

CLCV
Consommation
Logement
Cadre de Vie

DOSSIER DE PRESSE

Novembre 2026

CHOCOLATS : trop de promesses, pas assez d'informations pour faire des choix éclairés

La CLCV

Créée en 1952, la CLCV est une association indépendante de toute influence politique, syndicale ou religieuse. Présente à l'échelle nationale et locale, elle agit pour défendre les consommateurs, représenter les locataires, promouvoir l'éducation populaire et faire entendre la voix des usagers du système de santé. Ancrée dans le quotidien, la CLCV s'appuie sur les préoccupations concrètes des citoyens pour mener ses actions. Elle dispose de l'agrément pour mener des actions collectives et des actions de groupe en justice.

Elle est également membre du BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs). www.clcv.org

Informations relatives à l'étude/enquête

Merci de mentionner la « CLCV, association nationale de défense des consommateurs » et de renvoyer vers www.clcv.org en cas de reprise de tout ou partie de son contenu.
Crédits photos : p1 : ©Sebastian Duda stock.adobe.com, p8 : ©narong27 Canva, p14 ©Rahila stock.adobe.com, p23 ©JackFstock.adobe.com p27 ©timboosch stock.adobe.com, fond des pages Annexes ©Rawf8 de Getty Images Pro

Contact : communication@clcv.org

Sommaire

Nos principaux constats 4

Nos demandes 5

La filière du cacao : des enjeux économiques, sociaux et environnementaux 6

Méthodologie 8

Origine du cacao : les consommateurs privés d'information 9

Commerce équitable, durablité : une jungle de labels devenue illisible 14

Nutri-score : le grand absent 23

Les chocolats de Noël : une transparence qui n'est pas au rendez-vous ! 26

Annexes 28

Nos principaux constats

Origine du cacao : les consommateurs privés d'information

Plus d'un produit chocolaté sur deux ne fournit aucune information sur l'origine de ses ingrédients issus du cacao (pâte de cacao, beurre de cacao, poudre de cacao). Lorsque l'origine est indiquée, le niveau de précision varie fortement selon les produits et les marques : certains mentionnent un ou plusieurs pays d'origine, tandis que d'autres se limitent à de vastes zones géographiques. Cette information reste par ailleurs souvent partielle. Elle concerne principalement la pâte de cacao, alors que l'origine du beurre de cacao, pourtant largement utilisé dans les produits chocolatés est rarement portée à la connaissance des consommateurs.

Commerce équitable, durabilité… Une jungle de labels devenue illisible.

Les logos de durabilité et de commerce équitable sont devenus omniprésents sur les produits chocolatés : **près de huit références sur dix en affichent au moins un**.
Pourtant, derrière cette profusion de logos se cachent des réalités très différentes que les consommateurs peinent à comparer. Notre étude a recensé **16 logos différents,** allant de certifications attribuées par des organismes indépendants, comme Fairtrade ou Rainforest Alliance, à des programmes développés par les entreprises elles-mêmes, tels que Cocoa Life (Mondelez), Cocoa Plan (Nestlé) ou Farming Program (Lindt & Sprüngli). Traçabilité, rémunération des producteurs, lutte contre la déforestation ou contrôle des engagements : les garanties offertes varient fortement d'une démarche à l'autre.
La coexistence de plusieurs logos sur un même emballage, leur ressemblance visuelle et l'ajout d'allégations telles que « cacao durable » ou « approvisionnement responsable » créent un véritable casse-tête pour les consommateurs, qui ne disposent pas toujours des éléments nécessaires pour savoir qui garantit quoi.

Nutri-score : le grand absent

Près de deux tiers des produits n'affichent pas le Nutri-Score. Lorsqu'il est présent, il révèle une qualité nutritionnelle globalement peu favorable : 84 % des références sont classées E. Seules quelques tablettes de chocolat noir à forte teneur en cacao obtiennent un Nutri-Score D. L'absence du Nutri-Score sur une large partie des produits prive les consommateurs d'un repère simple et reconnu pour comparer les produits.

Les chocolats de Noël : une transparence qui n'est pas au rendez-vous

Origine du cacao, labels de durabilité, Nutri-Score : **les chocolats de Noël cumulent les absences.** Alors que ces produits sont particulièrement visibles pendant les fêtes, l'information délivrée aux consommateurs est insuffisante.

Nos demandes

L'origine du cacao, les engagements de durabilité et d'équité ainsi que l'information nutritionnelle constituent des informations importantes pour les consommateurs. Pourtant, notre étude montre que ces informations demeurent souvent absentes, incomplètes ou difficiles à comparer. La CLCV appelle donc l'ensemble des acteurs à renforcer la transparence et la lisibilité des informations figurant sur les emballages.

La CLCV appelle les professionnels à :

- Généraliser l'affichage d'une origine claire et précise pour l'ensemble des ingrédients issus de la fève de cacao présents dans le produit (pâte de cacao, beurre de cacao, poudre de cacao), en précisant systématiquement l'ingrédient concerné.
- améliorer et harmoniser les informations mises à la disposition des consommateurs afin de rendre les garanties associées aux labels plus lisibles et comparables au moment de l'achat, notamment en matière de traçabilité, de contrôle, de rémunération des producteurs et de lutte contre la déforestation .
- Informer clairement les consommateurs sur les mécanismes de traçabilité utilisés, notamment le recours à une traçabilité physique ou au bilan massique.
- Distinguer clairement les labels et certifications attribués par des organismes indépendants des programmes développés par les entreprises elles-mêmes.
- Garantir, pour les programmes d'entreprise mis en avant sur les emballages, un niveau de transparence équivalent à celui des certifications indépendantes.



La CLCV demande aux pouvoirs publics de :

- Rendre obligatoire l'affichage de l'origine du cacao et des ingrédients qui en sont issus, notamment via la généralisation du dispositif Origin'Info.
- Définir un socle commun d'informations que les labels et certifications devraient rendre visibles aux consommateurs (traçabilité, rémunération des producteurs, contrôle indépendant, lutte contre la déforestation, etc.), afin de permettre une comparaison simple des garanties apportées.
- Veiller au respect des exigences de la directive EmpCo et renforcer les contrôles relatifs aux allégations environnementales et sociales.
- Rendre le Nutri-Score obligatoire sur l'ensemble des produits chocolatés afin de garantir une information nutritionnelle comparable et accessible à tous.

La filière du cacao : des enjeux économiques, sociaux et environnementaux

La production de cacao est concentrée dans quelques pays, notamment la Côte d'Ivoire et le Ghana, où elle constitue la principale source de revenus pour près de sept millions d'agriculteurs[1]. Si cette filière joue un rôle économique essentiel pour ces pays, elle demeure confrontée à d'importants défis économiques, sociaux et environnementaux étroitement liés. La Commission européenne souligne notamment la faiblesse des revenus des producteurs, le travail des enfants, ainsi que la déforestation et la dégradation des forêts parmi les principaux risques associés à cette filière.

Le revenu des producteurs au cœur des enjeux économiques de la filière.
L'Organisation internationale du cacao (ICCO) et le centre commun de recherche de la Commission européenne[2] soulignent la précarité dans laquelle vivent les producteurs, considérés comme le maillon le plus vulnérable de la chaîne de valeur (c'est-à-dire l'ensemble des étapes allant de la récolte des fèves à la commercialisation du chocolat) *« Le revenu vital des producteurs de cacao ne s'est pas amélioré malgré les nombreuses initiatives mises en œuvre pour remédier à cette situation. La majorité d'entre eux vivent toujours sous le seuil de pauvreté et connaissent des conditions de vie très précaires »[3]*. Une situation qui est susceptible de limiter leur capacité à investir dans leurs plantations, à renouveler les vergers vieillissants, à améliorer les pratiques agricoles ou à mettre en œuvre des mesures de protection de l'environnement.

Les enjeux économiques sont étroitement liés aux enjeux sociaux.
La pauvreté rurale constitue un facteur de vulnérabilité susceptible de favoriser le recours au travail des enfants voire au travail forcé. Cette problématique demeure suffisamment préoccupante pour que l'Organisation internationale du travail (OIT), les gouvernements de Côte d'Ivoire et du Ghana et la World Cocoa Foundation aient signé en novembre 2024 un nouveau cadre d'action 2024-2029[4] destiné à accélérer la prévention et l'élimination du travail des enfants dans les communautés productrices de cacao de ces deux pays. La Commission européenne a placé l'amélioration des revenus des producteurs et l'élimination du travail des enfants parmi les trois objectifs centraux de sa Sustainable Cocoa Initiative[5], aux côtés de la protection des forêts.

Les enjeux environnementaux sont eux aussi étroitement liés à ces difficultés économiques et sociales. Dans certaines régions productrices, l'expansion des surfaces cultivées est souvent une réponse à la baisse de productivité des plantations vieillissantes, à la dégradation des sols ou à l'insuffisance des investissements. À ces défis s'ajoutent les effets du changement climatique et de la dégradation des écosystèmes.

L'ICCO souligne que l'évolution des températures et des précipitations, les événements climatiques extrêmes, la dégradation des terres, l'érosion des sols, les modifications de la disponibilité en eau, la perte de biodiversité et l'augmentation de certains ravageurs et maladies peuvent affecter la production de cacao[6]. La filière est ainsi confrontée à une double vulnérabilité : **ses pratiques peuvent contribuer à certaines pressions environnementales, mais le changement climatique et la dégradation des écosystèmes menacent en retour les conditions mêmes de production du cacao**.

Pour répondre aux défis économiques, sociaux et environnementaux de la filière du cacao, les entreprises multiplient les engagements volontaires et les mentions affichées sur les emballages. Origine du cacao, labels de certification, programmes internes de durabilité, ou encore logo nutritionnel, sont autant d'éléments destinés à guider les consommateurs dans leurs choix.

Mais face à cette profusion d'informations, le grand public dispose-t-il réellement des clés nécessaires pour comparer les produits et apprécier la portée des promesses mises en avant ? Autrement dit, quelles garanties l'étiquetage apporte-t-il aujourd'hui aux consommateurs en matière d'origine, de durabilité et de nutrition ?

[1]https://international-partnerships.ec.europa.eu/news-and-events/news/eu-boosts-sustainable-cocoa-production-cote-divoire-ghana-and-cameroon-2021-01-26_en
[2]Earn a living ? What the Côte d'Ivoire-Ghana cocoa living income differential might deliver on its promise, JRC 2023
[3]https://www.icco.org/economy
[4] https://www.ilo.org/fr/resource/actualites/signature-dun-nouveau-cadre-daction-pour-accelerer-les-actions-de-lutte
[5] https://international-partnerships.ec.europa.eu/policies/programming/programmes/sustainable-cocoa-initiative_en
[6] Strategic plan of action (2024-2029) for the international Cocoa organization

Méthodologie

Nous avons étudié 225 références, disponibles sur le marché entre le 14 septembre et le 26 septembre 2026 dans 10 enseignes : Aldi, Biocoop, Carrefour, Coopérative U, Intermarché, Leclerc, Lidl, Monoprix, Naturalia et La Vie Claire. Ces références représentent 79 marques issues de 45 fabricants (voir détail en Annexe I).

Les 225 références sont réparties de la façon suivante :

- 84 tablettes de chocolat noir
- 22 tablettes de chocolat au lait
- 93 tablettes (lait ou noir) avec divers ingrédients ajoutés (amandes, noisettes, caramel, praliné)
- 26 confiseries chocolatées (barres chocolatées ou bonbons chocolatés)

Pour chaque référence, nous avons examiné les emballages et analysé :

- Le nom, la marque et le fabricant du produit.
- L'étiquetage de l'origine des ingrédients issus de la fève de cacao et l'emploi du logo Origin'info.
- Les logos renvoyant à une démarche de durabilité, de commerce équitable ou à un mode de production particulier (AB, Fairtrade/Max Havelaar, Rainforest Alliance, WFTO, Cocoa Life, Lindt Farming Program, etc.).
- Les allégations relatives à l'environnement, à la durabilité ou à l'équité.
- Le recours ou non au bilan massique (modèle de traçabilité autorisant le mélange de cacao certifié et non certifié) et la disponibilité de cette information pour le consommateur.
- L'étiquetage du Nutri-Score.
- Les valeurs nutritionnelles.

Pour la qualité nutritionnelle, nous avons relevé les Nutri-Score étiquetés sur les emballages et avons également calculé le Nutri-Score selon l'algorithme révisé pour les aliments publié en 2022[1]. L'arrêté officialisant le nouveau Nutri-Score est entré en vigueur le 16 mars 2025. Les industriels et distributeurs disposent d'un délai de deux ans pour mettre leurs emballages en conformité et appliquer ce nouveau Nutri-Score. Il est donc possible d'observer des écarts entre les Nutri-Score étiquetés des produits actuellement en magasins et ceux calculés dans notre étude.

