

New sobriety: Drinking less wine to save the planet?

Nans Brochart¹ and Françoise Brugière¹

¹FranceAgriMer, Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer, 93555 Montreuil Cedex, France

Abstract. In 2015, the Paris agreements set a global framework for reducing greenhouse gas emissions to keep the global temperature increase below 2 degrees between the beginning of the industrial era and 2050. Agriculture, which accounts for 25% of global CO₂ emissions, plays a major role in achieving these goals. To this end, the European Parliament has adopted the "Farm to fork" strategy, which aims to reduce both CO₂ emissions and the use of pesticides for food products. In order to meet these targets, average individual emissions should be 2 tonnes of CO₂ equivalent per year, knowing that, for example, today, on average, each French person emits 9.5 tCO₂/year. Citizens who wish to contribute and reduce their carbon footprint can act on different emission items: their travel, their food, their housing, their purchases of goods and services. In France, on average, food accounts for a quarter of individual emissions. Knowing that the average impact of a standard 10-12cl glass of wine is around 180 grams of CO₂ and that the target per meal should be 500 grams of CO₂e, what will be the trade-offs for consumers who are aware of these issues? Will consumers decide to limit their consumption of wine in the face of environmental issues, as some already do with meat? Will communication shift from the dangers of alcohol on health to the environmental impact of wine consumption, in a "one health" approach? Faced with this risk, the wine industry's response and its consumer information strategy will be crucial. Players will have to provide information on their assets in terms of sustainability (environmental, economic and social) while adapting to new legislation and consumer demands.

1 Boire moins de vin pour sauver la planète ?

L'accord de Paris pour le Climat. Adopté en décembre 2015, à l'issue de la COP21, l'Accord de Paris marque un tournant dans les négociations climatiques internationales qui se sont succédées depuis le Sommet de la Terre de 1992, en mettant en place un cadre international de coopération sur le changement climatique qui :

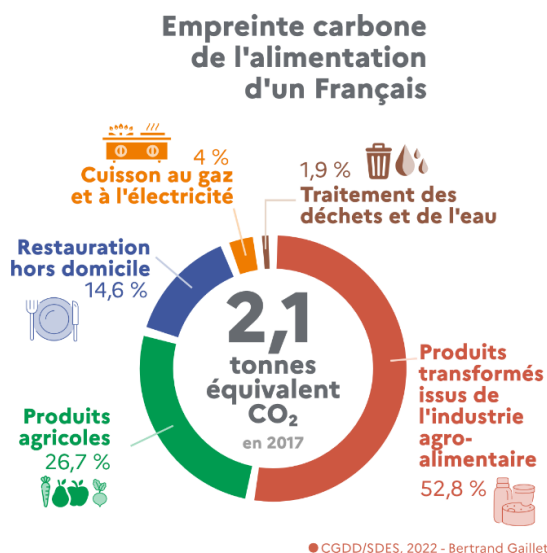
- à désormais pour objectif de limiter le réchauffement « bien en deçà de 2 °C, et en poursuivant l'action menée pour le limiter à 1,5 °C », et d'atteindre un équilibre au niveau mondial entre les émissions et les absorptions de gaz à effet de serre dans la deuxième moitié du XXI^e siècle ;
- reconnaît un principe d'équité pour l'action climatique : les pays ayant le plus contribué au changement climatique (par leurs émissions passées et actuelles de gaz à effet de serre) et étant en mesure de le faire (capacité et potentiel à réduire les émissions) doivent prendre une part plus active dans l'action climatique mondiale.

En le signant chaque État s'oblige à élaborer un plan de **contributions nationales pour la réduction des émissions** de gaz à effet de serre, réévalué à la hausse tous les 5 ans.

2 La stratégie nationale bas-carbone

En France, la stratégie nationale bas-carbone (SNBC) est la feuille de route pour conduire la politique d'atténuation du changement climatique, au côté du plan national d'adaptation au changement climatique (PNACC). La SNBC est cohérente avec l'engagement de la France auprès de l'UE de réduire d'au moins 40% les émissions nationales de GES en 2030 par rapport à 1990. Au-delà des émissions nationales, la stratégie vise la réduction de l'empreinte carbone des Français (8,9 tCO₂eq/hab en 2021 dont la moitié, 51%, associé aux importations).

