ce qui peut nuire à la compréhension du consommateur. Les volumes engagés sont largement cités comme essentiels pour la rémunération des producteurs. Ils doivent être suffisants pour éviter l'usage par les porteurs de marques de l'affichage pour une nouvelle segmentation (cf. paragraphe 4.5).

Avec l'inflation et la très forte hausse du prix des intrants, le coût de production est en constante et rapide évolution depuis début 2022. Ainsi, pour l'ensemble des interlocuteurs de la mission, l'actualisation des coûts de revient fait partie intégrante des critères de rémunération des producteurs. Les modalités d'actualisation, fréquence de mise à jour et indicateurs mobilisés (indices des prix d'achat des moyens de production agricole, dits IPAMPA, ou autres), devront être examinées lors de l'expérimentation.

La valorisation des coproduits constitue une part parfois conséquente de la rémunération des agriculteurs, par exemple la viande pour la production laitière, qu'il ne faut pas occulter. La définition de la rémunération du producteur constitue une difficulté supplémentaire pour les coopératives agricoles, inhérente à leur statut. Elle se compose du prix d'acompte payé à l'associé coopérateur lors de la livraison de sa matière première agricole, de compléments de prix versés à la vente de la production (fixés par le conseil d'administration), et de ristournes éventuelles connues en fin d'année et dont le montant est décidé par l'assemblée générale. Une rémunération du capital social et le cas échéant des dividendes de filiales peuvent compléter la rémunération des apports. La rémunération définitive est connue lors de l'assemblée générale de la coopérative jusqu'à 6 mois après clôture de l'exercice. Ainsi, pour un produit vendu en janvier 2022, la rémunération réelle du producteur sera connue au plus tard en juin 2023. De plus, le principe coopératif d'équité et de non-discrimination entre associés-coopérateurs impose une distribution équitable des produits de vente en fonction du travail fourni par chacun d'entre eux indépendamment des contrats conclus avec l'aval, sauf mode de production spécifique (label, agriculture biologique, haute valeur environnementale dite HVE). Dans ces conditions, comment prendre en compte les diverses segmentations (pâturage, sans organisme génétiquement modifié - OGM, agriculture biologique) qui impliquent des coûts supplémentaires ? De plus, la loi de 1947 sur les statuts coopératifs prévoit que « les excédents réalisés sont prioritairement mis en réserve afin d'assurer son développement et celui de ses membres ». Ainsi, de nombreuses coopératives disposent de caisses de péréquation et de provisions pour aléas agricoles, mécanismes de solidarité et de mutualisation propres à ces entreprises, ce qui distend encore le lien entre prix d'achat des matières premières et rémunération des associés-coopérateurs. Cette approche par le prix est complétée par des services rendus par les coopératives aux producteurs. Ces interlocuteurs citent la stabilité de la rémunération des apports, la sécurisation des débouchés, la solidité des coopératives en cas de crise, l'aide à l'installation des jeunes par des formations gratuites, des avances, le maintien de services coûteux (collecte de lait par exemple) dans des zones isolées et donc la participation à l'ancrage territorial des filières.

L'importance<sup>11</sup> de ces coopératives dans la production invite à ne pas négliger ces contraintes particulières.

La contribution des services annexes, qui dépasse le cadre des coopératives, s'avère controversée. Ces services peuvent viser l'amélioration des techniques de production : charte de bonnes pratiques en élevage, diagnostic carbone et aide à la réduction de l'empreinte carbone, accompagnement, y compris financier vers l'autonomie protéique, vers la qualité...

#### **4.1.2. Besoin de robustesse de la méthode de calcul utilisée**

Les représentants des producteurs de lait et de viande bovine ainsi que la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA) et la Coordination rurale estiment que les indicateurs interprofessionnels de coût de production, quand ils existent, doivent constituer le socle de la rémunération des agriculteurs. Ils contribuent, de par la loi EGALIM, au calcul des prix d'achat des matières premières agricoles, en association avec d'autres indicateurs tels que les prix constatés sur les marchés ou des critères de qualité. Ils ont été validés par les interprofessions, ils sont publics et sont disponibles pour l'expérimentation. Selon ces interlocuteurs, ces indicateurs de coût de production et/ou prix de revient élaborés par les instituts techniques et validés par les interprofessions sont indispensables à la construction de l'affichage des conditions de rémunération des producteurs de la matière première agricole, tout comme la contractualisation. Leur usage serait même vertueux. Il valoriserait les pratiques exemplaires de gestion des exploitations et inciterait les moins performants à progresser.

Certains acteurs ont élaboré des indicateurs qui leur sont propres et dont le mode de construction, variable, diffère quand il est connu de celui des indicateurs interprofessionnels (Intermarché, commerce équitable). La FNSEA estime que les indicateurs privés, quand elle peut les évaluer, conduisent à une sous-estimation des coûts de production de la matière première agricole et donc de la rémunération des agriculteurs. Le sérieux des labels de commerce équitable n'est cependant pas mis en doute par les interlocuteurs.

Toutefois, les filières ont construit diversement leurs indicateurs<sup>12</sup> pour les adapter aux modalités de vente de certains produits, comme c'est le cas pour les fruits ou le porc. Ils sont le plus souvent uniquement matérialisés par des valeurs d'indices mesurant l'évolution des facteurs de production (IPAMPA, indice du coût de la main d'œuvre INSEE), ce qui ne suffit pas pour construire un score. Ils sont encore insuffisamment adaptés à l'agriculture biologique dans plusieurs filières et le sont rarement pour les autres signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO). Dans ces conditions, les « indicateurs filières » ne permettent pas, sauf exception, de distinguer l'impact du choix de production sous SIQO sur le revenu des agriculteurs.

Les filières viande bovine et lait disposent d'indicateurs de référence basés sur la méthode de calcul des coûts de production CouProd développée par l'Institut de l'élevage (IDELE).

---

<sup>11</sup> 3 agriculteurs sur 4 sont membres d'une coopérative, la coopération agricole est le producteur principal dans la grande majorité des filières (céréales, fruits et légumes, sucre, porc, notamment), HCCA, 2021

<sup>12</sup> <https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/>

Ainsi, le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (CNIEL) calcule des moyennes nationales de coût de production et prix de revient du lait pour quatre types d'exploitation laitière : conventionnelles de plaine et de montagne, biologiques de plaine et de montagne. Les indicateurs de prix de revient de l'association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes (INTERBEV) sont publiés pour les gros bovins type viande en système conventionnel et en système biologique<sup>13</sup> (depuis mai 2022). Des règles de calcul du surcoût de production de viande bovine en Label Rouge sont également disponibles sur le site de l'IDELE, de même que des références pour des veaux produits sous signe de qualité<sup>14</sup>.

Les indicateurs de référence ne tiennent pas compte des variations régionales de coût de production (lait par exemple<sup>15</sup>) ni de la diversité des races bovines élevées (viande). L'indicateur de référence validé pour la viande bovine repose sur un réseau d'élevages en races Charolaises et Limousines uniquement<sup>16</sup>. Ils pourraient être pondérés en fonction de la race bovine dont est issue la viande proposée au consommateur. Les interlocuteurs soulignent également l'absence d'indicateurs spécifiques à la viande issue du troupeau laitier<sup>17</sup>, alors qu'elle représente 45% de la production française. Considérée comme un coproduit du lait, les coûts de production qui lui sont imputés sont sensiblement inférieurs à ceux observés en bovin allaitant. Pour un même prix de vente d'un produit apparemment semblable pour le consommateur, les scores seraient ainsi inévitablement en défaveur des races allaitantes.

Ces indicateurs ciblent une rémunération déterminée par chaque filière et indexée sur le Smic. Son montant diffère selon les interprofessions, de 1 Smic en grande culture, 2 Smic en viande bovine et lait, jusqu'à 3 Smic en viande ovine par exemple. Cependant, ce revenu forfaitaire couvre un volume d'heures travaillées par l'exploitant non salarié qui n'est pas défini et qui peut être très supérieur aux durées légales du travail.

La Coordination rurale se méfie des calculs trop complexes, comme ceux du Nutri-Score et du score environnemental, et de l'utilisation partisane qui peut en être faite. Elle insiste sur le caractère simple, honnête et transparent de l'information qui sera donnée au consommateur, de façon compréhensible et non idéologique, au risque d'être imprécise.

Certains des interlocuteurs voient un risque à l'utilisation de ces indicateurs de référence comme base d'un score affiché au consommateur. Ils pourraient devenir la valeur cible à atteindre lors de la vente de la matière première agricole pour obtenir une « bonne note » affichée sur le produit proposé au consommateur, sorte de « bon prix d'achat » fixé par chaque filière, indépendamment des prix de marché et autres critères liés notamment à la composition, la qualité, à l'origine et au respect d'un cahier des charges. Une telle situation pourrait, selon eux, être contraire au droit de la concurrence.

---

<sup>13</sup> Indicateurs de prix de revient AB – note méthodologique, mai 2022, INTERBEV

<sup>14</sup> Note méthodologique Calcul du Prix de Revient des Veaux sous Signes Officiels de Qualité, février 2022, INTERBEV

<sup>15</sup> Fascicule mis à jour du CNIEL sur l'économie laitière en chiffres 2022 <https://fr.calameo.com/read/00223005197f72e51d1fd>

<sup>16</sup> Accord interprofessionnel relatif à la méthodologie de calcul des indicateurs de prix de revient, mai 2019, INTERBEV

<sup>17</sup> Ces indicateurs devraient être disponibles au 1er janvier 2023, selon la coordination rurale

#### **4.1.3. Une méthode adaptable à la fois aux produits bruts et aux produits transformés ou composés**

Les produits transformés composés représentent une grosse part des achats alimentaires des consommateurs français. Toutefois, l'ensemble des acteurs s'interrogent sur la possibilité de calculer un score qui agrège la totalité des composants agricoles de ces denrées. Ces ingrédients peuvent provenir de lots différents d'une ou plusieurs matières premières, acquis par divers premiers acheteurs auprès de producteurs multiples à des prix variés pour des volumes variables. Pour un produit donné, il semble plus facile de calculer une note indicative des conditions de rémunération si une seule entité achète et vend la matière première agricole, qui alimente une seule chaîne de production. Il en est tout autrement pour des produits laitiers tels que les yaourts aux fruits qui comportent jusqu'à 7 ou 8 ingrédients d'origine diverse, dont des produits importés, et engagent de nombreux intermédiaires. Plusieurs questions sont posées par les acteurs : quelle est la part minimale (en poids ? en valeur ?) d'ingrédients notés dans le produit final pour qu'il puisse bénéficier de l'affichage ? Comment agréger les notes de chaque lot d'ingrédient dans une note globale pour les produits et avec quelle pondération ? Comment prendre en compte les ingrédients agricoles non notés dans le produit fini ? Les cahiers des charges des labels de commerce équitable définissent un minimum d'ingrédients labellisés pour que le produit affiche le logo souhaité, de 50% ou plus.

Selon les filières, les critères et la méthode de calcul pourront différer. Si c'est le cas, cela limiterait les possibilités de comparer les produits finis entre eux et constituerait une difficulté pour la notation des denrées composées de plusieurs matières premières.

La Fédération nationale bovine (FNB), forte de son expérience dans l'élaboration du Rémunéráscore avec LIDL, attire l'attention sur la nécessité d'une réflexion approfondie lors de l'expérimentation sur la répartition des notes par palier dans un score final. Les seuils inférieurs auront un effet incitatif là où les seuils supérieurs représenteront plutôt une récompense pour les acteurs les plus avancés.

#### **4.1.4. Comment l'appliquer aux produits importés ?**

Face aux hausses de prix des matières premières, voire à la pénurie pour certaines, la grande distribution se tourne vers des produits cultivés ou fabriqués à l'étranger (farine, tomates qui proviennent de plus en plus de Turquie, jambon d'Espagne ou de Belgique par exemple), selon l'association des entreprises de produits alimentaires élaborés (ADEPALE). Il leur paraît important, comme à d'autres acteurs tels que la Fédération du commerce coopératif et associé (FCA), de ne pas limiter le score aux produits français, au risque d'introduire une distorsion de concurrence avec les produits européens ou importés. Par ailleurs, ils observent sur le volet environnemental (exemple de la HVE) la multiplication des labels nationaux poursuivant des objectifs similaires mais dont les cahiers des charges différents contraignent les entreprises de l'agro-alimentaire à se faire certifier dans chaque pays. Ils préconisent donc d'étendre ce nouveau dispositif au niveau de l'Union européenne (UE) dans un souci d'harmonisation des méthodologies entre Etats membres.

S'il paraît difficile d'écartier ou de discriminer les produits européens ou importés de l'expérimentation, en raison du droit européen et national de la concurrence, l'application aux produits étrangers présente plusieurs difficultés. De nombreux intermédiaires

interviennent dans leurs circuits de fabrication et de commercialisation. La question de l'éclatement de la matière première (lait par exemple) est cruciale. Des produits qui en sont issus partent à l'étranger et reviennent sous forme de produits élaborés sur le marché français. Des denrées fabriquées en France contiennent des ingrédients étrangers (exemple certains yaourts aux fruits). Dans tous les cas de figure, comment accéder aux conditions de rémunération des producteurs étrangers ? Comment faire transiter l'information depuis le producteur d'une matière première au metteur en marché ? Comment doit être compté un ingrédient étranger dans la note finale d'une denrée élaborée en France ?

Les coûts de revient peuvent différer entre les Etats-membres. Pour un prix d'achat égal, la rémunération d'un producteur étranger pourrait être plus favorable. Comment le consommateur se comportera-t-il face à des produits étrangers vendus au même prix avec un score meilleur que les produits français ?

Les acteurs sont inquiets des risques de substitution évoqués plus haut. Certains évoquent le recours à un tiers certificateur pour vérifier que la part française ne diminuera pas, une fois le dispositif expérimenté.

## **4.2. Sur les modalités d'affichage**

### **4.2.1. Une inquiétude sur la temporalité de mise à jour de l'affichage au consommateur**

Les fréquences d'actualisation des indicateurs sont diverses : mensuelles pour les indices (fruits et légumes frais, viande de porc, céréales...) à semestrielle pour les prix de revient (bovins viande) voire annuelle (lait, viande ovine). En production biologique, l'actualisation des indices est difficile en raison du manque de données spécifiques pour certains intrants (semences, engrais).

De plus, leur publication est nécessairement réalisée avec délai : certains sont calculés à partir de résultats comptables réels d'exploitation, une fois l'exercice comptable clôturé. Ceci implique un retard dans la prise en compte d'évolutions brutales, ainsi, des données publiées en 2022, issues de clôtures d'exercices comprises entre juillet 2021 et mars 2022, ne prennent quasiment pas en compte les conséquences économiques du conflit en Ukraine, qui a débuté fin février 2022. Or ce sont ces indicateurs qui sont utilisés lors des négociations commerciales de fin 2022 pour déterminer le prix du lait en 2023.

La mise à jour des informations données au consommateur s'avère complexe en filière fruits frais, selon la Fédération nationale des producteurs de fruits (FNPF). Cette gamme de produits comprend plus d'une centaine de références dont les prix diffèrent selon l'origine géographique et les variétés. La vente se fait en grande partie au gré à gré (spot) et les prix d'achat aux producteurs sont très fluctuants, parfois d'un jour à l'autre, et qui nécessiterait une mise à jour quasi quotidienne et couteuse des informations affichées comme l'a montré le double affichage réalisé en 1999 (cf. chapitre 2). Ces produits sont généralement allotis par les intermédiaires et présentés en vrac au consommateur.

Le décalage entre la production de certaines matières premières et la vente au consommateur des denrées stables qui en sont issues peut être très long, comme en filière laitière. Les consommateurs peuvent trouver en rayon des laits UHT fabriqués avec des laits collectés à des moments différents et payés différemment aux producteurs. Pour la FNB, la

fréquence d'actualisation du score doit correspondre à celle prévue dans le contrat pour les prix d'achat des matières premières agricoles lui-même aligné sur l'évolution des indicateurs de référence.

