



beelong.ch 

Rapport final de l'impact environnemental des achats alimentaires

Université de Fribourg

Tous les sites : Pérolles, Regina Mundi, Miséricorde, Boulangerie

Rapport

Février / Mars 2020

Octobre 2020

Au menu

1. Une assiette pour la planète
 - Alimentation et urgence climatique
 - L'Eco-score Beelong
 - Les informations collectées

2. L'étude de vos achats alimentaires
 - Préambule
 - Cadre et objectifs
 - Résultats ☺

[Redacted]

3. (Amélioration continue)

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]



1. UNE ASSIETTE POUR LA PLANETE

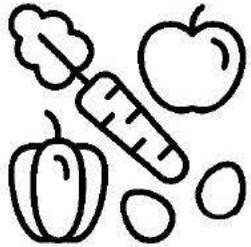
→ Alimentation et urgence climatique

→ L'Eco-score Beelong

→ Les informations collectées



1.1 Alimentation et urgence climatique



L'alimentation est responsable de **28%** de la charge environnementale de la consommation en Suisse, loin devant la mobilité*

28% - Alimentation

24% - Logement

12% - Mobilité

Mais c'est possible de réduire cet impact de manière significative (jusqu'à 50%) en implémentant des actions simples**

-50%

*www.environnement-suisse.ch (OFEV) **www.meschoixenvironnement.ch (OFEV)

1.2 L'Eco-score Beelong

L'Eco-score Beelong est un outil unique permettant d'évaluer et de communiquer l'impact environnemental de chaque produit alimentaire. Il donne aux professionnels et consommateurs un critère d'achat supplémentaire et simplifie la prise de décision.

Pour chaque produit alimentaire une multitude d'informations sont captées, à la fois sur chacune des matières premières composant le produit et sur le produit fini. L'Eco-score Beelong considère notamment les principales informations suivantes :



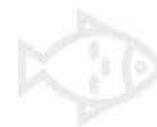
La distance



L'impact sur
la biodiversité



La saison



Les espèces
en danger



La consommation et
la pollution de l'eau



Les modes
de transport



Les émissions
de CO₂



Le bien-être animal



L'emballage



La méthode de
conservation

En bien d'autres paramètres, comme la politique d'entreprise et le degré de préparation industrielle par exemple. Chaque ingrédient est ensuite pondéré par son apport énergétique (kcal).

→ Retrouvez les Eco-scores sur les shops en ligne des distributeurs et dans les catalogues des marques !

1.3 Les informations collectées sur vos achats

Quelles sont les informations collectées sur les produits alimentaires?

Les produits achetés et les fournisseurs sont d'abord identifiés sur la base de l'ensemble des bulletins de livraison remis durant les périodes sous étude (ou des statistiques d'achats). Pour chaque produit alimentaire évalué, nous collectons une multitude d'informations telles que : la liste des ingrédients et leur proportion, les origines des matières premières et le lieu d'élaboration du produit fini, les principaux modes de transport utilisés, les modes de production agricole (modes de culture ou d'élevage, zone et technique de pêche, etc.), les labels, le type d'emballage et le mode de conservation. Pour cette étude, nous captions également pour chaque produit les quantités achetées (kg) et les prix.

D'où proviennent les informations sur les produits ?

Le manque de transparence et d'organisation des données sur le marché fait de cette recherche d'information une importante partie de notre travail. Nous recherchons pour chaque produit ces informations d'abord sur les supports publics (sites internet, étiquettes produits et fiches techniques, bulletins de livraison) puis pour les données manquantes, nous nous adressons directement aux fournisseurs, marques et producteurs.

Que se passe-t-il quand une information est introuvable ?

Si une information n'est pas facilement disponible ou que la marque / le fournisseur ne la communique pas, nous classons cette information comme « non communiquée ». Cela a pour conséquence d'attribuer le nombre de points minimum au paramètre en question. Par exemple si une provenance est « non communiquée », nous appliquons le maximum possible de kilomètres parcourus. Cela dans le but de valoriser les marques transparentes sur leurs produits alimentaires.

Comment les produits transformés sont-ils évalués?

Tous les produits sont évalués en fonction de la composition du produit fini: chaque ingrédient et sa proportion dans le produit fini a un impact sur l'Eco-score final. Seuls les produits de marques qui transmettent à Beelong des informations détaillées bénéficient d'un Eco-score exact. Pour les autres marques, les compositions standards (recettes) issues de la base de données Beelong sont utilisées.

Qu'en est-il de la qualité des données?

Nous ne pouvons garantir la transparence et l'exactitude des informations communiquées par les fournisseurs et les marques. Cependant, nous évaluons la pertinence de chaque information et n'hésitons pas à leur demander une clarification si une information nous semble surprenante ou à la considérer comme « non communiquée ».

Les informations sur les produits sont-elles mises à jour?

Les informations sur les produits sont susceptibles d'évoluer dans le temps. Il en est de même pour les Eco-scores. Ceux-ci sont mis à jour régulièrement lorsque les marques communiquent d'éventuels changements, ou par notre équipe lors de contrôles ponctuels.



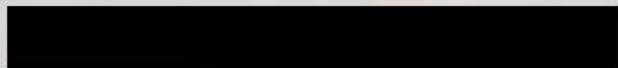
2. L'ETUDE DE VOS ACHATS ALIMENTAIRES

→ Préambule

→ Cadre et objectifs

→ Résultats

- Performance environnementale globale
- Empreinte carbone
- Vos achats en chiffres
- Indicateurs clés
- Points de contrôle
- Performance par catégorie de produit
- Transparence des marques



2.1 Préambule

Les restaurants

L'Université de Fribourg est située à l'Avenue d'Europe 20 à Fribourg. Elle dispose de 3 restaurants universitaires et d'une boulangerie de production. Le présent rapport concerne l'ensemble de ces 4 points de production.

Mandat

Etablissement moderne, interdisciplinaire et plurilingue, l'Université accorde une grande importance au développement durable et est soucieuse de l'impact environnemental de ses propres activités. C'est pourquoi Beelong est mandaté par l'Université de Fribourg dans le but de faire un état des lieux de l'impact environnemental des achats alimentaires de ses divers points de restauration. Les études sont menées sur les restaurants Miséricorde, Pérolles, Regina Mundi ainsi que sur la boulangerie.

Période d'étude

Les achats alimentaires sont étudiés pendant 2 mois (1 mois en saison froide, 1 mois en saison chaude), à savoir pendant les mois de février/mars 2020 et octobre 2020.