Les données ayant été collectées entre septembre et octobre 2026, les emballages sont susceptibles d'avoir évolué depuis cette période.

[1]https://www.santepubliquefrance.fr/nutrition-et-activite-physique/nutri-score

Origine du cacao : les consommateurs privés d'information

Plus d'un produit sur deux ne dit pas d'où vient son cacao



Alors que la réglementation encadre précisément la composition des chocolats (teneur minimale en cacao, en beurre de cacao, matières laitières), elle n'impose pas d'information équivalente sur l'origine des ingrédients issus du cacao (voir Annexe II, Partie A).

Sur les 225 produits chocolatés étudiés, seulement 42 % indiquent une origine pour au moins un ingrédient issu du cacao (fèves de cacao, pâte de cacao, beurre de cacao, poudre de cacao).

L'absence d'information sur l'origine reste prédominante : plus d'un produit sur deux ne fournit aucune indication sur l'origine des ingrédients issus du cacao.

Le chocolat noir, une exception dans un paysage peu transparent

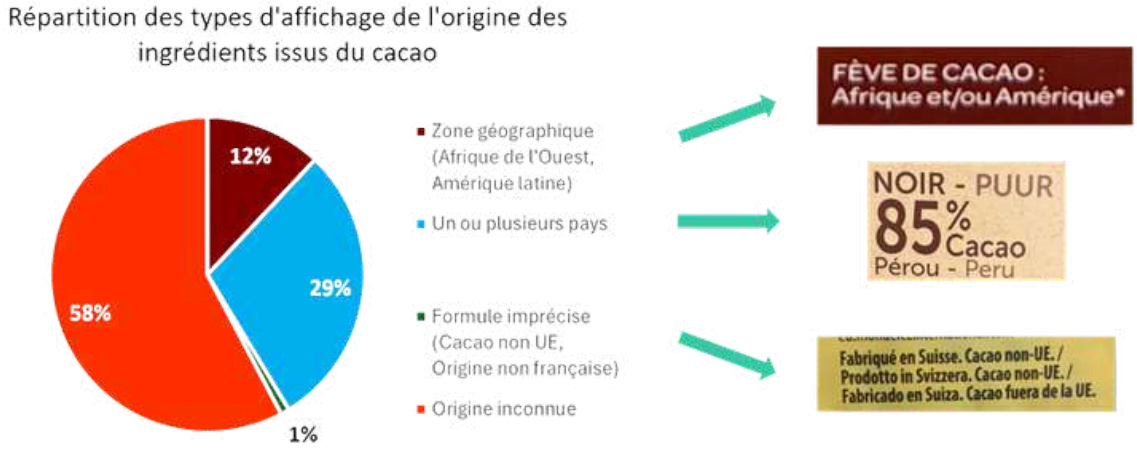
La grande majorité de nos références ne mentionnent aucune origine. C'est le cas pour 73 % des tablettes de chocolat au lait, 63 % des tablettes avec divers ingrédients et jusqu'à 88 % des confiseries chocolatées. Les tablettes de chocolat noir se distinguent toutefois avec une origine indiquée pour 62 % des références, dont plus d'une sur deux (52 %) sous la forme d'un pays précis (voir Annexe II, Partie B).

À l'instar du café, l'origine du cacao est souvent un argument de vente car elle valorise le produit. Les tablettes de chocolat noir, fréquemment associées à une recherche d'authenticité, de terroir ou de qualité gustative, affichent ainsi plus souvent une origine que les autres catégories de produits chocolatés. Plus le cacao occupe une place centrale dans le produit, plus son origine tend à être mise en avant. Cette pratique montre qu'une information plus précise sur l'origine est possible lorsque les fabricants choisissent de la mettre en avant.



Quand l'origine est indiquée, la transparence reste très variable

Si 29 % des produits indiquent clairement un ou plusieurs pays d'origine, d'autres se contentent de mentions plus générales telles qu'une zone géographique large, comme un continent (12 %) ou une origine encore plus vague et imprécise (hors UE/hors France) (1 %).



Ces pratiques d'affichage varient fortement d'une marque à l'autre.[1]

[1]Exemples retenus parmi les fabricants et distributeurs pour lesquels au moins cinq références étaient présentes dans notre échantillon (voir détail en Annexe II, partie B)



Parmi les marques les plus transparentes : *terra etica* et *Ethiquable* fournissent une information précise sur la provenance du cacao en mentionnant directement un ou plusieurs pays d'origine.

Les produits de marque *Leclerc* affichent bien l'origine du cacao sur la totalité de leurs références mais sous forme de continents. Si une origine est bien affichée, son utilité pour le consommateur demeure limitée : une indication couvrant jusqu'à trois continents reste trop vaste pour renseigner réellement sur la provenance du cacao.

On retrouve également une information d'origine sous forme de continents pour la moitié des produits de marques *Nestlé*. L'origine est inconnue pour l'autre moitié.

Enfin, aucune information sur l'origine n'est donnée pour les produits de marques *Lidl* et *Intermarché*.

Seuls 9 % des produits remontent jusqu'aux coopératives

Moins d'un produit sur dix, réparti entre 4 marques (*Alter Eco, Biocoop, Ethiquable, terra Etica*) fait référence à une ou plusieurs coopératives et les nomment explicitement.



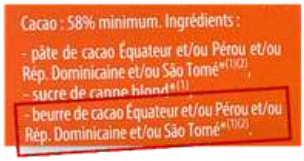
Des noms de coopératives tels qu'« *Acopagro* », « *El Quinacho* », « *Fonsmsoeam* » ou « *Uoprocae* » figurent sur certaines tablettes de chocolat, s'ajoutant souvent à une indication d'origine géographique sous forme de pays. En identifiant leurs coopératives partenaires, les marques apportent ainsi un niveau de transparence supplémentaire sur leur chaîne d'approvisionnement.

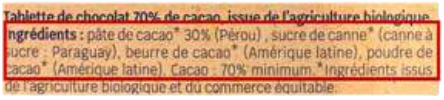
Le beurre de cacao, grand oublié de l'information sur son origine

L'affichage d'une origine ne permet pas toujours d'identifier précisément l'ingrédient issu du cacao auquel elle se rapporte.

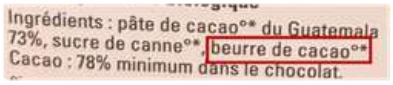
Parmi les 95 produits fournissant une information sur l'origine, **81 indiquent clairement l'ingrédient concerné,** le plus souvent la pâte de cacao. En revanche, **pour 14 produits, cette information reste imprécise.** Il est impossible de déterminer si l'origine indiquée concerne la pâte de cacao, le beurre de cacao ou un autre ingrédient dérivé du cacao.

Cette précision est essentielle pour les produits fabriqués à partir de plusieurs matières premières issues du cacao. Une tablette peut par exemple afficher une origine « Pérou » pour sa pâte de cacao alors que son beurre de cacao ou sa poudre de cacao proviennent d'autres pays. La transparence varie fortement selon les ingrédients. Dans notre échantillon, seuls 6 produits indiquent l'origine du beurre de cacao.





Origine du beurre de cacao ✓





Origine du beurre de cacao ?

Si la majorité des indications d'origine concernent la pâte de cacao, principal ingrédient issu de la transformation des fèves de cacao, il ne faut pas oublier que le beurre de cacao constitue également un composant essentiel des chocolats[1]. Obtenu par pressage de la pâte de cacao, le beurre de cacao est lui aussi associé aux enjeux sociaux et environnementaux liés à la culture du cacao.

Origin'Info : une initiative qui peine à s'imposer

Lancé en 2024, Origin'Info est un dispositif destiné à renforcer la transparence sur l'origine des ingrédients agricoles présents dans les produits transformés[2]. Il peine encore à s'imposer. Les produits chocolatés ne font pas exception, dans notre échantillon, seules les marques *Biocoop* et *Naturalia* l'affichent (sur respectivement 3 et 2 produits).



Son déploiement reste très limité, alors qu'il pourrait contribuer à mieux informer les consommateurs sur l'origine du cacao et des autres ingrédients qui en sont issus. **Aujourd'hui seuls 2 % des produits affichent le logo Origin'Info.**

[1] Voir le diagramme de fabrication du chocolat en Annexe III
[2] Origin'Info : vers une plus grande transparence de l'origine des produits alimentaires transformés | economie.gouv.fr

Le règlement européen contre la déforestation (RDUE) : Un tournant pour la traçabilité du cacao

L'information donnée aux consommateurs sur l'origine du cacao n'est pas systématique. Pourtant, les acteurs (fabricants, distributeurs...) disposent déjà de cette information et devront bientôt retracer le cacao avec une plus grande précision.

Le règlement européen contre la déforestation (RDUE)[1] impose aux opérateurs mettant du cacao et des produits à base de cacao sur le marché européen de démontrer que celui-ci ne provient pas de parcelles ayant fait l'objet d'une déforestation après le 31 décembre 2020. Pour y parvenir, ils doivent être capables de tracer leurs approvisionnements jusqu'aux parcelles de production concernées et de mettre en œuvre une procédure de diligence raisonnée (voir Annexe IV).

L'entrée en application du règlement est prévue le 30 décembre 2026 pour les moyens et grands opérateurs et le 30 juin 2027 pour la plupart des micros et petites entreprises. Cette évolution constitue une avancée majeure pour la traçabilité du cacao. **Elle ne crée toutefois aucune obligation d'affichage de l'origine à destination des consommateurs. Ainsi, alors que les entreprises devront disposer d'informations très précises sur leurs approvisionnements, celles-ci resteront rarement visibles sur les emballages.**
Le RDUE pourrait ainsi constituer une opportunité pour renforcer non seulement la traçabilité du cacao, mais aussi la transparence de l'information délivrée sur les emballages.

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX %3A02023R1115-20251226



La CLCV demande plus de transparence

L'origine du cacao constitue le point de départ de nombreux engagements mis en avant par les marques, qu'il s'agisse de la lutte contre la déforestation, du soutien au commerce équitable ou de l'amélioration de la rémunération des producteurs. Tout produit contenant des ingrédients issus de la fève de cacao devrait fournir une information d'origine claire, précise et facilement accessible au consommateur. Cette information devrait identifier l'ingrédient concerné et couvrir l'ensemble des ingrédients issus de la fève de cacao présents dans le produit, notamment la pâte de cacao, le beurre de cacao et la poudre de cacao. Les consommateurs doivent pouvoir faire des choix éclairés.

La transparence sur l'origine renforcera la confiance dans les engagements affichés par les marques.

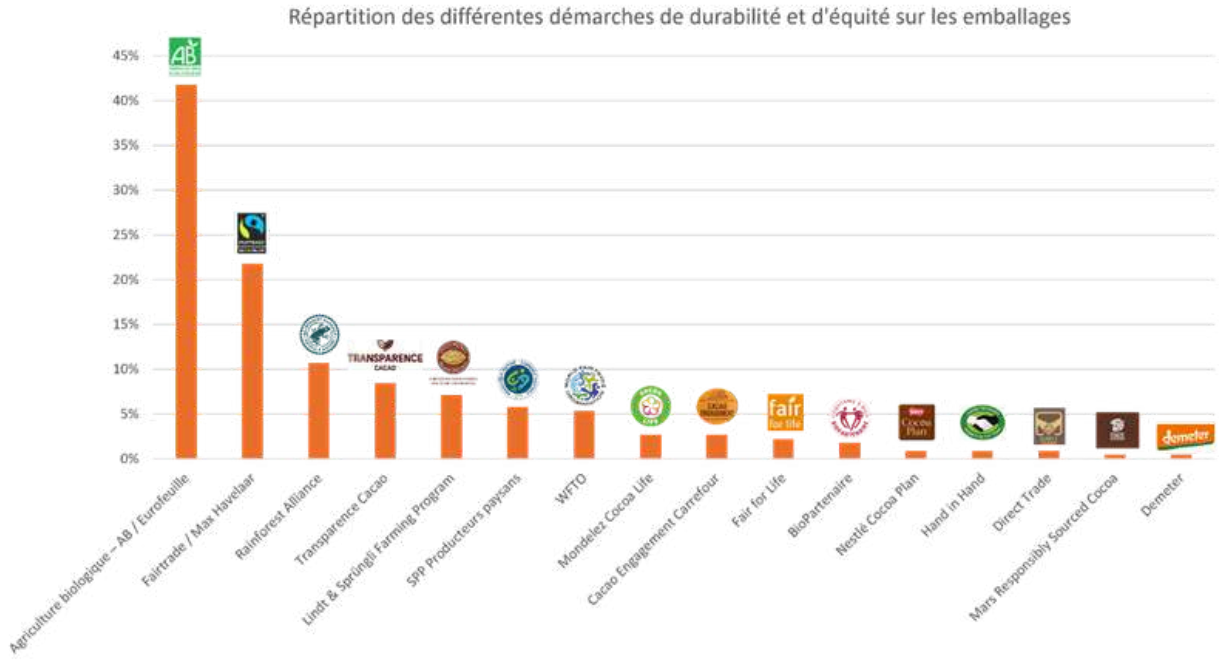
Commerce équitable, durabilité… Une jungle de labels devenue illisible !



