



Le Collectif En Vérité moteur d'une coalition pour améliorer la qualité gustative, nutritionnelle et environnementale de ce que nous mangeons

4 piliers : Nutrition, Origine, Affichage Environnementale et Juste répartition de la valeur

Le Collectif En Vérité, qui regroupe 60 marques dont des coopératives agricoles, des marques de GMS, 1 distributeur ainsi qu'un collège de consommateurs et des soutiens comme Yuka, Ecocert, l'Institut du Commerce ou Saveur de l'Année présente son bilan de l'année 2025 et dévoile sa feuille de route pour 2026. Dans un contexte marqué par de fortes tensions politiques et réglementaires, le Collectif poursuit son engagement en faveur d'une information alimentaire claire, fiable et accessible pour les consommateurs. Une action structurée autour de ses trois piliers fondateurs : l'origine des produits, la qualité nutritionnelle, l'impact environnemental et renforcée, depuis 2025, par un quatrième pilier dédié à la juste répartition de la valeur au sein des filières alimentaires. En parallèle, le collectif a accueilli de nouveaux membres dont Verger des Alpilles, La Bergerie, La Chèvrerie, Tante Hélène, Petit Billy, Bjorg, Rouages ou encore Yuka renforçant encore la diversité et la puissance de l'écosystème mobilisé.

À l'approche de 2027, nous voulons que nos quatre piliers, l'origine, la nutrition, l'impact environnemental et la juste répartition de la valeur, s'imposent comme des sujets politiques à part entière. Notre ambition est claire : apporter aux décideurs publics des solutions concrètes, opérationnelles et construites à partir du terrain. C'est la force du Collectif En Vérité, faire travailler ensemble des acteurs très différents, producteurs, industriels, distributeurs, associations et consommateurs, et désormais l'écosystème de la restauration. L'arrivée de Salad&Co, premier réseau de restauration à nous rejoindre, illustre cette volonté d'élargir le dialogue et d'ancrer nos travaux dans les usages alimentaires réels, pour faire émerger des réponses crédibles et utiles à l'intérêt général » insiste David Garbous, cofondateur et Président du Collectif en Vérité.

2025 : une année de mobilisation malgré un contexte institutionnel instable

Origine : maintenir le cap d'Origine Info

L'année 2025 a été marquée par une instabilité gouvernementale ayant ralenti le déploiement du dispositif **Origine Info**, dont l'ambition reste d'atteindre **10 000 références**. Pour autant, le dispositif a continué de progresser avec l'appui d'acteurs engagés. **Plusieurs marques françaises majeures ont fait le choix de la transparence en adoptant Origine Info, parmi lesquelles d'Aucy, Coopérative U, Carrefour, Panzani, Lesieur ou encore Paysan Breton.** Aujourd'hui, près de **3 000 références** portent déjà le logo Origine Info, confirmant l'intérêt croissant des marques et des consommateurs pour une information d'origine lisible, harmonisée et visible sur les produits. Cette dynamique s'inscrit dans la continuité des travaux engagés dès 2023 par le Collectif, **qui ont démontré, études consommateurs à l'appui, que l'affichage de l'origine pouvait multiplier les intentions d'achat (allant de x2 à x10) des marques les plus transparentes.**

Qualité nutritionnelle : défendre un Nutri-Score fondé sur la science

La mise en place du Nutri-Score révisé a constitué en 2025 une avancée majeure pour la santé publique. Face aux débats qu'il a suscités, **le Collectif En Vérité s'est mobilisé, en adressant une lettre ouverte au gouvernement et en soutenant les prises de position portées par la société civile et la communauté scientifique.** Cette action collective a contribué à faire évoluer la position des ministres concernés et à réaffirmer la nécessité d'indicateurs nutritionnels robustes, indépendants et compréhensibles par tous. L'année a également été marquée par l'organisation, en février 2025, **du premier forum dédié à l'ultra-transformation, en partenariat avec NUDJ et AgroParisTech.** Cet événement organisé à la Faculté de



pharmacie de Paris a permis de rendre plus intelligibles les enjeux sanitaires liés aux aliments ultra-transformés et d'initier une coalition d'acteurs engagés sur ce sujet.