#### **4.2.2. Des contraintes fortes sur le mode d'affichage**

Les nombreuses informations légales, obligatoires et volontaires, ou privées sur l'emballage sont source de confusion pour le consommateur. Au-delà de deux messages, certains considèrent que les indications deviennent illisibles. Les petits emballages pourront difficilement accueillir de nouveaux logos. De plus, les informations sur les conditions de rémunérations sont évolutives et apparaissent beaucoup moins stables que la composition des produits qui sous-tend le Nutri-Score. Leur mise à jour nécessiterait le changement de l'emballage a minima à chaque ajustement de la note ou de la composition du produit (cf. paragraphe 4.2.1). Le développement du numérique rend les informations accessibles (via des smartphones et un QR code ou sur des sites internet), ce qui permettrait de fournir des détails sur les conditions de rémunération et d'actualiser les données aux fréquences requises, à moindre coût. Les acteurs de la transformation et de la distribution privilégient un mode d'information du consommateur qui ne nécessite pas de modifier l'emballage créé parfois plusieurs mois avant la mise en rayon des denrées alimentaires et qui subit les conséquences de fortes tensions sur les étiquettes, les cartons et les plastiques. La blockchain sert actuellement à la traçabilité des fruits et légumes pour stocker de nombreuses informations qui ne peuvent figurer sur un emballage (les types, les durées et les dates de traitement phytosanitaires, par exemple) ou sur une affiche en rayon quand les produits sont vendus en vrac. Toutefois, les interlocuteurs reconnaissent que cela vise une population avertie. Pour la Coordination rurale, il sera indispensable de disposer d'informations sur la fréquence de consultation de ces QR codes et sur les caractéristiques des populations qui les regardent. Il sera utile de mener des études sur l'impact de cet affichage expérimental sur les choix du consommateur, parmi les critères de prix, de santé, d'origine, de rémunération des producteurs ...

Les avis divergent sur le recours à un score ou un label. Un score type Nutri-Score paraît intuitivement efficace car déjà connu par le consommateur mais sera difficile à faire aboutir en raison de sa complexité. Le risque de confusion entre les différents scores actuels et à venir doit être analysé. Un label avec un cahier des charges comportant des éléments probants et qualitatifs paraît plus adapté à certains (Fédération nationale des industries laitières - FNIL, Institut de liaison des entreprises de consommation - ILEC).

Des représentants de la grande distribution (FCA) souhaitent que cet affichage indique la répartition du prix entre tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement, pour ne pas cibler les critiques sur le dernier maillon.

## **4.3. Sur l'articulation avec d'autres enjeux**

### **4.3.1. La nécessaire articulation avec les labels officiels de commerce équitable**

Le commerce équitable français bénéficie depuis près de 10 ans<sup>18</sup> d'un cadre légal qui s'est complété au fil des lois : définition, critères, label obligatoire, reconnaissance de ces labels. Parmi les sept critères qui définissent le commerce équitable, quatre sont communs ou contribuent aux objectifs de l'expérimentation sur l'affichage des conditions de rémunération des producteurs : des prix rémunérateurs pour les producteurs basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée, un engagement commercial pluriannuel entre les producteurs et les acheteurs, la transparence et la traçabilité des filières (produits) ainsi que la sensibilisation des consommateurs à des modes de production socialement et écologiquement durables.

L'exemple du label équitable développé par la FNAB (Bio Français Equitable - B.F.E) en 2020 et expérimenté avec PICARD Surgelés illustre ces enjeux communs aux deux démarches. La rémunération, centrale dans le dispositif, part du prix de revient déterminé par chaque exploitant en amont du cycle de production. Cette démarche tient compte du temps de travail réel et non forfaitaire, intègre le renouvellement des équipements et investissements indispensables à la pérennité des exploitations (bâtiments, matériels, cheptel, cultures pérennes), les pondérations pour aléas climatiques, les délais de paiement. Le cahier des charges impose la détermination d'un prix minimum garanti, la contractualisation de 3 ans minimum, la réactualisation annuelle des prix de revient suivant l'évolution des charges (intrants, couts de la main d'œuvre) et des contrôles par un organisme accrédité. Ce label est présenté par la FNAB comme un outil de gestion à disposition des producteurs pour leur permettre de raisonner leurs choix stratégiques à quelques années (investissements, embauches, nouvelles activités...).

Depuis sa création en France, le commerce équitable ne cesse de progresser sur le volet international et français. Il concerne toutes les familles de produits et bénéficie de la confiance des consommateurs (cf. paragraphe 2.2).

Commerce Equitable France se déclare attentif à ce que les labels reconnus par la loi soient bien notés dans un dispositif d'affichage des conditions de rémunération quel qu'il soit.

AgriEthique craint que ce nouveau dispositif d'affichage offre moins de garanties, en terme de rémunération, que leur label.

### **4.3.2. L'affichage des conditions de rémunération est-il dissociable des enjeux environnementaux ?**

Commerce Equitable France considère que ces objectifs sont indissociables. Améliorer le revenu des agriculteurs est nécessaire pour leur permettre « d'investir » dans le développement de productions respectueuses de l'environnement. Le fondateur de la marque « En direct des éleveurs », éleveur lui-même, estime qu'il est impératif de lier la rémunération à l'impact environnemental. Sans cela, on favorisera les pratiques les plus

---

<sup>18</sup> La notion de commerce équitable, initialement prévue pour les produits issus de pays en voie de développement, a été élargie aux produits français par la Loi de 2014 sur l'économie sociale et solidaire.

rémunératrices mais non vertueuses et on augmentera les charges sur l'environnement et la santé des consommateurs. Il donne deux exemples illustrant le danger de limiter la réflexion à la seule rémunération des producteurs : les fourrages sont vendus plus chers pour la méthanisation que pour l'alimentation du bétail, la pratique des bandes enherbées diminue le rendement et augmente le coût de revient des produits. Dans les deux cas, l'effet d'une meilleure rémunération individuelle sera préjudiciable à l'environnement ou aux autres productions.

La Confédération paysanne estime que cet affichage sur les conditions de rémunération des agriculteurs doit tenir compte des externalités positives ou négatives de leurs activités. L'aspect prix de revient est très important mais ne suffit pas et doit être complété par les aspects environnementaux. Sans cela, elle craint que les consommateurs ne soient pas sensibles à la seule rémunération des producteurs et que cette expérimentation ne dégrade leur image auprès du public.

#### **4.4. Sur la fiabilité des informations affichées**

Des interlocuteurs craignent qu'« on vend(e) une promesse au consommateur qu'il ne pourra pas mesurer ».

Il n'existe pas de base de données standardisée qui permettraient une approche globale comparable à celle expérimentée dans le cadre de l'affichage environnemental (base de données AGRIBALYSE, cf. chapitre 5). Les informations nécessaires pour apprécier la rémunération des producteurs liée à vente d'un produit au consommateur proviennent des données individuelles des agriculteurs. Elles peuvent être obtenues par l'intermédiaire des organismes de comptabilité et de gestion, qui calculent les différents indicateurs de résultat à l'échelle de l'atelier ou de l'exploitation. Toutefois, les approches développées par ces centres ne sont pas harmonisées. Certains groupements de producteurs et organismes de défense et de gestion (ODG) peuvent utiliser les données de leurs adhérents pour élaborer des indicateurs de coûts de production (Label rouge en filière porcine par exemple) valorisés en interne. Les coopératives peuvent également recourir à ces informations pour déterminer le prix payé pour les apports de leurs associés coopérateurs. Les instituts techniques chargés d'élaborer des indicateurs de coûts de production pour certaines filières utilisent les données issues de réseaux de producteurs représentatifs (par ex. l'Institut de la filière porcine - IFIP) ou de fermes de référence (par ex. IDELE). Les sources sont nombreuses mais les méthodes de recueil ne sont pas identiques et les données obtenues ne sont pas publiques et ne peuvent pas être agrégées.

Dès lors, les professionnels s'interrogent sur la façon de transmettre l'information sur la rémunération des producteurs (et pas uniquement le prix payé) pour chacune des matières premières et tout au long de la chaîne de valeur pour pouvoir calculer pour le produit fini une note affichée au consommateur, qui soit fiable et contrôlable, dans le respect du secret des affaires et du droit de la concurrence. Selon AgDataHub, plateforme de partage de données agricoles, cette mise à disposition des données comporte plusieurs étapes, la collecte, l'interconnexion et les échanges sécurisés ainsi que la gestion des consentements

des producteurs de données, et devra se conformer au règlement sur la gouvernance européenne des données<sup>19</sup>, applicable à compter du 23 septembre 2023.

Pour la FNSEA et Commerce Equitable France, la transparence sur la composition des produits, l'origine des matières premières et la rémunération des producteurs est indispensable pour la mise en œuvre de ce dispositif d'affichage au consommateur. La loi EGALIM prévoit plusieurs mécanismes pour s'assurer de la sanctuarisation du prix de la matière première agricole tout au long de chaîne de valeur. Pour le porteur de la marque « En direct des éleveurs », la vérification d'une bonne rémunération passe par le contrôle de la comptabilité de l'ensemble des producteurs apporteurs de matière première. La plupart des interlocuteurs de la mission privilégient l'intervention d'un tiers de confiance pour attester la note de chacune des matières premières (ou lots) constituant le produit fini. Il leur paraît également indispensable d'effectuer de contrôles réguliers de la véracité des informations qui seront affichées. Dans le cas du Rémunérascore, c'est la FNB qui certifie la démarche. Le commerce équitable<sup>20</sup> recourt à des tierces parties, généralement des organismes de certification accrédités, pour labelliser les produits et réaliser des contrôles a minima tous les trois ans et le plus souvent annuels au niveau de l'acheteur du produit agricole et au sein du collectif de producteurs : respect du cahier des charges notamment sur les conditions de rémunération et sur la traçabilité documentaire voire physique des produits (le produit est séparé et identifiable physiquement) à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement. Ces contrôles sont coûteux mais nécessaires pour sécuriser les producteurs et offrir les garanties aux consommateurs. Les acteurs de la transformation s'interrogent sur la prise en charge de ces coûts supplémentaires qui seront élevés et craignent que leur répartition soit source de litiges entre les différents maillons des filières. Cette question des coûts du dispositif devra être traité par l'expérimentation.

## **4.5. Sur les effets pervers à éviter, les opportunités et les leviers**

### **4.5.1. Eviter les effets d'éviction, les effets d'aubaine ou autre contournement**

Le volume de matières premières composant les denrées concernées par cet affichage est au cœur des préoccupations des producteurs. S'il est trop faible, il n'aura aucun effet positif sur le revenu des agriculteurs tout en valorisant le produit vendu au consommateur. Pour obtenir une bonne note sans augmenter le prix de vente, une stratégie pourrait, en effet, être de mieux payer certaines matières premières agricoles et de remplacer les autres par des produits moins chers, comme certains produits importés. La plupart des interlocuteurs souhaitent une réflexion sur ces volumes minimums et sur la coexistence de matières premières similaires notées et non notées dans une denrée afin de limiter les effets d'aubaine et de substitution qu'ils anticipent. A titre d'exemple, l'affichage du Rémunérascore concerne selon la FNB un minimum de 30% des volumes achetés aux producteurs de viande bovine. Commerce Equitable France exige un minimum de 50% d'ingrédients agricoles labellisés dans les denrées bénéficiant du label « produit équitable ».

---

<sup>19</sup>Règlement (UE) 2022/868 du Parlement européen et du Conseil du 30 mai 2022 portant sur la gouvernance européenne des données et modifiant le règlement (UE) 2018/1724 (règlement sur la gouvernance des données)

<sup>20</sup> Guide international des labels de commerce équitable, édition 2020

La FNAB indique dans son cahier des charges du label B.F.E « *Dans un produit semi-fini ou fini un même ingrédient ne peut pas être issu de filière B.F.E et d'une filière non B.F.E* ». Pour EDDE, les produits distingués par le logo sont constitués en totalité de laits « bien payés » aux éleveurs.

Le risque de « social washing » par la transformation est évoqué par la Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL), qui craint une insuffisance de transparence à l'aval de la production. Le mélange de lots bien notés et non notés pourrait permettre à un opérateur de vendre plus de produits bien notés qu'il n'en a acheté. La traçabilité précise des matières premières notées et leur séparation physique apparaît essentielle à plusieurs interlocuteurs (AgriEthique) pour éviter ce biais.

#### **4.5.2. Risque d'une pression supplémentaire sur les transformateurs dans les négociations commerciales**

L'Union nationale des producteurs de pommes de terre (UNPT) considère que la grande distribution sera très attentive à cet affichage pour les marques de distributeur (MDD), ce qui leur permettrait de créer un avantage commercial au détriment d'autres produits sans score. Le mécanisme pourrait être renforcé si la grande distribution réduit en parallèle ses marges sur ses produits sous MDD. Cela pourrait devenir pour la grande distribution un outil pour faire baisser les prix des produits d'autres marques sans score ou mal notés. Cette pression sur les prix des produits les moins bien notés préoccupe également l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA).

Le secteur de la transformation évoque des risques de déréférencement de la grande distribution pour les porteurs de marques qui n'apposeraient pas sur leurs produits le dispositif facultatif d'affichage des conditions de rémunération des producteurs, risques qui ont été soulevés avec le Nutri-Score<sup>21</sup>. La gouvernance du dispositif issu de l'expérimentation devrait prendre en compte ce risque par exemple par l'élaboration d'un règlement d'usage du futur logo, comme il en existe pour le Nutri-Score<sup>22</sup>.

Plusieurs acteurs craignent que cet affichage n'augmente la pression des prix sur la transformation, déjà affaiblie cette année, entre l'amont objet de l'expérimentation et les enseignes qui se font concurrence pour proposer les prix les plus bas au consommateur.

#### **4.5.3. Une opportunité pour faire évoluer les pratiques au sein des filières**

La FNSEA considère que l'affichage pourrait inciter les filières à entrer dans la contractualisation, comme la filière porcine ou les fruits frais. L'expérimentation pourrait également accélérer la construction et la validation d'indicateurs de référence sur les coûts de production dans toutes les interprofessions. Pour Commerce Equitable France, l'expérimentation pourrait donner plus de visibilité aux productions durables de fruits et légumes frais et de légumineuses.

---

<sup>21</sup> Avis n° 22-1 relatif à une demande d'avis d'un cabinet d'avocats portant sur la conformité au droit de la pratique de distributeurs visant à imposer aux fournisseurs l'apposition du logo Nutri-Score sur les produits à leurs marques, Commission d'examen des pratiques commerciales, avril 2022

<sup>22</sup> [https://www.santepubliquefrance.fr/content/download/150257/file/Nutriscore\\_règlement\\_usage\\_FR\\_310122\\_VDEF.pdf](https://www.santepubliquefrance.fr/content/download/150257/file/Nutriscore_règlement_usage_FR_310122_VDEF.pdf)

Pour la FNAB, la démarche est un moyen pour les producteurs de s'approprier leurs coûts de production, de décider de leur rémunération et des prix de revient qui leur permettent de se projeter dans l'avenir.

#### **4.5.4. De quels leviers dispose-t-on ?**

De l'avis des professionnels, le levier principal de la réussite d'un affichage de cette sorte est la confiance des consommateurs dans cette démarche et dans les informations qui lui seront fournies. Plusieurs facteurs seront déterminants. Le fait que cette expérimentation soit initiée et conduite par l'Etat semble être un facteur positif. Les garanties qui seront apportées en terme de transparence et de traçabilité des données sont essentielles. Elles supposent des contrôles par des tierce parties indépendantes.

Plusieurs acteurs constatent une méconnaissance par le public du métier de producteur agricole, du coût de l'alimentation et plus généralement des affichages présents sur les emballages. Le deuxième levier réside ainsi dans la compréhension par le consommateur des données affichées sur la rémunération des producteurs. L'initiative de C'est qui le patron ? a montré l'intérêt du consommateur pour ces questions si on lui donne une information qu'il peut comprendre. Plusieurs interlocuteurs invitent à accompagner l'expérimentation d'une information large du consommateur (En direct des éleveurs, FNPF, McDonald's, ILEC, FCA).

Toutefois certains estiment que le contexte économique actuel d'inflation est peu favorable au déroulement de l'expérimentation et qu'il pourra en biaiser les résultats, car il modifie les comportements des consommateurs contraints par leur pouvoir d'achat à se tourner vers les premiers prix.

Un des leviers important est l'engagement du dernier maillon de la chaîne de valeur. Dans le cas du Nutri-Score, la grande distribution a adhéré à la démarche, à commencer par ses propres marques, et a incité les acteurs de la transformation à y participer.