Contacts



Université de Fribourg
Madame Cindy Margueron
Responsable de la Mensa Miséricorde
cindy.margueron@unifr.ch



Université de Fribourg
Monsieur Jacques Roubaty
Responsable des Mensa Pérolles et Regina Mundi
jacques.roubaty@unifr.ch



2.2 Cadre et objectifs de l'étude

Objectifs

Mandatés pour évaluer l'impact environnemental de vos achats alimentaires, les objectifs de la présente étude sont les suivants:

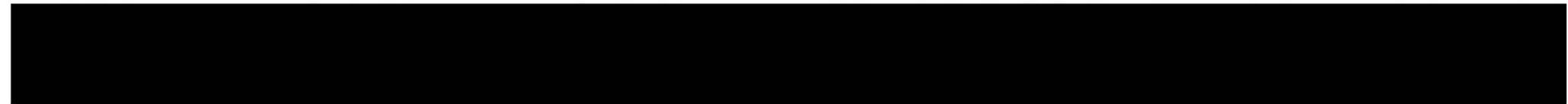
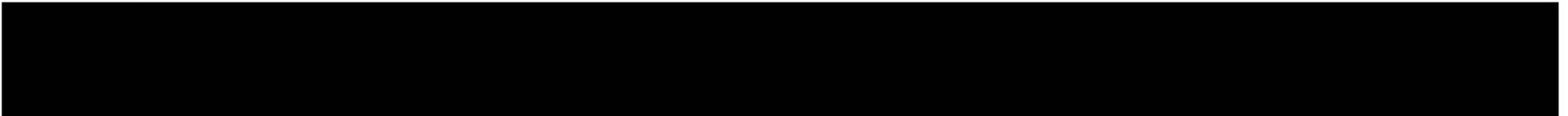
- ✓ Identifier et mesurer vos bonnes pratiques en termes d'impact environnemental
- ✓ Proposer des éléments de communication via des indicateurs de performance environnementale
- ✓ Identifier les axes d'amélioration possibles
- ✓ Proposer des alternatives, outils et conseils en vue d'une amélioration continue

Informations à disposition

Afin de mener à bien cette étude, nous disposons des informations suivantes:

- L'ensemble de vos bulletins de livraisons (ou statistiques) concernant les périodes sous étude, remis par vos soins
- Les éventuelles factures demandées, remises par vos soins
- La liste des fournisseurs alimentaires, remise par vos soins

Le mandant est seul responsable de la transmission complète des bulletins de livraison (ou statistiques) et des factures pendant les périodes concernées. Les résultats de la présente étude dépendent également d'informations supplémentaires sur les produits. Beelong recherche ces informations directement auprès des marques et fournisseurs concernés mais ne peut garantir la transparence et l'exactitude des données communiquées par ces derniers.



2.3 Résultats finaux

Performance environnementale globale



75 pts / 100



CO₂-eq (KG): **318'853**

Produits suisses: **57.0%**

Produits de saison: **81.4%**

Produits labellisés: **52.1%**

Poissons non menacés: **51.4%**

Produits carnés: **12.7%**



Provenance:

1382 produits

37 fournisseurs

300'726 CHF

49388 KG

2.3 Résultats finaux

Empreinte carbone

Tous les produits n'impactent pas de la même manière le climat, les ressources en eau, la biodiversité, ou encore la qualité de l'air, de l'eau, et des sols. De manière générale, les aliments à base de protéines animales comme la viande, les produits laitiers, les œufs et le poisson nécessitent beaucoup plus de ressources à leur production que les aliments végétaux. Ils génèrent également davantage de gaz à effet de serre, de pollution d'eau et des sols.

Les protéines en quantités suffisantes et d'origines variées sont cependant essentielles pour respecter un régime alimentaire équilibré. Mais consommer trop de produits animaux exerce une grande pression sur les ressources naturelles, le climat, le bien-être animal et notre santé. Une consommation modérée de protéines animales avec l'intégration de davantage de protéines végétales est donc la clé pour des repas écologiques, sains et éthiques.

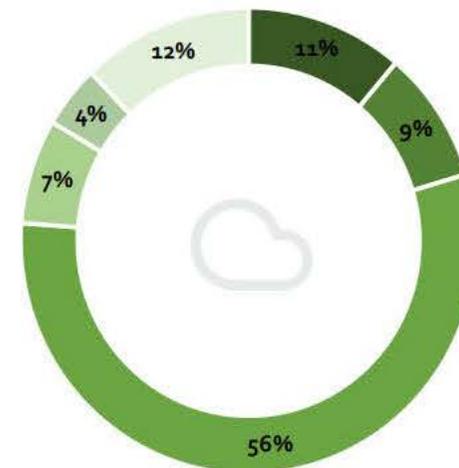
Vous trouverez ci-contre votre répartition de l'empreinte carbone par catégorie de produits.

Calcul: calcul sur la base de l'empreinte carbone de la production agricole de chaque ingrédient, de la culture sous serre chauffée ou non (fruits, légumes et herbes), du type de morceau (viandes), de la distance de transport de chaque matière première au lieu d'élaboration et de leur mode de transport et de leur réfrigération/surgélation ou non, de la distance de transport du produit fini à la Suisse et de son mode de transport et réfrigération/surgélation ou non, de l'emballage primaire principal.



CO₂-eq (KG): **318'853** Par kilo: **6.46**

Empreinte carbone (CO₂-eq.)



- Fruits, légumes, jus et herbes
- Viandes
- Produits d'économat
- Produits laitiers et oeufs
- Poissons, mollusques et crustacés
- Produits manufacturés d'origine végétale

2.3 Résultats finaux

Vos achats en chiffres

Pour la période d'étude, voici les principaux produits achetés en termes de quantités (liste non exhaustive):

| | % | KG |
|---------------------------|------------|--------------|
| Fruits et légumes: | 46% | 22892 |
| Pommes de terre | 16% | 3753 |
| Carotte | 10% | 2393 |
| Chou | 8% | 1932 |
| Salade | 7% | 1525 |
| Courgette | 5% | 1200 |
| Tomate | 4% | 1027 |

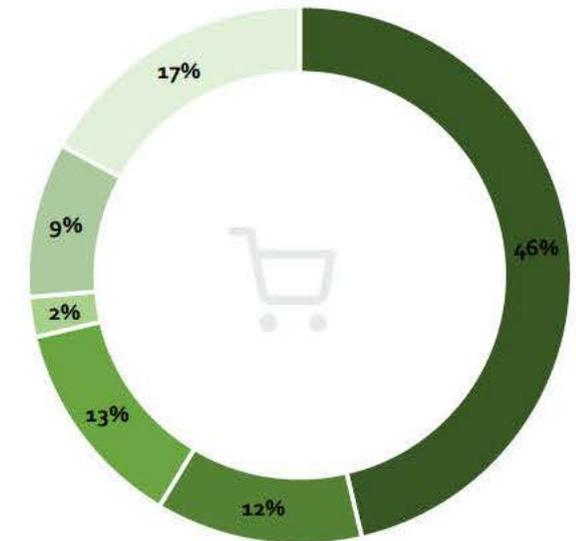
| | % | KG |
|-----------------------------|-----------|-------------|
| Produits d'économat: | 9% | 4583 |
| Farine | 26% | 1201 |
| Huile | 18% | 846 |
| Sucre | 10% | 475 |
| Riz et risotto | 7% | 325 |
| Café | 7% | 310 |
| Sel | 7% | 300 |

| | % | KG |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Produits manufacturés: | 17% | 8386 |
| Frites | 16% | 1352 |
| Préparation végétarienne | 11% | 954 |
| Pain | 10% | 825 |
| Viennoiserie et pâtisserie | 10% | 804 |
| Sauce à salade | 7% | 601 |
| Mayonnaise | 7% | 585 |

| | % | KG |
|-----------------|------------|-------------|
| Viandes: | 13% | 6265 |
| Boeuf | 29% | 1793 |
| Poulet | 20% | 1238 |
| Porc | 17% | 1063 |
| Saucisse | 9% | 571 |
| Dinde | 5% | 340 |
| Veau | 5% | 339 |

| | % | KG |
|-----------------------------------|------------|-------------|
| Produits laitiers et œufs: | 12% | 6074 |
| Lait | 53% | 3236 |
| Crème | 13% | 766 |
| Oeuf | 12% | 739 |
| Beurre | 8% | 509 |
| Fromage | 8% | 474 |
| Yaourt | 6% | 351 |

| | % | KG |
|------------------|-----------|-------------|
| Poissons: | 2% | 1189 |
| Saumon | 30% | 353 |
| Thon | 13% | 160 |
| Sandre | 11% | 130 |
| Carrelet | 6% | 75 |
| Poisson divers | 6% | 75 |
| Calamar | 6% | 72 |



