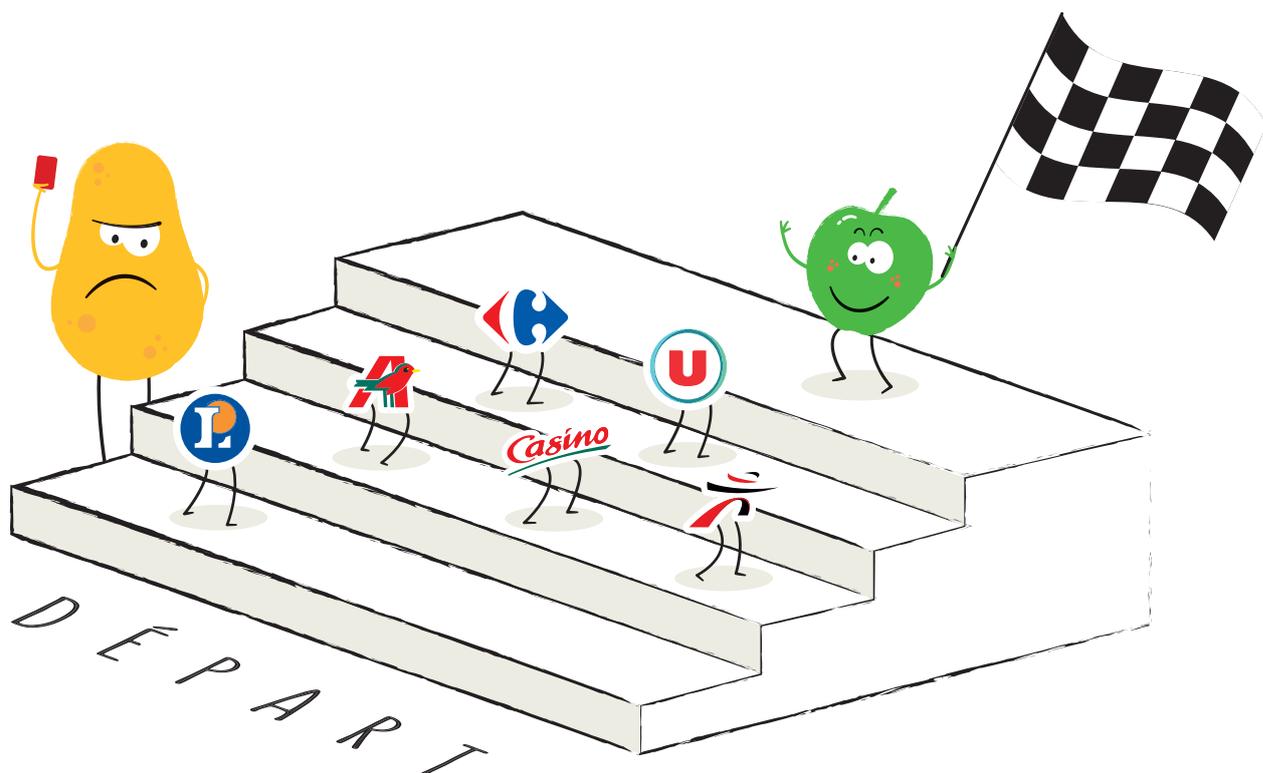


# LA COURSE ZÉRO PESTICIDE

UN AN APRÈS,  
OÙ EN SONT  
LES DISTRIBUTEURS ?



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

---

**Les efforts pour éliminer les pesticides  
les plus dangereux (pour les abeilles et la santé humaine)  
dans la production des fruits et légumes,  
en priorité les pommes et pommes de terre.**

---

**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 le soutien aux agriculteurs.**

---

# DE VRAIS EFFORTS CHEZ CARREFOUR



Depuis le lancement de la course, l'enseigne a accentué ses efforts pour réduire le nombre de pesticides dans son rayon fruits et légumes et pour travailler plus étroitement avec les producteurs. Greenpeace classe Carrefour sur la 3<sup>e</sup> marche de l'escalier, soit la position la plus avancée à ce jour, à égalité avec U.

## LES PESTICIDES CHEZ CARREFOUR

- En 2015, au moins une famille de pesticides a été supprimée de quatre produits de la marque Carrefour. Le kiwi du Sud-Ouest est désormais cultivé sans traitement insecticide, le brocoli de Bretagne produit sans herbicides, la tomate ancienne cultivée en pleine terre à Marmande sans herbicides et le blé dur de Provence cultivé sans insecticides.
- En 2015, un projet pilote de suppression totale des insecticides et fongicides chimiques a été lancé sur un fruit. De la même manière, en 2016, trois nouvelles productions de fruits et légumes vont faire l'objet de projets pilotes pour être traitées sans certains pesticides.