### **4.6. « L'enjeu de l'expérimentation c'est de prouver que c'est possible »**

Les produits laitiers, qui doivent obligatoirement faire l'objet de l'expérimentation, recouvrent une multitude de type de produits plus ou moins transformés, composés (lait liquide, crème, yaourts et desserts lactés, fromages, beurre et matière grasse, poudre de lait) sans compter les coproduits. Plusieurs professionnels pensent qu'il faut démarrer « petit » par des « produits simples » (lait et viande bovine). En fait, ces denrées « simples » recouvrent plusieurs entreprises, plusieurs producteurs, plusieurs lots. Ainsi, il existe une grande variété de laits de consommation : cru, pasteurisé, stérilisé UHT, entier, écrémé, demi-écrémé, bio, « de pâturage », sans lactose, aromatisé... Collecté auprès de plusieurs éleveurs, qui peuvent ou non faire partie d'une même organisation de producteurs, le lait subit un écrémage à son arrivée en laiterie. Cette crème, issue d'un ou de plusieurs lots, est ensuite réintroduite aux taux désirés dans les différents lots de lait avant leur traitement thermique différencié.

Il en est de même de la viande bovine, issue de l'éclatement de plusieurs carcasses en divers morceaux ensuite allotis suivant les demandes à la distribution. Certaines enseignes ne vendent que quelques références de muscle ainsi que du steak haché et n'achètent pas le

reste de la carcasse, qui part dans d'autres circuits notamment la transformation ou la congélation. Selon FCA, cet affichage sera possible pour la viande bovine vendue en rayon traditionnel lorsque la bête est achetée en entier. Le steak haché, produit plébiscité par les consommateurs, est emblématique de cette complexité.

Il s'agit bien dans ces deux exemples de mix de produits qui n'ont que l'apparence de la simplicité. Cette difficulté est bien identifiée par la plupart des acteurs de la production à la distribution. Plusieurs interlocuteurs estiment que l'expérimentation devrait être ouverte aux filières qui le souhaitent. Pour la grande distribution, les œufs s'adapteraient bien à cet affichage.

L'ensemble des personnes interrogées par la mission considère que le sujet de l'affichage des conditions de rémunération des producteurs agricole revêt une grande complexité qui nécessite de mener l'expérimentation sur des bases scientifiques étayées.

**R4.** L'expérimentation devra permettre d'identifier, pour l'ensemble des filières participantes, les critères composant les conditions de rémunération et les modalités de calcul d'une note agrégée pour les produits simples et complexes. Elle devra déterminer les possibilités d'harmonisation des approches entre grandes familles de produits et en leur sein. Il conviendra de vérifier l'impact des dispositifs sur la rémunération des producteurs agricoles.

## 5. LES ENSEIGNEMENTS DE L'EXPERIMENTATION SUR L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Deux expérimentations visant à informer le consommateur sur certaines caractéristiques des produits alimentaires ont été menées ces dernières années. La première portait sur le volet nutritionnel et a conduit à la mise en place du Nutri-Score<sup>23</sup>. La deuxième s'intéressait à l'affichage environnemental<sup>24</sup>

L'expérimentation sur le Nutri-Score s'est révélée peu instructive pour le cadrage de la mission, pour deux raisons. D'une part, le Nutri-Score s'appuie sur des données qui peuvent le cas échéant être obtenues et contrôlées par analyse du produit en rayon, et d'autre part, l'expérimentation visait à comparer quatre méthodologies existantes :

- le système des « Traffic lights » mis en œuvre au Royaume-Uni depuis 2012,
- le « Nutri Repère » préconisé par les industriels,
- le « Nutri-Score » proposé par l'équipe d'épidémiologie nutritionnelle de Paris XIII,
- le « SENS » à l'initiative des distributeurs réunis au sein de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD).

---

<sup>23</sup> Expérimentation réalisée en 2016 qui a permis de rédiger l'arrêté du 31 octobre 2017 fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'Etat en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du code de la santé publique (notifié à la Commission en avril 2017)

<sup>24</sup> Qui a fait l'objet d'un rapport au Parlement en janvier 2022 cité en bibliographie

A contrario, l'expérimentation sur l'affichage environnemental a dû affronter des difficultés proches de celles que rencontrera le dispositif expérimental relatif aux conditions de rémunération :

- les éléments à évaluer ne sont pas accessibles par analyse directe du produit : ils concernent les modalités de production sur l'ensemble de la chaîne de fabrication pour l'affichage environnemental et les conditions de rémunération du producteur de matière première agricole dans le cas présent ;
- l'expérimentation devait définir la méthodologie d'évaluation de l'impact environnemental, en s'appuyant sur une analyse de cycle de vie (ACV), tout en cherchant à l'enrichir pour pallier les insuffisances et biais connus de l'ACV. Pour le dispositif relatif aux conditions de rémunération, les travaux seront encore plus ouverts car il n'existe pas de socle méthodologique évident.

La mission a donc étudié avec attention les modalités de réalisation de cette dernière expérimentation et en a tiré les enseignements suivants.

## **5.1. Organiser une fertilisation croisée, voire une confrontation, entre les points de vue et les différentes approches**

La diversité des approches sur les conditions de rémunération décrite dans la deuxième partie trouve son pendant dans le domaine de l'affichage environnemental. Dans ce cas, les débats portent essentiellement sur la prise en compte des externalités environnementales de la production agricole, dans l'absolu et en fonction de ses modalités<sup>25</sup>, et différentes approches sont effectivement mises en place par des initiatives privées (PlanetScore, Ecoscore, ...).

Le dispositif mis en place pour l'expérimentation d'affichage environnemental a cherché à tirer les enseignements de ces initiatives et à capitaliser les réflexions menées par d'autres acteurs, recueillies suite à un appel à candidature. Il a réuni les participants à l'expérimentation et les principales parties prenantes au sein d'un comité des partenaires, véritable lieu d'échanges et parfois de confrontation. Enfin, les parties prenantes ont été invitées à exprimer librement leur avis, pas toujours favorable, dans des contributions annexées au rapport au Parlement sur l'expérimentation.

Sans dispositif de ce type, il paraît impossible d'arriver à construire un système d'information sur la rémunération des producteurs agricoles qui serait accepté par les industriels et distributeurs qui devront le mettre en œuvre, et qui recueillerait l'adhésion des consommateurs et des producteurs agricoles.

## **5.2. Créeer les conditions d'une prise de recul et d'une analyse rigoureuse des enjeux et des arguments**

Le dialogue entre des acteurs dont les intérêts ne sont pas pleinement convergents n'est cependant pas suffisant pour aboutir à un résultat sur des sujets dont les enjeux économiques et commerciaux, et parfois affectifs, sont lourds.

---

<sup>25</sup> L'ACV n'est en effet généralement pas adaptée pour prendre en compte les externalités, et les évolutions de celles-ci en fonction des modalités de production ne sont pas approachables par des outils à grosses mailles comme Agribalyse.

L'expérimentation sur l'affichage environnemental a cherché à créer les conditions d'une prise de recul et d'une objectivation par la création d'un Conseil scientifique de l'expérimentation et par la réalisation de quelques études selon les standards de la recherche pour approfondir les sujets en complément de l'examen des initiatives participantes.

Le pilotage global était réalisé par les pouvoirs publics, au sein d'un comité de pilotage réunissant les trois ministères concernés (ministres chargés de l'environnement, de l'agriculture et de la consommation), l'ADEME et associait le président du Conseil scientifique, et était ressenti comme globalement neutre par rapport aux intérêts en présence<sup>26</sup>.

L'inclusion dans le dispositif d'une instance de proposition et de validation sur une base scientifique est nécessaire car il donne à l'Etat une légitimité sur laquelle appuyer des arbitrages entre des intérêts divergents. Pour autant, c'est bien l'Etat qui est seul légitime à arbitrer quand c'est nécessaire sur l'orientation de la poursuite de l'expérimentation.

### **5.3. L'expérimentation a un coût**

La mise en œuvre du dispositif a un coût pour son fonctionnement (appel à candidature, pilotage, secrétariat des différentes instances, rédaction du rapport au Parlement...) et pour le financement d'études. Il ressort des entretiens de la mission que ces coûts ont été de l'ordre de 280 000 € de prestations et d'au moins 2 équivalents temps plein (ETP) répartis entre l'ADEME et les ministères pilotes, pendant les 18 mois de l'expérimentation, soit un coût annuel moyen de l'ordre de 200 000 € et 2 ETP.

Les membres du Conseil scientifique n'ont pas été rémunérés. L'appartenance du président à l'institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement (INRAE), organisme de recherche publique ayant une mission d'appui aux politiques publiques, a permis qu'il ne le soit pas non plus, malgré la charge de travail importante liée à cette fonction.

Les porteurs de projets ayant répondu à l'appel à candidatures n'ont pas non plus été financés. L'intérêt des échanges entre acteurs et la possibilité pour chacun de faire valoir ses réflexions, ses enjeux et ses avis, y compris dans le rapport final, ont été des incitations suffisantes pour que 18 projets aient été candidats et aient participé à l'expérimentation.

### **5.4. Une étape d'un processus de longue haleine**

L'expérimentation sur l'affichage environnemental a été prévue par l'article 15 de la Loi AGEC et confirmée par l'article 2 de la Loi climat résilience, qui prévoit :

*« Des expérimentations sont menées, pour une durée maximale de cinq ans à compter de la promulgation de la présente loi, pour chaque catégorie de biens et de services mentionnée à l'article L. 541-9-11 du code de l'environnement, afin d'évaluer différentes méthodologies de calcul des impacts environnementaux et modalités d'affichage. La sélection des projets d'expérimentation tient compte d'un double objectif de diversité et de représentativité, notamment territoriales.*

---

<sup>26</sup> Néanmoins, l'implication historique de l'ADEME dans le développement de l'ACV a pu être mis en cause par les parties prenantes les plus sensibles aux insuffisances de ce dispositif.

*(...) Les expérimentations dans les secteurs du textile d'habillement, des produits alimentaires, de l'ameublement, de l'hôtellerie et des produits électroniques débutent dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la présente loi. ».*

Cette expérimentation sur les produits alimentaires s'inscrit dans un continuum de travaux sur le sujet de l'affichage environnemental :

- Il s'agit d'un mouvement général d'affichage environnemental de produits et services dans de nombreux domaines et certains sont déjà concernés par des affichages réglementés, ce qui permet des synergies entre les réflexions sectorielles,
- Les études menées depuis le Grenelle de l'environnement<sup>27</sup> ont conduit à l'élaboration d'une méthodologie appuyée sur les ACV et à la construction de la base de données Agribalyse, développée par l'ADEME ; ces outils étaient disponibles, même si la méthodologie restait partielle, au moment du lancement de l'expérimentation

Et cependant, la synthèse du rapport au Parlement indique (p. 7) que, si elle a bien démontré qu'il est techniquement possible de mettre en place un système d'affichage environnemental pour les produits alimentaires, les méthodologies identifiées doivent encore être approfondies et testées avant toute généralisation.

## **6. PROPOSITION DE CADRAGE DE L'EXPERIMENTATION**

Au vu des éléments détaillés ci-dessus, la mission propose de cadrer l'expérimentation selon quatre axes : les questions auxquelles l'expérimentation cherchera à répondre, le périmètre à explorer, la gouvernance à mettre en place et les travaux à mener. Les propositions exposées ci-dessous ont permis de rédiger des éléments pour le décret d'application prévu par l'article 10 de la Loi EGALIM 2 (en annexe 2) et une proposition de protocole d'encadrement de l'expérimentation (en annexe 3).

### **6.1. Les questions à traiter**

Les nombreuses initiatives existantes montrent que l'enjeu n'est pas de créer un dispositif d'information du consommateur sur les conditions de rémunérations, mais de définir une (ou des) méthodologie harmonisée qui facilite la compréhension des consommateurs et améliore la rémunération des producteurs.

L'expérimentation doit ainsi répondre à la question globale :

« Est-il possible, à quel coût et dans quelles limites, de mettre en place un dispositif harmonisé d'information du consommateur sur la rémunération des producteurs de produits agricoles en vue de :

- sensibiliser les consommateurs, en particulier les plus jeunes, aux conditions de rémunération des producteurs,
- orienter les consommateurs vers des produits plus rémunérateurs pour les agriculteurs,

---

<sup>27</sup> Décris sur le site de l'ADEME : [expertises.ademe.fr/economie-circulaire/consommer-autrement/passer-a-laction/reconnaitre-produit-plus-respectueux-lenvironnement/dossier/laffichage-environnemental/affichage-environnemental-historique-travaux-retours-dexperience](http://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/consommer-autrement/passer-a-laction/reconnaitre-produit-plus-respectueux-lenvironnement/dossier/laffichage-environnemental/affichage-environnemental-historique-travaux-retours-dexperience).

Une expérimentation précédente, menée en 2011-2012, avait conduit à un rapport au Parlement en 2013.

- encourager l'évolution des pratiques commerciales, sous la pression des consommateurs, vers une meilleure répartition de la valeur au profit des producteurs,
- améliorer les revenus des agriculteurs et leur permettre de dégager les moyens de la transformation agroécologique ? »

La pertinence du dispositif devra ainsi être évaluée au regard de quatre critères :

- Compréhension et adhésion des consommateurs ;
- Impact sur leurs comportements d'achat ;
- Impact sur la rémunération des producteurs agricoles concernés (dans l'hypothèse, qui correspond au cadre européen actuel, d'un affichage volontaire) ;
- Effet d'entrainement sur la rémunération de l'ensemble des agriculteurs.

Pour ce faire, L'expérimentation devra répondre à des questions intermédiaires. La mission a identifié lors des entretiens qu'elle a menés, sans que ce soit forcément limitatif, une liste de sujets à aborder :

- Quels produits pourront être concernés ? Six axes paraissent pertinents :
  - Filière (y a-t-il des filières où l'affichage est plus ou moins pertinent ?) : la réflexion devra nécessairement concerter l'ensemble des acteurs des filières envisagées, de la production, à la distribution en passant par la transformation ;
  - Mode de premier achat de produits agricoles (contrat « EGalim » obligatoire, contrat tripartite ou non, adhérent d'une coopérative, achat « spot », ...). Cet axe présente des liens avec le premier, les modes de vente habituels étant très variables selon les filières ;
  - Producteurs concernés : français, européens, pays tiers.
  - Type de produits (brut, transformé, utilisant plusieurs ingrédients d'origine agricole issus de diverses filières comme des plats cuisinés) ;
  - Produits traditionnels ou sous signe de qualité (dont issus de l'agriculture biologique) ;
  - Présentation du produit : vrac, emballé ;
- Quels critères d'évaluation de la rémunération pourront être retenus ? Sans être exhaustif à ce stade, il est clair que des questions complexes devront être explorées telles que :
  - Comment prendre en compte la part du seul produit objet de l'affichage dans le revenu d'un agriculteur à l'origine de plusieurs produits issus du même atelier (par exemple, un éleveur laitier produit du lait, des veaux et de la viande) ou d'ateliers différents dans des exploitations diversifiées (comme une exploitation en polyculture élevage) ?
  - Comment définir des critères de rémunération compréhensibles par le consommateur et représentatifs de la situation économique effective du producteur ?
  - Comment prendre en compte la variabilité des coûts de revient ? dans le temps (variation du coût des intrants agricoles, aléas climatiques, ...), et entre exploitations (effets de taille, de valeur du foncier, d'ancienneté d'installation

pouvant impliquer des amortissements différents, présence de revenus complémentaires, ...)

- Comment prendre en compte la diversité des filières et des modes de production (coûts liés au respect d'un cahier des charges, agriculture de montagne, races diverses en élevage allaitant ...) ? Une différenciation des critères selon ces situations est-elle utile ? Le cas échéant, est-elle compréhensible par le consommateur ?
- Comment prendre en compte la diversité des modes de rémunération (contrat, achats spot, « contrat » coopératif, ...) ?
- Comment calculer un indicateur à partir de ces critères pour une denrée vendue au consommateur ?
  - Comment calculer un indicateur pour la matière première agricole ? Est-il possible/souhaitable qu'il soit identique selon les filières ?
  - Comment agréger des indicateurs de toutes les matières composant la denrée (modalité de pondération, type de moyenne, ...) ?
  - Comment et sous quelles conditions prendre en compte les matières premières non notées dans le calcul de l'indicateur d'une denrée (part maximum de produit non noté, pénalisation, ...) ?
- Quels contenu et modalités d'affichage ?
  - Quelle type d'affichage serait le plus efficace (affichage obligatoire, affichage volontaire selon modèle unique, type Nutri-Score, affichage volontaire selon des méthodes diverses avec certification, type label bas carbone, ...) ?
  - Quelle famille d'affichage sera la plus lisible pour le consommateur dans le temps très bref du choix lors de l'achat (score de couleur différenciée, chiffres, label, ...) ?
  - Quelles informations afficher pour assurer le lien avec les déterminants du consentement à payer des consommateurs, de manière claire et lisible ?
  - Quelle modalité d'affichage serait la plus efficace compte tenu des informations à fournir et de la diversité des consommateurs (sur l'emballage, via un QR code, via une application, ...) ?
  - Les réponses à ces questions sont-elles, le cas échéant, modifiées par la présence d'autres affichages, officiels (Nutri-Score, futur affichage environnemental, SIQO, ...) ou privés ?
- Comment assurer les échanges de données nécessaires pour garantir la validité des affichages (traçabilité, transparence mais aussi discréetion sur les informations qui n'ont pas à être rendues accessibles à tous les acteurs) ?
- Comment garantir la fiabilité des informations données au consommateur (auto contrôles, contrôles par tierce partie, sanctions en cas d'anomalie...) ?
- Comment éviter les risques de contournement du dispositif ?
- Le coût du dispositif est-il soutenable pour les acteurs ?

