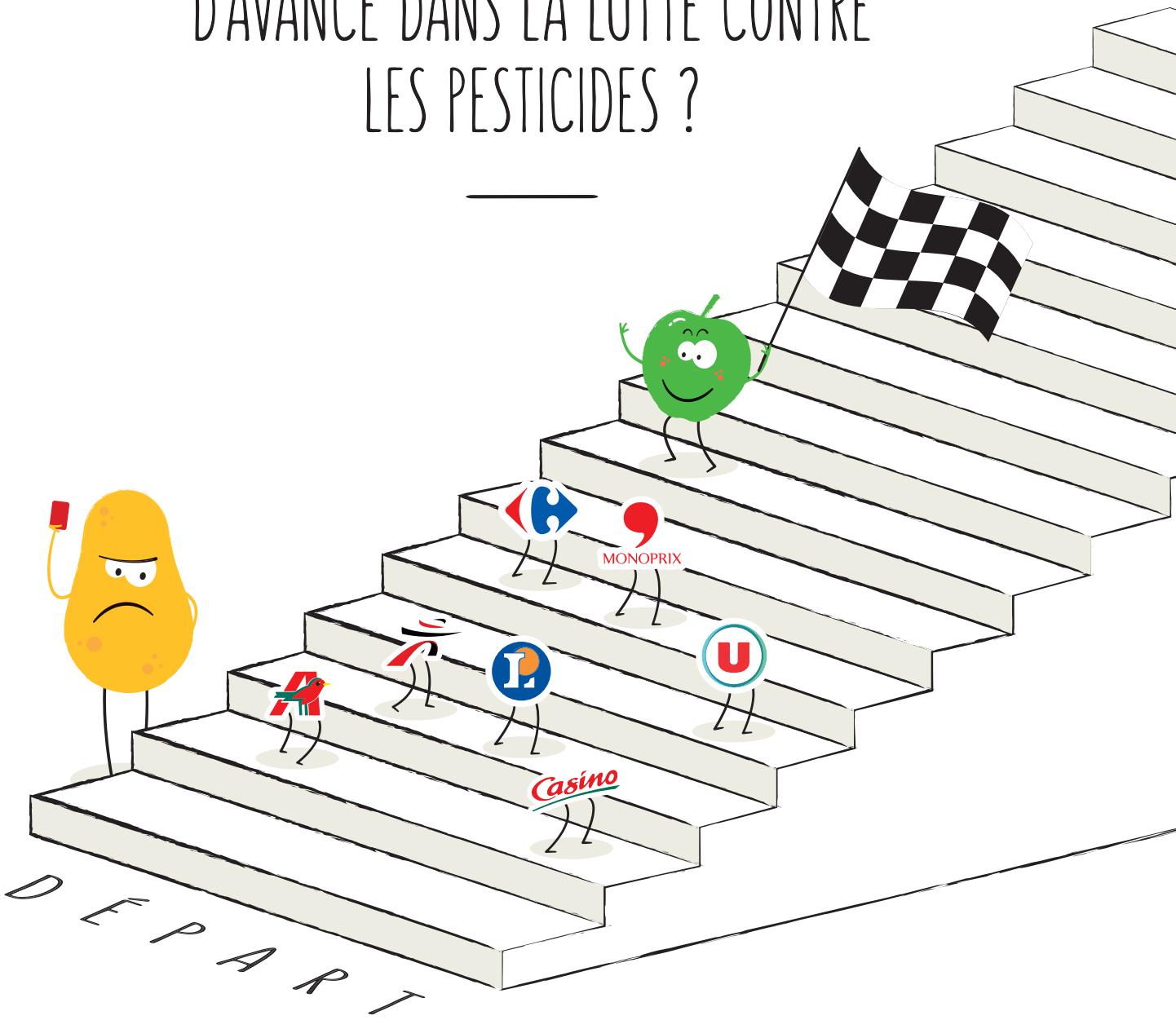


LA COURSE ZÉRO PESTICIDE

DEUX ANS APRÈS,
QUELLE ENSEIGNE A PRIS LE PLUS
D'AVANCE DANS LA LUTTE CONTRE
LES PESTICIDES ?



