



Adhérents fondateurs



## Présentation de l'étiquette de Notation sociétale

Un étiquetage collaboratif d'évaluation de la performance  
sociétale des produits issus de la production agricole



## Un étiquetage adapté aux attentes des consommateurs

### Pourquoi un nouvel étiquetage ?

D'après l'ONU, il existe environ 150 labels alimentaires « durables » dans le monde. Ceux-ci sont rarement issus de démarches collectives, sont construits sur un petit nombre d'enjeux, et rarement lisibles du consommateur.

L'association Ferme France est née d'un triple besoin. D'une part, le besoin de répondre collectivement à l'ensemble des enjeux de société ; d'autre part, le besoin d'une information globale et simple du consommateur sur ses produits ; et enfin, le besoin des acteurs de l'alimentaire de valoriser leurs savoir-faire et leurs actions.

Le consommateur est aujourd'hui de plus en plus conscient que son alimentation est à la croisée de nombreux enjeux : sanitaires, sociaux, économiques, environnementaux. Dans son acte d'achat au-delà du critère prix, il a besoin de réassurance sur les modes de production de ses aliments, voire il souhaite s'impliquer personnellement dans l'amélioration des modes de production. C'est pourquoi nous avons imaginé un étiquetage sociétal, construit collectivement avec l'ensemble des adhérents et des parties prenantes de l'alimentaire. Cet étiquetage s'inscrit en complément des labels et étiquetages existants - tout en intégrant leurs actions dans la notation.

Ferme France s'adresse à un public qui souhaite une information globale où (i) toutes les étapes de la chaîne de valeur sont prises en compte (*production, transformation, logistique, distribution, commercialisation*), où (ii) tous les enjeux de société sont pris en compte (*environnement ; traçabilité ; nutrition & santé humaine ; bien-être animal & conditions de travail ; équité & contribution à l'économie française ; intérêt général*) et ce (iii) sur tous les produits (*bruts & élaborés ; animaux & végétaux ; liquides & solides ; français & importés*) de sa consommation courante.

Sur la base d'une méthode collaborative, l'association Ferme France a développé un référentiel de notation inédit visant à évaluer la qualité sociétale des produits issus de la production agricole, ainsi qu'un étiquetage associé. La démarche de notation sociétale vise à accompagner les acteurs des produits dans un progrès continu tout en informant mieux le consommateur.



## Un étiquetage symbolique et lisible

### Comment a été réalisée l'étiquette ?

L'étiquette de notation sociétale est l'aboutissement d'un travail collectif entre tous les acteurs engagés dans la démarche. Elle est la traduction de la mise en place d'un nouveau référentiel commun à tous les acteurs.

**Nous l'avons imaginée ronde.** Ronde comme le cycle de vie du produit, parce que nous devons tous être acteur de la démarche, quelle que soit notre place dans la chaîne de valeur des produits, du producteur au consommateur, en passant par les transformateurs, logisticiens, restaurateurs et commerçants. Ronde comme la Terre, parce que parmi les enjeux sociétaux il y a les enjeux environnementaux, qui conditionnent notre Vie. Enfin, ronde comme le cercle, symbole de l'unité et de la cohésion entre tous les acteurs de la démarche, engagés en faveur du Bien Commun.

**Nous l'avons souhaitée détaillée, à l'image de notre référentiel.** De cette façon, le consommateur dispose d'informations claires et précises sur le produit. L'étiquette sociétale est une démarche continue. L'étiquette que nous présentons en février 2019 est une étape majeure d'un travail de réflexion collective initié entre tous les acteurs engagés dans la démarche. 120 contributeurs, près d'une centaine de réunions pour élaborer un référentiel de notation inédit composé aujourd'hui de 6 enjeux, 36 objectifs, 185 catégories d'actions, et 4 niveaux de performance par catégorie (cf. infra). La note sociétale évaluera chaque produit sur 100 points.

**Nous l'avons souhaitée volontaire et inclusive.** La décision d'étiquetage du produit dépend de la décision de l'entreprise le mettant en marché. L'association fournit le référentiel de notation, l'entreprise décide – ou non – d'adhérer, puis décide – ou non – de noter effectivement son produit. L'étiquette est un outil de progrès continu, disponible pour tous.