- Comment articuler l'affichage sur les conditions de rémunération avec le dispositif légal du commerce équitable ?
- Comment prendre en compte les effets des évolutions de prix (saisonnalité, inflation) sur la fiabilité de l'affichage (mise à jour, valeurs moyennées, ...) ?
- Quels modes de commercialisation (commerce traditionnel ou spécialisé, grande distribution, restauration commerciale<sup>28</sup>) sont concernés ?
- Comment prendre en compte les produits importés dans le respect de la réglementation européenne ?

Ces questions devront être abordées en ayant conscience que, comme l'a écrit Paul Valéry, « ce qui est simple est toujours faux, ce qui ne l'est pas est inutilisable ».

## **6.2. Périmètre à explorer**

La mission estime que l'organisation de l'expérimentation ne doit pas partir d'idées a priori sur les réponses qu'elle apportera aux questions intermédiaires listées ci-dessus. Dans cet esprit, il lui semble nécessaire de pouvoir tirer les enseignements des initiatives existantes, dont la diversité a été décrite au 2, et d'examiner d'éventuels projets futurs. En effet, restreindre a priori le champ du dispositif d'information sur les rémunérations reviendrait à limiter sa capacité d'entraînement en dehors des filières et produits expressément listés par la Loi. Il ne s'agit cependant pas de créer de toutes pièces des initiatives sur l'ensemble du champ très large ainsi défini, ce qui serait hors de portée.

Les limites qu'elle propose de fixer sont liées à des considérations pratiques :

- Même si le texte de l'article 10 de la Loi EGALIM 2 permet de considérer tous les produits issus de matière première agricole, la mission propose de se limiter aux produits alimentaires, et de ce fait d'exclure par exemple les produits réalisés à base de cuir, de laine ou de tissus végétaux (ameublement, vêtements, ...) qui lui semblent ne pas rentrer dans la cible prioritaire du législateur et relever de problématiques de consommation (et donc d'affichage) différentes.
- La restauration collective (cantine scolaire, restauration hospitalière, restaurant d'entreprise, ...) semble devoir être exclue. Là aussi, la problématique de consommation est différente car le consommateur final n'est pas en situation de décideur de ce qui constituera son repas.

## **6.3. Gouvernance à mettre en place**

L'architecture de gouvernance de l'expérimentation sur l'affichage environnemental basée sur un triptyque Comité de pilotage, Conseil scientifique, Comité des partenaires et sur l'analyse d'initiatives complétées par des études ponctuelles décidées par le comité de pilotage sur proposition du Conseil scientifique semble un bon modèle pour les raisons exposées au 5. La composition de ces différentes instances doit être adaptée aux questions posées.

---

<sup>28</sup> La restauration collective (cantine scolaire, restauration hospitalière, restaurant d'entreprise, ...) semble devoir être exclue a priori car le consommateur final n'est en fait pas en situation de décider ce qui constituera son repas.

## **Comité de pilotage**

Le comité de pilotage a en charge la mise en œuvre de l'expérimentation. Il anime et pilote l'expérimentation, assure le suivi et l'organisation du bilan de l'expérimentation. Il s'appuie sur les avis du conseil scientifique et du comité des partenaires. Le comité de pilotage a notamment la responsabilité de coordonner la réalisation du bilan au Parlement.

Afin de combiner les connaissances et compétences relatives aux deux enjeux de l'expérimentation (information des consommateurs, impact sur les conditions de rémunération des producteurs agricoles) et de conserver une attention au respect des règles de concurrence, le comité de pilotage pourrait utilement être composé du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire (MASA) et du ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique (MEFSIN), de FranceAgriMer, de l'INC, ainsi que du président ou d'un représentant du conseil scientifique.

FranceAgriMer pourrait apporter à la fois sa connaissance des filières agricoles et alimentaires et de leurs acteurs, et sa capacité à accompagner leurs réflexions, qu'il pourrait mettre au service des instances et groupe de travail de l'expérimentation comme il le fait pour l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM). Toutefois, il conviendra d'être attentif à ce que l'établissement ne sorte pas de son rôle habituel de « tiers de confiance » pour les filières.

L'INC pourrait contribuer par sa connaissance de la consommation et du monde consumériste, ainsi que par ses outils d'études et d'information, dans le respect de son modèle économique.

Sur la base des échanges au sein du comité de pilotage, les ministères devraient prendre les décisions d'orientation de l'expérimentation.

## **Conseil scientifique**

Instance scientifique indépendante dont la mission est de proposer une évaluation des initiatives (au début et en fin de projets) et une évaluation globale de l'expérimentation, il émet des avis structurants au comité de pilotage.

Le conseil scientifique contribue à éclairer le comité de pilotage et le comité des partenaires. Il a un rôle de conseil indépendant vis à vis de toutes les instances impliquées dans l'expérimentation. Il aura la mission de formuler un avis et des recommandations sur les initiatives participant à l'expérimentation et en particulier sur les méthodologies mises en œuvre, ainsi que sur les travaux des groupes de travail. Le conseil scientifique pourra proposer des travaux complémentaires (notamment sur la mesure des impacts sur le consommateur et sur la rémunération des producteurs agricoles) ou études à mettre en œuvre en fonction des besoins.

A la fin de l'expérimentation, il remettra au comité de pilotage un bilan scientifique sur l'expérimentation (bilan, recommandations sur les projets, actions à poursuivre...). Il pourra s'il le juge pertinent élaborer des avis scientifiques intermédiaires au cours de l'expérimentation. L'avis du comité scientifique sera transmis au comité de pilotage qui pourra, le cas échéant, s'y référer lors de la rédaction du rapport au gouvernement. En outre, le rapport du comité scientifique pourra utilement être publié en tant que tel.

Des compétences en matière d'économie des exploitations agricoles et de la filière alimentaire, en matière de sociologie de la consommation, en matière de droit de la

concurrence et de la consommation devront être mobilisées, des compétences supplémentaires pourront être sollicitées au cours du projet. Il est proposé d'en confier le pilotage à l'INRAE.

### Comité des partenaires

Son rôle est de suivre l'avancement des initiatives et de faire remonter les difficultés rencontrées et les besoins des acteurs. Il a vocation à permettre des discussions entre acteurs tout au long de l'expérimentation, ainsi qu'à partager les retours d'expériences. Les conclusions sur les travaux des groupes de travail techniques et les études complémentaires pourront y être présentées. Ses contributions sont valorisées par le comité de pilotage auprès des autres instances. Le comité des partenaires est une instance de concertation. Il est présidé par le MASA (ou coprésidé avec le MEFSIN).

Le comité est composé des membres du comité de pilotage, des porteurs d'initiatives de l'expérimentation, et des représentants et acteurs de l'ensemble des parties prenantes de la chaîne alimentaire et des mouvements consuméristes.

Il sera en particulier utile d'inviter les syndicats agricoles représentatifs, certaines fédérations sectorielles, la coopération agricole, des associations professionnelles de l'industrie agroalimentaire, les associations professionnelles de la distribution.

Les membres du Conseil scientifique peuvent participer en tant que de besoin aux réunions du comité.

- R5. Créer par une gouvernance adaptée les conditions d'un rapprochement des points de vue des acteurs, indispensable au déploiement d'un dispositif d'affichage : favoriser les échanges et la concertation entre toutes les parties prenantes dans un Comité des partenaires et permettre une prise de recul par l'analyse rigoureuse des enjeux et des arguments au sein d'un Comité scientifique.

## 6.4. Travaux à mener

La mission a identifié cinq grands thèmes qui pourraient organiser l'analyse des dispositifs existants et la réflexion sur un dispositif harmonisé :

- Quels indicateurs calculer ? Il s'agit notamment d'identifier les critères qui permettent de décrire les conditions de rémunération des producteurs de produit agricole (prix, existence de contrats de long terme, engagements de volume, prise en compte de la variation de coût des intrants, délais de paiement, ...), et les méthodes pour les évaluer en prenant en compte la représentativité vis-à-vis de l'équilibre économique des exploitations agricoles et des revenus des agriculteurs d'une part, et la compréhension des consommateurs d'autre part.
- Comment combiner les indicateurs de différents produits agricoles entrant dans la composition d'un produit alimentaire ? Dans de nombreux cas, le produit alimentaire qui portera l'information au consommateur sera issu de plusieurs lots de la même matière première dont les conditions d'achat sont différentes, voire de plusieurs matières premières agricoles. Il s'agira d'établir une méthodologie permettant d'agréger les indicateurs relevant de chacune des matières premières agricoles utilisées (quel type de moyenne, pondérée par la masse, la valeur d'achat,

... ?) et permettant que le fabricant du produit alimentaire final dispose de l'ensemble des données permettant le calcul dans le respect des règles de concurrence. Le calcul agrégé pour des produits alimentaires comprenant des matières premières agricoles pour lesquelles l'indicateur n'a pas été calculé devra faire l'objet d'une réflexion spécifique.

- Comment traiter les matières premières agricoles importées ? Un focus particulier devra être réalisé sur les matières premières agricoles importées, explicitement visées par la Loi. Il conviendra d'analyser les modalités de transmission des informations, les possibilités de vérification de la traçabilité et de la véracité des données ainsi que les conditions d'introduction dans l'indicateur global de la denrée alimentaire, en particulier lorsque ces matières premières ne sont pas notées.
- Quels formats d'affichage proposer ? Il s'agit d'analyser les avantages et limites de différents formats d'affichage pouvant être mis en œuvre au niveau de l'offre alimentaire aux consommateurs. Quelles sont les modalités d'affichage adaptées à l'information des consommateurs sur la rémunération des producteurs agricoles ? Faut-il préconiser une modalité d'affichage particulière, ou différentes modalités selon les contextes de consommation ? Faut-il un affichage descriptif (par exemple des nombres) ou prescriptif (logos, couleurs...) ? Faut-il un affichage par catégories de produits, ou sur l'ensemble de l'alimentation ? Comment concilier ce format d'affichage avec les autres affichages existants (signes officiels de la qualité et d'origine, Nutri-Score, affichage environnemental, ...) ? Ce thème a déjà été largement exploré par l'expérimentation sur l'affichage environnemental, à l'exception des effets de la juxtaposition d'affichages multiples. De plus, la possibilité de transposer ses conclusions à une problématique différente devrait être vérifiée.
- Quelles sont les conditions de mise en œuvre ? Il s'agit d'apporter des éclairages sur les conditions de développement d'un dispositif d'affichage, sur les intérêts et contraintes pour les acteurs, sur les coûts de mise en œuvre. Cela renvoie en particulier à la disponibilité des données, aux coûts (publics et privés) de caractérisation des indicateurs envisageables, ainsi qu'aux coûts internes (packaging, marketing, communication ...) pour les acteurs des filières agro-alimentaires.

Ces thèmes pourront être précisés, modifiés et complétés par des avis du Conseil scientifique. Des groupes de travail techniques pourront être mis en place sur tout ou partie de ces thèmes, sur la base de mandats du Comité de pilotage, qui pourra s'appuyer sur l'avis du Conseil scientifique.

Ces travaux devraient alimenter les réflexions européennes sur le sujet de l'affichage durable.

## 6.5. Moyens et calendrier

Comme il a été indiqué au paragraphe 5.3, mener avec rigueur une expérimentation sur un sujet aussi complexe demande des moyens. Le propre d'une expérimentation est de pouvoir déboucher sur des éléments inattendus qui peuvent modifier en cours de route les moyens nécessaires pour la poursuivre. Toutefois, la mission estime raisonnable de budgérer les moyens nécessaires pour l'expérimentation sur la base de ce qui a été dépensé lors de l'expérimentation d'affichage environnemental : 2 ETP et 200 000 € par an. Les moyens

humains devront être répartis entre les membres du Comité de pilotage, selon une clé qu'ils détermineront en même temps que leur rôle précis au sein du Comité. Le budget alloué permettra le financement des études et le défraiement des membres du Conseil scientifique.

Comme indiqué au paragraphe 5.4, l'expérimentation sur l'affichage environnemental des produits alimentaires qui s'est déroulée en 2020-2021 s'inscrit dans des travaux qui ont débuté par une première expérimentation de 2011 à 2013. Au total, le travail de définition d'un dispositif d'affichage environnemental, qui n'est pas tout à fait achevé, a ainsi duré une dizaine d'années.

La règlementation d'un affichage sur les conditions de rémunération est une idée nouvelle et la diversité des initiatives privées démontre l'absence de fondement méthodologique partagé entre les acteurs, tout en illustrant la difficulté d'appréhender ces conditions de rémunération dans toute leur complexité.

Dans ces conditions, la mission estime que la durée maximale de cinq ans prévue par la Loi n'est nullement excessive pour obtenir des résultats probants et généralisables. De même que l'affichage environnemental a fait l'objet de deux expérimentations dont il a été rendu compte au Parlement en 2013 puis en 2021, elle n'exclut pas qu'une prolongation de l'expérimentation se révèle nécessaire.

Compte tenu de cette durée prévisible pour obtenir tous les résultats nécessaires à la définition d'un dispositif généralisé d'affichage, il est souhaitable de prévoir que des résultats intermédiaires suffisamment consistants puissent faire l'objet de rapports intermédiaires. Un enjeu de ces rapports intermédiaires serait de participer à la réflexion européenne citée au paragraphe 1.3, l'autre serait, le cas échéant, de proposer rapidement des cadres applicables aux situations qui se révèleraient les plus simples (dont la mission anticipe, peut-être à tort, qu'elles correspondraient à des chaînes de valeur organisées dans un contrat unique éventuellement tripartite et à des produits non transformés).

Pour autant, il faut autant que possible éviter que ces conclusions provisoires empêchent des généralisations ultérieures à des situations plus complexes. C'est la raison pour laquelle il ne semble pas judicieux de limiter *a priori* le champ de l'expérimentation aux situations jugées, en toute première analyse, les plus susceptibles de réponses rapides.

**R6.** Donner à l'expérimentation le temps et les moyens nécessaires pour aboutir à des résultats robustes et généralisables.

## **CONCLUSION**

L'expérimentation prévue par la loi EGALIM 2 est attendue par beaucoup d'acteurs et suscite à la fois de multiples attentes et de nombreuses craintes.

Elle s'inscrit dans une dynamique de consommation responsable partiellement couverte par le commerce équitable et que l'Union européenne cherche à encourager, au sein de la stratégie « De la ferme à la table », par un cadre d'étiquetage durable des produits alimentaires.

La complexité du sujet des conditions de rémunération des agriculteurs et l'incertitude sur l'adhésion effective des consommateurs justifient une expérimentation portant sur un large panel de produits alimentaires.

Elle devra permettre d'objectiver les impacts de différents affichages sur la rémunération des producteurs, et d'aboutir, si possible, à la définition d'une méthodologie de référence. Celle-ci devra susciter l'adhésion des consommateurs à travers un affichage lisible, compréhensible et fiable et améliorer concrètement les conditions de rémunération des agriculteurs.

La réussite de l'expérimentation dépendra de la mobilisation des porteurs d'initiative, de l'engagement des consommateurs dans la démarche et de la qualité des échanges entre toutes les parties prenantes, ce qu'une communication précoce et une gouvernance adaptée devraient favoriser.

Les résultats des travaux pourront de plus nourrir les réflexions européennes en cours sur l'insertion de la rémunération des agriculteurs dans le volet social du cadre d'étiquetage prévu.

