

Communiqué de presse

Bondoufle, le 12 novembre 2019

Intermarché lance le *Franco-Score* pour valoriser la production agricole française, informer dans la transparence, et donner au consommateur les moyens de choisir

Pour soutenir l'agriculture française, et dans une démarche de transparence vis-à-vis des consommateurs, Intermarché lance le *Franco-Score* : un nouvel étiquetage qui permet aux clients de connaître facilement la teneur de matières premières françaises dans les produits bruts et transformés, qu'ils achètent dans les rayons de leurs supermarchés.

Avec le *Franco-Score*, Intermarché se mobilise pour le monde agricole français et pour plus de transparence.

Le *Franco-Score* est un étiquetage qui vise à promouvoir l'origine, le savoir-faire et la qualité des produits alimentaires français. Apposé sur l'emballage sous la forme d'une jauge graduée en pourcentages, il apporte un éclairage concret sur la provenance géographique des produits bruts utilisés, ainsi que sur le lieu de leur transformation.

Pour lancer la démarche, Intermarché s'engage, d'ici le premier semestre 2020, à étiqueter en priorité ses produits à ses marques propres « Pâturages » et « Monique Ranou », répondant à la demande forte des consommateurs pour plus de lisibilité sur les filières lait et charcuterie.

Avec le *Franco-Score*, Intermarché renoue avec cinquante ans de combat pour la transparence en faveur du consommateur

Invention de l'affichage du prix au litre et au kilo (1980), devenu obligatoire deux ans plus tard ; lancement de « l'Argus de la consommation », l'ancêtre des comparateurs de prix (1985) ; invention du premier affichage nutritionnel français avec le Nutri-Pass (2006) : dix ans après, l'idée sera reprise avec le Nutri-Score.

En indiquant la part d'origine française contenue dans un produit, Intermarché est dans la même approche transparente et pédagogique vis-à-vis du consommateur en quête de visibilité sur la composition, les conditions de fabrication et l'origine des matières premières. Facile à comprendre et très visuel, l'étiquetage *Franco-Score* délivre une information simple pour permettre au client de comparer et de choisir en toute connaissance de cause les articles présents en rayon.

« *La transparence et le soutien au monde agricole français sont deux engagements qui sont intrinsèquement liés à notre statut de "Producteurs & Commerçants". Ces deux combats, nous les menons de front depuis des années. Les initiatives les plus récentes sont, notamment, la reformulation de 900 recettes pour en retirer les additifs contestés, notre marque "Les Éleveurs Vous Disent Merci !", et maintenant le Franco-Score* » explique Thierry Cotillard, Président d'Intermarché.

Permettre à tous les Français de soutenir leur agriculture

En vingt ans, la France a chuté du 2^e au 6^e rang des pays exportateurs de produits agricoles. Pour la première fois, le solde des échanges agroalimentaires de la France avec le reste de l'Union européenne est devenu négatif. Intermarché veut contribuer à renverser la tendance : la France, puissance agroalimentaire de premier rang, doit à nouveau vendre plus qu'elle n'achète. Pour Thierry Cotillard, *« cela passe aussi par la reconquête du marché intérieur. L'affichage clair de l'origine va permettre aux consommateurs d'effectuer leurs choix en toute connaissance. Et plus de consommateurs désireux de produits d'origine France, ce sera plus de sourcing d'origine France de la part des industriels et des enseignes. Et, en bonne logique, lorsque la demande progresse, la situation des agriculteurs aussi. »*

Impulser un élan collectif

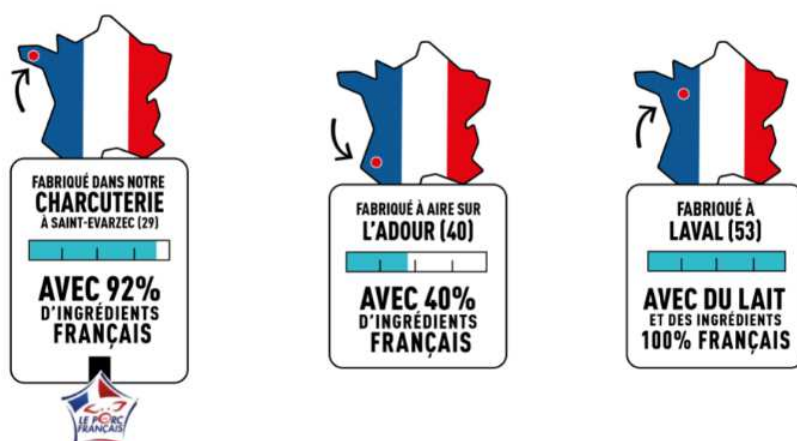
Consciente d'être dans une démarche de progrès, l'enseigne Intermarché a l'ambition d'insuffler, auprès des consommateurs et des autres parties prenantes, la volonté de faire croître la part de produits français dans la consommation. Persuadée qu'une co-construction vertueuse est nécessaire pour y arriver, Intermarché appelle notamment les filières agricoles, les industriels et les distributeurs à se concerter pour imaginer ensemble comment davantage valoriser, auprès des consommateurs et de manière très concrète, la production française.