Impact environnemental : fiabiliser l'évaluation des produits alimentaires

En 2025, le Collectif a **poursuivi sa collaboration étroite avec le Ministère de la Transition écologique afin de fiabiliser l'outil d'évaluation environnementale des produits alimentaires**. Testé et éprouvé par les adhérents, cet outil constitue un levier clé pour préparer la généralisation de l'affichage environnemental et accompagner les entreprises dans l'amélioration continue de leurs pratiques.

Juste répartition de la valeur : un nouveau pilier structurant

L'année 2025 a également **marqué le lancement officiel du quatrième pilier du Collectif : la juste répartition de la valeur**. Deux workshops successifs ont permis **d'identifier les principaux verrous économiques et structurels des filières alimentaires et de faire émerger des solutions collectives, crédibles et opérationnelles**, en faveur d'un système plus équitable, du producteur au consommateur.

2026 : accélérer, structurer et peser encore plus dans le débat public

En 2026, le Collectif En Vérité souhaite accélérer et renforcer son rôle de force de proposition.

Sur le pilier **Origine**, l'objectif est clair : généraliser Origine Info en France et engager son déploiement à l'échelle européenne. Désormais inscrit dans la charte d'engagement encadrant les négociations commerciales 2026, le dispositif constitue un levier structurant de transparence. Le Collectif attend donc du Ministère de l'Agriculture et de Bercy une démarche proactive : réunir l'ensemble des acteurs, dresser le bilan, lever les freins, et tracer la trajectoire de généralisation du dispositif. À défaut d'une impulsion suffisante des pouvoirs publics, le Collectif portera un plaidoyer pour rendre Origin'Info obligatoire.

Sur le pilier **Qualité nutritionnelle**, le Collectif poursuivra son plaidoyer pour un Nutri-Score obligatoire, enrichi par des informations relatives à la présence d'additifs et au niveau d'ultra-transformation des produits. En partenariat avec la communauté scientifique et Yuka, nouvel adhérent du Collectif, le Collectif En Vérité mènera des travaux visant à établir une liste fiabilisée de d'ingrédients ultra-transformés. En parallèle, l'expertise de GOÛM sera mobilisée pour accompagner concrètement les acteurs de l'agroalimentaire dans la reformulation de leurs recettes et l'amélioration du goût.

Sur le pilier **Impact environnemental**, le Collectif continuera à soutenir la mise en place de l'affichage environnemental avec l'ambition d'une concrétisation dès le premier semestre 2026, en particulier à l'occasion du Salon de l'Agriculture. Par ailleurs, comme il l'avait fait en 2025 au sujet de l'ultra transformation, le Collectif organisera un colloque national **consacré à l'agriculture régénératrice pour préciser les contours de ces pratiques, leurs vertus et leurs limites actuelles et donner des clés aux marques pour qu'elles puissent s'en emparer**.

Enfin, sur le pilier **Juste répartition de la valeur**, le Collectif co-construira, avec la société civile, des propositions destinées à nourrir le débat public en amont de l'élection présidentielle de 2027, à travers la publication d'un livre blanc à destination des candidats.

[A propos du Collectif en Vérité](#)

Le collectif en Vérité s'est donné pour mission de permettre aux Français de savoir ce qu'ils mangent en répondant à trois questions essentielles : est-ce bon pour la santé ? D'où cela vient-il ? Comment et par qui est-ce fait ? Cette transparence est la clé pour accélérer les transformations alimentaires en valorisant les entreprises qui la conduisent. Aujourd'hui, le Collectif en Vérité regroupe 60 marques dont des coopératives agricoles, des marques de GMS, 1 distributeur, des soutiens comme Yuka, Saveur de l'Année ou Ecocert et un collège de consommateurs. En novembre 2025, l'association a gagné le Grand Prix The Good des Coalitions à Impact dans la catégorie Social & sociétal (coalition entre entreprises privées) pour son travail sur Origine Info.