## **Signatures des auteurs**

Caroline MEDOUS

François MOREAU

## **ANNEXES**



## Annexe 1 : Lettre de mission



Cabinet du ministre

Paris, le 18 MARS 2022

Le Directeur de Cabinet du Ministre  
de l'Agriculture et de l'Alimentation

à

Monsieur le Vice-Président  
du Conseil Général de l'Alimentation, de  
l'Agriculture et des Espaces Ruraux  
(CGAAER)

N/Réf : CI 837914

V/Réf :

Objet : Architecture à mettre en place pour accompagner les expérimentations du « rémunéráscore » prévues dans la loi visant à protéger la rémunération des agriculteurs dite « EGAlim 2 ».

PJ :

La juste rémunération des agriculteurs fait l'objet d'attentes fortes des producteurs et de leurs représentants, d'une part, et des consommateurs et plus généralement de la société civile, d'autre part. Si diverses initiatives ont émergé ces dernières années en matière d'affichage environnemental, sanitaire, nutritionnel ou relatif au bien-être animal, il est constaté un déficit d'information sur les aspects socio-économiques liés à la rémunération réellement perçue des producteurs. Une meilleure connaissance de la part du prix de vente final, notamment en magasin, qui revient à l'agriculteur pourrait être de nature à favoriser une consommation socialement plus vertueuse et pourrait en retour constituer un levier pour l'adaptation des pratiques agricoles et pour l'attractivité du métier d'agriculteur en sécurisant leur revenu.

L'article 10 de la loi visant à protéger la rémunération des agriculteurs, dite « loi EGAlim 2 », adoptée le 18 octobre 2021, prévoit la mise en place d'un dispositif expérimental dit « rémunéráscore », à travers un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles. Cet affichage a vocation à s'effectuer par voie de marquage ou d'étiquetage ou par tout autre procédé approprié, y compris par voie électronique et doit notamment faire ressortir, de façon facilement compréhensible pour les consommateurs, l'impact en termes de rémunération des producteurs des prix auxquels sont achetés leurs produits.

Cette expérimentation prévue pour une durée maximale de 5 ans permettra d'évaluer les différentes méthodologies et les modalités d'affichage, avec une attention particulière sur l'impact négatif sur la rémunération des agriculteurs français d'un approvisionnement en matière première agricole importée.

.../...

78, rue de Varenne  
75349 PARIS 07 SP  
Tél : 01 49 55 49 55

Dans un objectif de représentativité des filières et des territoires, elle portera sur la filière viande bovine et les produits laitiers, sur certaines productions agricoles issues de l'agriculture biologique ainsi que sur certaines autres productions agricoles, définies par décret.

Conformément au programme de travail pour 2022 du CGAAER, une mission est prévue afin d'accompagner la Direction Générale de la Performance économique et environnementale des Entreprises (DGPE) dans l'élaboration de l'architecture à mettre en place pour accompagner les expérimentations du « rémunéráscore ».

A l'issue d'une première réunion de lancement des travaux prévue mi-mars 2022 sous l'égide du Cabinet, je souhaite que les membres du CGAAER désignés pour l'exercice de cette mission, conduisent une phase de concertation avec les parties prenantes concernées pour nourrir la réflexion sur cette expérimentation, notamment en auditionnant les porteurs d'initiatives privées en la matière. Ils veilleront à consulter les représentants de la production, de l'industrie et de la distribution des filières concernées ainsi que les acteurs ayant un intérêt particulier pour cette démarche ou ayant déjà entrepris des travaux en la matière. L'association aux travaux de l'Institut National de Recherche pour l'Agriculture, l'alimentation et l'Environnement et de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pourrait en outre apporter un éclairage précieux.

Parallèlement, un panorama de l'ensemble des initiatives privées concourant à informer le consommateur sur le niveau de rémunération des producteurs pourrait être dressé par les missionnés afin d'en mesurer les atouts et les éventuelles limites. L'initiative « C'est qui le patron » ou encore les démarches en matière de commerce équitable devraient à cet égard être utilement examinées. Ce panorama pourrait être complété par un focus sur des expériences similaires mises en œuvre dans d'autres Etats membres de l'Union européenne.

Enfin, sur la base des consultations menées et du panorama effectué, la mission proposera un cadrage de l'expérimentation, qui permettra d'évaluer différentes méthodologies et modalités d'affichage.

Ce cadrage devra inclure :

- une liste de filières et de produits susceptibles de relever de cette expérimentation ;
- des propositions permettant de faire émerger et de sélectionner des méthodologies et modalités d'affichages différents (*via* des Appels à Manifestation d'Intérêt par exemple) ;
- des éléments de cadrage réglementaire et d'évaluation des expérimentations sélectionnées.

Pour réaliser cette mission, vous bénéficieriez de l'appui des services du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, et en particulier de la DGPE.

Les missionnés établiront un document de cadrage de la mission qu'il vous est demandé de mettre à ma validation d'ici fin mars 2022. Compte tenu de l'ampleur des travaux à conduire, le rapport sera ensuite à rendre dans un délai de 6 mois.

Fabrice RIGOULET-ROZE

## **Annexe 2 : Eléments pour le décret d'application**

*Visas :*

*Le décret doit viser au moins :*

- la Loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs, et notamment son article 10
- le règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, et notamment son chapitre VI

*Dispositions :*

*Le décret doit, conformément aux analyses faites dans la première partie du rapport, préciser la date de commencement de l'expérimentation et le champ sur lequel elle porte.*

*Il serait souhaitable qu'il donne les grandes lignes de l'organisation de l'expérimentation.*

*Les propositions du rapport pourraient ainsi se traduire par les articles suivants :*

**Article premier :**

L'expérimentation prévue par l'article 10 de la Loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs, est lancée le XXXXX. Sa durée maximum est de 5 ans.

**Article 2 :**

L'expérimentation vise à évaluer des modalités selon lesquelles il est possible de fournir au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles lisible, fiable, objective et aisément contrôlable.

Outre la filière viande bovine et les produits laitiers, l'ensemble des denrées alimentaires issues de matières premières agricoles pourra être examiné en vue notamment de déterminer l'influence des différentes modalités d'organisation des filières.

**Article 3 :**

L'expérimentation s'appuiera sur l'analyse d'initiatives portées par des acteurs publics ou privés, visant notamment à tirer les enseignements des dispositifs d'affichage existants ou à évaluer l'impact de dispositifs existants ou expérimentaux sur les consommateurs ou sur la rémunération des producteurs agricoles. Des études complémentaires ainsi que des groupes de travail permettront d'apporter des éclairages à des problématiques spécifiques.

Un protocole d'encadrement de l'expérimentation, approuvé par les ministres en charge de l'agriculture et de la consommation, précise les conditions d'organisation et de gouvernance de l'expérimentation. Il prévoit notamment la présence d'un comité scientifique et des modalités d'association des parties prenantes et des porteurs des initiatives citées au premier alinéa. Il définit la liste des questionnements à explorer dans le cadre de l'expérimentation.

**Article 4 :**

Toute initiative permettant de contribuer aux objectifs définis par le protocole d'encadrement, ou une partie d'entre eux peut participer à l'expérimentation selon des modalités et sous des conditions définies par le protocole d'encadrement de l'expérimentation. Elle peut porter sur tout produit ou type de produit alimentaire, quel que soit le mode de commercialisation.

**Article 5 :**

Le ministre de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire et le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

### **Annexe 3 : Proposition de protocole d'encadrement de l'expérimentation**

La proposition qui suit a été réalisée en se basant sur le protocole de l'expérimentation d'affichage environnemental sur les produits alimentaires en l'adaptant pour prendre en compte les spécificités de l'information sur les conditions de rémunération.

**Proposition de  
protocole d'encadrement de l'expérimentation prévue par l'article 10  
de la Loi du 18 octobre 2021  
visant à protéger la rémunération des agriculteurs**

L'article 10 de la Loi du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs (dite « Loi EGALIM 2 ») instaure une expérimentation pour une durée maximale de cinq ans qui porte sur « un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles ». Cet affichage vise les conditions de rémunération du producteur agricole ; les informations sur la répartition des marges au sein de la chaîne de valeur ne sont pas dans le champ de l'expérimentation.

Il s'agit de répondre à une demande d'information des consommateurs et de promouvoir des modalités de rémunération satisfaisantes pour les producteurs agricoles, afin de contribuer à la souveraineté alimentaire nationale et de faciliter les transitions de l'agriculture française.

Les résultats de cette expérimentation seront susceptibles d'alimenter les réflexions menées au niveau national sur un affichage social sur les biens et services (avis de la plateforme RSE de France stratégie de février 2022), et au niveau européen d'un « cadre d'étiquetage durable couvrant (...) les aspects nutritionnels, climatiques, environnementaux et sociaux des produits alimentaires » prévu par la stratégie « De la ferme à la table » (Farm to fork).

Compte tenu des spécificités et de la complexité de la rémunération des producteurs agricoles, de nombreuses questions devront être abordées par l'expérimentation. L'enjeu est d'être à la fin de l'expérimentation en capacité de proposer un dispositif opérationnel (techniquement et économiquement), qui donne une information compréhensible par le consommateur, objective, fiable et aisément contrôlable, en cohérence avec les politiques en cours, et qui répondent aux objectifs cités plus haut

### **1 Enjeux et objectifs de l'expérimentation**

L'expérimentation doit encourager l'émergence d'éléments de méthode s'appuyant sur des initiatives privées et publiques.

La question générique à laquelle l'expérimentation doit apporter des éléments de réponse est la suivante : selon quelles modalités, dans quelles limites et à quel coût est-il possible de fournir au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles lisible, fiable, objective et aisément contrôlable afin de lui permettre d'orienter ses choix ?

A partir des outils et méthodes disponibles actuellement, l'expérimentation doit permettre de tester/d'identifier des démarches visant deux objectifs complémentaires :

- L'information et la sensibilisation des consommateurs sur l'impact social, en matière de rémunération des agriculteurs, de leurs pratiques alimentaires, afin de les aider dans leur choix de consommation, et faire évoluer les pratiques vers des régimes plus vertueux ;

- L'évolution de l'offre des produits alimentaires et des modes de production, engageant les filières agricoles et agroalimentaires dans des démarches d'amélioration de la rémunération des producteurs de produits agricoles.

L'expérimentation est ouverte à tout type d'initiative susceptible d'apporter un éclairage sur ces questions. Pour y répondre, le déploiement de l'affichage relatif aux conditions de rémunération est potentiellement pertinent et complémentaire pour différentes formes de commercialisation: commerce traditionnel ou spécialisé, grande distribution, vente en ligne, restauration commerciale, et pour différentes formes de produits : bruts, transformés et composés. Les initiatives proposées pourront prendre toutes les formes permettant de répondre à ces différents modes de distribution.

La définition de la bonne information à donner sur les modalités de rémunération des producteurs agricoles est complexe. Elle fait l'objet de nombreuses initiatives pour les produits alimentaires « simples » lorsqu'ils font l'objet de contrat (lait, viande à la découpe), et les méthodologies employées sont très diverses. La question est largement à défricher pour des produits « simples » généralement acquis par des achats « spot » (pommes de terre, fruits et légumes frais), pour les produits transformés dont le process peut mélanger des matières premières agricoles issues de différents achats (viande hachée), a fortiori pour les produits composés de plusieurs matières premières agricoles (yaourt aux fruits, plats cuisinés, ...), et pour les plats servis en restauration. Toutefois, les produits dits « simples » (lait, viande, par exemple) peuvent être issus de mélanges de lots différents de matière première et ils entrent dans la composition de denrées plus complexes. La filière viande bovine et les produits laitiers, visés par la Loi, couvrent ainsi à la fois des produits simples et complexes ainsi que des ingrédients de produits composés.

Le but de l'expérimentation est de définir ce que seraient les « meilleurs dispositifs possibles » en l'état des connaissances, ainsi que les limites de leur champ d'application, et d'éclairer les décideurs politiques sur l'opportunité ou non de promouvoir ces dispositifs.

A partir des connaissances et des outils disponibles actuellement, il s'agira d'évaluer les produits alimentaires sur lesquels il est possible de mettre en place à court terme un dispositif opérationnel harmonisé et d'identifier les travaux à mener pour construire ce dispositif et l'élargir à d'autres produits. Ceci peut conduire à la production de résultats intermédiaires portant sur des ensembles limités de produits alimentaires, néanmoins, une attention particulière devra être portée à ce que les dispositifs issus de ces résultats intermédiaires ne risquent pas de bloquer les développements ultérieurs pour d'autres denrées. En effet, les objectifs visés sont ambitieux et leur atteinte suppose un déploiement large de cet affichage.

En assurant la transparence des méthodologies mobilisées, l'expérimentation vise à assurer la crédibilité des informations transmises au consommateur.

Les différentes modalités d'affichage proposées dans le cadre de l'expérimentation feront l'objet d'une évaluation dans un rapport remis au Parlement dans un délai de 5 ans comprenant une étude de faisabilité et une évaluation socio-économique de ce dispositif. Des rapports intermédiaires pourront être réalisés si l'avancée des travaux le rend pertinent.

Le conseil national de l'alimentation et le conseil national de la consommation pourront être consultés.

## **2- Mise en œuvre opérationnelle de l'expérimentation et gouvernance**

L'ensemble des travaux sera mené par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, le ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, FranceAgriMer et l'institut national de la consommation (INC). Ils seront garants de l'articulation et de la consolidation des résultats issus des différentes instances de gouvernance.

Le déploiement d'un dispositif d'affichage informant sur la rémunération des producteurs agricoles implique de répondre aux nombreuses questions qu'il soulève : produits ou filières concernés, identification des critères de rémunération, modalités de calcul d'un indicateur, modalités d'affichage, articulation avec le dispositif légal du commerce équitable, fiabilité des informations (traçabilité, transparence, contrôle, ...), inclusion des produits importés, ...

Aussi il semble pertinent de mener les travaux au sein de groupes thématiques (voir 2.1 et 2.2). Les enseignements des expérimentations menées ainsi que ceux des travaux réalisés par les groupes de travail seront évalués à la fin de l'expérimentation pour réaliser le bilan au Parlement et pourront aussi faire l'objet de points d'étape si cela apparaît pertinent (voir point 4). Sur la base de ce bilan, une méthodologie d'évaluation des conditions de rémunération ainsi que des modalités d'affichage pourront être définis, et leurs limites d'application précisées.

### **2.1- Gouvernance de l'expérimentation**

La complexité des questions à traiter nécessite de conduire l'expérimentation sur la base d'avis scientifiques qui permettent recul et objectivité.

Différentes instances sont mises en place :

- Un comité de pilotage
  - o Missions : le comité de pilotage a en charge la mise en œuvre de l'expérimentation. Il anime et pilote l'expérimentation. Il en est l'instance décisionnaire. Il s'appuiera sur les avis du comité scientifique.  
Le comité de pilotage aura la responsabilité de réaliser le bilan au Parlement.
  - o Composition : Le comité de pilotage est composé du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire (DGPE), du ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique (DGCCRF), de FranceAgriMer, de l'INC, ainsi que du président ou d'un représentant du conseil scientifique.
- Un conseil scientifique
  - o Mission : instance scientifique indépendante, il a un rôle de conseil vis à vis de toutes les instances impliquées dans l'expérimentation.  
Il aura la mission de formuler au comité de pilotage un avis et des recommandations sur les initiatives déposées dans l'expérimentation et en particulier sur les méthodologies mises en œuvre, ainsi que sur les travaux des groupes de travail. Le conseil scientifique pourra lui proposer des travaux complémentaires (par exemple

sur la mesure des impacts sur le consommateur et sur la rémunération des producteurs agricoles) ou des études à mettre en œuvre en fonction des besoins.

A la fin de l'expérimentation, il remettra au comité de pilotage un bilan scientifique sur l'expérimentation (bilan, recommandations sur les projets, actions à poursuivre...). Il pourra s'il le juge pertinent élaborer des avis scientifiques intermédiaires au cours de l'expérimentation. L'avis du comité scientifique sera transmis au comité de pilotage qui pourra s'y référer lors de la rédaction du rapport au Parlement. En outre, le rapport du comité scientifique pourra être publié en tant que tel.

- Composition : pilotage confié à l'INRAE. Une déclaration d'intérêt sera produite par chacun des membres. Des compétences en matière d'économie des exploitations agricoles et de la filière alimentaire, en matière de sociologie de la consommation, en matière de droit de la concurrence et de la consommation devront être mobilisées, des compétences supplémentaires pourront être sollicitées au cours du projet.