« Par notre initiative, nous lançons un mouvement – dont nous souhaitons qu'il devienne collégial et collectif, pour généraliser ce référentiel proposé comme en "open source". Ne répétons pas les difficultés rencontrées à la naissance du Nutri-Score, toujours refusé par certains : multiplier les dispositifs d'information nutritionnelle n'apporte que de la confusion pour les consommateurs. L'urgence pour le monde agricole est telle qu'il est nécessaire de s'asseoir, tous, autour de la table pour décider ensemble et accélérer dans l'action. » ajoute Thierry Cotillard.

Les informations du dispositif Franco-Score

Aujourd'hui, l'utilisation des indications d'origine est souvent disparate. Tandis que les matières premières sont souvent mises en avant lorsqu'elles sont françaises, elles le sont généralement moins lorsqu'elles proviennent d'ailleurs. Et les autres ingrédients ne font pas l'objet d'étiquetage particulier. Le Franco-Score, véritable jauge du *made in France*, a pour objectif d'apporter une réponse à cette problématique par les informations suivantes :

- Le lieu de fabrication ou de transformation est facilement repérable sur la carte de France ;
- Le pourcentage précis d'ingrédients d'origine française, exprimé en toutes lettres, est reflété dans une jauge (fonctionnant par décile) ;
- Les logos « origine française » reconnus sont mentionnés (comme, par exemple, ceux créés par les professionnels des filières de viandes françaises)
- Le tout est rassemblé dans un seul bloc, prévu en « facing » du produit (ou en « dos de pack » lorsque qu'il manque de la place en « facing »).



Pour illustrer les grands principes du Franco-Score, 3 cas de figure...

Quelques exemples de produits à Franco-Score élevé :

- Le 100% concerne les produits peu transformés : Fromage blanc 3,2% MG en 1kg (Pâturages). C'est aussi le cas de tous les œufs à la marque Volaé.
- Pâturiette Vanille 4x115G (Pâturages) à 97% d'ingrédients français.
- Boisson soja vanille (Regain) à 96% d'ingrédients français.

Un exemple à Franco-Score moyen :

- Endives au jambon 280g (Monique Ranou) à 45% d'ingrédients français – les endives sont belges.

Quelques exemples de produits à Franco-Score bas, parce que le marché agricole français est déficitaire en termes de capacité de production :

- Yaourt chèvre abricot 4x125g (Pâturages) à 0% : difficultés à trouver des approvisionnements suffisants en volume pour le lait de chèvre et les fruits. Ainsi, le lait de chèvre qui pèse 71% de la recette provient de France, de Belgique et d'Espagne en fonction des périodes. Pour ne pas tromper le consommateur, nous considérons l'ingrédient comme non français.
- Gamme de charcuterie bio (Monique Ranou) : Jambon supérieur (par 2 et par 4), Knacs, Lardons fumés, Rôti de porc, Rosette, Saucisse sèche bio sont aujourd'hui proche de 0% d'ingrédients français pour des questions de difficultés d'approvisionnement en porcs bio sur le marché français. Les Knacs, Rôti de porc, Rosettes, Lardons fumés et Saucisse sèche passeront en porc bio français au 1er trimestre 2020, et le jambon cuit en 2e semestre 2020.

À propos d'Intermarché www.intermarche.com

Intermarché, deuxième distributeur indépendant en France avec plus de 1 800 points de vente, est une enseigne du Groupement Les Mousquetaires. Le "mieux produire" et le "mieux manger" sont deux des combats d'Intermarché. Mieux produire, c'est soutenir une production française et responsable. Mieux manger et mettre le mieux manger à la portée de tous, c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours.

À propos d'Agromousquetaires :

Grâce au modèle unique "Producteurs & Commerçants" qui rassemble Agromousquetaires et Intermarché, acteur de la proximité, Agromousquetaires est engagé dans le soutien à l'économie des territoires et la pérennisation des PME en France. Avec 11 000 salariés, une soixantaine de sites de production regroupés en dix filières, Agromousquetaires est le 4e acteur agroalimentaire en France. Pour plus d'informations sur le pôle agroalimentaire du Groupement Les Mousquetaires : @agromousquetair et mousquetaires.com.

Contacts Presse : SOURCE RP

Charlotte Rabilloud - 01 53 53 36 86 ; charlotte@source-rp.com
Michelle Kamar - 01 53 53 36 84 ; michelle@source-rp.com