3^eme poste le plus émetteur après le transport (30 %) et le logement (23 %), l'alimentation représente 22 % de l'empreinte carbone de chaque français. Les émissions liées à l'alimentation se décomposent en (Fig. 1) :



- 53 % pour la consommation de produits agro-alimentaires transformés,
- 27 % pour La consommation de produits non transformés (fruits, légumes, viandes, poissons, céréales non transformées),
- 15 % pour la consommation en restaurants et restauration collective
- 6 % pour la cuisson des aliments et le traitement des déchets alimentaires.

Agir pour la diminution de l’empreinte carbone de l’alimentation fait partie des leviers à actionner pour réduire les émissions individuelles de GES. Pour ce faire, la SNBC précise qu’il faudra :

« Faire évoluer la demande alimentaire au regard des dernières recommandations nutritionnelles (consommer moins de charcuterie et de viandes hors volaille et davantage de légumineuses, fruits et légumes) et vers des produits locaux, de meilleure qualité et durables (dont ceux issus de l’agriculture biologique).

Réduire le gaspillage alimentaire (de 14 % en 2015 à 5 % en 2050 pour le gaspillage post-production). »

Et que

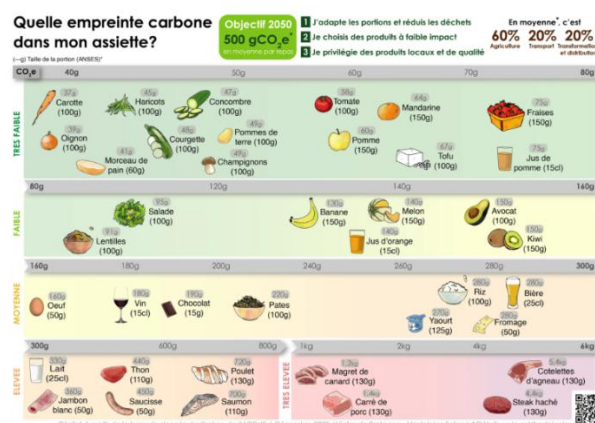
« À long terme, le mouvement vers la décarbonation pourrait s’accompagner d’une relocalisation de productions en France, ce mouvement étant conforté par une demande croissante des consommateurs pour les produits locaux et de qualité. »

3 La contribution de chacun

Pour permettre à chaque citoyen-consommateur de s’approprier les objectifs de réduction de l’empreinte

carbone de sa consommation les objectifs de l’accord de Paris ont été traduits en empreinte individuelle : ainsi il faudrait aboutir à une empreinte carbone de 2tCO₂eq avec 600 kg alloués à l'alimentation. Ceci équivaut à 1,6 kg/jour qu'on peut donc approximer à 500 g par repas en comptant les éventuels extras (boissons, snacks, ...).

Pour concrétiser ces informations à l’échelle de chaque repas, une infographie (Fig. 2) a été réalisée¹ à partir de la base de données Agribalyse de l’ADEME. Elle regroupe les résultats d’analyses de cycle de vie d’un grand échantillon de produits représentatifs du marché. Les aliments sont présentés avec une unité fonctionnelle (la portion), basée sur les recommandations de l’ANSES dans son actualisation des repères du PNNS (2016).



Ce type d’infographie pourrait permettre à chacun d’arbitrer sa consommation entre différents types d’aliments. Dès lors, le consommateur décidera-t-il de limiter sa consommation de vin face aux enjeux environnementaux, comme certains le font déjà pour la viande ?

4 Les labels environnementaux : une solution pour réduire l’empreinte carbone de la consommation de vin ?

Promouvoir l’apposition de labels environnementaux serait l’une des réponses possibles pour la filière vin. Ces labels, en tant qu’éléments discriminants, permettraient aux consommateurs d’orienter leur consommation vers des vins plus respectueux de l’environnement, notamment en matière d’émission de carbone, sans pour autant avoir à limiter leur consommation. Ils pourraient à la fois encourager à une consommation plus responsable, tout en incitant les producteurs à des comportements plus vertueux si ces labels se généralisent.