- Un comité des partenaires

- Mission : suivre l'avancement des initiatives, faire remonter les difficultés rencontrées et les besoins des acteurs. Le comité des partenaires a vocation à permettre des discussions entre acteurs concernant l'avancement de l'expérimentation, ainsi qu'à partager les retours d'expériences. Les conclusions sur les travaux des groupes de travail transversaux et les études complémentaires pourront y être présentées. Ses contributions sont valorisées par le comité de pilotage auprès des autres instances. Le comité des partenaires est une instance de concertation. Il est présidé par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire (ou coprésidé par les deux ministères).
- Composition : sur invitation du comité de pilotage, des représentants et acteurs de l'ensemble des parties prenantes de la chaîne alimentaire ainsi que les associations de consommateurs, l'ensemble des porteurs d'initiatives de l'expérimentation, les membres du comité de pilotage. Les membres du Conseil scientifique peuvent participer en tant que de besoin.

## 2.2- Groupes de travail transversaux

Le comité de pilotage pourra constituer des groupes de travail transversaux, en consultant le comité des partenaires, et lancer des études en fonction des besoins et des questions à traiter, notamment sur proposition du conseil scientifique. Il s'agira d'étudier et d'apporter des éclairages à des problématiques identifiées par le comité de pilotage ou le conseil scientifique.

Les groupes de travail transversaux seront animés par un membre du Comité de pilotage. Ils s'appuieront sur des acteurs invités, en capacité de contribuer activement à la production des résultats (acteurs de la recherche et experts représentant la diversité des compétences requises sur les sujets traités) s'engageant à participer aux réunions sur l'ensemble de la durée de l'expérimentation. Ils pourront solliciter les porteurs d'initiative pour des présentations venant nourrir leurs réflexions.

Les groupes remettront conjointement au comité de pilotage et au conseil scientifique une note de synthèse résultant de leurs travaux avant la fin de la période d'expérimentation, et des notes d'étape quand ils jugeront que l'avancement de leurs travaux le justifie. Le comité de pilotage disposera ainsi de l'avis du conseil scientifique pour éclairer les synthèses des groupes de travail.

A ce stade, cinq problématiques structurantes qui pourront être éclairés par une réflexion collective ont été identifiées :

Quels sont les indicateurs de conditions de rémunération et comment les calculer ? Il s'agit notamment d'identifier les critères à utiliser pour décrire les conditions de rémunération des producteurs de produit agricole (prix, existence de contrats de long terme, engagements de volume, prise en compte de la variation de coût des intrants, délais de paiement, ...) et de déterminer les méthodes pour les évaluer. Ces critères devront être représentatifs de la réalité économique des exploitations agricoles et des revenus des agriculteurs, et être compris par les consommateurs.

Comment combiner les indicateurs de différents produits agricoles entrant dans la composition d'un produit alimentaire ? Dans de nombreux cas, le produit alimentaire qui portera l'information au consommateur sera issu de plusieurs lots, dont les conditions d'achat sont différentes, de la même matière première agricoles, voire de plusieurs matières premières. Il s'agira d'établir une méthodologie permettant d'agréger les indicateurs relevant de chacune des matières premières agricoles utilisées (quel type de moyenne, pondérée par la masse, par la valeur d'achat, ... ?). Le fabricant du produit alimentaire final devra pouvoir disposer de l'ensemble des données nécessaires au calcul de l'indicateur pour le produit final dans le respect des règles de concurrence. Le calcul agrégé pour des produits alimentaires comprenant des matières premières agricoles pour lesquelles l'indicateur n'a pas été calculé devra faire l'objet d'une réflexion spécifique.

Comment traiter les matières premières agricoles importées ? Un focus particulier devra être réalisé sur les matières premières agricoles importées, explicitement visées par la Loi. Il conviendra d'analyser les modalités de transmission des informations, les possibilités de vérification de la traçabilité et de la véracité des données ainsi que les conditions d'introduction dans l'indicateur global de la denrée alimentaire, en particulier lorsque ces matières premières ne sont pas notées.

Quels formats d'affichage proposer ? Il s'agit d'analyser les avantages et limites de différents formats d'affichage pouvant être mis en œuvre au niveau de l'offre alimentaire aux consommateurs. Quelles sont les modalités d'affichage adaptées à l'information des consommateurs sur la rémunération des producteurs agricoles ? Faut-il préconiser une modalité d'affichage particulière, ou différentes modalités selon les contextes de consommation ? Faut-il un affichage descriptif (par exemple des nombres) ou prescriptif (logos, couleurs...) ? Faut-il un affichage par catégories de produits, ou sur l'ensemble de l'alimentation ? Comment concilier ce format d'affichage avec les autres affichages existants (signes officiels de la qualité et d'origine, Nutri-Score, affichage environnemental, ...) ? Ce thème a déjà été largement exploré par l'expérimentation sur l'affichage environnemental. Cependant, la possibilité de transposer ses conclusions à une problématique différente pourra être vérifiée, et la question de la multiplicité des affichages mérite analyse.

- Quelles sont les conditions de mise en œuvre ? Il s'agit d'apporter des éclairages sur les conditions de déploiement d'un dispositif d'affichage, sur les intérêts et contraintes pour les acteurs, sur les coûts de mise en œuvre. Cela renvoie en particulier à la disponibilité des données, aux coûts de calcul des indicateurs envisageables, aux coûts internes (packaging, marketing, communication ...) pour les acteurs des filières agro-alimentaires, ainsi qu'aux contrôles à mettre en œuvre pour garantir la véracité des informations affichées.

Le comité scientifique pourra s'appuyer sur les résultats des groupes de travail pour proposer des travaux complémentaires ou études.

### **3-Organisation de l'expérimentation**

Les principes relatifs aux conditions de participation et d'évaluation des initiatives à l'expérimentation sont décrits ci-dessous. Ils pourront être complétés ultérieurement par le comité de pilotage, le cas échéant sur avis du conseil scientifique.

#### **3.1 L'appel à candidatures**

Les travaux s'organiseront autour d'initiatives portées par des acteurs publics ou privés. Les travaux des groupes transversaux (cf. 2.2) et les initiatives seront menés en parallèle, s'alimentant de manière croisée.

Toute structure est invitée à déposer des projets d'initiatives répondant aux objectifs identifiés (cf. paragraphe 1). Ces initiatives sont exclusivement volontaires. Aucun accompagnement financier n'est prévu à ce stade.

On distingue deux types d'initiatives :

- Initiatives visant la capitalisation des dispositifs d'affichage en cours : Ces initiatives seront transparentes sur les méthodologies développées. Ils présenteront leur propre évaluation des impacts du dispositif testé, dans le cadre du bilan de l'expérimentation prévu au 4. Les projets peuvent évoluer au cours de l'expérimentation, en particulier en réponse aux orientations du comité de pilotage.
- Etudes permettant de mesurer les impacts des dispositifs sur les consommateurs et les agriculteurs : Elles visent à évaluer l'impact sur le comportement d'achat des consommateurs cibles et sur la rémunération des agriculteurs des dispositifs testés, en analysant un ou plusieurs des thèmes de l'expérimentation. Selon les paramètres testés, ces travaux pourront débuter plus ou moins rapidement. Le protocole d'expérimentation sera validé par le comité de pilotage après avis du conseil scientifique.

Il n'est pas prévu de validation des initiatives, c'est un avis circonstancié qui sera rendu sur chacune (chaque acteur est libre de tester différents dispositifs). Cependant, dans l'intérêt de l'expérimentation, des recommandations et avis pourront être émis par le conseil scientifique.

Pour chaque initiative :

- une note écrite par le porteur de l'initiative décrira brièvement l'objectif visé (au regard de l'expérimentation), le protocole d'expérimentation (méthodes, moyens, calendrier), ainsi que les modalités d'élaboration du bilan (fiche de description à construire par le comité de pilotage),

- un avis sera formulé par le conseil scientifique quant à l'opportunité de l'initiative, la fiabilité du dispositif proposé pour l'expérimentation (méthodes et modes de traitement des données obtenues), son opérationnalité ; il pourra comprendre des recommandations afin de faciliter l'obtention de résultats exploitables pour la construction du bilan.

### **3.2 Conditions de participation à l'expérimentation**

L'expérimentation est ouverte à tout porteur d'une initiative s'inscrivant dans les principes des situations décrites ci-dessus. Le porteur du projet est libre de tester tout dispositif, mais pour être intégré dans l'expérimentation nationale, il devra transmettre au comité de pilotage :

- une description précise des méthodologies (méthodes de calculs et d'agrégations éventuelles) mises en œuvre et les bases de données utilisées,
- une description précise des outils utilisés,
- une description de la population visée dans le cadre de l'expérimentation,
- des éléments d'appréciation de la notoriété du dispositif d'information, notamment le nombre d'utilisateurs et le profil de la population test visée.,
- des éléments d'analyse de sa compréhensibilité par les usagers,
- des éléments concernant l'effet sur le consommateur et l'efficacité pour une consommation plus vertueuse,
- des bilans sur le coût de mise en œuvre,
- des analyses sur les risques de confusion, et de mauvaise interprétation.

Un cadre d'analyse (grille d'évaluation, structure du rapport) des initiatives pourra être proposé par le comité de pilotage et le comité scientifique au cours de l'expérimentation.

### **3.3 Evaluation des initiatives**

Un bilan synthétique sera remis par le porteur d'initiative au comité de pilotage et analysé par le comité scientifique pour la rédaction du rapport global et le cas échéant des rapports intermédiaires.

L'évaluation des initiatives portera notamment sur les critères suivants :

- la pertinence scientifique des indicateurs utilisés (adéquation avec les objectifs visés),
- la compréhension et perception de l'indicateur par les utilisateurs ainsi que son efficacité,
- l'opérationnalité du dispositif (complétude des données disponibles, accessibilité des données, capacité à prendre en compte les produits importés et transformés ...),
- le coût de mise en œuvre du dispositif et les conditions de développement (outils, traçabilité, organisation ...),
- les risques éventuellement induits par le dispositif (effet d'éviction, effet d'aubaine, « social washing », ...),
- le niveau de transparence (méthode, données) au vu des impératifs de la réglementation de la concurrence,
- la contrôlabilité du dispositif,
- le respect des conditions de participation.

#### **4- Bilan global de l'expérimentation**

A l'issue de l'expérimentation, un bilan sera réalisé par le comité de pilotage. Pour la rédaction de ce bilan, il pourra s'appuyer sur un prestataire, et mobilisera les conclusions du conseil scientifique. Le bilan du conseil scientifique sera également publié en tant que tel (adossé au rapport général).

Le bilan prendra en considération les résultats de chaque initiative, des études complémentaires réalisées, des productions des groupes de travail, des conclusions du conseil scientifique.

Le bilan de l'expérimentation pourra notamment aborder :

- l'opérationnalité des dispositifs testés (faisabilité de mise en œuvre, possibilité et conditions de généralisation...),
- l'appréciation et la compréhension des informations (par les consommateurs, les exploitants agricoles et les entreprises),
- les intérêts et limites par rapport aux objectifs visés, et les risques des dispositifs,
- la cohérence et l'adéquation avec les politiques publiques et autres dispositifs d'information du consommateur,
- les conditions de déploiement (méthodes, outils, base de données, coût...), les implications socio-économiques,
- la transparence et les conditions de contrôle du dispositif,
- les recommandations (techniques, méthodologiques, économiques et sociales) pour la suite.

Les membres du comité des partenaires fourniront s'ils le souhaitent un avis sur ce bilan, auquel les avis reçus seront annexés.

Si des résultats intermédiaires le justifient, des bilans d'étape pourront être établis.

#### **5- Calendrier prévisionnel**

(A définir)

## **Annexe 4 : Ebauche d'appel à initiatives**

La proposition qui suit a été réalisée en se basant sur l'appel à candidature de l'expérimentation d'affichage environnemental sur les produits alimentaires en l'adaptant pour prendre en compte les spécificités de l'information sur les conditions de rémunération. Elle décline les principes énoncés dans la proposition de protocole d'encadrement objet de l'annexe 3.

**APPEL A CANDIDATURE POUR PARTICIPER A  
L'EXPERIMENTATION PREVUE PAR L'ARTICLE 10  
DE LA LOI DU 18 OCTOBRE 2021**

*Date début de dépôt des projets :*

*Date limite de dépôt des projets :*

*Contacts :*

**1- Contexte et objectifs de l'appel à candidature**

L'expérimentation prévue en application de l'article 10 de la loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs, dite « Loi EGALIM 2 », et de son décret d'application du xxx a pour but de faire émerger différentes méthodologies de description et d'évaluation des conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles et différentes modalités d'affichage de cette information pour le consommateur de denrées alimentaires. Le protocole général de l'expérimentation en annexe en décrit les grands principes, notamment la gouvernance, les travaux à conduire ainsi que le calendrier.

Les travaux relatifs à l'expérimentation sont conduits par le comité de pilotage de l'expérimentation composé du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, du ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, de FranceAgriMer, de l'institut national de la consommation (INC) et du président (ou de son représentant) du conseil scientifique de l'expérimentation, à travers trois dispositifs :

- des groupes de travail transversaux permettant d'étudier et d'apporter des éclairages à des problématiques identifiées ;
- un volet expérimental, reposant sur des initiatives mises en œuvre de manière volontaire par des structures privées ou publiques, répondant à cet appel à candidature ;
- des études complémentaires à l'initiative du comité de pilotage.

**2- Périmètre - Initiatives attendues**

**2.1- Périmètre des initiatives**

Cette expérimentation repose sur les initiatives portées par des acteurs privés ou publics. Toute structure est invitée à déposer auprès du comité de pilotage des initiatives ayant pour objectif d'apporter un éclairage à la question suivante :

« Selon quelles modalités est-il possible de fournir au consommateur une information lisible, fiable et objective sur les conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles, afin de lui permettre d'orienter ses choix vers une consommation de produits assurant aux agriculteurs une rémunération satisfaisante ? »

Le champ d'expérimentation couvre une diversité de thématiques, telles que ::

- les produits et les modes de commercialisation qui peuvent être concernés ;
- les modalités de description et les critères d'évaluation des conditions de rémunération

- envisageables ;
- le contenu et le format d'affichage ;
  - la traçabilité des données, la transparence et la fiabilité des informations apportées au consommateur ;
  - les impacts sur le consommateur et sur la rémunération des producteurs agricoles.

Ces projets sont exclusivement volontaires. Aucun accompagnement financier n'est prévu à ce stade.

## 2.2 -Type de projets attendus

Les projets proposés devront traiter les thèmes suivants et apporter un éclairage sur l'un ou plusieurs d'entre eux :

- Quels indicateurs calculer ? Il s'agit notamment d'identifier les critères qui permettent de décrire les conditions de rémunération des producteurs de produit agricole (prix, existence de contrats de long terme, engagements de volume, prise en compte de la variation de coût des intrants, délais de paiement, ...), et les méthodes pour les évaluer en prenant en compte la représentativité vis-à-vis de l'équilibre économique des exploitations agricoles et des revenus des agriculteurs d'une part, et la compréhension des consommateurs d'autre part.
- Comment combiner les indicateurs de différents produits agricoles entrant dans la composition d'un produit alimentaire ? Il s'agit d'établir une méthodologie permettant d'agrégier les indicateurs relevant de chacun des lots de matière première agricole utilisés. Les produits alimentaires comprenant des lots pour lesquelles l'indicateur n'a pas été calculé devront faire l'objet d'une réflexion spécifique.
- Comment traiter les matières premières agricoles importées ? Il s'agit d'analyser les modalités de transmission des informations, les possibilités de vérification de la traçabilité et de la véracité des données ainsi que les conditions d'introduction dans l'indicateur global de la denrée alimentaire, en particulier lorsque ces matières premières ne sont pas notées.
- Quels formats d'affichage proposer ? Il s'agit d'analyser les avantages et limites de différents formats d'affichage pouvant être mis en œuvre au niveau de l'offre alimentaire aux consommateurs. Comment concilier ce format d'affichage avec les autres affichages existants (signes officiels de la qualité et d'origine, Nutri-Score, affichage environnemental, ...) ? Ce thème a déjà été largement exploré par l'expérimentation sur l'affichage environnemental. Cependant, la possibilité de transposer ses conclusions à une problématique différente devrait être vérifiée, et la question de la multiplicité des affichages semble nouvelle.
- Quelles sont les conditions de mise en œuvre ? Il s'agit d'apporter des éclairages sur les conditions de développement d'un dispositif d'affichage, sur les intérêts et contraintes pour les acteurs, sur les coûts de mise en œuvre. Cela renvoie en particulier à la disponibilité des données, aux coûts de caractérisation des indicateurs envisageables, ainsi

qu'aux coûts internes (packaging, marketing, communication ...) pour les acteurs des filières agro-alimentaires.

