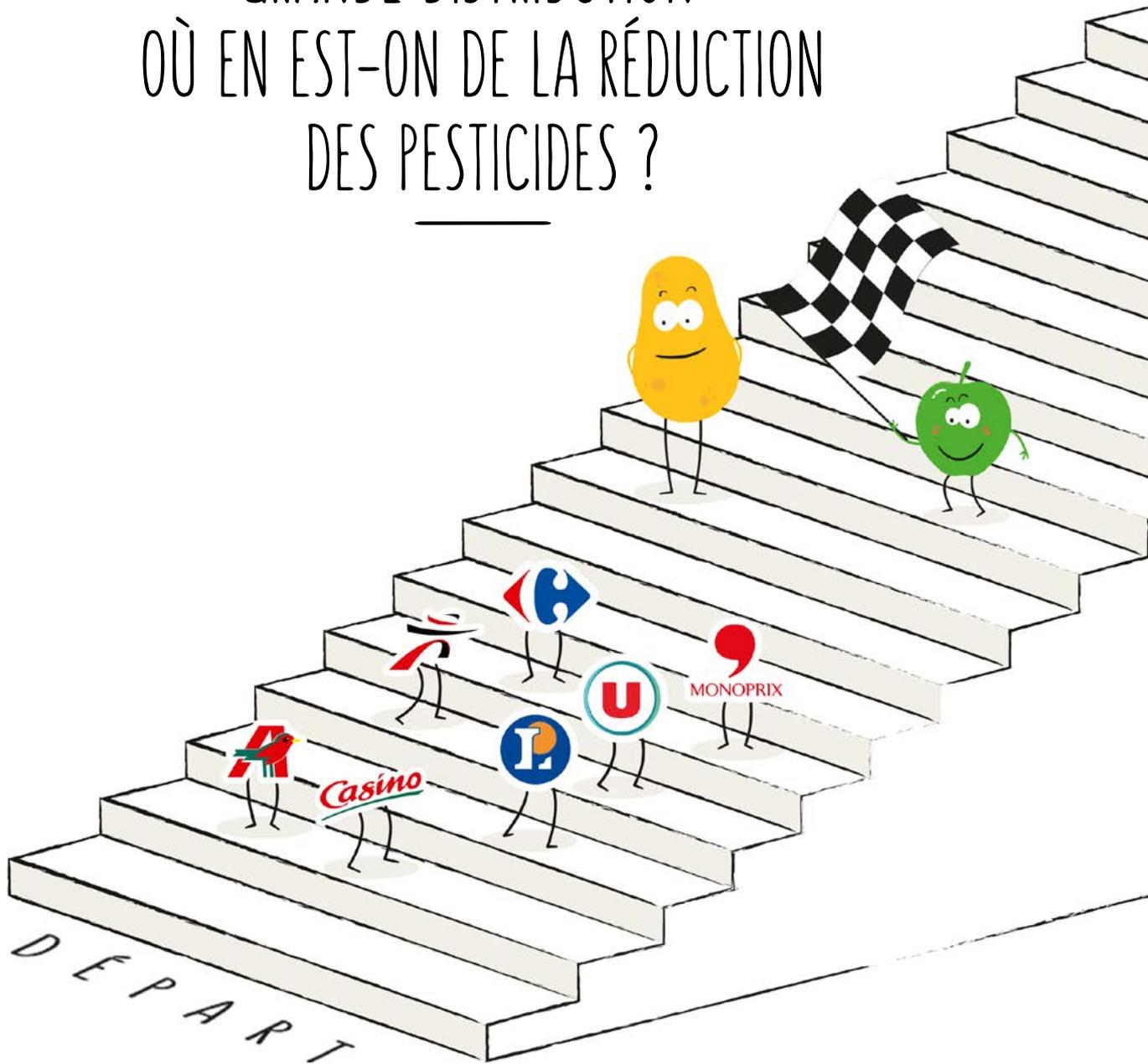


COURSE ZÉRO PESTICIDE

4^E MANCHE



GRANDE DISTRIBUTION :
OÙ EN EST-ON DE LA RÉDUCTION
DES 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-rices
qui s'engagent à produire sans pesticides.**