- Fruits, légumes, jus et herbes
- Produits laitiers et oeufs
- Viandes
- Poissons, mollusques et crustacés
- Produits d'économat
- Produits manufacturés d'origine végétale

2.3 Résultats finaux

Indicateurs clés

| PROVENANCE | | Cible | | Vos objectifs! | EMBALLAGE | | Cible | Vos objectifs! |
|---------------------------------|-------|-------|---|----------------|-----------------------------------|-------|-------|----------------|
| Produits suisses: | 57.0% | 50% | ✓ | | Pas d'emballage/vrac: | 25.4% | 30% | ▼ |
| Produits non communiqués: | 9.8% | 5% | ▼ | | PET: | 0.7% | | |
| Transport en avion: | 0.1% | 1% | ✓ | | Plastique: | 55.5% | | |
| | | | | | Papier, carton: | 7.3% | | |
| | | | | | Acier, aluminium: | 1.4% | | |
| | | | | | Verre: | 0.2% | | |
| | | | | | Autre, inconnu: | 9.6% | | |
| | | | | | | | | |
| LABELS | | | | | VIANDES ET LÉGUMINEUSES | | | |
| Produits biologiques: | 0.5% | 10% | ▼ | | Part de viandes: | 12.7% | 10% | ▼ |
| Produits labellisés: | 52.1% | 35% | ✓ | | Part de légumineuses: | 2.3% | 5% | ▼ |
| Produits labellisés (hors bio): | 51.6% | 30% | ✓ | | | | | |
| | | | | | | | | |
| ESPÈCES MENACÉES | | | | | BIEN-ÊTRE ANIMAL | | | |
| Poissons non menacés/durables: | 51.4% | 100% | ▼ | | Œufs et volaille en plein air: | 12.4% | 80% | ▼ |
| Poissons labellisés: | 18.9% | 80% | ▼ | | Bœuf min. SST/SRPA: | 3.4% | 60% | ▼ |
| Espèces hors top 10*: | 27.9% | 5% | ✓ | | Porc min. SST/SRPA: | 0.0% | 70% | ▼ |
| | | | | | Lapin min. SST/SRPA: | 0.0% | 80% | ▼ |
| | | | | | | | | |
| SAISON | | | | | TRANSFORMATION | | | |
| Fruits et légumes exotiques**: | 9.0% | 20% | ✓ | | Produits surgelés: | 14.8% | 15% | ✓ |
| Produits sans serre chauffée: | 81.4% | 80% | ✓ | | Produits bruts (mono-ingrédient): | 76.0% | 70% | ✓ |
| | | | | | "Fait maison": | 92.5% | 80% | ✓ |
| | | | | | | | | |
| COMMERCE ÉQUITABLE | | | | | | | | |
| Produits fairtrade et/ou bio: | 7.2% | 30% | ▼ | | | | | |

Cible en gras = directives OFEV
Cible non gras = observations Beelong

** produits non cultivables en Suisse, jus inclus.



2.3 Résultats finaux

Points de contrôle des provenances et labels (1/2)

Ci-dessous vous trouverez divers points de contrôle qui ont pour but de vous permettre de monitorer certains éléments précisément. Ces points de contrôle ont été sélectionnés car ils font souvent l'objet d'objectifs internes ou sont généralement présents dans les chartes pour une alimentation durable (liste non exhaustive). Vous souhaitez ajouter des points de contrôle ? Dites-le nous!

| LÉGUMES | CH | EU | Autre | Vos objectifs! | VIANDES | CH | EU | Autre | Vos objectifs! | PRODUITS LAITIERS | CH | EU | Autre | Vos objectifs! |
|--------------------------|------------|-----|-------|----------------|-----------------|------|------|-------|----------------|-------------------|------|-----|-------|----------------|
| Pommes de terre | 97% | 2% | 1% | | Boeuf | 99% | 1% | 1% | | Lait | 100% | 0% | 0% | |
| Tomate | 19% | 6% | 75% | | Veau | 100% | 0% | 0% | | Crème | 98% | 0% | 2% | |
| Carotte | 100% | 0% | 0% | | Porc | 100% | 0% | 0% | | Yaourt | 90% | 10% | 0% | |
| Salade | 71% | 29% | 0% | | Agneau | 58% | 0% | 42% | | Fromage | 83% | 17% | 0% | |
| Courgette | 14% | 86% | 0% | | Cheval | 0% | 100% | 0% | | Oeuf | 88% | 12% | 0% | |
| Chou | 52% | 48% | 0% | | VOLAILLE | | | | | Beurre | 100% | 0% | 0% | |
| Champignon | 84% | 15% | 0% | | Poulet | 74% | 26% | 0% | | | | | | |
| Aubergine | 14% | 86% | 0% | | Dinde | 11% | 86% | 2% | | | | | | |
| FRUITS | | | | | Pintade | 0% | 100% | 0% | | | | | | |
| Abricot | 0% | 95% | 5% | | | | | | | | | | | |
| Fraise | 0% | 50% | 50% | | | | | | | | | | | |
| Framboise | 5% | 94% | 1% | | | | | | | | | | | |
| Jus de fruits | 8% | 0% | 92% | | | | | | | | | | | |
| Kiwi | 0% | 55% | 45% | | | | | | | | | | | |
| FRUITS LABELLISÉS | | | | | | | | | | | | | | |
| | Avec label | | Sans | | | | | | | | | | | |
| Banane | 99% | | 1% | | | | | | | | | | | |
| Avocat | 0% | | 100% | | | | | | | | | | | |

Provenance déterminée sur la base de l'ingrédient principal des produits. Pourcentages exprimés en fonction des kilogrammes.



2.3 Résultats finaux

Points de contrôle des provenances et labels (2/2)

Ci-dessous vous trouverez divers points de contrôle qui ont pour but de vous permettre de monitorer certains éléments précisément. Ces points de contrôle ont été sélectionnés car ils font souvent l'objet d'objectifs internes ou sont généralement présents dans les chartes pour une alimentation durable (liste non exhaustive). Vous souhaitez ajouter des points de contrôle ? Dites-le nous!

| ECONOMAT | | | | CH | EU | Autre | Vos objectifs! | PRODUITS MANUFACTURÉS | | | | CH | EU | Autre | Vos objectifs! | POISSONS | | | | CH | EU | Autre | Vos objectifs! |
|--------------------|------|------|--------------|--------------|------|-------|----------------|------------------------------|-----|---------------------|------|----|----|------------|----------------|-----------------|------|------|------|--------------|----|-------|----------------|
| Sel | 100% | 0% | 0% | | | | | Pain | 42% | 13% | 45% | | | | | Crevette | 0% | 0% | 100% | | | | |
| Sucre | 90% | 3% | 7% | | | | | Viennoiserie et pâtisserie | 19% | 0% | 81% | | | | | Saumon | 0% | 100% | 0% | | | | |
| Farine | 76% | 9% | 14% | | | | | Confiture | 24% | 13% | 63% | | | | | Cabillaud | 0% | 56% | 44% | | | | |
| Quinoa | 0% | 0% | 0% | Pas commandé | | | | Dessert et base pour dessert | 8% | 0% | 92% | | | | | Lieu jaune | 0% | 0% | 100% | | | | |
| Miel | 0% | 0% | 100% | | | | | Biscuit et barre de céréale | 12% | 19% | 69% | | | | | Lieu noir | 0% | 0% | 100% | | | | |
| Huile | 17% | 28% | 56% | | | | | Pâtes | 0% | 40% | 60% | | | | | Omble chevalier | 0% | 0% | 0% | Pas commandé | | | |
| Lentille | 0% | 0% | 100% | | | | | Purée de pomme de terre | 0% | 100% | 0% | | | | | Perche | 0% | 0% | 100% | | | | |
| | | | | | | | | Frites | 15% | 85% | 0% | | | | | Truite | 100% | 0% | 0% | | | | |
| | | | | | | | | Sauce à salade | 0% | 52% | 48% | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | Soupe ou potage préparé | 0% | 0% | 100% | | | | | | | | | | | | |
| ECONOMAT LABELLISÉ | | | | Avec label | Sans | | | | | POISSONS LABELLISÉS | | | | Avec label | Sans | | | | | | | | |
| Sucre | 84% | 16% | | | | | | | | | | | | | | Cabillaud | 47% | 53% | | | | | |
| Farine | 75% | 25% | | | | | | | | | | | | | | Saumon | 24% | 76% | | | | | |
| Quinoa | 0% | 0% | Pas commandé | | | | | | | | | | | | | Crevette | 33% | 67% | | | | | |
| Café | 23% | 77% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lentille | 0% | 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Provenance déterminée sur la base de l'ingrédient principal des produits. Pourcentages exprimés en fonction des kilogrammes.