**Nous l'avons souhaitée factuelle et adaptable.** L'étiquette de notation sociétale rendra compte des actions réelles qui ont conduit au produit alimentaire, sur tous les maillons de production, et sur tous les enjeux de société. Le référentiel de notation est co construit par tous les acteurs, s'adapte aux spécificités de chaque produit, et aux évolutions de la société. Ce référentiel est donc dynamique par nature.

**Enfin, l'avons souhaitée modulable.** En dissociant chaque enjeu, pour que chaque consommateur puisse y identifier l'information qui lui importe le plus. Le détail par enjeu sera disponible *via* des outils digitaux, et pour les produits dont l'emballage le permet, sur l'emballage.





**Notation détaillée :**

- Filières animales



- Filières végétales





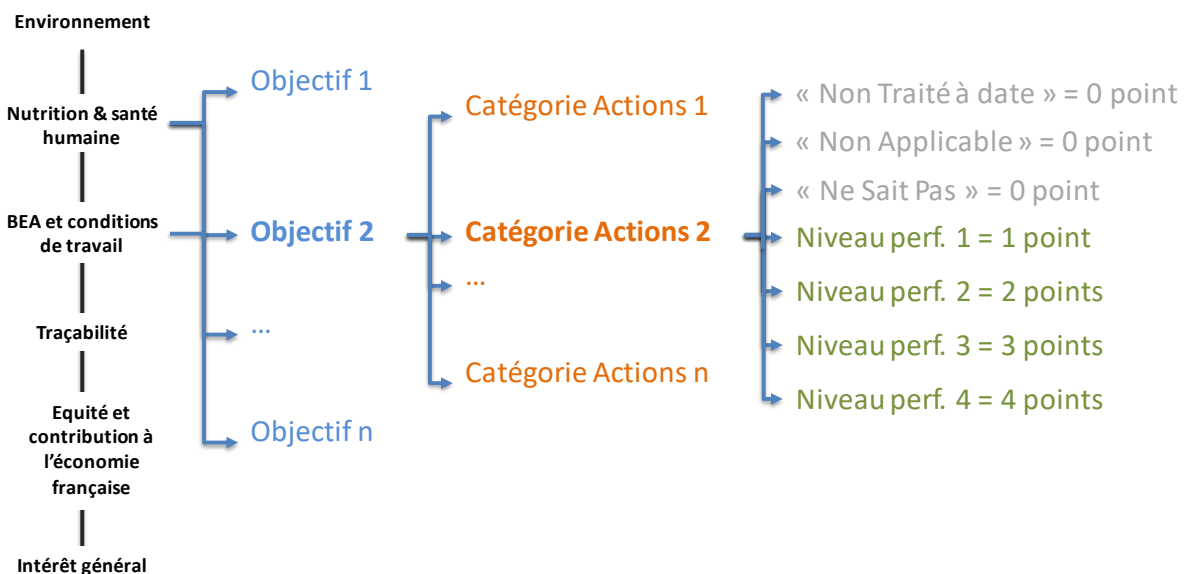
## Un référentiel de notation certifiable et objectif

### Comment est construit le référentiel de notation ?

*Ci-dessous est décrit l'état actuel du référentiel de notation qui, par nature, est amené à évoluer.*

Chaque produit est noté sur 100 points.

Pour évaluer chaque produit, en l'état actuel des choses, un référentiel composé de 36 objectifs, 185 catégories d'actions, et 4 niveaux de performance par catégorie d'actions a été développé collectivement.



Les enjeux retenus sont les grands enjeux de société propres aux productions agricoles et alimentaires : Environnement ; Nutrition & santé humaine ; Bien-être animal & Conditions de travail ; Traçabilité ; Équité & Contribution à l'économie française ; Intérêt général. Ces enjeux sont devenus des attentes fortes des consommateurs.

Chacun des 6 enjeux est lui-même composé de plusieurs objectifs qui sont des sous-enjeux. Par exemple en l'état actuel, pour l'enjeu environnement il y a 9 objectifs, dont la lutte contre le changement climatique.

Chaque objectif est lui-même décomposé en catégories d'actions concrètes. Pour l'objectif de lutte contre le changement climatique il y a 5 catégories d'actions, dont la réduction des émissions de gaz à effet de serre, le stockage de carbone, ou encore la production d'énergies renouvelables. La note de chaque action concernant le produit sera entre 0 et 4.

Et par ailleurs, AFNOR CERTIFICATION est en cours d'évaluation de la méthodologie de notation pour en garantir la fiabilité.