GREENPEACE CLASSE LES ENSEIGNES DE LA GRANDE DISTRIBUTION SELON TROIS CRITÈRES :

**Les efforts pour éliminer en priorité
les pesticides les plus dangereux de leur production
de fruits et légumes.**

**Le soutien aux agriculteurs
qui s'engagent à produire sans pesticides.**

**La transparence vis-à-vis des consommateurs
sur le recours aux pesticides dans la production
de notre alimentation et sur le soutien aux agriculteurs.**

CARREFOUR TOUJOURS EN TÊTE



Depuis le lancement de la course, l'enseigne a développé plusieurs projets pilote et vise désormais le -75 % de pesticides dans les fruits et légumes de ses marques propres (Filière Qualité Carrefour et Reflets de France).

LES PESTICIDES CHEZ CARREFOUR

En 2015, Carrefour avait supprimé certaines familles de pesticides sur les sites pilote de plusieurs de ses filières (kiwi du Sud-Ouest, brocoli de Bretagne, tomate ancienne de Marmande et blé dur de Provence). En 2016, l'enseigne a agrandi les surfaces de ces sites pilote et s'est attaquée à la suppression de nouvelles familles de pesticides sur les filières concernées.

Pour chaque filière concernée par les sites pilote, 20% environ des fournisseurs des marques du distributeur sont impliqués dans la démarche.

L'enseigne déclare vouloir étendre les pratiques de réduction des pesticides de ses sites pilote à tous les fournisseurs de chaque filière concernée, puis à l'ensemble de ses filières de fruits et légumes. Et pour chacune de ces filières, elle entend diviser par quatre l'usage actuel de substances chimiques.

En 2016, Carrefour a étendu ses expérimentations de réduction des pesticides à des productions majeures : la pomme et la pomme de terre. L'enseigne n'a en revanche toujours pas supprimé les molécules les plus dangereuses pour l'être humain et l'environnement telles que les néonicotinoïdes, destructeurs pour les abeilles.

LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ CARREFOUR

Les contrats de partenariat « Filière Qualité Carrefour », apportent de la stabilité aux fournisseurs de l'enseigne. Via ce label, Carrefour accompagne les producteurs dans la définition d'un cahier des charges davantage tourné vers des modes de production durables et respectueux de l'environnement. Depuis 2015, l'enseigne va encore plus loin en mettant à disposition une expertise technique aux producteurs de ses sites pilote.

Carrefour cherche à prendre en compte la réalité du métier d'agriculteur et de ses contraintes et, en garantissant des achats sur le long terme, assure un filet de protection aux producteurs. Ces derniers peuvent ainsi plus facilement mettre en place des alternatives aux pesticides.

LA TRANSPARENCE CHEZ CARREFOUR

La non-utilisation de pesticides est désormais signalée sur les productions concernées : kiwi du sud-ouest, brocoli de Bretagne, tomate ancienne de Marmande, pâtes de blé dur de Provence. De plus, l'ensemble des emballages présente systématiquement les avantages des produits (mode de production, origine géographique, relation avec les partenaires, avantage environnemental).

Carrefour est très transparent envers Greenpeace.

Carrefour valorise la suppression des pesticides auprès des consommateurs en le signalant sur les emballages.

MONOPRIX, NOUVEL ARRIVÉ ET DÉJÀ EN TÊTE



Monoprix fait une arrivée marquante dans la « Course zéro pesticide », en se classant en tête aux côtés de Carrefour. Un positionnement dû à de réels efforts notamment pour supprimer les pesticides tueurs d'abeilles.

LES PESTICIDES CHEZ MONOPRIX

L'enseigne a signé cette année un partenariat avec Bee Friendly®, un label qui assure la mise en place de mesures de préservation des polliniseurs (suppression des insecticides les plus nocifs, développement de la biodiversité).