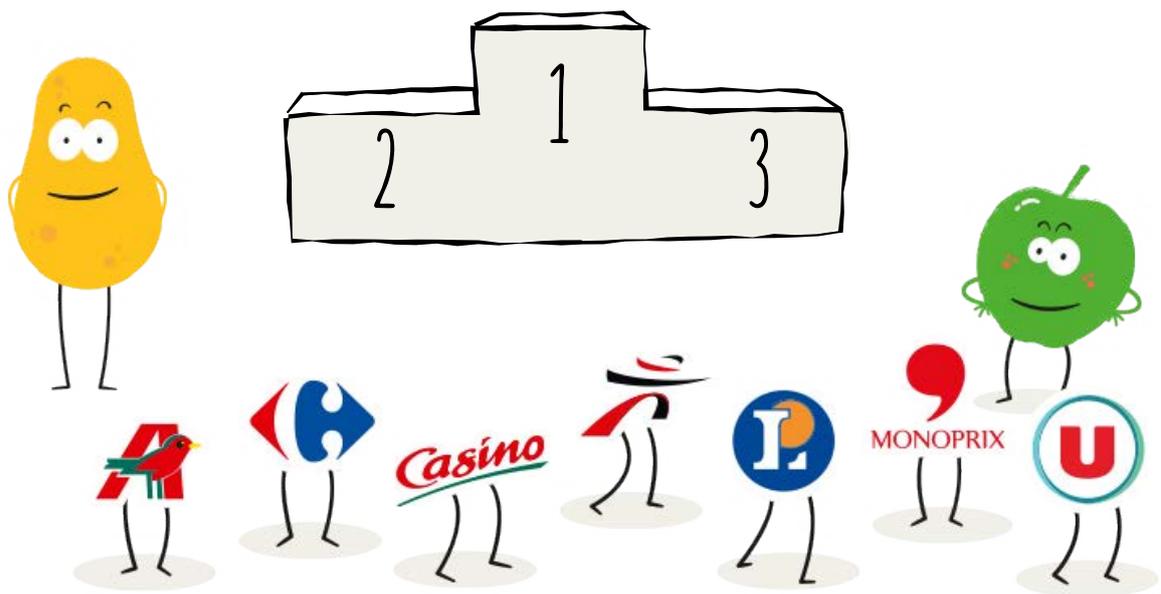
**La transparence vis-à-vis des consommateurs-rices
sur le recours aux pesticides dans la production de fruits et légumes
commercialisés et sur le soutien aux agriculteurs-rices.**

TROIS ANS APRÈS LE LANCEMENT...

Les enseignes évaluées dans la *Course zéro pesticide* se groupent en deux pelotons distincts : les premiers de la course s'engagent à améliorer les pratiques agricoles de leurs fournisseurs. Le peloton arrière affiche un objectif de suppression des résidus de pesticides sur les fruits et légumes récoltés en les estampillant d'une mention *Zéro résidu de pesticides*. Le problème de cette dernière approche est qu'un produit alimentaire ne présentant plus de traces de pesticides ne garantit pas que l'usage des pesticides par les agriculteurs-rices a réellement diminué ! Elle n'est donc pas gage d'une réelle transition vers une agriculture écologique pour Greenpeace France.

Par ailleurs, pour cette quatrième édition, Greenpeace est allée rencontrer les fournisseurs de la grande distribution afin de mieux comprendre comment les différentes enseignes mettent concrètement en œuvre leurs engagements et si elles répondent réellement à leurs besoins. Sur le point crucial du soutien apporté aux agriculteurs-rices, les résultats sont décevants pour l'ensemble des enseignes.

DÉCOUVREZ LE CLASSEMENT 2018





EN TÊTE : CARREFOUR ET MONOPRIX



CARREFOUR

L'enseigne Carrefour est toujours bien positionnée en première place. Grâce à ses producteurs partenaires, elle continue ses efforts pour supprimer les pesticides chimiques d'environ 75 % sur plusieurs de ses filières à marque distributeur (MDD). L'enseigne continue ainsi d'augmenter ses productions déjà concernées par cette démarche en l'élargissant aux pommes de terre, oranges et melons. En outre, elle développe des expérimentations sur d'autres filières : asperges, champignons, entre autres.

Cependant, Carrefour doit faire preuve de plus de transparence sur les substances actives qu'elle continue d'utiliser et renforcer le soutien apporté à ses fournisseurs dans la prise de risques économiques.