78 % des produits affichent au moins un logo et/ou label

Si elles sont souvent associées, les notions de durabilité et d'équité recouvrent des réalités différentes. La durabilité renvoie principalement aux enjeux environnementaux tels que la lutte contre la déforestation, la préservation des écosystèmes ou l'amélioration des pratiques agricoles. L'équité concerne davantage les conditions économiques et sociales de la production, notamment la rémunération des producteurs, les conditions de travail ou encore le respect des droits humains.
De nombreuses démarches valorisées sur les emballages par des logos ou des labels[1], cherchent aujourd'hui à répondre simultanément à ces deux dimensions, mais avec des niveaux d'exigence et de contrôle variables selon les dispositifs.

[1]Logo : signe graphique permettant d'identifier ou de valoriser une démarche, un engagement ou une caractéristique. Label : dispositif reposant sur un référentiel de critères et un mécanisme de garantie permettant d'attester du respect de ces critères. Il est généralement matérialisé par un logo.



Les démarches de durabilité et d'équité sont devenues quasiment incontournables sur les produits chocolatés. **Sur les 225 produits étudiés, plus des trois quarts (176), affichent au moins un logo et/ou label lié à l'un de ces enjeux, soit 78 % de l'échantillon.** Au total ce sont **16 logos et labels différents qui ont été recensés**, témoignant de la diversité des dispositifs mobilisés pour répondre aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux de la filière cacao. **Les trois labels les plus présents sur les emballages sont le label bio (42 % de produits), *Fairtrade/Max Havelaar* (22 %) et *Rainforest Alliance* (11 %) (voir détail en Annexe V, Partie A et B).**

Des garanties très variables selon les logos

Les logos liés à des démarches de durabilité et d'équité de notre échantillon se répartissent **en deux catégories.**

- Les **certifications tierces indépendantes**, reposant sur un cahier des charges formalisé, généralement accessible au public et dont le respect fait l'objet de contrôles réalisés par un organisme tiers.
- Les **programmes d'engagement développés par les entreprises** elles-mêmes afin de structurer, piloter et valoriser leurs engagements en matière de durabilité et d'équité.[1].

Aucune certification ne couvre à elle seule l'ensemble des enjeux économiques, sociaux et environnementaux de la filière cacao. Les labels observés se distinguent ainsi par les thématiques et critères qu'ils privilégient et par le niveau d'exigence associé à chacun d'eux. Les labels attribués par des organismes indépendants demeurent largement majoritaires : ils figurent sur 132 des 176 produits mettant en avant une démarche de durabilité ou d'équité, soit trois produits sur quatre. Afin de faciliter la comparaison entre ces différents labels, trois indicateurs ont été retenus : le niveau de traçabilité de la matière première, l'existence d'un prix minimum garanti et le degré d'engagement en matière de lutte contre la déforestation[2].

[1] Notre échantillon de 225 produits compte 59 % de marques nationales et 41 % de marques de distributeurs.

[2] Cette appréciation vise à faciliter la comparaison entre les démarches étudiées, sans préjuger de leur efficacité réelle sur le terrain. Elle ne couvre toutefois qu'une partie des enjeux de la filière cacao, les autres dimensions (biodiversité, conditions de travail, pratiques agricoles…) étant plus difficiles à comparer en raison de la diversité des exigences propres à chaque référentiel.

Label de certification	Catégorie	Système de traçabilité utilisé	Prix minimum garanti aux producteurs	Engagement Déforestation
Fairtrade/ Max Havelaar	Commerce équitable	Bilan massique autorisé	✓	Fort
Rainforest Alliance	Durabilité environnementale et sociale	Bilan massique autorisé	✗	Fort
SPP Producteurs Paysans	Commerce équitable	Traçabilité physique	✓	Partiel
Fair for life	Commerce équitable	Traçabilité physique	✓	Fort
Biopartenaire (Equitable & bio)	Bio et commerce équitable	Traçabilité physique	✓	Partiel

Indicateurs utilisés[1] :

1.Systèmes de traçabilité[2] :

Traçabilité « physique » (ou ségrégation) : la matière première certifiée est maintenue physiquement séparée des matières non certifiées du début à la fin de la chaîne d'approvisionnement.

Bilan massique : ce modèle est utilisé lorsque la séparation physique entre matières certifiées et non certifiées est jugée trop complexe ou trop coûteuse. Les matières certifiées et non certifiées peuvent alors être mélangées au cours de la chaîne d'approvisionnement. La traçabilité repose non plus sur une séparation physique, mais sur un suivi administratif et comptable des volumes.

Par exemple : un fabricant achète 10 tonnes de cacao certifié et 90 tonnes de cacao non certifié. Après mélange, il peut commercialiser un volume correspondant à 10 tonnes de cacao sous certification, même si le cacao physiquement présent dans chaque tablette provient du mélange des deux flux. Le bilan massique garantit donc qu'une quantité équivalente de cacao certifié a été achetée, sans garantir que le cacao contenu dans le produit soit lui-même entièrement certifié.

2. Prix minimum garanti aux producteurs de cacao :

Seul l'engagement explicite à garantir un prix minimum d'achat aux producteurs a été pris en compte. Selon les labels, ce montant peut être fixé directement dans le référentiel (Fairtrade, SPP) ou déterminé dans le cadre d'un accord entre les producteurs et les acheteurs (Biopartenaire, Fair for Life). Cet indicateur évalue si le label prévoit un prix minimum d'achat du cacao afin de protéger les producteurs lorsque les cours mondiaux diminuent. Les primes et bonus supplémentaires sont exclus.

[1]L'évaluation du système de traçabilité utilisé, du recours ou non à un prix minimum garanti aux producteurs et du niveau d'engagement en matière de déforestation repose sur l'analyse des référentiels et des exigences publiquement disponibles pour chaque démarche.
[2] La traçabilité désigne la capacité à suivre une matière première tout au long de la chaîne d'approvisionnement, depuis son lieu de production jusqu'au produit final.

3.Engagement dans la lutte contre la déforestation :

Engagement fort : le cahier des charges prévoit des exigences explicites et contrôlables en matière de lutte contre la déforestation (données de géolocalisation, interdiction de défrichage, contrôles réguliers), faisant de la déforestation un critère limitant pour l'acquisition de la labellisation.

Engagement partiel : le cahier des charges prévoit des exigences mais celles-ci sont moins spécifiques ou contraignantes.

Un quart des produits affichant un logo de durabilité ou d'équité utilisent ce logo pour mettre en avant un programme développé par l'entreprise. Ces programmes reposent sur des approches très diverses et ne s'appuient pas toujours sur des référentiels publics comparables. Afin de faciliter leur comparaison, nous avons retenu trois indicateurs : le niveau de traçabilité de la matière première, l'ouverture ou non du référentiel à d'autres acteurs du marché, ainsi que la note globale (avec le détail de deux notes thématiques) attribuée par la Chocolate Scorecard[1].

Programme privé et démarches d' entreprise	Système de traçabilité utilisé	Programme ouvert aux autres marques	Note globale au Chocolate Scorecard
Cémoi TRANSPARENCE CACAO	Traçabilité physique	✓	69% 64% revenu vital 68% pesticides
Mars Responsibly sourced cocoa	Bilan massique autorisé	✗	64% 16% revenu vital 50% pesticides
Nestlé Cocoa Plan	Bilan massique autorisé	✗	61% 40% revenu vital 52% pesticides
Lindt & Sprungli Farming program	Bilan massique autorisé	✗	49% 10% revenu vital 42% pesticides
Cocoa Life Mondelez	Bilan massique autorisé	✗	Non noté
Hand in Hand Bio Fair Rapunzel	Traçabilité physique	✗	Non noté

Indicateurs utilisés

1. **Systèmes de traçabilité : voir page précédente**
2. **Programme ouvert aux autres marques :**

Le programme peut être utilisé par plusieurs entreprises. Dans le cas contraire, cela signifie qu'il demeure exclusivement réservé à son créateur. A titre d'exemple, le programme Transparence Cacao est utilisé par plusieurs enseignes comme Carrefour ou Coopérative U.

[1] https://www.chocolatescorecard.com/fr/methodology : la note Chocolate Scorecard évalue l'entreprise. Mondelez : non noté car n'a pas transmis les données pour participer à l'évaluation. Rapunzel : entreprise non couverte par l'évaluation Chocolate Scorecard.

3. La Chocolate Scorecard

La Chocolate Scorecard est un outil d'évaluation élaboré par l'ONG Be Slavery Free avec plusieurs partenaires internationaux. Elle évalue les principaux acteurs du secteur du chocolat sur 7 grands axes : la traçabilité et la transparence, le revenu vital des agriculteurs, le travail des enfants, la déforestation, l'agroforesterie et le climat, l'utilisation de pesticides et l'égalité hommes-femmes. Parmi ces critères, nous avons retenu les indicateurs "revenus des producteurs" et "pesticides" car ils permettent de distinguer plus finement les différents programmes étudiés. Ils apportent un éclairage complémentaire sur les dimensions économique et environnementale des démarches mises en avant par les entreprises.

Les cas particuliers des labels AB et WTFO

Le label Agriculture Biologique (AB) est une certification officielle encadrée par la réglementation européenne. **Il atteste qu'un produit a été élaboré selon les règles de l'agriculture biologique, c'est-à-dire selon un mode de production respectueux de l'environnement,** visant notamment à préserver les ressources naturelles, les sols, l'eau et la biodiversité, tout en limitant le recours aux intrants chimiques de synthèse. Les produits biologiques peuvent être identifiés par le logo européen de l'agriculture biologique (la feuille étoilée sur fond vert), obligatoire pour les denrées biologiques préemballées produites dans l'Union européenne, ainsi que par le logo français AB. **42 % des produits affichent ce label.**

Le logo WFTO (World Fair Trade Organization) repose sur une logique différente des labels certifiant directement les produits ou les matières premières. **Il atteste de l'engagement d'une organisation dans le commerce équitable et vérifie que les principes du commerce équitable sont appliqués à l'ensemble de ses activités.** Il apporte une garantie sur les pratiques de l'organisation qui commercialise le produit, et non directement sur le cacao utilisé. **Depuis 2026, WFTO est engagé dans une transition vers un système de certification par tierce partie.**



Cette distinction n'est pas toujours clairement présentée aux consommateurs. La présentation de cette certification doit être particulièrement rigoureuse en portant explicitement sur l'engagement et les pratiques de l'entreprise, et non laisser entendre que le produit bénéficie d'une certification qui lui est propre. **5 % des produits de notre échantillon affichent ce label.**

Des garanties brouillées par la multiplication des logos

Les certifications délivrées par des organismes indépendants et les programmes industriels sont différents mais leurs logos figurent parfois sur un même emballage, ce qui complique pour le consommateur la compréhension des engagements mis en avant.

Sur deux tablettes de la marque Lindt & Sprüngli, on peut observer à la fois le label Rainforest Alliance et le logo Cocoa Farming Program créé par Lindt & Sprüngli.

L'entreprise indique pourtant sur son site internet que 100 % de ses volumes de cacao sont désormais certifiés Rainforest Alliance[1], et présente son programme interne comme un programme complémentaire consacré à la lutte contre le travail des enfants et à l'agroforesterie. Cette évolution n'est toujours pas visible pour le consommateur à la lecture des emballages puisque **14 produits continuent d'afficher uniquement le logo Cocoa Farming Program.**



En réponse à notre sollicitation, *Lindt & Sprüngli* nous a indiqué dans un courriel en date du 18 novembre : « *Nous remplaçons progressivement le logo Farming Program par le label Rainforest Alliance sur ses emballages. La coexistence des deux logos, ainsi que la proportion encore relativement faible de produits portant le label Rainforest Alliance, reflètent donc une situation temporaire liée à cette période de transition* » (voir courrier complet en Annexe VII - réponses des entreprises).

Des logos d'entreprises aux allures de labels

Pour le consommateur, il n'est pas toujours facile de distinguer un logo lié à un système de certification délivré par un organisme tiers indépendant, d'un logo lié au programme d'engagement développé par une entreprise.