Monoprix lance en 2017 une nouvelle marque, « Monoprix Tous Cultiv'acteurs », en remplacement de la marque Monoprix. Tous les fournisseurs de Monoprix se sont aujourd'hui engagés dans cette démarche. Ils visent ainsi l'obtention du label Bee Friendly®, mais pas que : le cahier des charges de cette nouvelle marque a pour but d'améliorer les pratiques agricoles dans leur ensemble. Monoprix va ainsi plus loin en termes de préservation de l'eau, des sols et de la biodiversité.

L'enseigne est aujourd'hui la mieux-disante en matière de protection des polliniseurs. Pour l'instant, deux de ses fournisseurs sont réellement labellisés Bee Friendly, avec l'objectif de convertir l'ensemble des fournisseurs d'ici à trois ans.

LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ MONOPRIX

L'enseigne a contractualisé l'ensemble de ses fournisseurs sur trois ans.

Elle a également lancé une vaste campagne de communication, online et offline, pour mettre en valeur l'engagement de ses fournisseurs dans la démarche « Monoprix Tous Cultiv'acteurs ».

Monoprix accompagne l'ensemble de ses fournisseurs dans l'amélioration de leurs pratiques. L'enseigne leur garantit des achats sur le long terme ainsi qu'un accompagnement technique, ce qui leur donne les clés pour réellement entreprendre une évolution, si ce n'est une transformation, de leur système de production.

LA TRANSPARENCE CHEZ MONOPRIX

Monoprix a fait preuve de transparence envers Greenpeace.

Envers les consommateurs, Monoprix valorise sa démarche de soutien aux agriculteurs et d'engagement dans la réduction des pesticides à travers le lancement de sa nouvelle marque « Monoprix Tous Cultiv'acteurs ».

Monoprix valorise également auprès des consommateurs la réduction des pesticides et la suppression des insecticides les plus nocifs pour les polliniseurs en le signalant sur ses emballages.

SYSTÈME U : UNE DEUXIÈME PLACE, EN LÉGÈRE STAGNATION



U a perdu une place cette année et se classe désormais en deuxième position de la course. L'enseigne reste l'une de celles qui a fait le plus d'efforts en matière de réduction des pesticides, mais elle n'a pas pris de nouveaux engagements significatifs en 2016.

LES PESTICIDES CHEZ U

Même constat que l'an dernier : U a mis en place une liste noire des résidus, autorisés dans la réglementation mais que l'enseigne ne souhaite pas retrouver dans ses fruits et légumes de marque distributeur, car jugés trop dangereux pour la santé humaine. Sept pesticides néonicotinoïdes ont été ajoutés à la liste cette année en ce qui concerne la production des pommes et des pommes de terre.

En 2016, la démarche globale de réduction des pesticides ainsi que l'application de la liste noire a été étendue aux fruits et légumes surgelés de la gamme U.

U s'approvisionne majoritairement avec des fruits et légumes de saison, produits en France, afin de limiter les importations.

U s'engage réellement pour la réduction des pesticides, en ciblant l'ensemble des fruits et légumes de sa gamme. Cependant, en 2016, l'enseigne n'a pas évolué de manière significative.

LE SOUTIEN AUX AGRICULTEURS CHEZ U

Via ses produits Marque U, l'enseigne donne de la visibilité aux fournisseurs.

Vis-à-vis de ses fournisseurs, U veut engager une « démarche de progrès » dans son cahier des charges. Les producteurs sont incités à développer des alternatives aux pesticides.

Via ses produits de Marque U, l'enseigne s'engage dans la durée avec ses fournisseurs (contrats de trois ans), ce qui favorise la recherche d'alternatives et permet d'expérimenter des techniques sans pesticides.

LA TRANSPARENCE CHEZ U

Sur ses étiquetages et emballages de fruits et légumes, U communique auprès de ses consommateurs à propos de son soutien aux producteurs et sur la réduction des pesticides.