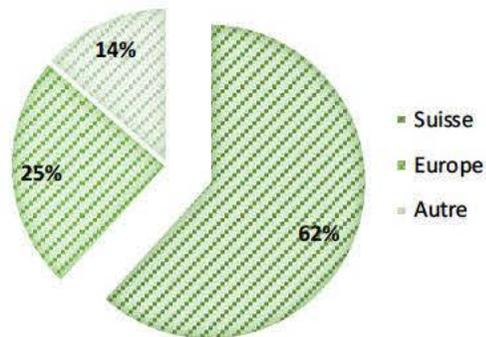
2.3 Résultats finaux

Performance par catégorie de produit

Les fruits et légumes représentent généralement la catégorie de produits la plus importante en termes de quantités. L'impact des fruits et légumes est principalement impacté par leur transport, leur surgélation et leur mode de culture. Il faut privilégier les fruits et légumes locaux, frais, cultivés sans serre chauffée et labelliser les produits quand ils viennent de loin.

Le saviez-vous ? Il faut 15x plus d'énergie pour un haricot suisse sous serre chauffée aux énergies fossiles que pour un haricot suisse pleine terre!

PROVENANCE



Produits sans serre chauffée : 81%



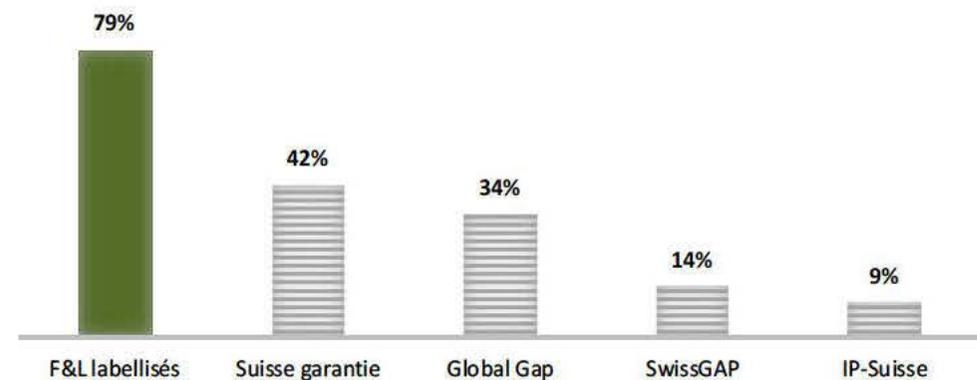
Produits surgelés : 10%



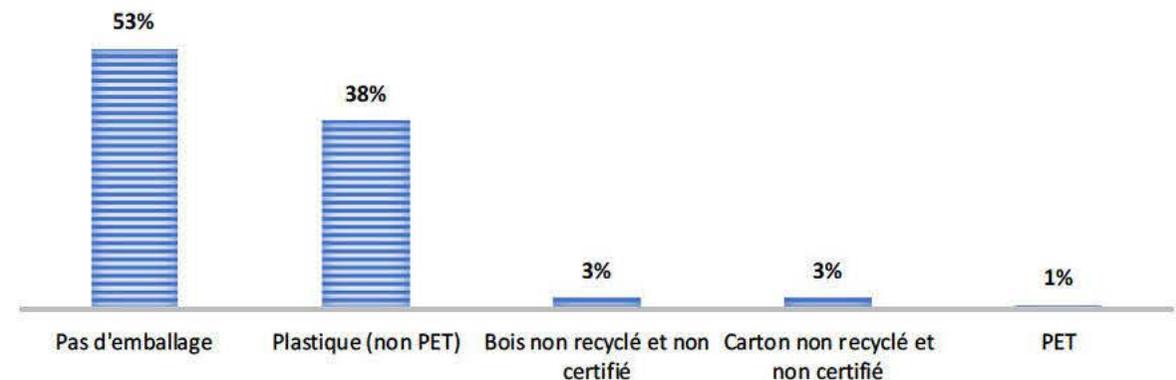
Fruits, légumes, jus et herbes



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES

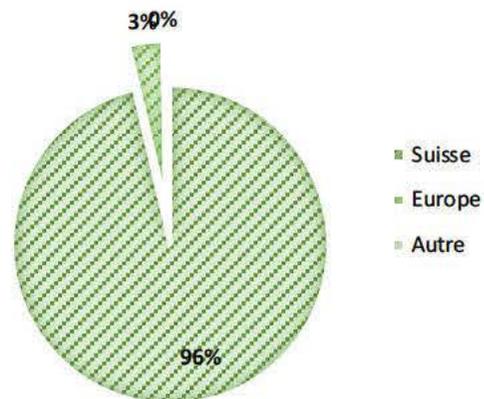


2.3 Résultats finaux

Performance par catégorie de produit

La production de lait en Suisse est largement suffisante pour couvrir nos besoins. On observe ainsi généralement une proportion importante de produits suisses dans cette catégorie. Pour améliorer la performance de cette catégorie il faudrait privilégier les produits biologiques ou IP-Suisse et limiter la consommation de fromages ou de yaourts étrangers. Pour les œufs, le bien-être animal est un point important. En Suisse l'élevage en cage est interdit depuis 1992 alors que c'est toujours autorisé dans l'UE. Raison pour laquelle il est encore possible de soutenir ce mode d'élevage lorsque l'on importe des œufs étrangers!