MONOPRIX

Monoprix se maintient aux côtés de Carrefour grâce à sa marque *Monoprix Tous Cultiv' Acteurs*. En fixant des objectifs de long terme à ses fournisseurs et en adoptant la liste noire BEE FRIENDLY de pesticides, l'enseigne se distingue surtout par sa grande transparence sur l'identité de ses fournisseurs et sur son cahier des charges. Par rapport à l'année dernière, l'enseigne a également augmenté le nombre de producteurs engagés dans la démarche.

Mais comme toutes les autres enseignes, il est regrettable qu'elle ne valorise pas davantage les efforts réalisés par ses fournisseurs, surtout qu'elle affirme publiquement signer des contrats de trois ans avec ses fournisseurs.



DEUXIÈME PLACE : SYSTÈME U SE MAINTIENT, INTERMARCHÉ PROGRESSE



SYSTÈME U

L'enseigne U se maintient à la même place : elle continue de travailler à l'élimination des pesticides de synthèse sur ses fruits et légumes (frais, surgelés et transformés). Cette année, elle a réalisé un travail important dans l'identification et la caractérisation des molécules les plus dangereuses pour la santé humaine et l'environnement. Elle a ainsi considérablement augmenté sa liste noire de substances actives.

Néanmoins, l'application de cette liste chez ses fournisseurs n'est pas encore totalement systématique. Greenpeace attend donc de voir sa pleine mise en œuvre et la manière dont Système U améliore les pratiques agricoles de ses producteurs. Car en parallèle, l'enseigne affiche également un objectif de suppression des résidus de pesticides sur les fruits et légumes. Or, cette approche ne garantit pas une réelle baisse de l'usage des pesticides dans les champs et les vergers (cf. encadré p. 9).

INTERMARCHÉ

Un bond vient d'être effectué : cette année, l'enseigne Intermarché s'est engagée à atteindre un objectif de réduction de 50 % de l'usage des pesticides et de suppression des substances actives les plus dangereuses. Pour ce faire, elle vise à amener les fournisseurs de fruits et légumes frais à marque de distributeur (MDD) dans des démarches transparentes et responsables, dont la certification Haute valeur environnementale (HVE) et l'Agriculture biologique (AB) (cf. p. 9). L'enseigne a également commencé à définir les étapes de ce plan d'action en concertation avec certains de ses fournisseurs pour plusieurs filières.

Nous attendons maintenant des précisions sur les volumes réellement engagés en HVE et en AB, et surveillons la mise en œuvre concrète de ce plan d'action par ses producteurs.

TROISIÈME MARCHÉ : E.LECLERC, DES EFFORTS À DEUX VITESSES



E.LECLERC

L'année dernière, l'enseigne annonçait une révolution en s'engageant pour la suppression de 50 % des pesticides sur l'ensemble de son offre fruits et légumes (toutes marques confondues) d'ici à 2020. Cette année, la mise en œuvre de cet objectif s'est portée sur ses fruits et légumes à marques de distributeur (MDD). À travers un plan d'action ambitieux, la structure interne, en charge du développement de ces MDD, vise à amener ses producteurs au niveau de la certification Haute valeur environnementale (HVE) sur plusieurs filières, notamment les pommes, poires et pommes de terre. En parallèle, l'enseigne mène un solide travail de référencement en variétés tolérantes aux bioagresseurs et élabore une liste noire de molécules chimiques. Malheureusement, les autres marques ne sont pas concernées et l'enseigne doit confirmer ses objectifs en élargissant son plan d'action à toutes les marques de ses fruits et légumes afin de ne pas se cantonner à un simple effet d'annonce.

Plus inquiétant, il semblerait même que la centrale d'achat des marques nationales s'engage dans la voie du *Zéro résidu de pesticides* (cf. p. 9).

On compte sur E.Leclerc pour ne pas faire un second virage à 180 degrés en rejoignant cette tendance qui ne garantit en aucun cas une amélioration des pratiques agricoles !



QUATRIÈME ET DERNIÈRE PLACE : AUCHAN ET CASINO



AUCHAN

En décembre 2017, l'enseigne s'est engagée à proposer à sa clientèle une gamme de 50 variétés de fruits et légumes garantie sans résidus de pesticides à l'horizon 2020. L'enseigne affirme suivre les pratiques agricoles de ses fournisseurs mais aucune garantie n'est apportée quant à leur évolution agroécologique. Auchan prend donc une approche *Zéro résidu* bien insuffisante pour diminuer les impacts négatifs des pesticides sur l'environnement.