- Quels sont les effets/impacts des dispositifs d'affichage sur les populations cibles ? Les projets pourront notamment évaluer la compréhension des dispositifs par le consommateur et mesurer les impacts sur les actes de consommation et sur la rémunération des agriculteurs

Deux types de projets sont attendus.

#### Initiatives visant la capitalisation des dispositifs d'affichage en cours

Ces initiatives seront transparentes sur les méthodologies développées et viendront alimenter les travaux des groupes de travail. Ils présenteront leur propre évaluation des impacts du dispositif testé, dans le cadre du bilan prévu au point 3.3. Les projets peuvent évoluer au cours de l'expérimentation, en particulier pour se conformer aux orientations du comité de pilotage.

#### Etudes permettant de mesurer les impacts des dispositifs sur les consommateurs et les agriculteurs

Elles visent à évaluer l'impact sur le comportement d'achat des consommateurs cibles et sur la rémunération des agriculteurs des dispositifs testés, en analysant un ou plusieurs des thèmes de l'expérimentation listés ci-dessus. Selon les paramètres testés, ces travaux pourront débuter plus ou moins rapidement. Le protocole d'expérimentation sera validé par le comité de pilotage après avis du conseil scientifique.

### 3- Déroulement et modalités de candidature

#### **3.1 - Déroulement de l'appel à projets**

Toutes structures, privées ou publiques, peuvent candidater à l'appel à candidature.

Le comité de pilotage évaluera la recevabilité des propositions reçues, en fonction :

- de la pertinence du projet au regard du périmètre de l'expérimentation ;
- de la pertinence des méthodologies/moyens proposés pour répondre à l'objectif fixé et au regard
  - o du calendrier ;
  - o de la transparence sur les méthodes, les bases de données et les résultats visés ;
  - o de la prise en compte des recommandations importantes du comité de pilotage.

Le comité de pilotage rendra un avis sur chacun des projets, en s'appuyant sur les recommandations du conseil scientifique, au maximum un mois après le dépôt du dossier.

La durée des projets sera variable, laissée à l'appréciation des porteurs de projets, qui devront proposer des méthodologies adaptées à leurs moyens et au calendrier. Les porteurs de projets

s'engagent au respect des principes énoncés au paragraphe 3.2, pour le bon déroulement de l'expérimentation et faciliter la réalisation du bilan.

Si certaines recommandations importantes ne sont pas suivies, le comité de pilotage et le comité scientifique se réservent la possibilité de ne pas intégrer les résultats du projet au bilan global de l'expérimentation.

### **3.2 - Engagements des candidats**

Les candidats s'engagent à respecter les points suivants :

#### Engagement du respect des procédures suivantes :

- dépôt du dossier de candidature à partir du xxxx;
- prise en compte, dans la mesure du possible, des recommandations du comité de pilotage pour le déroulement du projet ;
- information régulière de l'avancement du projet,
- remise du rapport de bilan dans les délais requis, qui permettra l'évaluation du projet par le comité scientifique et le comité de pilotage.

Engagement de transparence, par fourniture au comité de pilotage de toutes informations sur le projet et notamment les méthodologies employées, conformément au dossier de candidature (annexe 1).

#### Engagement d'acceptation des modalités de coopération avec les instances de gouvernance, prévues au protocole de cadrage de l'expérimentation :

- présentation de l'avancement des travaux au comité des partenaires ou aux groupes de travail transversaux,
- possibilité de solliciter auprès du comité de pilotage un avis ou un éclairage sur la conduite de son projet expérimental,
- possibilité d'intégrer un commentaire en annexe du bilan de l'expérimentation qui sera transmis au Parlement.

Ces modalités de collaboration visent à éclairer et alimenter les travaux des instances de gouvernance (comité de pilotage, comité des partenaires, groupes de travail thématiques) et l'ensemble des projets, et à permettre une complète information du Parlement.

### **3.3 - Evaluation des projets à l'issue de la période d'expérimentation**

Les projets d'expérimentation visent à éclairer le comité de pilotage sur les perspectives de mise en œuvre d'un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles.

Pour ce faire, chaque projet sera analysé par le comité de pilotage de l'expérimentation, en s'appuyant sur l'avis du conseil scientifique.

Il sera demandé aux porteurs de projet de se positionner sur le ou les thèmes étudiés par leur expérimentation (cf. 2.2).

L'analyse des projets portera notamment sur :

- le respect des conditions de participation,
- la pertinence scientifique de la méthodologie utilisée (choix des indicateurs et des scores utilisés pour décrire et évaluer les conditions de rémunération, adaptation de la population test aux objectifs poursuivis, analyse des coûts, modalité de transfert des données jusqu'au consommateur),
- l'opérationnalité du dispositif (complétude des données disponibles, accessibilité des données, capacité à prendre en compte les produits importés et transformés ...),
- le niveau de transparence (méthode, données),
- les résultats obtenus,
- la compréhension par les utilisateurs (consommateurs, agriculteurs), et les effets en termes de modification de comportements de consommation et de rémunération des agriculteurs,
- une analyse coût-bénéfices (coût de mise en œuvre pour les porteurs de projets, versus bénéfices pour les usagers),
- une analyse de risque (effets non souhaités possibles d'un tel affichage et mesures de prévention)
- les conditions de développement ou de généralisation du dispositif,
- le caractère aisément contrôlable du dispositif,
- la cohérence du dispositif expérimental avec les politiques publiques existantes au niveau national et européen.

L'évaluation des projets sera réalisée sur la base d'un rapport remis dans les deux mois suivant leur achèvement par les porteurs de projets au comité de pilotage et qui comprendra à minima des informations sur :

- la méthodologie utilisée et ses adaptations éventuelles par rapport à celle présentée dans le dossier de candidature,
- le déroulement du projet expérimental (chronologie, moyens engagés, coûts...),
- les résultats obtenus : perception des utilisateurs (consommateurs et agriculteurs), impact sur les modes de consommation, impact sur la rémunération des agriculteurs...
- les conclusions (pertinence de l'information produite, possibilité de généralisation du dispositif proposé...).

Le comité de pilotage se réserve également la possibilité de compléter l'analyse et le bilan avec l'appui d'un organisme indépendant.

#### **3.4 - Calendrier de l'appel à candidature et des projets**

A préciser

Annexe : fiche de candidature

Initiatives candidates à l'expérimentation prévues par l'article 10 de la Loi  
du 18 octobre 2021

---

*Les fiches de candidature sont à  
envoyer à :*

*5 pages maximum*

**1- Présentation du projet et de son porteur**

- Descriptif de la structure : raison sociale, nature juridique, siège social, activités, taille, chiffre d'affaires, date de création, dynamique actuelle (développement, stabilité etc.)
- Descriptif du projet: filières/produits ou services proposés, clients ciblés, localisation, date de démarrage, dynamique actuelle (en précisant la tendance pour chaque produit concerné), chiffre d'affaires spécifique si pertinent

**2- Objectifs du projet, motivations et enjeux**

- Principaux bénéfices attendus pour la structure, attentes des parties prenantes (clients, fournisseurs, ...).
- Objectifs visés au travers de la participation à l'expérimentation.
- Les contributions visées sur :
  - Quels indicateurs calculer ?
  - Comment combiner les indicateurs de différents produits agricoles entrant dans la composition d'un produit alimentaire ?
  - Comment traiter les matières premières agricoles importées ?
  - Quels formats d'affichage proposer ?
  - Quelles sont les conditions de mise en œuvre ?
  - Quels sont les effets/impacts des dispositifs d'affichage sur les populations cibles ?
- Périmètre de l'expérimentation : type d'expérimentation (laboratoire ou test consommateur grandeur nature), catégories de produits concernées, type de commercialisation testé, ...

**3- Description détaillée du projet et méthodologie envisagée**

- Méthodologie(s) envisagée(s) pour caractériser les conditions de rémunération du producteur de produits agricoles (données utilisées et leur accessibilité, critères, indicateurs et leurs modalités de calcul et d'actualisation, etc.).

- Méthodologies envisagées pour construire un indicateur synthétique des conditions de rémunération des différents producteurs de matières premières agricoles présentes dans un produit alimentaire final (modalités de production de scores par combinaison d'indicateurs...)
- Formes et modalités de mise à disposition d'une information auprès des utilisateurs (consommateurs, entreprises) : affichage sur le produit, information numérique, ...
- Population cible de la démarche expérimentale (nombre, profil).
- Caractérisation des résultats attendus de la démarche expérimentale et modalités de leur recueil, modalités envisagées pour l'analyse et la restitution des résultats
- Analyse des risques d'effets non souhaités et coût envisagé.
- Analyse de la possibilité d'extrapoler les résultats et de généraliser le dispositif d'information.

#### **4- Calendrier et moyens**

- Moyens prévus par le candidat et calendrier pour la réalisation du projet expérimental.
- Equipe projet et contacts.

## Annexe 5 : Liste des personnes rencontrées

Nom Prénom	Organisme	Fonction	Date de rencontre
Benoît ASSEMAT	CGAAER	Membre	11/4/2022
Anne BELLANCOURT		Membre	
Boris BOUVILLE	CGAAER	Membre	13/4/2022
Nicolas MAZIERES		Membre	
Célia DE LAVERGNE	Assemblée Nationale	Députée	13/4/2022
Sylvie VAREILLE	Conseil national de l'alimentation	Secrétaire interministérielle	11/5/2022
Pierre CLAQUIN	FranceAgriMer	Directeur Marchés, études et prospectives	12/5/2022
Frédéric DOUEL		Secrétaire général de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires	
Jean-Marc CALLOIS	MASA - DGPE	Délégué ministériel aux entreprises agroalimentaires	13/5/2022
Bruno HERAULT	MASA – SG – SSP – CEP	Sous-directeur	19/5/2022
Mickaël HUGONNET		Chef du bureau de l'évaluation et de l'analyse économique	
Thierry DAHAN		Médiateur des relations commerciales agricoles	9/6/2022
Cédric PREVOST	MASA – DGAL	Sous-directeur de l'accompagnement des transitions alimentaires et agroécologiques	16/6/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Cédric PREVOST	MASA – DGAL – SPPSI - SDATAA	Sous-directeur	16/6/2022
Gilles BON - MAURY	France Stratégie	Secrétaire permanent de la plateforme RSE	17/6/2022
Gérard YOU Baptiste BUCZINSKI	IDELE	Chef du service économie des filières  Agroéconomiste	23/6/2022
Jérôme MOUSSET  Sarah MARTIN  Vincent COLOMB	ADEME	Directeur bioéconomie et énergies renouvelables  Cheffe du service agriculture, forêt et alimentation  Coordinateur affichage environnemental	28/6/2022
Patrice REMAUD  Vincent BRACK  Sanae BOUKHRISS	FNPL	Membre du bureau  Directeur  Doctorante	30/6/2022
Bruno DUFAYET  Marie PENN	FNB	Président  Chargée de mission	5/7/2022
Stéphanie PAGEOT  Christophe OSMONT  Samuel FROIS  Sophie RIGONDAUD	FNAB	Secrétaire nationale  Référent questions sociales du label FNAB  Chargé de mission  Chargée de mission	6/7/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Olivier CATROU	INAO	Responsable mission économie et pôle agriculture biologique	19/7/2022
François-Xavier Alain LE BOULANGER Simon BONNET	FNIL	Président directeur général Délégué régional Grand Ouest Administrateur et Directeur des achats amonts laitiers du groupe BEL	20/7/2022
Bruno COLIN Gaëlle DUPAS Carole HUMBERT Thibaut BUSSONIERE Quentin MATHIEU Aurélie CHARRIER	LCA	Président du pôle animal et de la section bovine Directrice du pôle animal Directrice de la coopération laitière Responsable affaires publiques Responsable économie Juriste	21/7/2022
Patrick BENEZIT Benjamin GUILLAUMÉ	FNSEA	Secrétaire général adjoint Chef du service économie des filières	26/7/2022
Sébastien PICARDAT Renaud FONT Thomas GOMEZ	AgDataHub	Directeur général Directeur des opérations Chargé de projet agriculture numérique	2/8/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Pascale HEBEL	Conseil national de l'alimentation	Président du groupe de concertation sur les nouveaux comportements alimentaires Directrice associée de C-Ways	5/8/2022
Julie MAISONHAUTE  Victoire CAÏLA	Commerce équitable France	Déléguée générale adjointe	13/9/2022
		Responsable plaidoyer	
Philippe LAVAL  Sophie REMOND	INC	Directeur général	14/9/2022
		Responsable des études	
Lisa FAULET	CLCV	Responsable scientifique et alimentation	15/9/2022
Ariane VANDER STAPEN  Alexander ROGGE  Nicolas PONCON	Commission européenne DG Santé  Représentation permanente auprès de l'UE	Chef d'unité adjointe unité E1 Farm to fork  Expert au sein de l'unité E1  Délégué adjoint pour les affaires agricoles	19/9/2022
Anne LEGENTIL  Stéphanie TRUQUIN	Fédération nationale Familles rurales	Conseillère technique Service juridique et consommation	19/9/2022
		Conseillère technique Service juridique et consommation	
Guillaume LIDON	UNPT	Directeur	22/9/2022
Raphaël PETIT	C'est qui le patron ?	Responsable juridique et affaires publiques	22/9/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Romane BEARD Joséphine ROUX		Chargée de missions juridiques  Responsable filières amont	
Sophie THOYER  Laurent MULLER  Fabrice ETILE  Sabrina TEYSSIER	INRAE	Cheffe de département adjointe ECOSOCIO  Directrice du métaprogramme BETTER   Directeur de recherche – UMR GAEL   Directeur de recherche – UMR ALISS, professeur à PSE   Chargée de recherche – UMR GAEL	23/9/2022
Fabrice HEGRON	En direct des éleveurs (SAS de nous à vous)	Président	26/9/2022
Stéphanie PRAT	FNPF	Directrice	26/9/2022
Ludovic BRINDEJONC  Maeva ESCOLA  Jean-Luc POISSON	Agri Ethique	Directeur général   Responsable gestion du label et certification   Chargé de développement	27/9/2022
Olivier ANDRAULT	UFC Que choisir	Chargé de mission alimentation	4/10/2022
Perrine LEBRUN	McDonald's France	Directrice de la Communication, des relations extérieures et du service consommateur	6/10/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Eloi DE LA CELLE		Directeur Achats, Qualité, Logistique et Environnement	
Evangéline BAEYENS	ILEC	Responsable pôle environnement et RH	7/10/2022
Sophie PALAUQUI		Responsable pôle marketing et RSE	
Marie BUISSON	ANIA	Directrice juridique	11/10/2022
Simon FOUCAULT		Directeur affaires publiques	
Claire TOURET	Biopartenaire	Déléguée générale	12/10/2022
Oona BIJASSON		Responsable du suivi des filières françaises et des référentiels	
Carole JOLIFF	FNP	Secrétaire générale	12/10/2022
Eric THEBAULT		Directeur	
Philippe DUMAS	SICAREV	Président	13/10/2022
François CHAINTRON		Directeur développement des filières	
Pascal ROBERT	FCA	Président du collège alimentaire	14/10/2022
Vincent MARTIN		Directeur du collège alimentaire	
Hervé MAYAUD		Directeur des relations avec les agriculteurs - Intermarché	
Guillaume PEYROUTOU		Responsable des questions agricoles - Leclerc	
Véronique BORZEIX	FranceAgriMer	Directrice générale adjointe	18/10/2022

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Pierre CLAQUIN		Directeur marchés, études et prospectives	
Christian DIVIN	ADEPALE	Directeur général	19/10/2022
Karima KACI		Directrice générale adjointe	
Nicolas PENANHOAT		Directeur juridique	
Hugues BEYLER	FCD	Directeur agriculture et filières	19/10/2022
Jacques DAVY		Directeur affaires juridiques et fiscales	
Emmanuel RIZZI	Coordination rurale	Vice-président	19/10
Stéphane CHARBONNEAU		Responsable de la section viandes	
Pierre CHAMBU	MEFSIN - DGCCRF	Chef du service de la protection des consommateurs et de la régulation des marchés	27/10/2022
Annick BIOLLEY-COORNAERT		Sous-directrice produits et marchés agroalimentaires (sous-direction 4)	
Dominique BAELDE		Adjointe à la cheffe du bureau 4A Valorisation nutritionnelle et information sur les denrées alimentaires	
Sophie DUSSOURS		Rédactrice bureau 4A Information des consommateurs	

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Emmanuel LARGE		Chef du bureau 4C Marchés des produits d'origine végétale, des intrants et des boissons	
Jean-Marc LABOUILLE		Rédacteur bureau 4C Activités transversales	
Jean-Jérôme JUNG		Chef du bureau 4D Marchés des produits d'origine animale et de l'alimentation animale	
Anne-Sophie CORBE		Rédactrice bureau 4D Pôle Economie - Concurrence	
Eric MAURUS		Sous-directeur Communication, programmation, analyse économique et relations avec le mouvement consumériste (sous-direction 1)	
Pierre Edouard VISSE		Adjoint au chef du bureau 1B Analyse économique et veille stratégique	
Bertrand JEHANNO		Chef du bureau 3B Politique et droit de la concurrence (3B)	
Lucas PIERORAZIO		Adjoint au chef du bureau 3B	
Mélanie PICOT		Rédactrice bureau 3B	
Pierre REBEYROL		Chef du bureau 3C Commerce et relations commerciales	

<b>Nom Prénom</b>	<b>Organisme</b>	<b>Fonction</b>	<b>Date de rencontre</b>
Denis PERREAU	Confédération paysanne	Secrétaire national	27/10
Juliet VANAQUAIRE		Animatrice commission viande bovine	

Des réunions de suivi avec la sous-direction de la compétitivité de la DGPE (Mylène TESTUT-NEVES, sous directrice, Emmanuel BOUYER, son adjoint, Paul HENNART, chef du bureau « relations économiques et statut des entreprises », Béatrice NEYRAC DE MIGUEL, chargée de mission « suivi des organisations interprofessionnelles et droit de la concurrence » et Matthieu HERBELIN, chargé de mission « relations commerciales au sein des filières ») ont été organisées les 7 avril, 20 mai, 12 juillet et 22 septembre.