Par exemple, le logo ***Cocoa Life*** appartenant à l'entreprise *Mondelez*, présent sur 6 des 15 références, a l'apparence d'un label de durabilité. Son graphisme, sa couleur verte associée aux enjeux environnementaux ainsi que les mentions qui l'accompagnent, telles que « approvisionnement cacao durable », peuvent conduire le consommateur à penser qu'il s'agit d'un logo avec un système de certification par un organisme tiers indépendant et des garanties de production associées. Cette impression est renforcée par des messages figurant sur les emballages. Sur l'une des références étudiées, le consommateur est ainsi informé qu'*« en choisissant Côte d'Or, vous contribuez à améliorer la rémunération de 230 000 producteurs grâce à Cocoa Life ».*

[1]https://www.lindt-eshopglobal.com/sustainability/source-with-purpose/support-cocoa-excellence
https://www.lindt.fr/sustainability2026_template



Pour autant, les critères du programme, les modalités de contrôle associées et les résultats permettant d'en apprécier la mise en œuvre ne sont pas directement accessibles au consommateur. Celui-ci ne dispose pas de tous les éléments lui permettant d'évaluer la portée réelle des engagements affichés et de les distinguer des garanties apportées par les labels reposant sur un système de certification tierce indépendante.

Cacao certifié… mais pas forcément dans la tablette

Le bilan massique est un système de traçabilité qui permet de mélanger du cacao certifié et du cacao non certifié au cours de la chaîne d'approvisionnement. Il garantit qu'une quantité de cacao certifié a été achetée par le fabricant, mais pas que le cacao présent dans la tablette est lui-même certifié. Cette distinction n'est pas toujours claire pour le consommateur. A la seule lecture de l'emballage, il n'est pas toujours possible de savoir si la certification affichée autorise ou non le recours au bilan massique.

On distingue plusieurs pratiques autour de la traçabilité et de l'information transmise au consommateur sur le recours ou non au bilan massique.

Sur les 225 produits étudiés, **20 % indiquent explicitement recourir au bilan massique.** Ce sont principalement les produits qui ont recours à la certification Fairtrade ou Rainforest Alliance puisque celles-ci imposent d'apporter une précision en cas de recours au bilan massique. Dans ce cas, cela signifie que tout le cacao présent dans la tablette n'est pas forcément certifié Fairtrade ou Rainforest Alliance.



L'absence de mention du bilan massique ne signifie pas nécessairement qu'il n'est pas utilisé. Chaque démarche appliquant ses propres règles de transparence, cette information peut être indiquée sur l'emballage, accessible uniquement en ligne ou ne pas être communiquée au consommateur.

Par exemple, pour savoir si le programme interne de *Mondelez*, Cocoa life autorise ou non le bilan massique, il faut aller voir le site internet pour lire que :

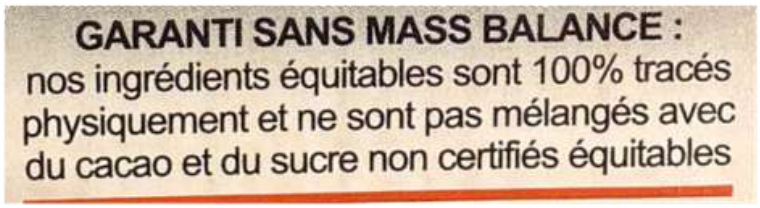


“Aujourd’hui, 100 % du volume de cacao de notre activité chocolatée provient du programme Cocoa Life. Cet indicateur reflète le pourcentage du volume total des produits finis vendus dans la catégorie chocolat sous le nom du programme Cocoa Life, sur une base de balance de masse. ***Le bilan de masse signifie que les fèves de cacao provenant d’agriculteurs inscrits dans le programme Cocoa Life à tout moment de l’année de référence sont mélangées avec d’autres graines à différents stades de la chaîne d’approvisionnement.”*** *[1]*

D’autres marques ou certifications attribuées par un organisme indépendant ont des engagements sur la traçabilité. Sans forcément le préciser sur l’étiquette, ils n’autorisent pas le recours au bilan massique et ont recours à une traçabilité physique.

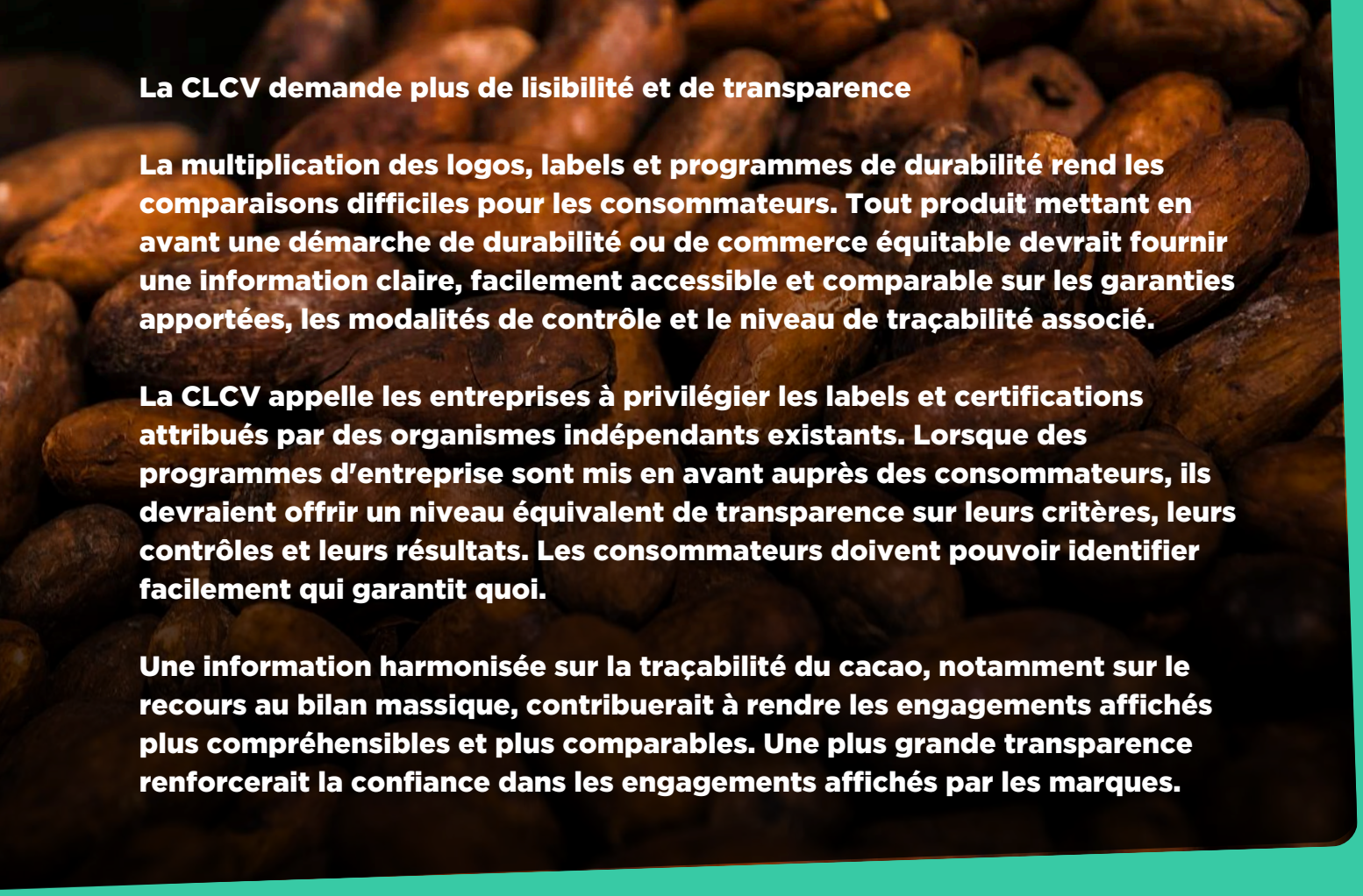
Par exemple, sur cette tablette de la marque *Biocoop*, avec le label *Fairtrade/Max Havelaar*, qui autorise le bilan massique, l’information est donnée sur la page de description de la tablette en ligne *« Le cacao de cette tablette est 100 % équitable grâce à la traçabilité physique qui garantit la provenance des fèves de cacao présentes dans chaque tablette »[2].* Dommage que cette information ne soit pas directement accessible sur l’étiquette.





Deux produits de notre échantillon de la marque *Kaoka* garantissent du cacao sans “mass balance”, c’est-à-dire sans recours au bilan massique.

[1]Mondelēz International Cocoa Program - Home
[2] Chocolat noir 99% cacao 90g | Tablettes de chocolat | Biocoop



La CLCV demande plus de lisibilité et de transparence

La multiplication des logos, labels et programmes de durabilité rend les comparaisons difficiles pour les consommateurs. Tout produit mettant en avant une démarche de durabilité ou de commerce équitable devrait fournir une information claire, facilement accessible et comparable sur les garanties apportées, les modalités de contrôle et le niveau de traçabilité associé.

La CLCV appelle les entreprises à privilégier les labels et certifications attribués par des organismes indépendants existants. Lorsque des programmes d'entreprise sont mis en avant auprès des consommateurs, ils devraient offrir un niveau équivalent de transparence sur leurs critères, leurs contrôles et leurs résultats. Les consommateurs doivent pouvoir identifier facilement qui garantit quoi.

Une information harmonisée sur la traçabilité du cacao, notamment sur le recours au bilan massique, contribuerait à rendre les engagements affichés plus compréhensibles et plus comparables. Une plus grande transparence renforcerait la confiance dans les engagements affichés par les marques.

La directive EmpCo : Vers un meilleur encadrement des allégations de durabilité

La multiplication des logos, labels et allégations environnementales a conduit l'Union européenne à renforcer leur encadrement à travers la directive EmpCo (Empowering Consumers for the Green Transition). Adoptée en 2024 et applicable depuis septembre 2026, cette directive vise à lutter contre le greenwashing en interdisant notamment les allégations environnementales génériques qui ne reposent pas sur des preuves vérifiables, ainsi que certains labels de durabilité fondés uniquement sur des dispositifs internes aux entreprises.

Plusieurs produits de notre échantillon mettent en avant des messages tels que « en achetant ce produit, vous contribuez à une filière plus responsable », « cacao durable » ou encore « pour un avenir meilleur des producteurs », sans que les résultats concrets ou les critères associés à ces engagements soient systématiquement explicités sur l'emballage. D'autres marques valorisent leurs propres programmes de durabilité à travers des logos ou signes distinctifs dont la signification et les garanties offertes sont difficiles à apprécier par les consommateurs.

Dans ce contexte, l'entrée en application de la directive EmpCo pourrait obliger plus encore certains acteurs à revoir leur communication. Les entreprises devront être en mesure d'étayer plus précisément leurs allégations environnementales et sociales et, dans certains cas, abandonner ou faire évoluer des signes de durabilité dont la crédibilité ou l'indépendance ne seraient pas suffisamment démontrées. **Cette évolution devrait contribuer à rendre l'information plus lisible et comparable pour les consommateurs.**

Nutri-Score : le grand absent



65 % des produits n'affichent pas le Nutri-Score

Lindt Sprüngli, Mondelez, Carambar & Co, Saveurs et Nature Chocolaterie, Halba **ou encore** ***Terra Etica*** **font figure de mauvais élèves car ils n'affichent pas le Nutri-Score.**

A l'inverse, les acteurs les plus engagés dans la démarche sont ***Scamark*** **(*Leclerc*) avec un taux d'affichage de 100 %,** ***Coopérative U*** **(100 %),** ***Nestlé*** **(100 %) et** ***Intermarché*** **(83 %) (voir Annexe VI)**

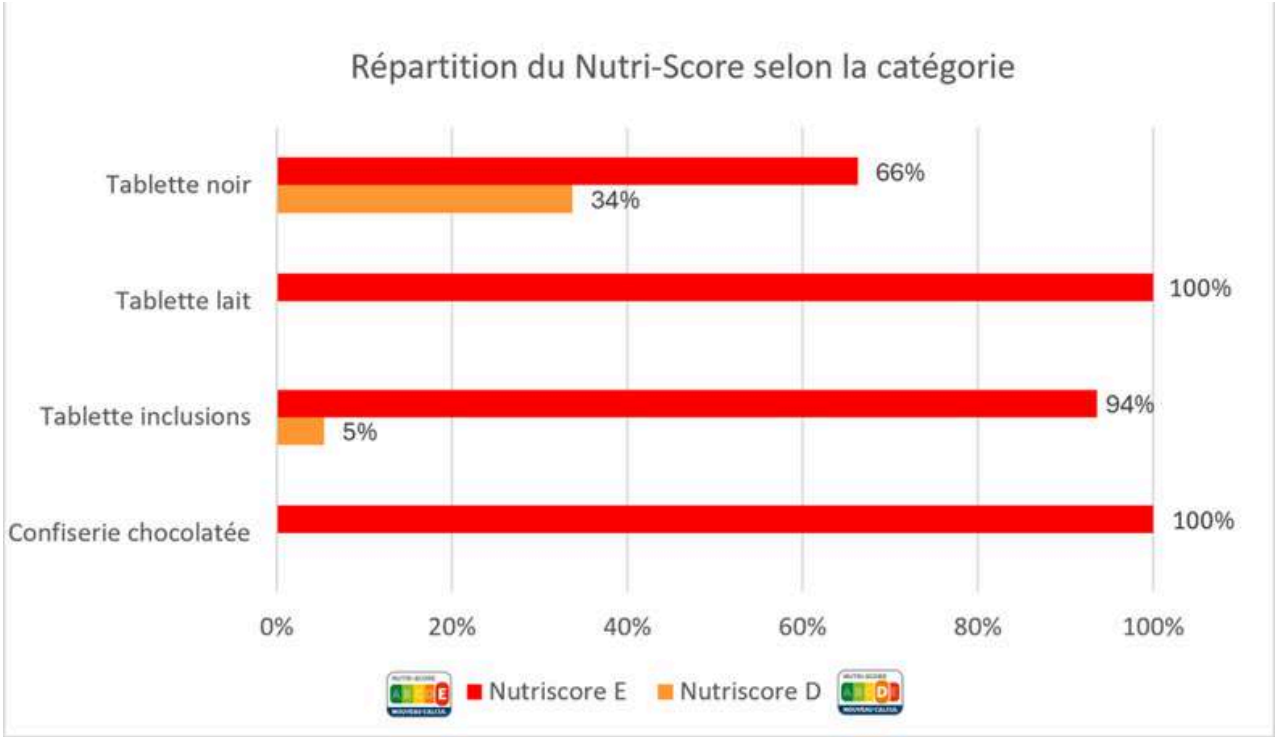


Le Nutri-Score E largement majoritaire

La qualité nutritionnelle des produits étudiés apparaît globalement peu favorable.