U est transparent envers Greenpeace.

U valorise la réduction des pesticides auprès des consommateurs en le signalant sur ses emballages et sur son site internet.

LECLERC : UNE BELLE PROGRESSION EN TROISIÈME PLACE



Deux ans après le lancement de la course, Leclerc semble avoir pris un tournant à 180 degrés en ce qui concerne l'impact environnemental de ses approvisionnements – ce qui inclut la question des pesticides. À voir si les déclarations seront bien suivies par des actes.

LES PESTICIDES CHEZ LECLERC

Leclerc s'est engagé à réduire les pesticides de 50 % d'ici à 2020 pour l'ensemble de son offre fruits et légumes frais et transformés (marques propres mais pas seulement).

Leclerc a lancé un vaste audit des pratiques de ses fournisseurs afin d'identifier les mesures de réduction des pesticides les plus efficaces à mettre en place d'ici à 2020 et au-delà.

Leclerc promet un plan d'action très ambitieux de réduction des pesticides qui, s'il est mis en place, sera une véritable avancée pour le secteur agricole ainsi que pour celui de la grande distribution.

LE SOUTIEN AUX AGRICULTEURS CHEZ LECLERC

L'enseigne s'est engagée à accompagner les agriculteurs vers le « sans pesticide ». Cela devrait passer par des contrats de filière, une rémunération de l'effort qualité ainsi qu'une valorisation des labels existants. Ces modalités seront définies avec plus de précisions dans les mois à venir.

Le virage vers le « zéro pesticide » doit se faire en accompagnant les agriculteurs, ce à quoi s'est engagé Leclerc. Là encore, à voir comment ces promesses se traduiront dans la réalité.

LA TRANSPARENCE CHEZ LECLERC

Leclerc a accepté d'échanger avec Greenpeace. Leclerc s'est engagé à communiquer auprès des consommateurs sur les pratiques les plus vertueuses mises en œuvre par ses agriculteurs.

Après deux ans de silence, l'enseigne a enfin pris en compte l'enjeu des pesticides et joue désormais la transparence.

INTERMARCHÉ, TROISIÈME PLACE EX AEQUO



A l'instar de Leclerc, l'enseigne semble enfin vouloir s'engager sur la question des pesticides. Mais, là encore, Intermarché en est au stade des « préparatifs ».

LES PESTICIDES CHEZ INTERMARCHÉ

L'enseigne a lancé au 2^e semestre 2016 une démarche d'amélioration de ses filières agroalimentaires qui comprend la réduction des pesticides. Les pommes et pommes de terre sont ciblées en priorité.

L'ambition de l'enseigne est d'aligner progressivement le cahier des charges de ses fruits tels que les pommes, pêches, nectarines mais également poires et abricots sur les principes de la certification Haute Valeur Environnementale (niveau 3 donc) portée par le ministère de l'Agriculture.

Intermarché a lancé un travail spécifique sur les pommes de terre, en mettant en place un référentiel spécifique pour cette production. Il sera appliqué à partir de 2018 aux pommes de terre de la gamme « Mon marché plaisir » et comprend, entre autres, la réduction des pesticides, dont l'interdiction des néonicotinoïdes.

Intermarché a lancé de nombreux projets pour réduire les pesticides qui auront un véritable impact s'ils sont mis en œuvre.

LE SOUTIEN AUX AGRICULTEURS CHEZ INTERMARCHÉ

Aucune information spécifique fournie par l'enseigne.

Intermarché souhaite accompagner les agriculteurs dans la réduction des pesticides mais n'a pas encore détaillé les modalités de cet accompagnement.

LA TRANSPARENCE CHEZ INTERMARCHÉ

Intermarché communique avec Greenpeace et nous participons à leur comité d'expertise.

L'enseigne fait preuve de transparence sur ses engagements pour la réduction des pesticides vis-à-vis de Greenpeace et par la suite vis-à-vis des consommateurs à travers la marque « Mon marché plaisir ».