**Carrefour a fait de réels efforts pour réduire les pesticides de certaines de ses productions. Cependant cela concerne des stocks encore trop marginaux. De plus, Carrefour continue d'utiliser certains néonicotinoïdes, destructeurs pour les abeilles, même dans ses productions les moins traitées.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ CARREFOUR

- Les contrats de partenariat « Filières Qualité Carrefour », qui existent depuis 1992, 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, via les projets pilotes, l'enseigne va encore plus loin en apportant, par exemple, la mise à disposition d'une expertise scientifique, en conseil aux producteurs.

**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, 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 répond aux questions de Greenpeace.

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

# DE VRAIS EFFORTS CHEZ U



L'enseigne avait déjà pris un certain nombre d'engagements avant le lancement de la course. Depuis un an, U accentue ses efforts sur les productions et pesticides ciblés par Greenpeace. Nous plaçons U en tête de course, à égalité avec Carrefour.

## LES PESTICIDES CHEZ U

- U a mis en place une liste noire des résidus, autorisés dans la réglementation mais que l'enseigne ne souhaite pas retrouver sur ses fruits et légumes de marque distributeur, car jugés trop dangereux pour la santé humaine.
- Dans l'utilisation des pesticides, l'enseigne se base, comme ses concurrentes, sur la limite maximale de résidus autorisée (LMR). Cependant, U va plus loin puisqu'elle se fixe, pour ses productions, des seuils inférieurs à 50% de ceux de la LMR, voire encore en dessous lorsque la substance a été pointée par U comme controversée.
- Concernant la production des pommes et pommes de terre, ciblées en priorité par notre campagne, U a réalisé chez ses fournisseurs un bilan des méthodes alternatives aux pesticides, pour étudier les pistes de progrès.

**U est la seule enseigne qui a mis en place des restrictions fortes de pesticides sur tous les fruits et légumes de sa gamme. De plus, en réponse aux demandes de Greenpeace, U a lancé des pistes d'exploration sur les alternatives aux pesticides sur deux productions majeures : la pomme et la pomme de terre. Pour aller plus loin, il faut maintenant que ces restrictions portent sur les pratiques agricoles, via le déploiement plus large d'alternatives aux pesticides.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ U

- Via ses produits Marque U, l'enseigne signe des partenariats de trois ans, ce qui donne de la visibilité aux fournisseurs.
- Vis-à-vis de ses fournisseurs, U s'engage vers une « démarche de progrès » dans son cahier des charges. Les producteurs sont incités à développer des alternatives aux pesticides, objectif rendu réalisable par la contractualisation et le partenariat pluriannuel.

**Via ses produits Marque U, l'enseigne s'engage dans la durée avec ses fournisseurs, 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 répond aux questions de Greenpeace.

**U valorise la réduction des pesticides auprès des consommateurs en le signalant sur les emballages.**

---

# PEUT MIEUX FAIRE CHEZ AUCHAN

---



**En seconde position, Auchan se contente du minimum syndical : respect de la réglementation, des bonnes pratiques standard, une transparence à minima et pas de nouveauté côté relation producteurs. Auchan doit vraiment prendre part à la course.**

## LES PESTICIDES CHEZ AUCHAN

- L'un des seuls arguments défendus par Auchan pour diminuer les pesticides est la labellisation de ses pommes, agréées « vergers écoresponsables ». Pour Greenpeace, ce label privé, dont le contenu n'est pas accessible publiquement, correspond à des bonnes pratiques standard et semble tenir davantage du greenwashing que d'un réel engagement, n'étant notamment pas contraignant sur la suppression ou la réduction d'usage des pesticides.
- Sur l'une des pommes de terre « filière Auchan », l'enseigne a limité l'utilisation des produits phytosanitaires et notamment supprimé le traitement anti-germinatif, remplacé par une huile essentielle végétale.

**Auchan met en place des bonnes pratiques mais sans nous fournir d'informations précises quant aux résultats en termes de réduction et suppression d'usage de pesticides.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ AUCHAN

- Aucune information spécifique fournie par l'enseigne

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

## LA TRANSPARENCE CHEZ AUCHAN

- Concernant l'usage des pesticides et le soutien aux producteurs, l'enseigne ne communique pas auprès de ses consommateurs.
- Auchan répond aux questions de Greenpeace.

