Communiqué de presse
Avril 2023

LES CONSOMMATEURS OCCIDENTAUX SONT MAJORITAIREMENT INCONSCIENTS DE L'IMPACT DE LEUR ALIMENTATION SUR L'ENVIRONNEMENT

Picadeli dévoile une étude menée dans 7 pays et met en lumière le besoin d'éclairage du grand public sur les enjeux alimentaires liés au climat. L'entreprise lance à cette occasion son propre affichage environnemental, alors qu'en France les débats sont encore en cours pour un étiquetage harmonisé

Menée dans 7 pays occidentaux, l'étude* s'est attachée à comprendre le rapport qu'entretiennent 10 500 personnes à l'environnement dans leurs choix alimentaires. Fausses croyances, manque d'accès à une information claire, manque de moyens, les données qui en ressortent décrivent un chemin encore long pour une prise de conscience du grand public sur l'impact de l'alimentation sur l'environnement. Pour ouvrir la voie et permettre à ses clients de faire des choix éco-responsables, Picadeli lance son propre indicateur destiné à informer ses clients sur l'empreinte carbone des produits disponibles dans ses 400 bars à salades en libre-service implantés en France : le Climate Foodprint. La salade qui change la planète guide ses clients, c'est à découvrir ci-dessous !

Sandwich & Snack Show 2023

Picadeli dévoilera son initiative Climate Foodprint et l'étude Vegocracy à l'occasion du Sandwich & Snack Show 2023, qui se tiendra à Paris Porte de Versailles les 12 et 13 avril… Une initiative qui devrait en surprendre plus d'un lors de ce rendez-vous dédié à la fast-food !
Rendez-vous sur le stand E09.

UN INDICATEUR POUR DÉCONSTRUIRE LES FAUSSES CROYANCES ET GUIDER VERS LA TRANSITION ALIMENTAIRE

Un quart, c'est la part des personnes interrogées considérant la viande rouge comme la source de protéines la plus durable, ayant le plus faible impact carbone. Le constat est criant : le grand public fait difficilement le lien entre son alimentation, et son impact sur l'environnement. À l'heure où beaucoup ont pris conscience de l'urgence climatique, la transition alimentaire n'a pas encore été identifiée comme un levier de lutte contre le dérèglement climatique.

L'étude Vegocracy révèle cette nécessité de guider les consommateurs au quotidien avec des faits et des solutions.

CLIMATE FOODPRINT, L'IDÉE DE PICADELI POUR GUIDER SES CLIENTS VERS DES PLATS ÉCO-RESPONSABLES

Lâchés dans une jungle de promesses, les consommateurs ont besoin d'être éclairés. Pas de panique, Picadeli a décidé d'agir et lance le Climate Foodprint, son propre indicateur destiné à renseigner l'empreinte carbone des produits alimentaires disponibles dans ses 400 bars à salades installés en France et dans 7 autres pays ! Désormais, les mordus de salades pourront sélectionner les produits générant le moins d'émissions de CO2 durant leur cycle de vie.

A propos de Picadeli

Créée en 2009 dans une petite ville de l'ouest de la Suède, l'entreprise conquiert l'Europe et bientôt l'Amérique du Nord avec ses bars à salades en libre-service dans les supermarchés, hôpitaux et lieux publics ayant des besoins de restauration. Picadeli, c'est la salade qui change : facile à composer, accessible, elle contribue à démocratiser une alimentation saine. Depuis 2017, 400 bars à salades ont été ouverts principalement à Paris, Lyon et Marseille. Le groupe Picadeli compte à ce jour plus de 2 000 bars à salades implantés en Europe et aux Etats-Unis et 40 millions de salades composées en 2022. www.picadeli.com

Mais pourquoi l'avoir lancé ?

Au niveau mondial, 30 % des émissions de CO2 sont générées par l'alimentation humaine. L'urgence climatique s'impose désormais à tous, et pourtant, seulement 12 % des personnes interrogées dans le cadre de l'étude Vegocracy ont conscience du fait que leur alimentation est l'élément qui pèse le plus lourd dans leur empreinte carbone. Conscients ou non de l'impact de leur alimentation sur la planète, Picadeli souhaite guider tous les consommateurs vers des choix plus éco-responsables lorsqu'ils composent leurs salades.

CLIMATE FOODPRINT, COMMENT ÇA MARCHE ?

Basé sur l'analyse du cycle de vie (ACV), qui mesure l'impact carbone d'un produit du champ à la fourchette, le Climate Foodprint note les produits via un système de couleurs : du rouge pour les produits les plus impactants, au vert, pour les produits à faible empreinte carbone. Dès 2023, Picadeli s'est donné pour objectif de ne voir aucune salade dépasser 0,8 kg de CO2e émis. Sur le long terme, aucune salade ne devra dépasser 0,5 kg de CO2e émis, objectif que l'entreprise travaille d'ores et déjà à atteindre en améliorant son offre, renouvelée à chaque saison (en plus, les légumes sont meilleurs !).

