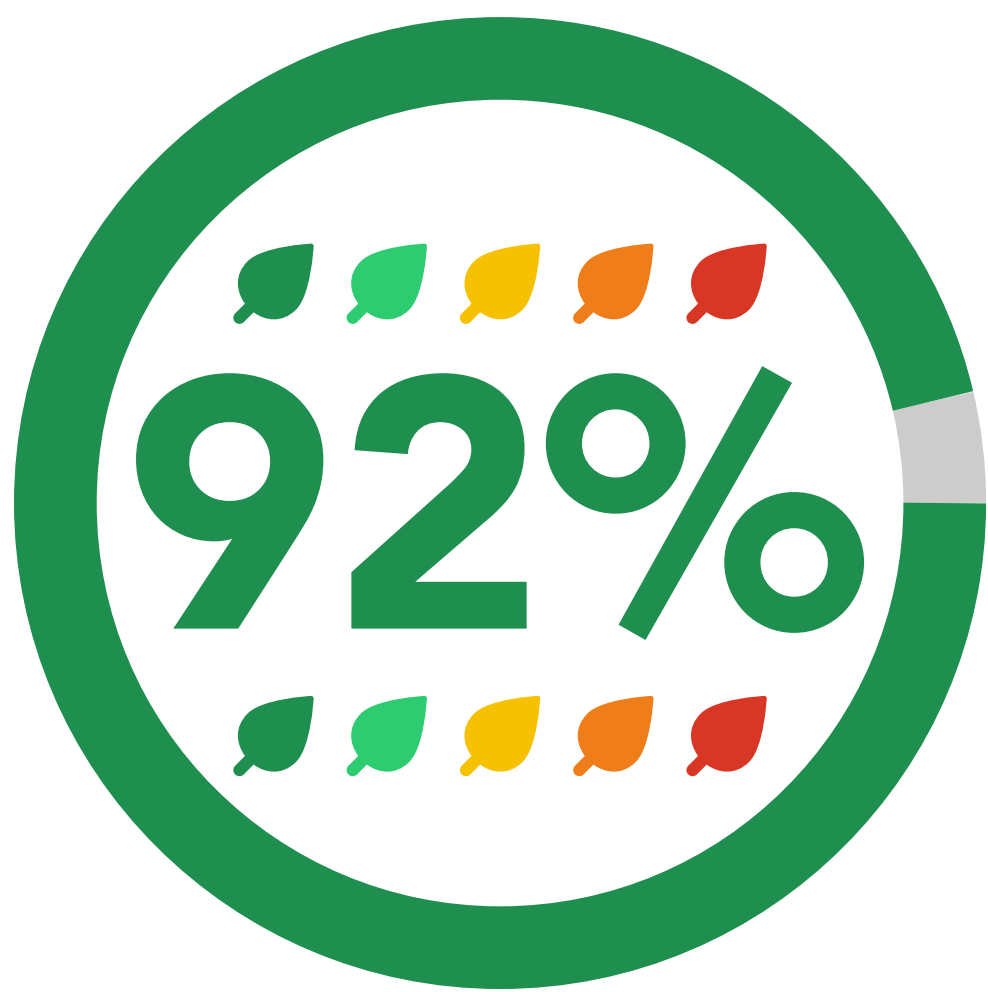




2/3 des consommateurs ont déjà renoncé à un achat à cause d'un **Eco-score** défavorable

Depuis janvier 2021, un collectif d'acteurs engagés affiche sur ses produits l'Eco-Score, le premier indicateur qui informe sur leur impact environnemental.

Un an après, quel est le bilan ? Comment l'Eco-Score a-t-il modifié les comportements d'achat des consommateurs ?



considèrent qu'un indicateur **environnemental** comme l'**Eco-Score** mériterait d'être obligatoire sur tous les produits alimentaires, pour les aider à mieux consommer.



9 consommateurs sur 10 (88%)

considèrent l'impact environnemental comme un facteur important dans leurs décisions d'achat.