PROVENANCE



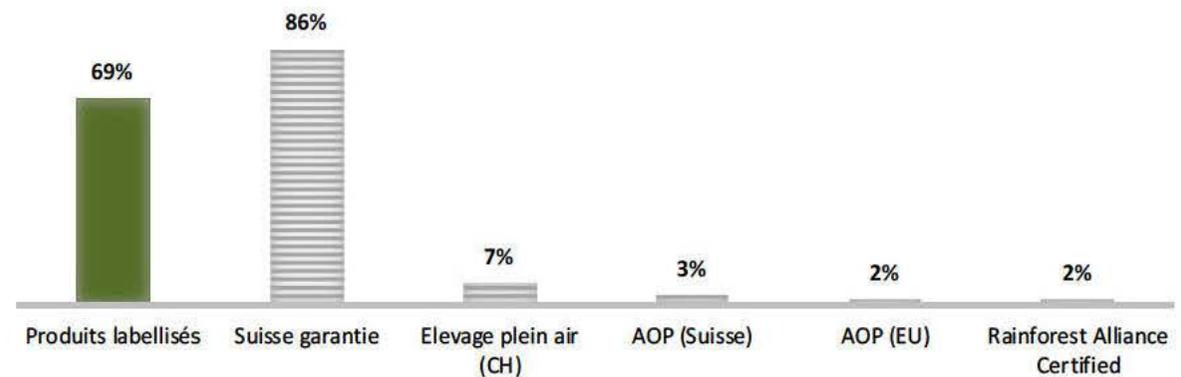
❄ Produits surgelés : 0%



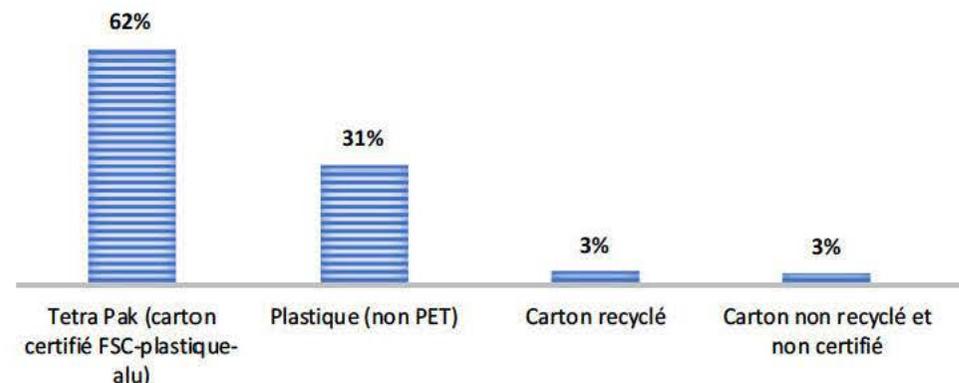
Produits laitiers et œufs



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES



2.3 Résultats finaux

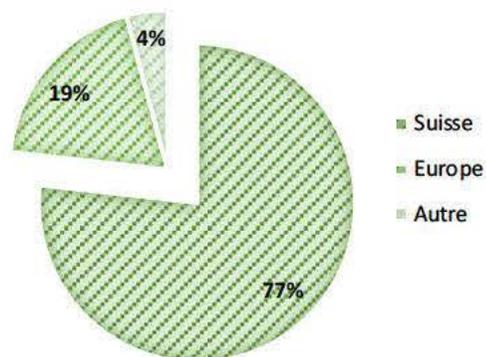
Performance par catégorie de produit

La viande présente une charge environnementale très importante compte tenu de l'ampleur des ressources naturelles nécessaires à sa production et aux pertes énergétiques (niveaux trophiques).

Il est donc essentiel d'en limiter la consommation, de favoriser les sources de protéines végétales, de privilégier les morceaux bas et de garantir le bien-être animal via des labels responsables.

Le saviez-vous ? 33% des terres cultivées au niveau mondial sont consacrées à produire des aliments pour les animaux d'élevage!

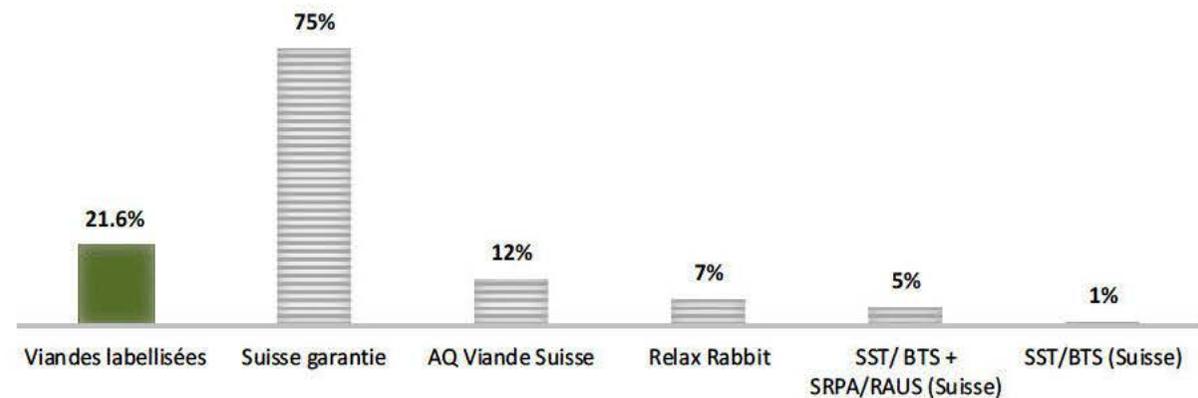
PROVENANCE



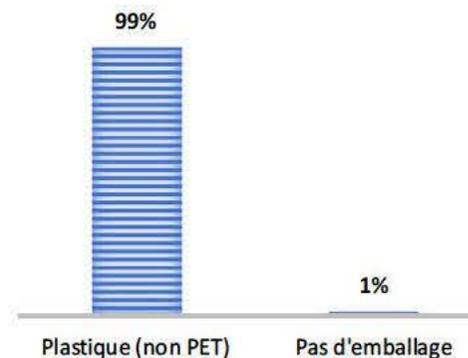
❄ Produits surgelés : 17%



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES

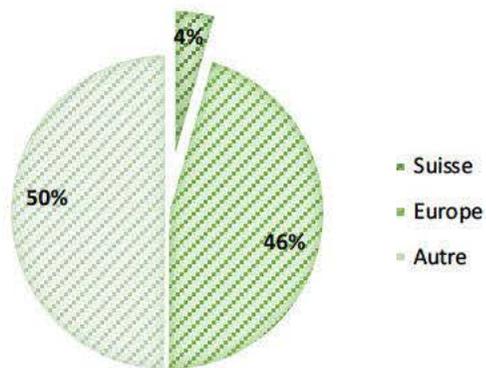


2.3 Résultats finaux

Performance par catégorie de produit

Bien que représentant généralement entre 1% et 7% des quantités commandées, cette catégorie de produits est particulièrement importante car extrêmement menacée. La surpêche a déjà détruit 50% à 90% des grands poissons pélagiques en seulement 15 ans. Pour consommer de manière écoresponsable du poisson, il faut sélectionner des stocks durables (grâce au guide Beelong ou du WWF par exemple), favoriser des espèces « inconnues » (hors top 10), utiliser les labels dédiés (MSC, ASC, Bio, FOS) et favoriser la proximité pour éviter la surgélation et le transport aérien.