AUCHAN, EN QUEUE DE PELOTON



L'an dernier en deuxième position, Auchan se retrouve cette fois-ci en bout de course à cause de son manque d'engagement pour réduire les pesticides.

LES PESTICIDES CHEZ AUCHAN

Auchan a mis en place une « Filière responsable » pour les agrumes, dans laquelle les fruits reçoivent moins de traitements chimiques que les moyennes régionales (comparaison avec les Indices de Fréquence de Traitements).

Auchan est impliqué dans un programme de recherche universitaire en Espagne visant à développer la systématisation de méthodes alternatives aux pesticides pour proposer un produit final sans résidu.

Dans ses « Filières responsables », l'enseigne a lancé un audit ainsi qu'une démarche de réduction des pesticides chez l'ensemble de ses fournisseurs.

L'enseigne a mis en place une nouvelle charte Fruits et légumes qui vise à encourager et soutenir les pratiques les plus vertueuses.

Les engagements d'Auchan restent encore vagues et les données partagées ne permettent pas, à ce stade, d'évaluer l'impact des mesures qui auraient été mises en place.

LE SOUTIEN AUX AGRICULTEURS CHEZ AUCHAN

Auchan soutient ses fournisseurs via ses « Filières responsables ».

Hormis un apport de visibilité, l'enseigne n'a pas mis en place de mesures concrètes de soutien aux producteurs.

LA TRANSPARENCE CHEZ AUCHAN

Auchan est relativement transparent avec Greenpeace. Sur les pesticides, l'enseigne ne communique pas encore auprès de ses consommateurs si ce n'est via ses « Filières responsables ».

Auchan fait un effort de transparence dans la Course zéro pesticide mais ne fournit aucune information à ce sujet auprès de sa clientèle.

CASINO, LANTERNE ROUGE



Même sanction que pour Auchan. L'an dernier en deuxième position, Casino ferme cette fois-ci la marche à cause de son manque d'engagement pour réduire les pesticides.

LES PESTICIDES CHEZ CASINO

Depuis l'an dernier, Casino a développé un « engagement Agriplus » qui garantit des légumes surgelés sans résidus de pesticides quantifiés. L'enseigne s'engage ainsi à ce qu'il n'y ait aucun résidu détecté sur les produits finaux. Une approche intéressante concernant les volumes (cela concerne plus de 20 % des légumes surgelés vendus sous marque propre), mais qui reste insuffisante : une telle mesure ne permet pas de limiter l'impact des pesticides utilisés lors de la production et que l'on ne retrouve pas forcément dans le produit final.

Concernant les pommes et pommes de terre, l'enseigne met en avant des labels que nous jugeons insuffisants pour garantir la réduction des pesticides, comme le label « vergers écoresponsables ».

L'enseigne fait des efforts concernant les gammes de produits surgelés mais elle ne montre aucun signe de volonté de travailler sur les autres fruits et légumes frais qu'elle vend dans ses magasins. Les engagements de l'enseigne pour réduire l'usage des pesticides restent donc insuffisants.

LE SOUTIEN AUX AGRICULTEURS CHEZ CASINO

Casino collabore avec des producteurs engagés dans des démarches agroécologiques, mais aucun partenariat spécifique n'a été mis en place pour soutenir les agriculteurs qui souhaiteraient entamer une démarche de réduction des pesticides.

Casino n'a pas mis en place de démarche particulière de soutien aux producteurs.

LA TRANSPARENCE CHEZ CASINO

Concernant l'usage des pesticides, l'enseigne communique auprès de ses consommateurs au travers de son « engagement Agriplus » (produits surgelés). Aucun élément n'est apporté en revanche concernant un éventuel soutien aux producteurs. Casino répond aux questions de Greenpeace.

Casino fait un effort de transparence dans la Course zéro pesticide.

GREENPEACE.FR/COURSE-ZEROPESTICIDE