¹ Auteurs Victor de Bretagne (BCG) et Madeleine Fabre.

5 Mode fonctionnement d'un label environnemental

Un label environnemental est un outil visant à améliorer et faciliter l'information du consommateur sur les produits qu'il achète. Les critères utilisés dans la construction du score d'un label sont multiples et peuvent varier fortement selon les labels employés. Généralement, la question de l'impact carbone est toujours incluse dans ces labels, mais n'est pas le seul élément intégré lors du calcul des scores. La méthode du scoring est utilisée afin de regrouper l'ensemble des critères utilisés et proposer au consommateur un indicateur facilement compréhensible. Ce score global doit refléter au mieux l'impact du produit consommé sur un ou plusieurs grands critères environnementaux, comme par exemple l'impact carbone d'une bouteille de vin.

Pour arriver à cela, les labels environnementaux utilisent des bases de données par produits, qui vont permettre de définir l'impact de chaque produit selon les critères retenus, et cela lors de tout son cycle de vie. Pour l'impact carbone, il est ainsi nécessaire de connaître l'impact de chaque étape dans la vie du produit, depuis la production jusqu'au lieu de consommation et l'élimination des déchets, afin de donner une information la plus complète et fiable au consommateur, tout en empêchant les producteurs la possibilité de faire du *greenwashing*.

La base de données Agribalyse constitue un élément important dans la construction de nombreux labels environnementaux en France comme l'Eco-Score ou encore le Planet Score. Cette base de données publique a été créée par l'ADEME (l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) et l'INRAE (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement), qui ont notamment utilisé la méthode de l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) pour estimer l'impact environnemental de plus de 2500 produits agricoles. La méthode ACV définit des indicateurs d'impacts environnementaux pour les produits visés, en incluant l'ensemble des étapes de la vie de ces derniers, comprenant la production, la transformation, le transport, les emballages, le mode de consommation mais aussi la valorisation ou la fin de vie de ces produits. Construite par une centaine d'experts français et internationaux, Agribalyse s'est également élargie et enrichie à l'aide notamment d'autres bases de données, cette fois-ci internationales comme l'Ecoinvent ou encore le *World Food Database*. Les bases de données sont donc essentielles pour mettre en œuvre une information fiable et complète aux consommateurs à travers les labels environnementaux

6 L'impact des labels sur les consommateurs et les producteurs

Les labels environnementaux pourraient avoir un impact sur les décisions des consommateurs. En France, d'après l'étude Kantar « La vraie force des labels » de 2022, 51 % des consommateurs déclarent « faire attention aux indications présentes sur les emballages des produits qu'ils achètent ». Bien qu'il semble que les labels type EcoScore ou PlanetScore fassent encore office de niche en terme de notoriété (moins de 40 % des consommateurs connaissent le label Ecoscore), ils sont bien reconnus comme une garantie sur des produits meilleurs pour l'environnement.

De plus, l'aspect environnemental a une place importante dans les choix des consommateurs (81 % préfèrent acheter des produits respectueux de l'environnement). Alors que de nombreux consommateurs doutent de plus en plus des labels et leur intérêt, l'EcoScore semble être perçu comme peu clair pour les consommateurs, alors que la qualité perçue des produits labélisés EcoScore demeure relativement faible. Dans ce contexte, l'établissement de labels environnementaux sur les bouteilles de vin serait utile mais à améliorer, notamment en intégrant de nouveaux aspects renforçant leur perception et donc la confiance des consommateurs.

Stimulés par une meilleure information du consommateur à travers les labels environnementaux, les producteurs pourraient également être amenés à améliorer leurs pratiques afin de limiter au maximum leur impact environnemental. En effet, les producteurs ont tendance à se conformer aux conditions et critères des labels afin de présenter des produits les mieux notés possibles. C'est ce que montre une étude de l'UFC-Que Choisir de 2023 sur l'impact du Nutri-score dans l'évolution de la qualité nutritionnelle de nombreux aliments industriels ayant apposé ce label. Par exemple, en 2015, 40 % des produits de panification disposaient d'un Nutriscore A ou B, contre près des deux tiers en 2022.