## **Annexe 6 : Liste des sigles utilisés**

ACV	Analyse de cycle de vie
ADEME	Agence de la transition écologique
ADEPALE	Association des entreprises de produits alimentaires élaborés
AGEC	Loi AGEC : Loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire
ANIA	Association nationale des industries alimentaires
CGAAER	Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux
CEP	Centre d'études et de prospective
CLCV	Consommation, logement et cadre de vie
Climat résilience	Loi climat résilience : Loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets
CNA	Conseil national de l'alimentation
CNIEL	Centre national interprofessionnel de l'économie laitière
DGAL	Direction générale de l'alimentation
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
DGPE	Direction générale de la performance économique et environnementale des entreprises
EGalim	Loi EGalim : Loi du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous
EGalim 2	Loi EGalim 2 : Loi du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs
ETP	Equivalent temps plein
FCA	Fédération du commerce coopératif et associé
FCD	Fédération du commerce et de la distribution
FNAB	Fédération nationale de l'agriculture biologique
FNB	Fédération nationale bovine
FNIL	Fédération nationale des industries laitières
FNP	Fédération nationale porcine

FNPF	Fédération nationale des producteurs de fruits
FNPL	Fédération nationale des producteurs de lait
FNSEA	Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles
HVE	Haute valeur environnementale
IDELE	Institut de l'élevage
IFIP	Institut de la filière porcine
ILEC	Institut de liaison des entreprises de consommation
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INC	Institut national de la consommation
INCO	Règlement INCO : Règlement européen du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires
INRAE	Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement
INTERBEV	Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes
IPAMPA	Indices des prix d'achat des moyens de production agricole
LCA	La coopération agricole
MASA	Ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire
MDD	Marque de distributeur
MEFSIN	Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique
ODG	Organisme de défense et de gestion
OFPM	Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires
OGM	Organisme génétiquement modifié
OP	Organisation de producteurs
Smic	Salaire minimum de croissance
RSA	Revenu de solidarité active
RSE	Responsabilité sociale des entreprises
SIQO	Signes officiel de la qualité et de l'origine
UE	Union européenne
UFC	Union fédérale des consommateurs
UNPT	Union nationale des producteurs de pommes de terre

## **Annexe 7 : Liste des textes de références**

**Loi n° 2021-1357du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs**  
dont l'article 10 crée l'expérimentation d'un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux conditions de rémunération des producteurs de produits agricoles

**Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires**, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission, et notamment son chapitre VI « mesures nationales »

**Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises modifiée**, dont l'article 60 définit le commerce équitable

**LOI n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets**, dont l'article 2 définit un affichage destiné à apporter au consommateur une information relative aux impacts environnementaux ou aux impacts environnementaux et au respect de critères sociaux d'un bien, d'un service ou d'une catégorie de biens ou de services mis sur le marché national et met en place des expérimentations afin d'évaluer différentes méthodologies de calcul des impacts environnementaux et modalités d'affichage

**Communication de la Commission européenne « Une stratégie "De la ferme à la table" pour un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement », qui annonce dans son paragraphe 2.4 un « cadre d'étiquetage durable couvrant, en synergie avec les autres initiatives pertinentes, les aspects nutritionnels, climatiques, environnementaux et sociaux des produits alimentaires »**

## Annexe 8 : Bibliographie

Dossiers législatifs relatifs à la Loi du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs :

[https://www.assemblee-](https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/dossiers/proteger_remuneration_agriculteurs?etape=15-AN1)

[nationale.fr/dyn/15/dossiers/proteger\\_remuneration\\_agriculteurs?etape=15-AN1](https://www.senat.fr/dossier-legislatif/ppl20-718.html)

<https://www.senat.fr/dossier-legislatif/ppl20-718.html>

Pendant l'examen de la Loi, le futur article 10 était numéroté article 2 bis.

Dossier relatif à l'expérimentation 2020/2021 d'affichage environnemental dans le secteur alimentaire :

<https://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/consommer-autrement/passer-a-laction/reconnaitre-produit-plus-respectueux-lenvironnement/dossier/laffichage-environnemental/affichage-environnemental-secteur-alimentaire-experimentation-20202021>

Il inclut notamment :

- - Protocole d'encadrement de l'expérimentation « Affichage environnemental » dans le secteur alimentaire
- - Appel à candidature - Expérimentation sur l'affichage environnemental dans le secteur alimentaire
- - L'affichage environnemental des produits alimentaires - Rapport final du Conseil scientifique
- - Affichage environnemental des produits alimentaires - Rapport du gouvernement au parlement - Bilan de l'expérimentation et enseignements

Information du consommateur : privilégier la qualité à la profusion – Florence BLATRIX CONTAT, Françoise FERAT, Fabien GAY – rapport d'information n°742 du Sénat – juin 2022

Politique RSE des entreprises et Transition agroécologique – Anne BELLANCOURT, Patrick FALCONE – CGAAER n°21035 – septembre 2021

Evolution du revenu agricole en France depuis 30 ans, facteurs d'évolution d'ici 2030 et leçons à en tirer pour les politiques mises en œuvre par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation – Elisabeth MERCIER, Xavier ORY, Dominique TREMBLAY - CGAAER n°21040 - avril 2022

Avis du Conseil national de l'alimentation :

- Avis n°75 - 01/2017 - Réflexion sur l'étiquetage nutritionnel simplifié

- Avis n°81 - 09/2018 - Alimentation favorable à la santé
- Avis n°85 - 07/2020 - Réflexion pour une expérimentation d'un étiquetage du mode d'élevage
- Avis n°89 - 07/2021 - Retour d'expérience de la crise Covid-19 – Période du premier confinement national
- Avis n°90 – 07/2022 – Nouveaux comportements alimentaires : propositions d'actions pour une alimentation compatible avec des systèmes alimentaires durables

Avis de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail relatif à « l'analyse de la pertinence en matière de nutrition de systèmes d'information nutritionnelle destinés au consommateur » - ANSES – Janvier 2017

Etiquetage nutritionnel simplifié Rapport du comité de pilotage de l'évaluation en conditions réelles d'achat – Ministère des affaires sociales et de la santé – Avril 2017

Affichage social sur les biens et services – France Stratégie – Février 2022

Coût de production des filières animales et végétales : méthodologie et éléments d'analyse – RMT Economie des filières animales – novembre 2013

Etat des lieux des données de coûts de production agricoles et de leurs méthodes, dans les filières conventionnelles et sous SIQO Analyse transversale - Bertrand OUDIN, Cécile RIFFARD – CERESCO – juillet 2021

Droit de la concurrence et secteur agricole : lignes directrices – DGCCRF – juillet 2020

## **Annexe 9 : Panorama Internet d'initiatives existantes**

### **Le double affichage obligatoire sur les fruits et légumes en temps de crise**

[https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/08/14/m-glavany-introduit-le-double-affichage-des-prix-pour-les-fruits-et-legumes\\_3579224\\_1819218.html](https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/08/14/m-glavany-introduit-le-double-affichage-des-prix-pour-les-fruits-et-legumes_3579224_1819218.html)

[https://www.liberation.fr/societe/1999/08/21/a-chacun-son-double-affichage-les-grossistes-ont-acces-au-prix-initial-pas-les-petits-commercants\\_280937/](https://www.liberation.fr/societe/1999/08/21/a-chacun-son-double-affichage-les-grossistes-ont-acces-au-prix-initial-pas-les-petits-commercants_280937/)

### **Des circuits courts recherchant la « juste rémunération »**

Bienvenue à la ferme

[https://charente.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user\\_upload/Nouvelle-Aquitaine/096\\_Inst-Charente/Documents/COMMERCIALISER/BF/CC\\_Magasin\\_de\\_producteurs.pdf](https://charente.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Nouvelle-Aquitaine/096_Inst-Charente/Documents/COMMERCIALISER/BF/CC_Magasin_de_producteurs.pdf)

[https://charente.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user\\_upload/Nouvelle-Aquitaine/096\\_Inst-Charente/Documents/COMMERCIALISER/BF/CC\\_Drive\\_fermier.pdf](https://charente.chambre-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Nouvelle-Aquitaine/096_Inst-Charente/Documents/COMMERCIALISER/BF/CC_Drive_fermier.pdf)

Direct Market

<https://direct-market.fr/rse-responsabilite-sociale/>

La ruche qui dit oui

<https://laruchequiditoui.fr/fr>

### **Des labels**

Liés au bio

<https://www.entrain.com/articles/agriculture-bio-biologique-label-remuneration>

<https://www.biolineaires.com/label-fnab-on-va-plus-loin-que-le-commerce-equitable/>

De commerce équitable

<https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/cef-guide-label-of-2021.pdf>

<https://www.biopartenaire.com/fr/le-label/>

<https://www.bio-equitable-en-france.fr/le-commerce-equitable-en-france/>

<https://www.biolineaires.com/label-fnab-on-va-plus-loin-que-le-commerce-equitable/>

<https://maxhavelaarfrance.org/le-commerce-equitable/labels-et-cahiers-des-charges>

<https://maxhavelaarfrance.org/actualites/a-la-une/max-havelaar-france-lance-un-label-pour-les-agriculteurs-francais>

<http://www.oise-agricole.fr/actualites/le-label-agri-ethique-conserve-sa-place-de-leader:IAYLVEDC.html>

<https://www.agriethique.fr/wp-content/uploads/2021/03/AgriEthique-DP-24032021-2.pdf>

### **Des initiatives de GMS**

## Auchan

<https://presse-cie.com/presse/engage-de-longue-date-pour-la-juste-remuneration-des-agriculteurs-auchan-lance-auchan-solidaires-pour-soutenir-nos-producteurs/>

<https://www.lsa-conso.fr/auchan-lance-une-nouvelle-marque-solidaire-a-l-egard-des-producteurs-au-rayon-charcuterie-et-cremerie,403336>

<https://www.olivierdauvers.fr/2021/05/21/pour-ou-contre-le-double-affichage-du-prix-des-fruits-et-legumes-mon-avis-pour/>

## Intermarché

<https://www.intermarche.com/enseigne/magazine/merci-lait-citoyen>

<https://www.lopinion.fr/economie/intermarche-lance-le-lait-qui-dit-combien-il-remunere-les-agriculteurs>

## Lidl

<https://www.lidl.fr/les-producteurs>

<https://jhm.fr/precedent-contrat-pour-la-decarbonation-de-fermes/>

<https://www.processalimentaire.com/vie-des-iaa/egalim-2-lidl-et-la-fnb-lancent-le-remunera-score>

## Leclerc

<https://www.mouvement.leclerc/alimentation-de-qualite/soutien-aux-filieres-agricoles>

## Carrefour

<https://www.carrefour.com/fr/rse/engagements/promouvoir-et-developper-une-agriculture-durable>

<https://www.olivierdauvers.fr/2021/06/22/le-double-affichage-des-prix-toujours-une-exception-mais-davantage-visible/>

## Aldi

<https://www.aldi.fr/nos-engagements/qualite/viande-francaise.html>

## Des marques

C'est qui le patron

<https://lamarqueduconsommateur.com/>

<https://www.quechoisir.org/actualite-brique-de-lait-c-est-qui-le-patron-decryptage-d-un-phenomene-n23123/>

## Faire France

<https://fairefrance.fr/les-agriculteurs-et-leur-remuneration/>

## Biodemain

<https://www.annuairevert.com/magazine/11-actualite/425-la-marque-biodemain-poursuit-son-aide-a-l-agriculture-durable-un-secteur-en-difficulte>

## Des initiatives basées sur le numérique

<https://www.omie.fr/p/jus-fruits-phGYn75fVThCNJDv3yexr6/jus-pommes-poires-6f0b6fc5c8aa/jus-granny-citron-jaune-JAiGckizvizJov9liobgYq>

<https://blog.mylabel.io/outils-juste-remuneration/>

## **International**

<https://fairworldproject.org/wp-content/uploads/2019/12/international-Guide-to-Fair-Trade-Labels-2020-Edition.pdf>

## **Pays étrangers**

Belgique

<https://prixjuste.be/a-propos/le-label-prix-juste-producteur/>

Royaume uni

<https://www.fwi.co.uk/business/tesco-launches-milk-label-guarantees-fair-price>

<https://www.about.sainsburys.co.uk/sustainability/plan-for-better/our-stories/2017/fairness-for-farmers-whatever-the-weather>

Irlande

<https://www.farmersjournal.ie/tesco-unveils-fair-for-farmers-guarantee-label-for-fresh-milk-213989>

USA

<https://civileats.com/2019/04/29/does-your-food-label-guarantee-fair-farmworkers-rights-this-one-does/>

<https://www.foodnavigator-usa.com/Article/2014/09/26/Food-Justice-Certified-label-aims-to-verify-fair-treatment-of-farm-laborers-others-in-food-chain>

<https://www.greenerchoices.org/food-justice-certified/>

<https://www.agriculturaljusticeproject.org/en/learn-more/>

<https://equitablefood.org/the-efi-label/>

Australie

<https://www.sbs.com.au/news/article/bill-to-add-fair-price-label-to-milk/836ko5pbd>

<https://documents.parliament.qld.gov.au/tp/2016/5516T1859.pdf>

<https://www.abc.net.au/news/rural/2021-03-19/accc-approve-milk-logo-draws-mixed-reaction-from-dairy-producers/13261716>

Allemagne

<https://www.test.de/Fettarme-Frischmilch-ESL-gegen-traditionelle-Frischmilch-4230217-4230229/>

<https://www.alnatura.de/de-de/ueber-uns/alm-natura-initiativen/alm-natura-faire-preise-fuer-mehr-tierwohl/>

Espagne

<https://elpais.com/economia/2021-02-08/alianza-historica-de-agricultores-y-la-gran-distribucion-para-garantizar-precios-justos.html>

<https://m.facebook.com/carrefoures/photos/en-carrefour-apoyamos-a-nuestros-peque%C3%B1os-agricultores-y-productores-con-accion/3800124940076869/>

<https://www.agecu.es/2020/02/consumidor-busca-agricultor-para-comprar-comida-a-un-precio-justo/>

[https://www.elplural.com/sociedad/facua-traslada-ministro-agricultura-propuesta-ayudar-agricultores\\_233702102](https://www.elplural.com/sociedad/facua-traslada-ministro-agricultura-propuesta-ayudar-agricultores_233702102)