## Un étiquetage déployé avant fin 2019

### Sur quels produits retrouvera-t-on l'étiquette ?

Les consommateurs pourront retrouver l'étiquette avant fin 2019 en magasin sur 4 produits emblématiques : le lait, le porc, le poulet et le pain.

Le référentiel de notation nécessitant la collecte continue de nouvelles données pour les acteurs, la démarche sera progressive.

A terme, tous les produits commercialisés par les adhérents de l'association bénéficieront de l'étiquette. Elle apportera une information complémentaire de lisibilité et d'exhaustivité aux labels et démarches qualité existants, sans s'y substituer.

### Quelles sont les grandes étapes d'ici la diffusion de l'étiquette ?

La prochaine grande étape passe par les résultats d'une **consultation citoyenne** que nous lançons dans la foulée du SIA 2019. Cette consultation dévoilera les travaux réalisés par les adhérents au public le plus large, dont les experts, avec pour objectif de faire évoluer la notation, notamment en la dotant d'une pondération entre objectifs.

Pendant cette étape majeure, l'association finalisera par ailleurs les développements informatiques permettant le bon fonctionnement de l'étiquette lors de son lancement.

A l'issue de la consultation citoyenne, le référentiel est amené à évoluer (nombre d'objectifs, nombre de catégories d'actions, pondération des objectifs).



## Rappel de la démarche de l'association Ferme France

Lancée il y a un an par les 5 premiers adhérents-fondateurs, l'association Ferme France a pour ambition de permettre un progrès sociétal continu des entreprises adhérentes, et de revaloriser le modèle alimentaire français autour d'une offre de produits prenant en compte les enjeux sociétaux et les nouvelles attentes des consommateurs.

Aujourd'hui l'association Ferme France regroupe 35 adhérents, dont 8 membres fondateurs. Ils représentent l'ensemble de la chaîne de production (agriculteurs, artisans, logisticiens, transformateurs, restaurateurs, commerçants, distributeurs, consommateurs et société civile) et partagent les mêmes convictions :

- Il faut renforcer collectivement les performances sociétales des produits issus de l'agriculture : produits alimentaires et non alimentaires.
- Nous devons tous être un acteur de cette démarche, quel que soit notre place dans la chaîne de valeur des produits (« de la fourche à la fourchette »).
- Les consommateurs et citoyens doivent nécessairement être impliqués pour que puisse se créer une véritable relation de confiance et de responsabilité partagée.
- Sachant que l'intelligence collective est compatible avec la différenciation de chacun, l'amélioration des performances sociétales permettra la croissance de la valeur des produits et la compétitivité de tous.
- La force du collectif permet d'accroître notre confiance mutuelle et la confiance qui est attribuée à la qualité des produits.

### Liste des adhérents de l'association Ferme France au 5 février 2019

- > Partenaires fondateurs (8) : groupe Advitam, Auchan, Fleury-Michon, Flunch, Intermarché, Sodebo, groupe Soufflet, Terrena.
- > Adhérents (27) : Fédération Nationale des Producteurs de Lait (FNPL), Fédération Nationale Porcine (FNP), Système U, Carrefour, Sodial, Bleu Blanc Cœur, Citeo, Chronofresh by Chronopost, GS1, Business France, Afnor Certification, InVivo Group, Cooperl (via la marque Madrange), INC, CRC, Pour une Agriculture du Vivant, Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoirs (OABA), Le Wacq, MiiMOSA, AppliFarm, Shiptify, Scan up, Siga, Api Agro, le MOF Frédéric Jaunault (via L'Atelier de Frédéric), Lesieur, Miam !.

Retrouvez-nous sur : <http://www.fermeFrance.org/> et Twitter : [@FermeFrance](https://twitter.com/FermeFrance)





**Association FERME FRANCE**

16 boulevard Gabriel Guist'Hau - 44000 Nantes

[www.fermefrance.org](http://www.fermefrance.org)

**Contact Presse**

Delphine Bosc : [delphine.bosc@shan.fr](mailto:delphine.bosc@shan.fr) – 07 76 09 21 71

Pauline Massa : [pauline.massa@shan.fr](mailto:pauline.massa@shan.fr) – 07 76 15 33 00

**Contact**

Maximilien Rouer : [mrouer@fermefrance.org](mailto:mrouer@fermefrance.org) – 06 82 85 00 36