PROVENANCE



 Poissons non menacés: 51%

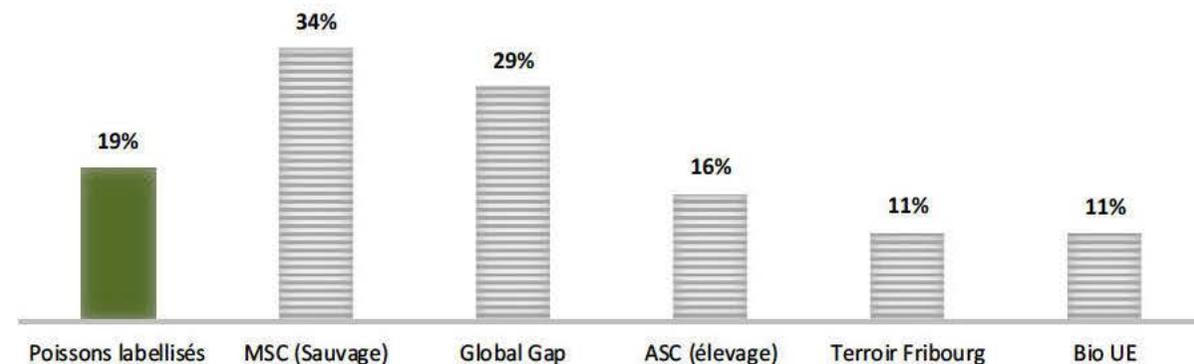
 Produits surgelés : 38%



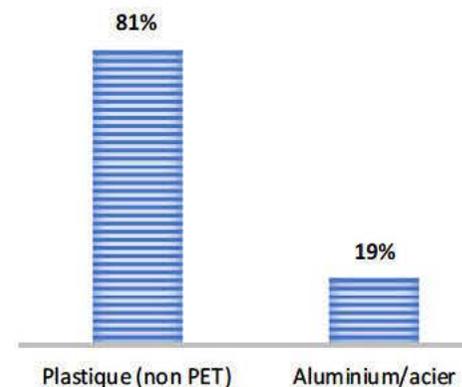
Poissons, mollusques et crustacés



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES



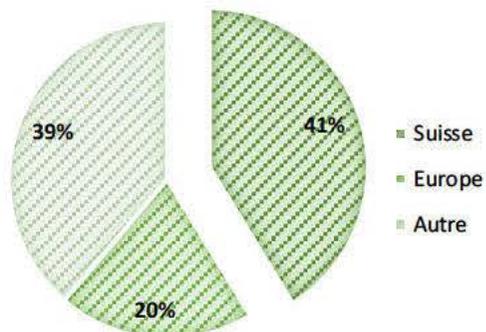
2.3 Résultats finaux

Performance par catégorie de produit

Les produits d'économat sont essentiellement composés de produits dont les alternatives plus durables sont généralement faciles à mettre en place. Par exemple, il est facile de remplacer de la farine dont la provenance serait allemande ou française au profit d'une farine suisse. Cela n'impacte en rien la charge de travail ou la manière de fonctionner (contrairement à la réduction des produits transformés par exemple). Parmi ces produits on retrouve habituellement en tête de liste le riz dont les alternatives européennes existent, tout comme le sucre, le sel, l'huile, la farine ou le miel.

Le saviez-vous ? On trouve en Suisse des pois chiches, des lentilles, du risotto et même du quinoa!

PROVENANCE



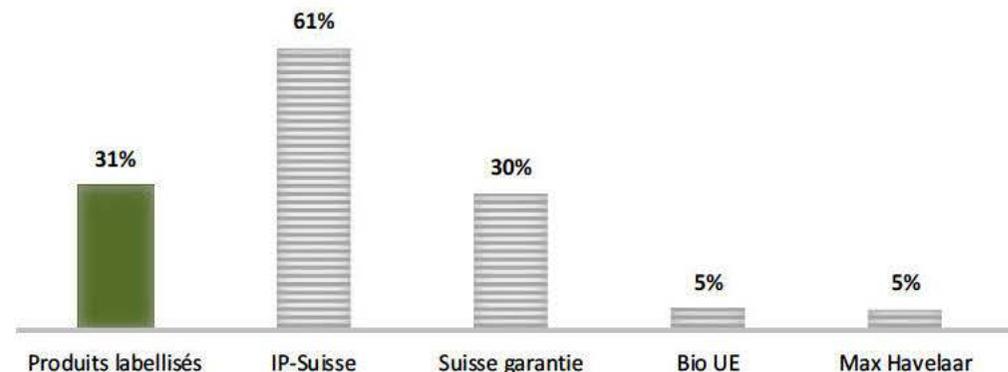
❄ Produits surgelés : 0%



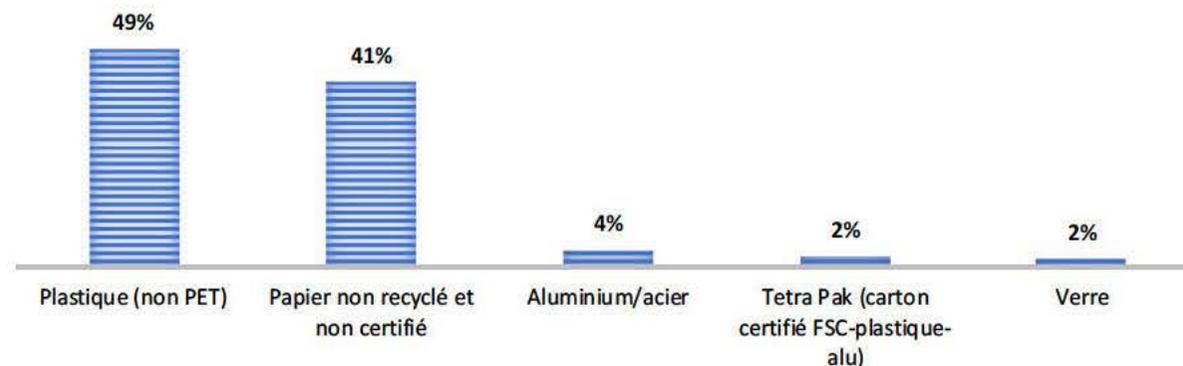
Produits d'économat



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES

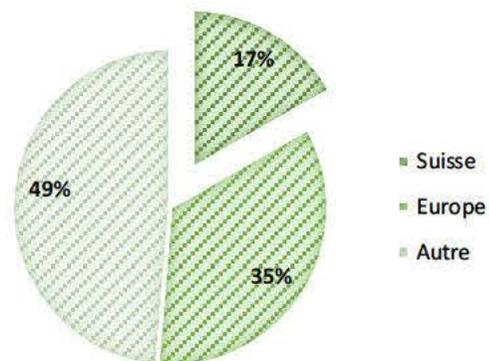


2.3 Résultats finaux

Performance par catégorie de produit

L'évaluation des produits manufacturés est principalement dépendante du niveau de transparence des marques qui les produisent. A ce jour, il n'y a pas de base légale sur la communication de l'origine des ingrédients par exemple, ce qui rend la traçabilité de ces produits compliquée. Pour améliorer la performance de cette catégorie de produits, il faut favoriser les marques transparentes, limiter au maximum les produits ultra transformés, privilégier le « fait maison » et sélectionner des références labellisées qui garantissent un meilleur mode de production.