7 Périmètre, confiance et limites des labels environnementaux

L'établissement d'un score peut être une tentative d'associer à la fois une approche qualitative d'implication (le thème traité : par exemple la qualité nutritionnelle) avec une approche objective (méthode utilisée pour déterminer ce score : les critères quantifiables mobilisés). Or cette approche contient de nombreuses limites.

Si la question de l'impact carbone du vin est devenue une préoccupation centrale dans le contexte d'urgence climatique, de nombreux aspects sont encore à développer pour les labels afin de répondre plus globalement à la question de la durabilité des produits agricoles. Une indication plus complète de la durabilité renforcerait la confiance des consommateurs vis-à-vis des labels comme élément discriminant dans leurs choix de consommation.

En matière de durabilité, les labels ne devront pas se limiter au seul aspect environnemental mais englober les deux autres piliers que sont les aspects économiques et les aspects sociaux, en s'inscrivant dans sur les objectifs de développement durable énoncés par l'ONU. En effet, si l'empreinte carbone et plus globalement l'impact environnemental ont pris une importance toute particulière dans le contexte actuel, les aspects économiques (valorisation des paysages, tourisme, activité économique locale...) ou sociaux (impact des produits sur la santé, maladie liées aux traitements...) plus difficiles à quantifier pourraient prendre une place également importante à l'avenir. L'établissement de nouvelles bases de données sur ces aspects est donc nécessaire.

Bien qu'élargir le champ des labels environnementaux pourrait améliorer l'information du consommateur sur la durabilité des vins qu'il consomme, l'approche personnelle demeure importante en matière de critères qualitatifs (thème traité). En effet, chaque consommateur dispose de problématiques ou de sensibilités propres, auxquels les labels ne répondront pas directement. L'accessibilité des bases de données voire la personnalisation de l'information pourrait ainsi répondre à cet enjeu individuel. De plus, une trop grande complexité de l'information est contre-productive, l'étude Kantar portant sur « La vraie force des labels » estime en effet que les consommateurs favorisent plus la simplicité du label à son aspect complet.

Enfin, la méthode utilisée pour construire les labels environnementaux devra être accessible, pertinente et transparente afin de garantir une fiabilité objective de ces labels pour les consommateurs. Ces caractéristiques permettraient en effet de favoriser l'adoption par les consommateurs des labels.

8 Conclusion

Produit de plus en plus festif voire statutaire, le vin est souvent difficile à choisir pour le consommateur. Les étiquettes et contre étiquettes mettent en avant différents signes pour capter l'attention, informer sur les caractéristiques organoleptiques du produit et sur les valeurs impliquantes qu'il transporte. Certaines informations sont strictement réglementées (d° d'alcool, volume, présence de sulfites et d'allergènes, Agriculture Biologique, Indication Géographique, et bientôt en Europe la liste des ingrédients et la déclaration nutritionnelle...) avec néanmoins des contenus réglementaires différents au niveau international. Des avertissements sanitaires figurent également sur l'étiquetage. L'Agriculture Biologique a longtemps été le principal signal d'une prise en compte de l'environnement dans la production. Aujourd'hui, à l'initiative des producteurs et des distributeurs une multitude de signes fleurissent sur les étiquettes. Face à la préoccupation sociétale d'une décarbonation de l'économie, la tentation de synthétiser les informations utiles en un score imposé par les Pouvoirs publics est forte. Dans un marché du vin fortement internationalisé, ce score ne pourra se contenter de prendre en compte les conditions de production mais devra englober la durabilité dans ses différentes dimensions. En anticiper la co-construction est un chantier ouvert pour la filière mondiale du vin.

Bibliographie

1. Patrick Aigrain, *Approche socio-économique de la qualité du point de vue du consommateur*, Rencontres du végétal à Angers, 13 janvier 2009
2. UFC Que Choisir, *L'efficacité du Nutriscore à améliorer les recettes bridée par son application volontaire*, Etude sur l'évolution entre 2015 et 2022 de la qualité nutritionnelle des aliments en lien avec l'adoption du Nutriscore, 12 avril 2023
3. Kantar, *La vraie force des labels édition 2022*, 25 avril 2023