Toutes les confiseries chocolatées et les tablettes de chocolat au lait obtiennent un Nutri-Score E. 94 % des tablettes avec inclusions obtiennent également cette note et seulement 5 % sont classées D.

Les tablettes de chocolat noir ont des résultats légèrement meilleurs : 34 % obtiennent un Nutri-Score D et 66 % un E. Elles constituent ainsi la catégorie la mieux notée de notre échantillon, même si aucune référence n'obtient une note supérieure à D.



La meilleure note … Nutri-Score D !

Dans la catégorie des tablettes de chocolat noir, les meilleurs classements sont généralement obtenus par les références les plus riches en cacao. L'augmentation de la teneur en cacao s'accompagne souvent d'une diminution de la teneur en sucre, ce qui contribue à améliorer le profil nutritionnel du produit, même si celui-ci reste riche en énergie et en matières grasses.

L'exemple ci-contre l'illustre bien. Pour deux tablettes de chocolat noir de la marque U, la référence à 85 % de cacao obtient un Nutri-Score D tandis que la référence à 74 % est classée E.
La première contient 15g de sucres pour 100g contre 26g pour la seconde. Les teneurs en acides gras saturés sont en revanche très proches (29g contre 28g pour 100g). La différence de classement s'explique donc principalement par la teneur plus faible en sucre de la tablette la plus riche en cacao.



L'exemple de Biocoop illustre également ce cas.

La tablette de chocolat noir 99 % obtient un Nutri-Score plus favorable que les autres références de la marque, avec seulement 0,9g de sucres pour 100g. À l'inverse, la tablette de chocolat au lait contient 46g de sucres pour 100g et obtient un classement moins favorable. Entre les deux, la tablette de chocolat noir à plus faible teneur en cacao contient 29g de sucres pour 100g.
Les teneurs en acides gras saturés restent relativement proches entre ces trois produits (respectivement 34g, 27g et 26g pour 100 g).



Ces deux exemples montrent qu'une augmentation de la teneur en cacao s'accompagne d'une diminution de la teneur en sucre, ce qui contribue à améliorer le profil nutritionnel du produit. Cette relation n'est toutefois pas systématique, le Nutri-Score prenant également en compte d'autres critères nutritionnels.

Les chocolats de Noël Une transparence qui n'est pas au rendez-vous !



En complément de l'analyse des 225 produits chocolatés, nous avons réalisé un relevé en magasin de 6 produits chocolatés iconiques de Noël afin d'examiner leur niveau d'information.

Ces six produits fournissent peu d'informations permettant au consommateur de faire un choix éclairé. Aucun des produits ne renseigne l'origine du cacao ni n'affiche le Nutri-Score. Quatre produits mettent en avant un engagement de durabilité ou d'équité, soit avec un logo lié au programme propre de l'entreprise, soit avec un label attribué par un organisme indépendant.



- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✗
- Label de certification durabilité/équité ✗
- Nutri-Score ✗



- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✓
- Label de certification durabilité/équité ✗
- Nutri-Score ✗



- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✗
- Label de certification durabilité/équité ✓
- Nutri-Score ✗



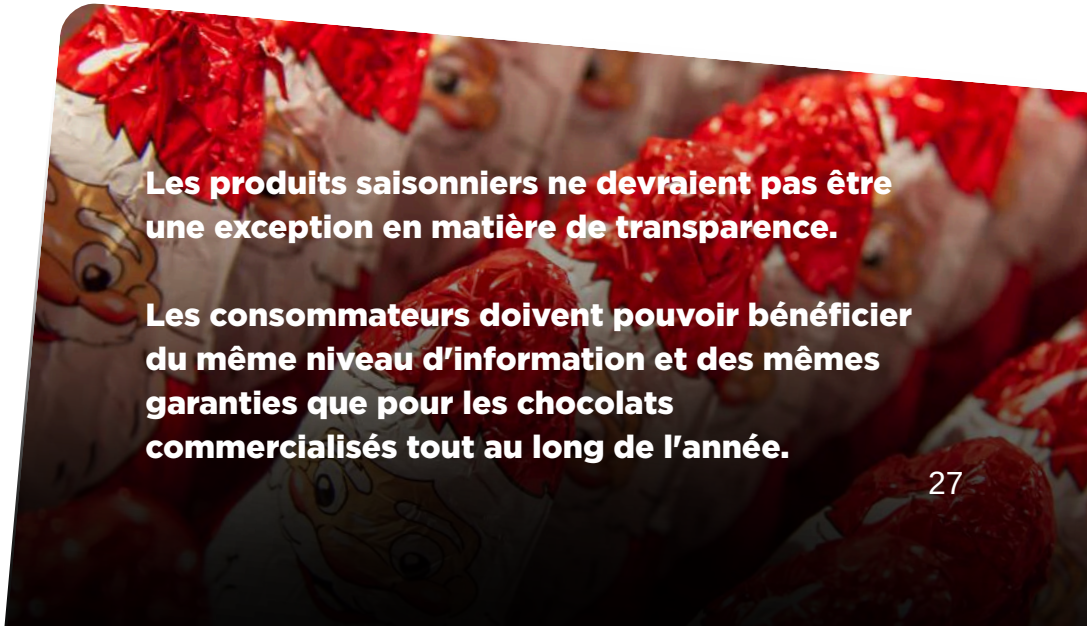
- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✓
- Label de certification durabilité/équité ✓
- Nutri-Score ✗



- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✓
- Label de certification durabilité/équité ✗
- Nutri-Score ✗



- Origine cacao : ✗
- Programme interne durabilité/équité : ✗
- Label de certification durabilité/équité ✗
- Nutri-Score ✗



Les produits saisonniers ne devraient pas être une exception en matière de transparence.

Les consommateurs doivent pouvoir bénéficier du même niveau d'information et des mêmes garanties que pour les chocolats commercialisés tout au long de l'année.



ANNEXES

Annexe 1

Répartition des produits étudiés par fabricant/distributeur

Fabricant/Distributeur	Effectif	%
Lindt Sprungli	18	8%
Mondelez	15	7%
Carrefour	14	6%
Scamark	13	6%
Intermarché	12	5%
U	12	5%
Lidl	10	4%
Nestlé	10	4%
Groupe Casino	9	4%
Saveurs et Nature Chocolaterie	9	4%
Carambar and Co	7	3%
Halba	7	3%
Terra Etica	7	3%
La Vie Claire	6	3%
SCOP Ethiquable	6	3%
Mars	4	2%
Bonneterre et Compagnie	4	2%
Cémoi Chocolatier	4	2%
Krokola SAS	4	2%
Solidar'Monde	4	2%
WIHA GmbH	4	2%
Biocoop	3	1%
Dardenne	3	1%
Dislog Group	3	1%
EcoFinia GmbH	3	1%
Ferrero	3	1%
Kaoka	3	1%
Saldac	3	1%
Grain de sail	2	1%
Lovechock B.V.	2	1%
Manufacture Manilo	2	1%
Rapunzel	2	1%
Villars Maître chocolatier S.A.	2	1%
Baronie Belgium	1	0,4%
Bennetto EU	1	0,4%
Bovetti chocolats	1	0,4%
Coverna Gmbh	1	0,4%
Eclair de génie	1	0,4%
Le Pain de Belledonne	1	0,4%
Moser Roth GmbH	1	0,4%
Natra Chocolate International	1	0,4%
Storck	1	0,4%
Sucre d'or SAS	1	0,4%
Tony's Chocolonely	1	0,4%
Whole earth sweetener Company	1	0,4%

Annexe 2
Partie A

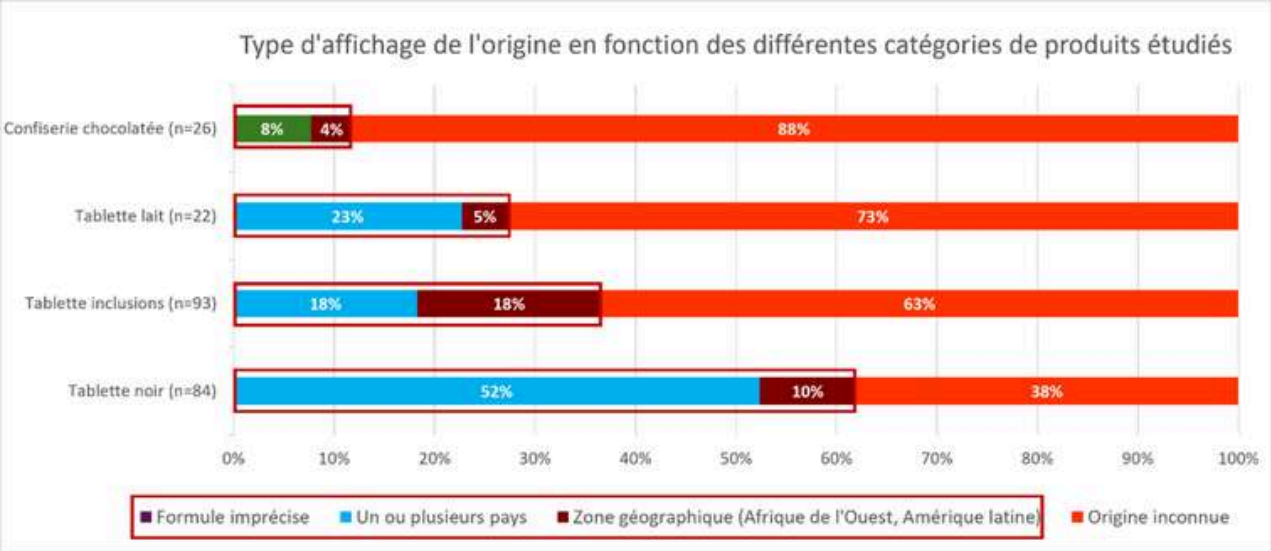
Une information sur l'origine du cacao qui peine à être rendue obligatoire

L'information concernant l'origine des ingrédients alimentaires repose principalement, au niveau européen, sur le règlement (UE) n° 1169/2011, dit règlement INCO[1]. Celui-ci impose notamment **la mention de l'origine d'une denrée lorsque l'absence de cette information est susceptible d'induire le consommateur en erreur.** En revanche, contrairement à certaines catégories de produits, par exemple certaines viandes, le miel ou les fruits et légumes, **l'origine d'autres matières premières agricoles entrant dans la composition des aliments transformés n'est pas obligatoirement indiquée**. Le règlement INCO prévoit toutefois un mécanisme particulier lorsque l'origine de la denrée est mise en avant et diffère de celle de son ingrédient primaire : l'origine de cet ingrédient doit alors être précisée, ou présentée comme différente de celle de la denrée.
Le règlement définit l'ingrédient primaire comme celui qui représente plus de 50 % de la denrée ou qui est habituellement associé à sa dénomination et pour lequel une indication quantitative est généralement requise.
Une tablette de chocolat ne constitue pas un produit pour lequel l'origine du cacao doit nécessairement être mentionnée, au niveau européen.