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

---

# PEUT MIEUX FAIRE CHEZ CASINO



---

**En seconde position, Casino se contente du minimum syndical : respect de la réglementation, des bonnes pratiques standard, une transparence à minima et pas de nouveauté côté relation producteurs. Casino doit vraiment prendre part à la course.**

## LES PESTICIDES CHEZ CASINO

- L'un des seuls arguments défendus par Casino pour diminuer les pesticides est la labellisation de ses pommes, agréées « vergers écoresponsables ». Pour Greenpeace, ce label privé, dont le contenu n'est pas accessible publiquement, correspond à des bonnes pratiques standard et semble tenir davantage du greenwashing que d'un réel engagement, n'étant notamment pas contraignant sur la suppression ou la réduction d'usage des pesticides.
- De même, concernant la production de pommes de terre, Casino met en avant des certifications de bonnes pratiques qui ne suffisent pas pour réellement lutter contre les pesticides et promouvoir un autre modèle agricole.

**Casino met en place des bonnes pratiques mais sans nous fournir d'informations précises quant aux résultats en termes de réduction et suppression d'usage de pesticides.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ CASINO

- Aucune information spécifique fournie par l'enseigne

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

## LA TRANSPARENCE CHEZ CASINO

- Concernant l'usage des pesticides et le soutien aux producteurs, l'enseigne ne communique pas auprès de ses consommateurs.
- Casino répond aux questions de Greenpeace.

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

---

# PEUT MIEUX FAIRE CHEZ INTERMARCHÉ

---



**En seconde position, Intermarché se contente du minimum syndical : respect de la réglementation, des bonnes pratiques standard, une transparence à minima et pas de nouveauté côté relation producteurs. Intermarché doit vraiment prendre part à la course.**

## LES PESTICIDES CHEZ INTERMARCHÉ

- L'un des seuls arguments défendus par Intermarché pour diminuer les pesticides est la labellisation de ses pommes, agréées « vergers écoresponsables ». Pour Greenpeace, ce label privé, dont le contenu n'est pas accessible publiquement, correspond à des bonnes pratiques standard et semble tenir davantage du greenwashing que d'un réel engagement, n'étant notamment pas contraignant sur la suppression ou la réduction d'usage des pesticides.

**Intermarché met en place des bonnes pratiques mais sans nous fournir d'informations précises quant aux résultats en termes de réduction et suppression d'usage de pesticides.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ INTERMARCHÉ

- Aucune information spécifique fournie par l'enseigne

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

## LA TRANSPARENCE CHEZ INTERMARCHÉ

- Concernant l'usage des pesticides et le soutien aux producteurs, l'enseigne ne communique pas auprès de ses consommateurs.
- Intermarché répond aux questions de Greenpeace.

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

# (PRESQUE) AUCUN EFFORT CHEZ LECLERC



**Un an après le lancement de la course, Leclerc reste en dernière position, notamment à cause de son manque total de transparence et d'engagement à l'échelle nationale concernant l'usage des pesticides. Nous le faisons tout de même monter d'une marche pour son effort de transparence à l'échelle régionale, via sa centrale d'achat SOCAMIL (Toulouse).**

## LES PESTICIDES CHEZ LECLERC

- L'enseigne refuse toujours de nous communiquer des informations concrètes sur l'utilisation des pesticides pour la production de ses produits Marque Repère.
- L'un des seuls arguments mis en avant par Leclerc est la labellisation de ses pommes Marque Repère, agréées « vergers écoresponsables », label privé, dont le contenu n'est pas accessible publiquement, correspondant à des bonnes pratiques standard et semblant tenir davantage du greenwashing que d'un réel engagement, n'étant notamment pas contraignant sur la suppression ou la réduction d'usage des pesticides.
- A l'échelle locale, après des négociations serrées avec la centrale d'achat toulousaine SOCAMIL, des premiers efforts ont été faits pour être plus transparent que l'enseigne nationale sur les pratiques des fournisseurs de fruits et légumes. L'objectif est d'engager ensuite une réflexion sur la réduction de l'usage des pesticides.

**Aucun effort notable n'a été fait pour réduire les pesticides. De plus, la course au prix toujours plus bas promue par Leclerc est incompatible avec le développement d'une agriculture écologique.**

## LE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS CHEZ LECLERC

- Aucune information spécifique fournie par l'enseigne

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

## LA TRANSPARENCE CHEZ LECLERC

- A l'échelle nationale, Leclerc ne nous a toujours pas fourni de données concrètes quant à l'utilisation des pesticides dans la production de ses fruits et légumes, pas davantage concernant l'appui aux producteurs.
- A l'échelle régionale, à Toulouse, un effort de transparence a été fait mais les données sont encore insuffisantes, notamment quant aux résultats des pratiques ayant cours.

**Face à la question des pesticides, un an après le lancement de la course, Leclerc reste complètement obscur.**

[GREENPEACE.FR/COURSE-ZEROPESTICIDE](https://www.greenpeace.fr/course-zeropesticide)