PROVENANCE



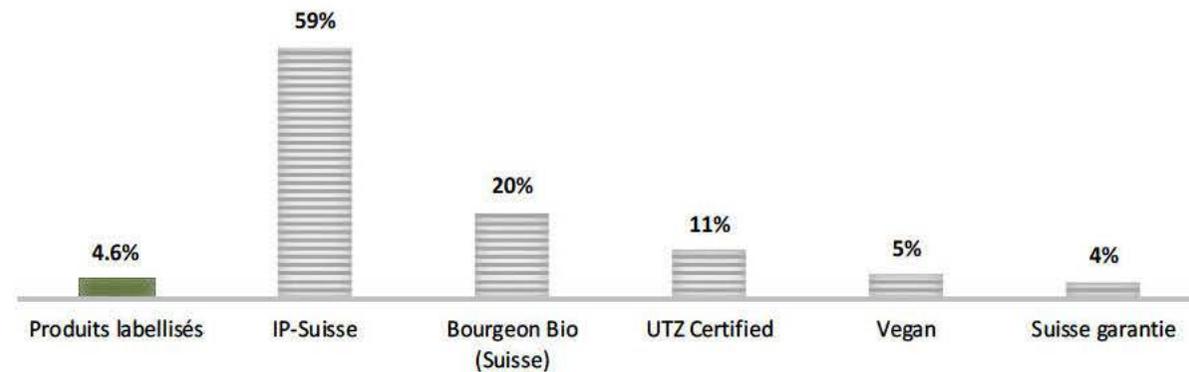
❄️ Produits surgelés : 41%



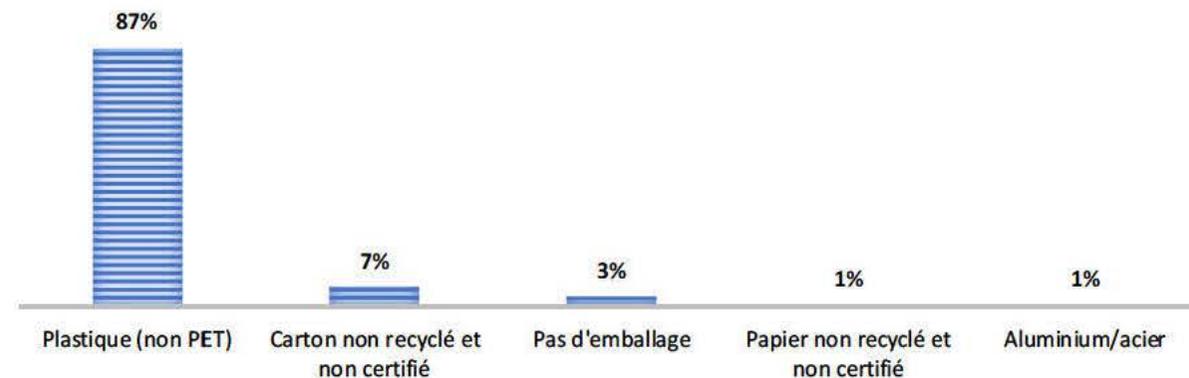
Produits manufacturés



RÉPARTITION DES LABELS



RÉPARTITION DES EMBALLAGES



2.3 Résultats finaux

Transparence des marques

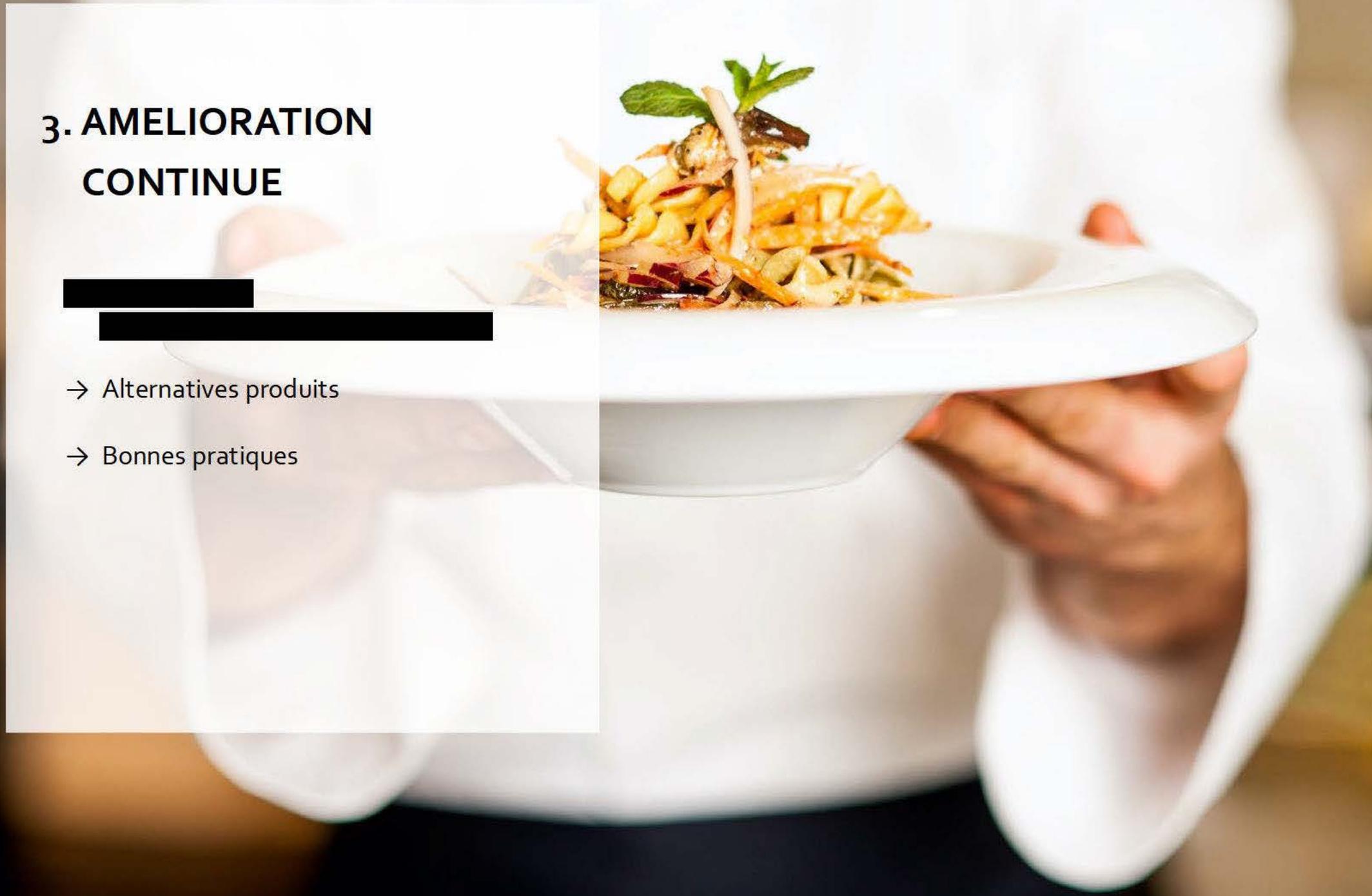
Vos résultats dépendent directement de la qualité des informations disponibles sur les produits alimentaires, communiquées (ou non) par les marques et les distributeurs. En général plus les produits sont transformés, plus il est difficile d'accéder aux informations les concernant (notamment les provenances des ingrédients). Cependant, certaines marques sont plus transparentes que d'autres: ci-dessous vous découvrirez une appréciation en pourcentage de la transparence des marques. 100% signifie que nous avons accès à toutes les informations pour tous les ingrédients. 70% signifie que nous avons accès aux informations de l'ingrédient principal. Moins de 70% signifie que pour certains produits nous n'avons pas accès aux informations de l'ingrédient principal. Le tableau ne comprend pas les produits sans marque ou de marque inconnue.