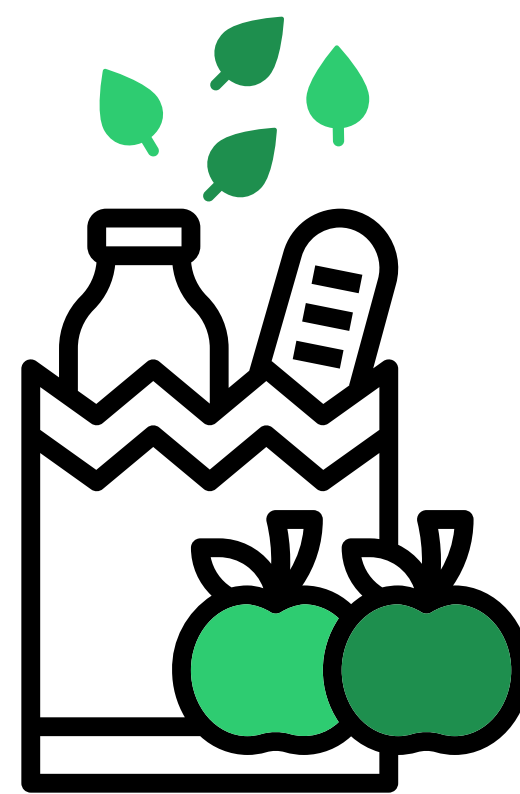
2 consommateurs sur 3 (69%)

ont déjà choisi un produit grâce à son Eco-Score favorable.



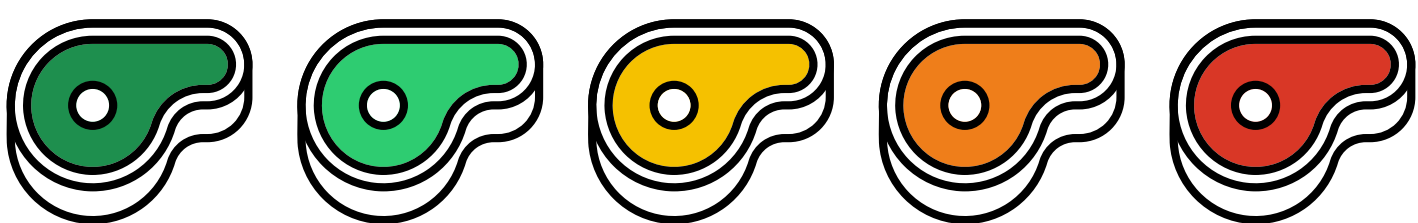
2 consommateurs sur 3 (67%)

ont déjà renoncé à un achat à cause d'un Eco-Score défavorable.

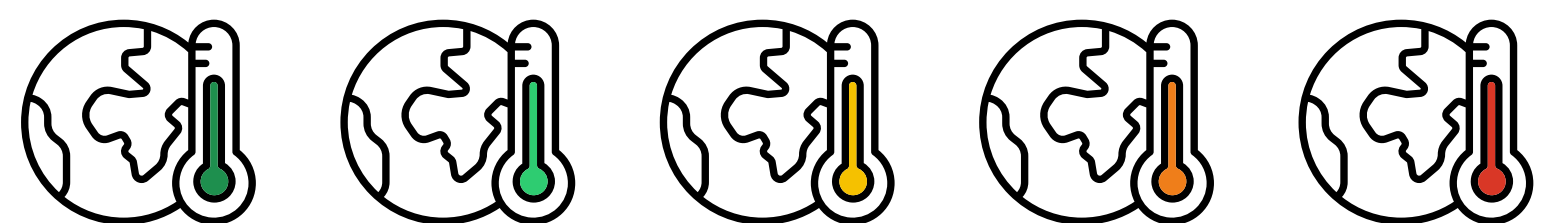


considèrent d'ailleurs que c'est en **consommant mieux** qu'on peut agir de manière efficace pour **lutter pour la cause environnementale** en tant que citoyen.ne.

15% déclarent que l'Eco-Score les a aidés à réduire leur consommation de viande.



L'Eco-Score permettrait donc une atténuation des émissions de gaz à effet de serre du secteur alimentaire de **6,3%***.



*Selon une estimation basée sur les conclusions du GIEC, et sur la base de données déclaratives. Estimation du potentiel d'atténuation en gaz à effet de serre basée sur les conclusions du GIEC (Food Security, 2019). Référence GES secteur alimentaire : 12.0 GtCO2-eq.ye (Summary for Policymakers, 2019).

Méthodologie : étude menée en décembre 2021 auprès de 6603 utilisateurs de Yuka, FoodChéri, Seazon, La Fourche, Frigo Magic, Open Food Facts, Scan Up, Etiquettable.