En France, la loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021, dite **EGalim 2[2]**, a cherché à renforcer cette information. Son article 13 prévoit que « le consommateur soit informé, par l'étiquetage, de **l'origine du cacao des produits à base de cacao ou de chocolat ». L'ambition d'EGalim 2 en matière d'origine du cacao n'est pas devenue opérationnelle.** La loi subordonnait en effet l'application de cette spécificité française à l'adoption d'un décret national et à la compatibilité de celui-ci avec le droit européen. Or le projet de décret[3] a été notifié à la Commission, mais a été retoqué[4] car jugé contraire au droit de l'Union (entrave à la libre circulation des marchandises, violation des dispositions d'étiquetage harmonisées européennes). Un rapport d'évaluation d'EGalim 2 publié par l'Assemblée nationale en 2025[5] constate ainsi que plusieurs dispositions relatives à l'information sur l'origine, dont celles concernant le cacao, restent inappliquées en raison des contraintes découlant du droit européen. Le Sénat dressait le même constat au 31 mars 2025[6], en indiquant que les dispositions relatives au cacao et au chocolat n'avaient pas fait l'objet du décret d'application attendu : « Cinq ans après son adoption, **cette loi reste largement lettre morte,** n'étant appliquée qu'à 25 % en raison notamment d'une méconnaissance des règles de notification européenne et de chevauchements avec le droit de l'UE. »

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX %3A02011R1169-20250401
[2] https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000044220683
[3] https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/24993/text/D/FR
[4] https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/24993
[5] https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/dyn/contenu/visualisation/889402/file/Dossier_presse_evaluation_egalim2.pdf
[6] https://www.senat.fr/rap/r24-710/r24-71011.html

Annexe 2
Partie B



Répartition des mentions d'origine par fabricant/distributeur

Fabricant/Distributeur	Total produits	% Origine imprécise	% Origine inconnue	% Pays	% Zone géographique
Terra Etica	7	0%	0%	100%	0%
Halba	7	0%	14%	86%	0%
SCOP Ethiquable	6	0%	17%	83%	0%
Saveurs et Nature Chocolaterie	9	0%	44%	56%	0%
Carrefour	14	0%	50%	50%	0%
U	12	0%	50%	50%	0%
Groupe Casino	9	0%	56%	44%	0%
La Vie Claire	6	0%	67%	33%	0%
Lindt Sprungli	18	0%	89%	11%	0%
Mondelez	15	7%	87%	7%	0%
Carambar and Co	7	14%	86%	0%	0%
Intermarché	12	0%	100%	0%	0%
Lidl	10	0%	100%	0%	0%
Nestlé	10	0%	50%	0%	50%
Scamark	13	0%	0%	0%	100%
Total général	**225**	**1%**	**58%**	**29%**	**12%**

Annexe 3

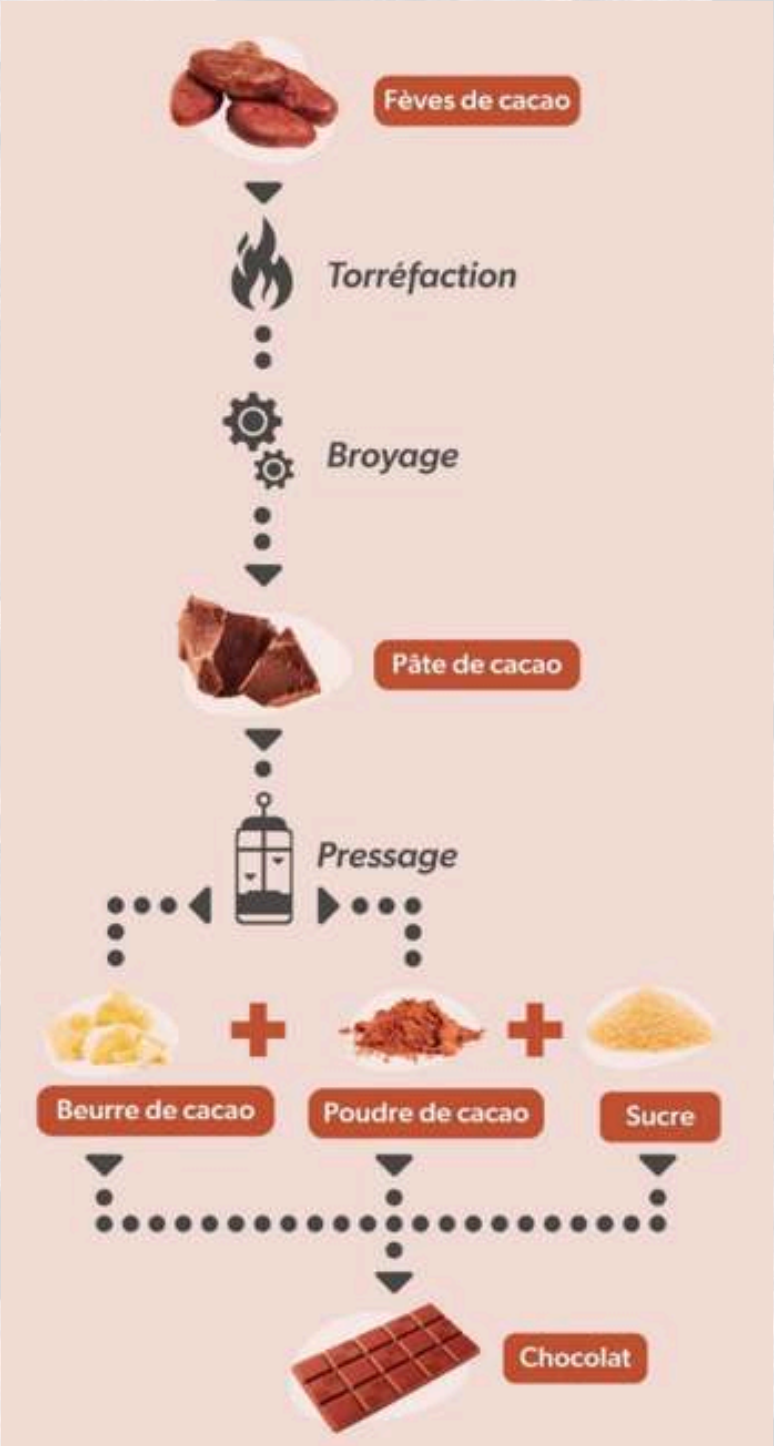
Fabrication du chocolat

Le chocolat est fabriqué à partir de fèves de cacao fermentées, séchées puis torréfiées et broyées pour obtenir la pâte de cacao (ou masse de cacao).

Cette pâte peut être pressée pour en séparer le beurre de cacao, tandis que le tourteau restant est réduit en poudre de cacao.

Pour fabriquer le chocolat, la pâte de cacao et le beurre de cacao sont mélangés à du sucre et, dans le cas du chocolat au lait, à du lait en poudre.

Ainsi, pâte, beurre et poudre de cacao sont trois sous-produits distincts issus de la transformation de la fève de cacao. Dans les produits chocolatés, ils peuvent donc avoir des origines ou des filières d'approvisionnement différentes.



Source : www.kaoka.fr[1]

[1] Kaoka | Vente en Ligne Chocolat Bio & Equitable Français

Annexe 4

La déforestation associée à la production de cacao constitue l'un des principaux enjeux environnementaux de la filière.

Dans plusieurs régions productrices, notamment en Afrique de l'Ouest, l'expansion des cultures de cacao a participé à la conversion de forêts en terres agricoles. La Commission européenne identifie explicitement le cacao parmi les matières premières présentant des risques importants en matière de déforestation et a donc intégré cette filière au champ du règlement européen relatif aux produits sans déforestation.

L'Union européenne a adopté le règlement (UE) 2023/1115 relatif à la mise à disposition sur le marché de l'Union et à l'exportation de certains produits associés à la déforestation et à la dégradation des forêts, communément appelé RDUE. Le cacao fait partie des 7 matières premières couvertes par ce règlement, avec le café, du soja, l'huile de palme, le caoutchouc, le bois et l'élevage bovin.

Pour pouvoir être mis sur le marché européen ou exportés depuis l'Union, les produits concernés doivent être « zéro déforestation », avoir été produits conformément à la législation pertinente du pays de production et être couverts par une déclaration de diligence raisonnée ou, dans les cas prévus par le règlement, une déclaration simplifiée.

Le RDUE introduit également une exigence nouvelle en matière de traçabilité. Les opérateurs doivent recueillir le pays de production et les coordonnées géographiques des parcelles sur lesquelles la matière première a été produite. Ils doivent ensuite évaluer le risque de non-conformité et, lorsqu'un risque existe, mettre en œuvre des mesures d'atténuation jusqu'à parvenir à un niveau de risque nul ou négligeable. Le règlement fait donc passer la réglementation européenne d'une logique reposant principalement sur des engagements généraux de durabilité à une logique de diligence raisonnée, de traçabilité géographique et de preuve documentaire.

Zéro déforestation ? La définition repose sur une date de référence fixée au 31 décembre 2020 : les matières premières ne doivent pas provenir de terres ayant fait l'objet d'une déforestation après cette date.

Diligence raisonnée ? C'est une démarche par laquelle une entreprise doit identifier, évaluer et réduire les risques liés à ses approvisionnements avant de mettre un produit sur le marché. Dans le cas du cacao et du RDUE, cela signifie concrètement que l'entreprise ne peut pas simplement déclarer que son cacao est « durable » ou « sans déforestation ». Elle doit être en mesure de documenter et prouver que le cacao respecte les exigences du règlement.

Le calendrier d'application du RDUE a été modifié[1]. À la date de septembre 2026, la Commission européenne indique une entrée en application au 30 décembre 2026 pour les opérateurs moyens et grands et au 30 juin 2027 pour la plupart des micro- et petites entreprises.

[1]https://environment.ec.europa.eu/news/commission-updates-product-scope-and-tools-support-eudr-2026-07-13_en

Annexe 5
Partie A

Répartition des différents logos et labels parmi les produits de l'échantillon

Démarche	Effectif produits	%
Agriculture biologique – AB	94	42%
Fairtrade / Max Havelaar	49	22%
Rainforest Alliance	24	11%
Transparence Cacao	19	8%
Lindt & Sprüngli Farming Program	16	7%
SPP Producteurs paysans	13	6%
WFTO	12	5%
Cocoa Life	6	3%
Cacao Engagement (Carrefour)	6	3%
Fair for Life	5	2%
BioPartenaire	4	2%
Nestlé Cocoa Plan	2	1%
Hand in Hand	2	1%
Direct Trade	2	1%
Mars Responsibly Sourced Cocoa	1	0,4%
Demeter	1	0,4%

Annexe 5
Partie B

Description synthétique des différents labels et logos rencontrés

Fairtrade/Max Havelaar[1] est un label de commerce équitable. Il s'agit d'une certification tierce particulièrement axée sur les dimensions économiques et sociales : établissement d'un prix minimum d'achat, existence d'une prime Fairtrade, prévention du travail des enfants par la mise en place d'un système de contrôle et d'application de mesures correctives pour vérifier régulièrement les cas de travail des enfants et de travail forcé et y répondre. Le référentiel cacao comporte aussi des exigences renforcées de traçabilité et de prévention de la déforestation. Sa principale limite, essentielle pour le cacao, est le bilan massique après l'exportation : les volumes achetés selon les conditions Fairtrade sont tracés, mais ils peuvent être mélangés à du cacao non Fairtrade. Il garantit donc qu'un volume équivalent a été acheté selon les critères Fairtrade, sans assurer que toutes les fèves présentes dans le produit sont certifiées.

Fair for Life[2] est un label de commerce équitable reposant sur une certification tierce qui constitue une démarche relativement complète, avec des exigences sociales, économiques et environnementales (usage encadré des intrants chimiques mais pas forcément bio). Un de ses points forts est la traçabilité physique et la séparation des produits certifiés, sans recours au bilan massique. Le référentiel prévoit également des exigences relatives aux rémunérations et aux conditions de travail. La certification comporte également des exigences strictes en matière de lutte contre la déforestation, avec l'interdiction de convertir les forêts primaires et les forêts secondaires anciennes pour la production agricole.

SPP Producteurs paysans[3] est une certification tierce détenue par les organisations de petits producteurs et contrôlée par des organismes de certification indépendants conformes à l'ISO 17065 (une norme fixant les exigences pour les organismes certifiant les produits, les procédés et les services). Cette certification place au cœur de son dispositif l'organisation paysanne, la formation du prix et la traçabilité physique. Le bilan massique n'est pas autorisé. Le prix SPP intègre notamment les coûts de production et des considérations liées au coût de la vie. SPP est par ailleurs étroitement liée aux démarches d'agriculture biologique et agroécologique. En matière de déforestation, le référentiel prévoit la promotion de politiques contre le défrichement des forêts vierges, primaires et secondaires matures. La formulation est moins contraignante.