| N° | Marque | KG | Transparence |
|----|------------------------|-------|--------------|
| 1 | Culturefood | 12200 | ▶ 100% |
| 2 | Crema | 3060 | ▶ 70% |
| 3 | Frigemo | 2520 | ▶ 70% |
| 4 | Quality | 1994 | ▶ 64% |
| 5 | Thomy (Nestlé) | 1323 | ▶ 51% |
| 6 | Prima | 926 | ▶ 70% |
| 7 | Florin | 470 | ▶ 18% |
| 8 | Maggi (Nestlé) | 446 | ▶ 24% |
| 9 | Hilcona | 444 | ▶ 1% |
| 10 | Alipro | 431 | ▶ 4% |
| 11 | Leisi (Nestlé) | 424 | ▶ 0% |
| 12 | Aarberg Zucker | 400 | ▶ 70% |
| 13 | Ditzler | 375 | ▶ 100% |
| 14 | Pistor | 336 | ▶ 51% |
| 15 | GustOvo | 304 | ▶ 70% |
| 16 | Jurasel | 300 | ▶ 70% |
| 17 | Caffe Latte (Emmi) | 286 | ▶ 70% |
| 18 | Reismühle | 285 | ▶ 70% |
| 19 | Bell | 283 | ▶ 70% |
| 20 | Zwicky | 279 | ▶ 70% |
| 21 | Emmi | 277 | ▶ 70% |
| 22 | Kern & Sammet | 256 | ▶ 0% |
| 23 | Hiestand | 250 | ▶ 64% |
| 24 | Romer | 238 | ▶ 3% |
| 25 | Economy (Transgourmet) | 236 | ▶ 69% |

| N° | Marque | KG | Transparence |
|----|------------------|-----|--------------|
| 26 | Kneuss | 216 | ▶ 70% |
| 27 | Knorr (Unilever) | 213 | ▶ 1% |
| 28 | Matinella | 207 | ▶ 70% |
| 29 | Hefe | 190 | ▶ 33% |
| 30 | Hügli | 179 | ▶ 70% |
| 31 | Hugo Reitzel | 169 | ▶ 70% |
| 32 | Granini | 163 | ▶ 50% |
| 33 | Coup de Pates | 158 | ▶ 4% |
| 34 | Bischofberger | 138 | ▶ 70% |
| 35 | Pistor Profit | 119 | ▶ 70% |
| 36 | Lindt | 107 | ▶ 70% |
| 37 | Armour | 105 | ▶ 70% |
| 38 | Wauwiler | 105 | ▶ 70% |
| 39 | Supreme | 101 | ▶ 70% |
| 40 | Barilla | 100 | ▶ 70% |
| 41 | Alpro | 98 | ▶ 70% |
| 42 | Relax Rabbit | 96 | ▶ 70% |
| 43 | Felchlin | 95 | ▶ 4% |
| 44 | Fisifam | 94 | ▶ 70% |
| 45 | Buitoni (Nestlé) | 93 | ▶ 34% |
| 46 | Agrano | 93 | ▶ 0% |
| 47 | Fredag | 92 | ▶ 55% |
| 48 | Parmadoro (Hero) | 92 | ▶ 100% |
| 49 | La Semeuse | 91 | ▶ 54% |
| 50 | KADI | 83 | ▶ 100% |

3. AMELIORATION CONTINUE

- Alternatives produits
- Bonnes pratiques



3.2 Amélioration continue

Alternatives produits : aux frites à base de pommes de terre et huile étrangères.

Privilégier les frites à base de pommes de terre suisses.

Golden Frites Coupe Norm., Frigemo
Pays-Bas



BISCHOF SZELL – Super frites, coupe
fine



Provenance* : Suisse (p.d.terre)
Elaboration : Suisse
Label : Suisse Garantie
Emballage** : plastique
Divers: surgelé



BISCHOF SZELL – pommes frites fines



Provenance* : Europe (p.d.terre)
Elaboration : Suisse
Label : -
Emballage** : plastique
Divers: surgelé



KADI – Frites de pleine lune



Provenance* : Suisse (p.d.terre)
Elaboration : Suisse
Label : Suisse Garantie
Emballage** : plastique
Divers: surgelé



KADI – Frites coupe fine



Provenance* : Suisse (p.d.terre)
Elaboration : Suisse
Label : -
Emballage** : plastique
Divers: surgelé

Alternatives présentées à titre d'exemple et non exhaustives.

Eco-scores dépendants de la composition de chaque produit et de multiples paramètres. Plus d'informations sur beelong.ch

* Provenance de l'ingrédient principal (pour simplifier ici)

** Emballage primaire principal



3.2 Amélioration continue

Alternatives produits : aux crevettes Black Tiger du d'Asie du sud-est ou du Bangladesh, surgelées, sans label

Eviter à tout prix ce produit, ou préférer les crevettes portant le label ASC, MSC ou Bio, ou d'autres espèces de crevettes. Se référer au guide Beelong. De manière générale, réduire la consommation.

Crevettes tigrées,
Vietnam



Crevettes Black Tiger biologiques



Provenance* : Vietnam
Elaboration : Vietnam
Label : Bourgeon Bio (importé)
Emballage** : plastique
Divers: surgelé



Crevettes nordiques MSC



Provenance* : Canada
Elaboration : Canada
Label : MSC
Emballage** : plastique
Divers: surgelé



Crevettes nordiques, sans label



Provenance* : Norvège
Elaboration : Norvège
Label : -
Emballage** : plastique
Divers: surgelé

Alternatives présentées à titre d'exemple et non exhaustives.

Eco-scores dépendants de la composition de chaque produit et de multiples paramètres. Plus d'informations sur beelong.ch

* Provenance de l'ingrédient principal (pour simplifier ici)

** Emballage primaire principal



3.2 Amélioration continue

Alternatives produits : aux avocat importés de provenance lointaine, sans label

Privilégier des avocats labellisés Bio et/ou Fairtrade, ou des avocats espagnols. De manière générale, modérer la consommation.

Avocat, monde



Avocat bio espagnol



Provenance* : Espagne
Elaboration : Espagne
Label : Bio UE
Emballage** : pas d'emballage
Divers: non surgelé



Avocat bio du Pérou



Provenance* : Pérou
Elaboration : Pérou
Label : Bio UE
Emballage** : pas d'emballage
Divers: non surgelé



Avocat espagnol



Provenance* : Espagne
Elaboration : Espagne
Label : -
Emballage** : Pas d'emballage
Divers: non surgelé

Alternatives présentées à titre d'exemple et non exhaustives.

Eco-scores dépendants de la composition de chaque produit et de multiples paramètres. Plus d'informations sur beelong.ch

* Provenance de l'ingrédient principal (pour simplifier ici)

** Emballage primaire principal



3.3 Amélioration continue

Les bonnes pratiques

Les 8 principes d'une alimentation durable

1. Adopter une consommation responsable de produits animaux
2. Eviter le gaspillage alimentaire
3. Privilégier les produits suisses, et éviter le transport par avion
4. Privilégier les produits issus de modes de production durables (par ex. biologiques) et du commerce équitable
5. Favoriser les fruits et légumes de saison et éviter les serres chauffées aux énergies fossiles
6. Bannir les espèces de poisson en danger et les techniques de pêche destructrices
7. Eviter les produits suremballés et éviter autant que possible les emballages
8. Privilégier l'eau du robinet

De manière générale, voici quelques bonnes pratiques à adopter:

Viandes et produits à base de viande

- ✓ Modérer la **fréquence** de consommation de viande, et **varier** les protéines animales et les protéines végétales.
- ✓ Privilégier des **types de viande** qui ont un impact plus faible sur l'environnement.
- ✓ Privilégier la viande **suisse** et si possible avec un **label** respectueux de l'environnement et des animaux (par ex. Bio Bourgeon, IP-Suisse).
- ✓ Inclure parfois des "**bas-morceaux**" au lieu des morceaux nobles.

Poissons, mollusques et crustacés

- ✓ Modérer sa **fréquence** de consommation de poisson, mollusques et crustacés.
- ✓ Choisir des produits le plus possible avec un **label** (sauvage: MSC, FOS et élevage: Bio, ASC).
- ✓ Inclure des **espèces moins connues** pour diminuer la pression sur les espèces les plus consommées.

Fruits, légumes, jus et herbes

- ✓ Se référer au **calendrier** des saisons suisses.
- ✓ Eviter la culture sous **serre** chauffée aux énergies fossiles.
- ✓ Limiter la consommation de produits **exotiques**.
- ✓ Choisir des produits le plus possible avec un **label** (Bio et/ou Max Havelaar).



beelong.ch 