La salade qui change…

son impact carbone

Quand on sait que **le repas moyen d'un européen émet 1,4 kg de CO2e**, il y a désormais toutes les raisons d'adopter la salade pour la santé, la planète et le portefeuille !

Une salade Picadeli émet moyenne 0,8 kg de CO2e

Un burger-frites émet 2,4 kg de CO2e

La salade qui change pour répondre aux attentes des Français

Les Français ont un bon coup de fourchette, mais au pays de la gastronomie, c'est l'exigence qui prime ! 62 % des Français ayant répondu à l'étude Vegocracy attendent un étiquetage clair, permettant de faire des choix éclairés dans leur alimentation, c'est le taux le plus important parmi les 7 pays sondés.

VEGOCRACY, L'ÉTUDE QUI MET EN LUMIÈRE LE GREEN GAP

LE GREEN GAP, C'EST QUOI ?

Il s'agit du paradoxe entre la sensibilité accrue au dérèglement climatique, et des habitudes de consommation qui pèsent lourd sur la facture environnementale. C'est aussi le fait que beaucoup de personnes n'ont tout simplement aucune idée de la façon dont elles peuvent réduire l'impact de leur alimentation sur l'environnement.

La méconnaissance nuit à la transition alimentaire

24 % des personnes interrogées jugent qu'elles ne sont pas en mesure d'influer sur leur empreinte carbone. Parmi les 76 %ayant répondu l'inverse, seulement 12 % considèrent l'alimentation comme le facteur pesant le plus lourd sur leur empreinte carbone, alors qu'il a été prouvé qu'il s'agit de l'un des leviers les plus importants et simples à activer pour limiter l'impact de chacun sur la planète.

La réduction des trajets en avion et en voiture sont des notions désormais bien intégrées par toute la population mondiale, informée de ces enjeux capitaux pour réduire les émissions de CO2. Qu'en est-il de l'impact de nos assiettes ?

Seulement 18% des répondants connaissent les recommandations de l'OMS (déclinées dans chaque pays dans des plans similaires au PNNS - Plan National Nutrition Santé - en France) sur la consommation quotidienne de fruit et légumes... Et au fait, le saviez-vous, c'est 400 grammes par jour et par personne ! Il y a plus que jamais besoin d'éveiller les consciences sur la bataille pour l'environnement qui se joue actuellement dans nos assiettes !

Accessibilité : la faim remise en cause par les moyens ?
L'inflation n'épargne aucun pays et fait évoluer les modes de consommation, souvent au dépend de l'alimentation, première variable d'ajustement.

Manger 5 fruits et légumes par jour, si possible… 94 % des Français connaissent le Programme National Nutrition Santé, et pourtant, 43 % d'entre eux ne consomment pas de fruits et légumes quotidiennement. Une question d'accessibilité pour 45 % d'entre eux.

La planète après les papilles ?
L'étude Vegocracy révèle que seulement 3 % des personnes ont mentionné l'environnement comme critère le plus important lorsqu'ils sélectionnent leurs aliments, loin derrière le goût, placé en tête des considérations par 49 % des répondants.

Seulement 22 % considèrent une alimentation durable comme plus savoureuse : un autre Green Gap ? Comment encourager le grand public à croquer la transition alimentaire à pleines dents ?

PICADELI : DÉMOCRATISER L'ALIMENTATION SAINE, ACCESSIBLE ET SURTOUT APPÉTISSANTE

Depuis 2009, le groupe Picadeli s'est donné une mission : démocratiser l'alimentation saine en la rendant plus accessible, plus abordable et plus appétissante, parce que manger sainement ne devrait pas être un privilège. Convaincu qu'un monde où la fast-food peut être opposée à la malbouffe, Picadeli continue de faire évoluer son offre avec 90 % de produits végétariens, 70 % de produits végétaliens et 0 % de viande rouge. Toujours aux côtés de ses clients, Picadeli les guide en affichant le Nutri-score sur l'ensemble des ingrédients présents dans ses bars à salades ! Depuis son implémentation, le bol Picadeli moyen affiche un Nutri-score B. La salade qui change évolue avec les habitudes de consommation et les enjeux climatiques, mais les saveurs restent !

Avec le Climate Foodprint, Picadeli accompagne ses clients vers l'assiette durable avec délice, sans raconter de salades !

*Étude réalisée par Kantar auprès de 10 500 personnes dans 7 pays : Belgique, Finlande, France, États-Unis, Suède, Allemagne, Royaume-Uni.

Pour retrouver l'étude complète, cliquez ici.