[1] https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/standards-spo-cocoa/Cocoa_SPO_FR.pdf
[2] https://www.fairforlife.org/wp-content/uploads/2026/04/Fair_for_Life_Standard_EN_20260401.pdf
[3] https://spp.coop/wp-content/uploads/2020/05/2.9-EN_Standards_Definition_Procedure_SPP.pdf

Annexe 5

Rainforest Alliance[1] est une certification tierce centrée sur l'agriculture durable, avec des exigences portant notamment sur les pratiques agricoles, la biodiversité, les conditions sociales et la déforestation. Cette certification est notamment employée pour les approvisionnements en cacao de de Lindt et intervient également dans les dispositifs de Nestlé et Mars. Son principal avantage est de proposer un référentiel agricole structuré et audité, applicable à grande échelle. Sa limite majeure est que la certification peut fonctionner avec plusieurs modèles de traçabilité, dont le bilan massique. Autre limite de taille, il n'existe pas de prix minimum garanti au producteur alors que ce critère est repris par des labels comme Fairtrade ou Fair for Life. L'amélioration des revenus des travailleurs est assurée autrement, notamment par une amélioration de la rentabilité de l'exploitation.

BioPartenaire[2] est une certification qui associe les exigences de l'agriculture biologique et du commerce équitable, avec des critères portant sur les pratiques de production, les relations commerciales et la rémunération des producteurs. Le référentiel repose sur une certification et des contrôles externes, avec des exigences portant notamment sur les conditions de production, les relations commerciale et la rémunération des producteurs. Pour le cacao, le dispositif privilégie la traçabilité physique et la séparation des matières certifiées. Sa principale force est de réunir dans un même dispositif les dimensions environnementale et socio-économique, tout en conservant une logique de traçabilité de la matière.

En revanche, si la certification biologique contribue à la préservation des écosystèmes, elle ne garantit pas à elle seule le respect d'une date limite de déforestation ni la mise en place d'une traçabilité géolocalisée des parcelles. Le référentiel prévoit un prix minimum garanti négocié entre les partenaires commerciaux sur un cycle de trois ans. Contrairement au système Fairtrade, il ne repose pas sur un prix minimum universel fixé par filière, mais sur un prix contractualisé entre les partenaires.

Demeter[3] est un label attribué à des produits issus de l'agriculture biodynamique, une forme d'agriculture qui va au-delà du cahier des charges de l'agriculture biologique. La certification impose notamment le respect des principes de la biodynamie, des pratiques favorisant la fertilité des sols, la biodiversité et la limitation des intrants de synthèse. Comme le label biologique européen, Demeter porte avant tout sur les méthodes de production agricole et ne constitue pas, à lui seul, une garantie de commerce équitable ou de rémunération des producteurs.

[1] https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/standards-spo-cocoa/Cocoa_SPO_FR.pdf

[2] Bienvenue chez BIOPARTENAIRE ® - Label Bio et équitable

[3] Demeter - Label de la biodynamie

Annexe 5

Transparence Cacao[1] est un programme d'approvisionnement durable développé par **Cémoi** et contrôlé par un organisme tiers indépendant.

Sa principale force est la traçabilité physique, revendiquée de la fève au chocolat, avec identification des coopératives et, dans certaines origines, des parcelles par GPS. Le programme associe cette traçabilité à des actions sur la déforestation, l'agroforesterie et les pesticides. Quatre des cinq origines sont **approvisionnées en bio** (l'Equateur, la République Dominicaine, le Pérou et São Tomé).

Sa principale limite concerne la dimension sociale : l'objectif d'un revenu vital pour tous les producteurs est fixé à 2030, sans garantie pour le moment d'atteinte de cet objectif. De même, les dispositifs sur le travail des enfants relèvent surtout de la prévention et de la sensibilisation. Transparence Cacao est classé 4ème sur 34 par la Chocolate Scorecard[2] (69 %).

Cacao Engagement[3] est un logo associé à l'engagement de Carrefour pour le cacao. Il repose sur le programme Transparence Cacao, développé initialement par Cémoi et aujourd'hui utilisé par plusieurs acteurs de la distribution, notamment Carrefour. La démarche met principalement l'accent sur la traçabilité des approvisionnements en cacao, l'accompagnement des producteurs et l'amélioration des conditions de production.

Le Lindt & Sprüngli Farming Program[4] est le programme propriétaire de Lindt & Sprüngli, désormais adossé à Rainforest Alliance, dont la certification constitue depuis 2026 la base de l'approvisionnement en cacao. Son point fort est la traçabilité du premier kilomètre : Lindt indique avoir atteint en 2025 une traçabilité jusqu'à la ferme pour ses fèves, son beurre, sa poudre et sa masse de chocolat.

Le programme ajoute des actions sur les pratiques agricoles, la déforestation, le travail des enfants et le revenu des producteurs.
Sa faiblesse tient au fait que cette traçabilité initiale ne signifie pas que chaque tablette conserve physiquement l'identité de la fève : Lindt utilise plusieurs modèles de chaîne de contrôle, dont le bilan massique. En 2026, Lindt obtient une note globale de 49 % et se classe 13ème sur 34 de **la Chocolate Scorecard[5]** avec un point faible très marqué quant au revenu vital des producteurs (note de 10 % sur cet axe).

[1] https://www.transparence-cacao.com/fr/
[2] Transparence Cacao : 80 % traçabilité - 64 % revenu vital - 70 % travail des enfants 78 % déforestation – 68 % agroforesterie/climat - 68 % pesticides
[3] Matière première transparence : Cacao | Groupe Carrefour
[4] https://farming-program.com/en/farming-program/good-farming-practices-and-landscapes
[5] Lindt Farming Program : 72 % traçabilité - 10 % revenu vital - 68 % travail des enfants - 60 % déforestation – 60 % agroforesterie/climat - 42 % pestcides

Annexe 5

Cocoa Life[1] est le programme d'approvisionnement durable développé par Mondelēz, qui combine accompagnement des producteurs, cartographie des exploitations, lutte contre la déforestation, agroforesterie et dispositifs de prévention du travail des enfants. **Certains indicateurs et la mise en œuvre sont vérifiés indépendamment, mais le référentiel reste celui de Mondelez.**

Sa principale limite réside dans le recours au **bilan massique** : Mondelez achète un volume équivalent de cacao Cocoa Life, sans que le cacao physiquement présent dans chaque produit soit nécessairement issu de ce programme. L'ambition est donc importante en matière de volumes et de couverture, mais moins forte en matière de garantie de la matière contenue dans chaque tablette. En 2026, la Chocolate Scorecard n'a pas été en mesure d'évaluer le programme de Mondelez car **l'entreprise n'a pas souhaité transmettre les informations nécessaires à l'évaluation**. Cela traduit un **manque de transparence problématique pour des choix éclairés des consommateurs**.

Le **Nestlé Cocoa Plan[2]** est le programme d'approvisionnement durable développé par Nestlé pour son cacao, auquel s'ajoute Rainforest Alliance pour une partie des volumes. Nestlé indique une couverture très élevée de ses approvisionnements : en 2025, Nestlé indique ainsi que 96,2 % du cacao est sourcé via le Nestlé Cocoa Plan, mais celle-ci inclut des volumes certifiés en bilan massique. Nestlé indique toutefois vouloir progressivement ségréguer et tracer ses produits cacao de l'origine jusqu'à l'usine[3].

Nestlé dispose d'un système de suivi et de remédiation du travail des enfants et d'un programme de soutien au revenu, mais **sans garantie effective de revenu vital** ou de disparition du travail des enfants. La principale limite est donc celle d'un programme industriel à large échelle dont les indicateurs de couverture ne peuvent être assimilés à des résultats obtenus pour chaque producteur ou chaque tablette. En 2026, Nestlé obtient une note globale de 61 % et se classe 6ème sur 34 de la Chocolate Scorecard[4]. **Nestlé est pénalisé par le volet sur l'atteinte du revenu vital et l'usage d'intrants chimiques.**

[1] https://www.cocoaprogram.info/
[2] https://www.nestlecocoaplan.com/fr
[3] https://www.nestle.com/sustainability/human-rights/living-income/cocoa
[4] Nestlé Cocoa Plan : 74 % traçabilité - 40 % revenu vital - 72 % travail des enfants - 70 % déforestation - 60 % agroforesterie/climat - 52 % pesticides

Annexe 5

Mars Responsibly Sourced Cocoa[1] est le programme d'approvisionnement durable développé par Mars. Il recourt à des certifications telles que Rainforest Alliance ou Fairtrade pour une partie des volumes. Il agit sur la traçabilité via une cartographie des exploitations, sur le suivi de la déforestation (d'après Mars, 98 % de ses approvisionnements en cacao sont considérés comme sans déforestation), l'agroforesterie et s'appuie sur un système de prévention et de remédiation du travail des enfants.

Les chaînes d'approvisionnement font l'objet de vérifications par des auditeurs indépendants, qui peuvent contrôler la conformité à une certification reconnue ou au cahier des charges Mars. Mais le programme accepte le bilan massique. Ce programme repose donc sur une garantie de volume plutôt qu'une garantie que le cacao physiquement présent dans un produit donné provient du programme. Sur le revenu vital, Mars reconnaît lui-même qu'il s'agit d'un problème structurel et propose des leviers pour réduire l'écart plutôt qu'une garantie de revenu. En 2026, Mars obtient une note globale de 64 % et se classe 5ème sur 34 de la Chocolate Scorecard[2]. Mars est fortement pénalisé par le volet sur l'atteinte du revenu vital.

Hand in Hand[3] est le programme propriétaire de Rapunzel qui combine agriculture biologique et commerce équitable. Les critères s'appuient notamment sur les normes fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), et les partenaires sont contrôlés régulièrement par Ecocert IMOswiss AG.

Le système impose une traçabilité physique des matières premières et permet de remonter jusqu'aux producteurs. Les prix doivent prendre en compte les coûts de production et de vie, et une prime biologique est prévue. Le programme interdit le travail des enfants et ces critères font l'objet de contrôles externes. Attention toutefois, même si les mécanismes de prix sont conçus pour favoriser des conditions de vie dignes, ils ne garantissent pas que chaque ménage atteigne effectivement un revenu vital.

[1] https://www.mars.com/sustainability-plan/cocoa-for-generations/eu
[2] Mars Responsibly sourced cocoa : 72 % traçabilité - 16 % revenu vital - 84 % travail des enfants - 76 % déforestation - 66 % agroforesterie/climat - 50 % pesticides
[3] HAND IN HAND, le programme de commerce équitable

Annexe 6

Taux d'affichage du Nutri-score par Fabricant/Distributeur avec au moins 5 références étudiées

Fabricant/Distributeur	Nombre de références étudiées	Références avec Nutri-Score	Taux d'affichage
Scamark	13	13	100%
U	12	12	100%
Nestlé	10	10	100%
Intermarché	12	10	83%
Carrefour	14	8	57%
Lidl	10	5	50%
Groupe Casino	9	4	44%
La Vie Claire	6	0	0%
SCOP Ethiquable	6	0	0%
Terra Etica	7	0	0%
Carambar & Co	7	0	0%
Halba	7	0	0%
Saveurs et Nature Chocolaterie	9	0	0%
Mondelēz	15	0	0%
Lindt Sprüngli	18	0	0%

Annexe 7



Réponses des entreprises

Réponses LINDT x Association CLCV

1. Origine des ingrédientsissusducacao

- *Pourquoi seuls2produitssurles18étudiésmentionnent-ils l'origine des ingrédients issus du cacao?*
- *Pourquoi l'originedubeurredecacaon'est-elle jamais précisée ?*
- *Lindt envisage-t-ild'améliorercettetransparence ?*

Lindt & Sprünglis'approvisionneenfèvesdecacao provenant des origines les plus réputées au monde:Côted'Ivoire,République dominicaine, Équateur, Ghana, Madagascar, Papouasie-Nouvelle-GuinéeetPérou. Ces informations sont accessibles aux consommateurssurlesitedenotreFarming Program, qui présente également des informations complémentairessurchacunede nos origines de cacao. Des informations supplémentairesconcernantnotrechaîned'approvisionnement en cacao, notamment nos fournisseurs,sontdisponiblesdansnotre document Cocoa Supply Chain Disclosure, quenousréexaminonsetmettons régulièrement à jour.

Selon les recettes,desfèvesdecacaodedifférentes origines peuvent être associées afin d'obtenir lescaractéristiquesgustativeset qualitatives recherchées. Dans certains cas, des produitspeuventêtredirectementassociés à une origine de cacao spécifique. C'est notammentlecasdeLindtLUCKYMONKEY, élaboré à partir de cacao provenant du Pérou. Lindt&Sprünglicontribueàlapréservation de l'habitat naturel du singe Titi originaire du Pérou,ensoutenantfinancièrement certaines actions de l'association PMT (Proyecto MonoTocón),engagéedanslaprotection de cette espèce menacée. Ces actions portentsurlapréservationdesonhabitat naturel, la sensibilisation des communautéslocalesetlarecherchescientifique.

