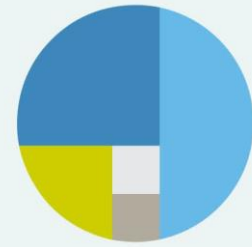




Knowledge grows



ENQUÊTE IPSOS-YARA SUR 12 PAYS IMPACTS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE : QUELLES CONSÉQUENCES SUR LES HABITUDES ALIMENTAIRES ?

Une opportunité pour que l'industrie agro-alimentaire prenne le tournant de la décarbonation

RÉSULTATS: presque 3/4 des Français estiment que les entreprises alimentaires devraient s'efforcer de réduire les émissions liées à leurs productions. La quasi-totalité des Européens sont prêts à soutenir par l'achat les produits qui parviennent à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre de 20 %. Tous les résultats de l'enquête sont disponibles sur [ce lien](#).

"Cette étude montre que les Français prennent en compte la durabilité et l'impact climatique des aliments qu'ils achètent. Cela devrait être un signal fort pour l'ensemble de l'industrie agro-alimentaire", déclare Nicolas Broutin, président de Yara France. "Si trois Européens sur cinq considèrent que l'impact climatique est important lorsqu'ils achètent des produits alimentaires, une majorité d'entre eux estime ne pas avoir assez d'informations afin d'adopter un comportement plus durable. Plus de trois consommateurs sur quatre aimeraient pouvoir lire l'empreinte carbone sur l'étiquette des aliments", explique Nicolas Broutin.

La production alimentaire est responsable de plus d'1/4 des émissions mondiales de gaz à effet de serre. Le rapport montre que **55 % des Français considèrent l'impact climatique comme important lorsqu'ils achètent des aliments et des boissons.**

"La décarbonation de l'alimentation est possible et c'est pourquoi chez Yara nous développons des engrais décarbonés fabriqués à partir de l'hydrogène de l'eau et de l'azote de l'air, en utilisant des énergies renouvelables. Ainsi, nous aidons les agriculteurs et les entreprises agroalimentaires à réduire l'impact climatique de leurs produits. Ces choix volontaires doivent être soutenus par des initiatives politiques ciblées. La proposition de loi de l'UE en faveur d'un système alimentaire durable, prévue pour la fin de cette année, devrait donc créer un ensemble d'incitations pour que les acteurs des systèmes alimentaires aillent au-delà des exigences minimales et favorisent les solutions à faible empreinte carbone telles que les engrais décarbonés", déclare Nicolas Broutin.

À Porsgrunn, en Norvège, Yara construit sa première usine fonctionnant à l'énergie renouvelable. Elle permettra à Yara de produire des engrais décarbonés libérés des énergies fossiles. **Ces engrais décarbonés permettront de réduire l'empreinte carbone des cultures jusqu'à 30 % et des aliments jusqu'à 20 %.** Ils sont une solution essentielle pour un avenir alimentaire décarboné. Les premiers engrais décarbonés seront produits au cours du second semestre de cette année.

Et la demande est belle et bien là. **Près de la moitié des Français (45 %) se disent prêts à payer plus cher pour des aliments plus respectueux du climat. Une nette majorité d'entre eux (68 %) affirme que les entreprises alimentaires doivent s'efforcer de réduire les émissions de leur production alimentaire.** Des chiffres qui encouragent les industriels comme Yara sur la voie d'une décarbonation déjà engagée.

Les chiffres clefs de l'enquête IPSOS :

- 33 % des Français ont déjà intégré la protection du climat dans leurs habitudes d'achat ;
- 45 % des Français se disent prêts à payer plus cher pour des aliments libérés des énergies fossiles ;
- 55 % des Français considèrent que l'impact sur le climat est important lors de l'achat de produits alimentaires et de boissons ;
- 70 % des Français choisiraient un produit alimentaire plus respectueux du climat plutôt qu'une option moins chère ;
- 73 % des français souhaitent que l'empreinte carbone des produits alimentaires figure sur l'étiquette ;
- 68 % des français estiment que les entreprises alimentaires devraient s'efforcer de réduire les émissions liées à la production de leurs aliments.

Contact media Yara France:

Delphine Guey, **Directrice de la communication, des affaires publiques et de l'engagement sociétal**

Tél. : (+33) 6 08 28 49 12

E-mail : delphine.guey@yara.com

Mathieu Massimi, **Thomas Marko & Associés**

Tél. : (+33) 6 12 55 17 07

E-mail : mathieu.m@tmarkoagency.com

A propos de l'enquête

L'enquête sur le besoin d'une alimentation durable a été commandée par Yara International et réalisée par IPSOS. Le panel était composé de 12 000 répondants consommateurs en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Irlande, en Italie, en Espagne, en Pologne, en Roumanie, en Turquie, en Norvège, en Suède et au Danemark (1 000 répondants dans chaque pays). Les données ont été collectées à partir d'entretiens en ligne au cours de la période du 1^{er} au 14 décembre 2022. Lire le rapport complet ici : [IPSOS Report - European consumer survey on green fertilizers](#)

A propos de Yara®

Groupe norvégien, Yara International ASA est le n° 1 mondial de la production et de la commercialisation d'engrais minéraux azotés avec un chiffre d'affaires 2022 de près de 24,1 milliards de dollars. La mission de Yara est à la fois simple et très ambitieuse : nourrir le végétal et contribuer ainsi, aux côtés des agriculteurs, à nourrir le monde de manière responsable. Nos solutions pour la nutrition des cultures et nos offres en matière d'agriculture de précision permettent aux agriculteurs d'accroître leurs performances et d'améliorer la qualité de leurs produits, tout en réduisant leurs impacts environnementaux. YARA est présent dans plus de 60 pays avec un effectif de 17 000 employés. Yara France c'est 590 employés, 3 sites industriels et un CA 2022 de 1,7 milliard d'euros.

Pour plus d'informations : www.yara.fr



Pour consulter notre politique de confidentialité [cliquez ici](#)

Yara France : Immeuble Opus 12 - 77 Esplanade du Général de Gaulle - CS 90047 92914 PARIS LA DEFENSE
CEDEX FR