La Côte d'Ivoirefaitpartiedespaysauprèsdesquels nous nous approvisionnons en beurre de cacaoetdanslesquelsnousdéployons des actions dans le cadre de notre Farming Program.

Nous appliquonsdifférentsniveauxdetraçabilité selon les produits dérivés du cacao et leur disponibilitésurlemarché.Nouspublions les volumes approvisionnés selon chacun de ces modèlesdansnotredéclaration annuelle de durabilité, notamment dans les sections « Indicateursetobjectifs»relatives à l'utilisation des ressources et à l'économie circulaire,ainsique«Niveauxdetraçabilité ».

2. Cocoa Farming Program vs Rainforest Alliance

- *Comment s'articulent ces deux dispositifs ?*

Depuis 2026, la certification Rainforest Alliance constitue le socle de référence de l'approvisionnement en cacao de Lindt & Sprüngli.
En complément de cette certification, Lindt & Sprüngli poursuit des investissements et des actions ciblées dans le cadre de son Farming Program, afin de répondre aux principaux défis du secteur cacaoyer.

[1] L'approche d'approvisionnement responsable de Lindt & Sprüngli comprend des exigences sociales et environnementales applicables aux fournisseurs et aux matières premières, ainsi que des audits, des actions d'engagement et des normes d'approvisionnement responsable.

À titre d'exemple, Lindt & Sprüngli encourage l'agroforesterie, soutient la protection et la restauration des forêts, investit dans le développement des communautés locales et a lancé un programme en faveur du revenu vital (Living Income Program), visant à contribuer à réduire l'écart entre les revenus perçus par les producteurs de cacao participants et le revenu nécessaire pour leur assurer un niveau de vie décent.
Pour davantage d'informations sur les initiatives du Farming Program, nous vous invitons à consulter le document Lindt & Sprüngli Farming Program 2026-2030.

- *Pourquoi le logo Cocoa Farming Program figure-t-il sur 16 produits alors que Rainforest Alliance n'apparaît que sur 2, malgré l'annonce d'une certification de 100 % des volumes de cacao ?*
- *Pourquoi cette évolution n'est-elle pas davantage visible sur les emballages ?*

2026 est la première année au cours de laquelle Lindt & Sprüngli s'approvisionne à 100 % en cacao certifié Rainforest Alliance. Nous remplaçons progressivement le logo Farming Program par le label Rainforest Alliance sur ses emballages. La coexistence des deux logos, ainsi que la proportion encore relativement faible de produits portant le label Rainforest Alliance, reflètent donc une situation temporaire liée à cette période de transition.
Par ailleurs, en raison de contraintes d'espace, notamment sur les produits saisonniers emballés individuellement et sur les emballages multilingues, le label Rainforest Alliance ne figurera pas sur l'ensemble des produits.

3. Conformité aux nouvelles exigences européennes (directive EmpCo)

- *Dans quelle mesure le Cocoa Farming Program répond-il aux critères de la directive européenne encadrant les allégations environnementales ?*
- *Lindt prévoit-il de faire évoluer la présentation de son programme ou sa communication pour garantir une information claire et non ambiguë ?*

La certification Rainforest Alliance repose sur une norme publique et accessible à tous. Les exploitations agricoles et les acteurs de la chaîne d'approvisionnement souhaitant obtenir cette certification font l'objet d'audits réalisés par des organismes certificateurs tiers indépendants, afin de vérifier leur conformité aux exigences applicables. Pour davantage d'informations, nous vous invitons à consulter le site rainforest-alliance.org.

Dans le cadre de notre démarche de mise en conformité avec la directive, nous avons réexaminé et adapté notre communication à destination des consommateurs. Sur nos emballages, le logo du Farming Program de Lindt & Sprüngli est progressivement supprimé. Dans de nombreux cas, il est remplacé par le label Rainforest Alliance.
Dans ce contexte, nous souhaitons également attirer votre attention sur l'interprétation commune de la Commission européenne concernant les situations de stocks anciens, qui est prise en compte dans le cadre de cette transition vers le label Rainforest Alliance.
Nous avons également réexaminé les communications concernées sur notre site internet et les avons mises en conformité avec les exigences de la directive. Cela

[1] L'approche d'approvisionnement responsable de Lindt & Sprüngli comprend des exigences sociales et environnementales applicables aux fournisseurs et aux matières premières, ainsi que des audits, des actions d'engagement et des normes d'approvisionnement responsable.

comprend notamment la suppression des références au logo Farming Program lorsque cela est nécessaire.

4. Lutte contre la déforestation (RDUE)

- *Quelles actions Lindt a engagées pour se conformer au règlement européen contre la déforestation, notamment en matière de traçabilité des approvisionnements en cacao ?*
- *Comment ces engagements sont-ils communiqués aux consommateurs ?*

En tant qu'entreprise s'approvisionnant en matières premières agricoles et forestières, Lindt & Sprüngli entretient un lien intrinsèque avec la nature et dépend des écosystèmes naturels.

Nous nous engageons à œuvrer en faveur de chaînes d'approvisionnement sans déforestation pour le cacao ainsi que pour nos autres principales matières premières associées à des risques de déforestation : l'huile de palme, le soja et les emballages à base de pâte à papier et de papier.

Le règlement européen contre la déforestation (RDUE) impose aux opérateurs en amont des exigences de traçabilité des approvisionnements et des mesures de contrôle pour les produits mis sur le marché de l'Union européenne. Ces exigences visent à garantir que les matières premières concernées ne contribuent pas à la déforestation et qu'elles respectent les réglementations locales. Dans ce cadre, nous avons développé un système robuste répondant aux exigences du RDUE, dans la mesure où celles-ci sont applicables à Lindt & Sprüngli en tant qu'opérateur en aval, à compter du 30 décembre 2026.

Notre politique de lutte contre la déforestation et notre approche d'approvisionnement responsable[1] constituent le socle de notre démarche de conformité aux exigences du RDUE.

Nous communiquons sur nos engagements et nos progrès en matière de lutte contre la déforestation à travers notre rapport annuel intégré ainsi que nos politiques et lignes directrices, accessibles au public sur notre site internet institutionnel.

5. Affichage du Nutri-Score

- *Pourquoi Lindt n'affiche pas le Nutri-Score sur ses emballages ?*
- *Est-ce que Lindt envisage de l'adopter ?*

Lindt & Sprüngli est l'un des principaux fabricants de chocolat premium au monde.
Notre ambition ne se limite pas à proposer des produits chocolatés haut de gamme : nous souhaitons également associer nos exigences élevées en matière de qualité à des standards éthiques tout aussi exigeants, dans l'ensemble de nos activités.
C'est pourquoi nous avons mis en place une politique de marketing responsable qui reflète ces valeurs et ces principes. Notre entreprise s'engage à adopter une communication marketing responsable, notamment dans trois domaines :

- La publicité destinée aux enfants.
- La promotion d'une consommation responsable.
- La transparence nutritionnelle.

[1] L'approche d'approvisionnement responsable de Lindt & Sprüngli comprend des exigences sociales et environnementales applicables aux fournisseurs et aux matières premières, ainsi que des audits, des actions d'engagement et des normes d'approvisionnement responsable.

En matière de transparence nutritionnelle, nous considérons qu'une information claire et un étiquetage transparent des produits sont essentiels. Nous nous engageons donc à faire figurer sur nos emballages des informations nutritionnelles et des indications sur les apports caloriques claires et facilement compréhensibles. Nous cherchons également en permanence à simplifier nos listes d'ingrédients.

Le Nutri-Score est un système d'étiquetage nutritionnel volontaire. À ce jour, Lindt & Sprüngli ne l'utilise pas sur ses produits. Nous continuons de suivre les évolutions en matière d'étiquetage nutritionnel, tout en maintenant notre engagement à fournir aux consommateurs une information nutritionnelle claire et complète.

[1] L'approche d'approvisionnement responsable de Lindt & Sprüngli comprend des exigences sociales et environnementales applicables aux fournisseurs et aux matières premières, ainsi que des audits, des actions d'engagement et des normes d'approvisionnement responsable.

Nestlé Good food, Good life

À votre écoute : une question, un conseil ?

0 809 400 412 (Service gratuit + prix appel)
@ www.goodnest.com/fr

ASSOCIATION CLCV
Monsieur Eric ADACHOWSKY
41 Rue Périer
92120 MONTROUGE

Issy-Les-Moulineaux, le 19 Novembre 2026

Courrier recommandé avec AR

Monsieur le Président,

Nous vous remercions pour votre courrier du 2 Novembre dernier et pour l'intérêt que vous portez aux démarches mises en œuvre par Nestlé en matière d'information des consommateurs et d'approvisionnement en cacao.

Nous prenons bonne note de vos remarques concernant l'origine du cacao, au-delà de l'origine de notre cacao, qui provient majoritairement de plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, nous concentrons nos efforts sur les qualités intrinsèques du cacao pour nous assurer de fournir à nos consommateurs de produits de qualité.

Concernant plus particulièrement votre interrogation sur la coexistence du logo de notre programme interne **Nestlé Cocoa Plan** et du logo **Rainforest Alliance**, nous souhaitons vous apporter les précisions suivantes.

Afin de répondre aux exigences introduites par la directive européenne « Empowering Consumers » (EmpCo), nous avons fait évoluer la présentation de nos emballages et retiré le logo Nestlé Cocoa Plan de l'ensemble de nos packs.

Nos emballages ont donc été mis à jour pour l'ensemble de nos références. Des produits comportant encore le logo Nestlé Cocoa Plan peuvent néanmoins être temporairement présents dans les points de vente, le temps de l'écoulement des stocks existants.

Cette évolution de notre communication ne remet toutefois aucunement en cause nos engagements ni les actions que nous menons sur le terrain en faveur d'un approvisionnement plus responsable en cacao.

Lancé en 2009, le **Nestlé Cocoa Plan** est un programme de durabilité qui accompagne aujourd'hui environ **185 000 producteurs** vers de meilleures pratiques agricoles. Il vise notamment à favoriser l'agroforesterie, à contribuer à la lutte contre le travail des enfants et à améliorer les conditions de vie des communautés cacaoyères. Depuis 2022, chacune des plantations participant au Nestlé Cocoa Plan fait également l'objet d'une certification tierce **Rainforest Alliance**.

Nous privilégions désormais sur nos emballages le logo Rainforest Alliance, certification tierce indépendante bénéficiant d'une reconnaissance établie auprès des consommateurs. Le Nestlé Cocoa Plan demeure pour sa part notre démarche d'entreprise et continue d'encadrer les actions que nous déployons sur le terrain.

Nestlé Good food, Good life

À votre écoute : une question, un conseil ?

0 809 400 412 (Service gratuit + prix appel)
@ www.goodnest.com/fr

Notre engagement a par ailleurs été renforcé avec le **Nestlé Income Accelerator Programme**, lancé en 2022. S'appuyant sur les fondations du Nestlé Cocoa Plan, ce programme va plus loin en récompensant directement les familles de producteurs pour la mise en œuvre d'actions telles que la scolarisation des enfants, l'autonomisation des femmes, l'agroforesterie ou encore l'amélioration des pratiques agricoles, afin de contribuer à l'atteinte d'un revenu décent. Il accompagne désormais environ **45 000 familles de cacaoculteurs**.

Nous souhaitons continuer à informer les consommateurs de manière claire sur ces différentes démarches. Les détails relatifs à nos programmes et à nos actions en faveur d'une filière cacao plus durable restent ainsi accessibles sur nos supports digitaux, notamment sur le site du Nestlé Cocoa Plan, ainsi que via les QR codes présents sur nos emballages.

Par ailleurs, pour répondre à vos interrogations sur le RDUE, nous faisons partie des entreprises qui avons milité pour l'entrée en vigueur du règlement RDUE dès l'année dernière et nous nous préparons pour son entrée en application en décembre 2026 prochain. Nous travaillons sur le sujet de la lutte contre la déforestation depuis plus de 10 ans. En 2024 nous avons été reconnus dans le classement Forest500 comme l'entreprise ayant obtenu le meilleur score sur la dernière décennie en matière d'actions contre la déforestation. Forest500_Annual-Report-2024_Final.pdf

Enfin nous soutenons en effet le Nutri-Score depuis 2019, et avons été parmi les premières entreprises à le déployer largement sur nos produits. Nous considérons qu'il constitue un outil utile d'information des consommateurs, leur permettant de comparer les produits au sein d'une même catégorie et de faire des choix éclairés. Il représente également pour nous un véritable outil de pilotage pour poursuivre l'amélioration nutritionnelle de nos recettes. Cet engagement se traduit concrètement par le déploiement par Nestlé France du Nutri-Score sur l'ensemble de nos produits éligibles et, depuis début 2026, par l'adoption du nouvel algorithme sur 100 % de ces références.

Nous vous remercions à nouveau pour votre sollicitation et pour l'attention portée à ces sujets.

Cordialement,

Le Service Consommateurs Nestlé