Actuellement, une vingtaine de références de fruits et légumes répondent à cette démarche. Auchan doit surtout s'atteler à faire disparaître les pesticides dans les champs et les vergers si elle veut monter d'une marche !

CASINO

Même constat pour Casino : l'enseigne poursuit le développement de sa démarche Agriplus dont l'objectif est de faire disparaître les résidus de pesticides de ses fruits et légumes frais et surgelés.

Toutefois, l'enseigne s'efforce de mettre en place un suivi rapproché des pratiques agricoles de ses fournisseurs. Elle doit poursuivre cet effort en fixant des objectifs de moyens agronomiques à ses producteurs et alors garantir une réelle baisse de l'usage des pesticides !

LIRE L'INTÉGRALITÉ DU RAPPORT :

« COURSE ZÉRO PESTICIDE. LES ENGAGEMENTS DE LA GRANDE DISTRIBUTION :
QUELLE RÉALITÉ POUR LES PAYSANS ET LES PAYSANNES ? »

« ZÉRO RÉSIDU » VERSUS « HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE » : DEUX APPROCHES BIEN DIFFÉRENTES

Depuis quelques années, l'ensemble des enseignes de la grande distribution cherche à s'approprier l'enjeu de la réduction des pesticides. Un producteur de pommes de terre interrogé par Greenpeace constate ainsi que « les enseignes ont fait évoluer leurs discours et éléments de langage. Il y a plus de cinq ans, il était compliqué de parler d'agroécologie avec les responsables des achats... Les choses évoluent, elles prennent de plus en plus en compte la réalité de nos métiers. »

Cependant, deux tendances se distinguent :

- Un premier groupe d'enseignes s'engagent dans une logique agronomique en travaillant sur les pratiques agricoles de leurs fournisseurs : Carrefour, Monoprix et Intermarché. Ce groupe vise des objectifs de moyens agronomiques à l'échelle soit de la parcelle, soit de l'exploitation agricole. Chacune des enseignes travaille également sur l'interdiction de substances actives interdites à l'usage.
- Un deuxième groupe d'enseignes, Auchan et Casino, se tournent de leur côté vers une approche *Zéro résidu de pesticides*. Cette démarche vise à éliminer les traces de pesticides utilisés pendant le cycle de culture susceptibles de rester sur les fruits et les légumes mais elle ne garantit en aucun cas l'absence ou la réduction drastique des traitements de synthèse dans les champs.
- Un troisième groupe mélange les deux dernières approches : Système U et E.Leclerc.

Pour Greenpeace France, la transition agricole ne pourra aboutir qu'à travers la suppression totale des pesticides de synthèse, ce qui n'est actuellement pas le cas dans ces deux approches. Cependant, dans un souci de transition vers la suppression totale des pesticides, Greenpeace demande aux enseignes d'harmoniser leurs engagements autour de la certification Haute valeur environnementale (HVE) du ministère de l'Agriculture dont les exigences poussent à une importante réduction des intrants de synthèse. L'approche *Zéro résidu de pesticides* est totalement insuffisante : elle ne protège ni la santé des agriculteurs-rices, ni celle des consommateurs-rices et ne permet pas de protéger l'environnement.

DES AGRICULTEURS-RICES INSUFFISAMMENT SOUTENU-E-S PAR LA GRANDE DISTRIBUTION

Pour cette quatrième édition de la Course, Greenpeace France est allée interroger les agriculteurs-rices qui travaillent avec la grande distribution. Sur le terrain, on se rend compte que les exigences à la hausse des enseignes s'accompagnent rarement d'un véritable soutien aux fournisseurs.

Les demandes de suppression des pesticides diffèrent ainsi d'une enseigne à l'autre, ce qui au final complexifie le travail des agriculteurs-rices. Ainsi, d'après cet arboriculteur, « de nombreux paysans craignent que le tournant agroécologique pris par la grande distribution corresponde à un énième exercice de communication de type greenwashing. Non seulement notre charge de travail administratif augmente à cause de la multiplication des cahiers des charges mais, en plus, la logique agronomique peut être parfois difficile à trouver ».

De plus, Greenpeace a cherché à comprendre la manière dont la grande distribution s'attelle à soutenir ses fournisseurs dans la mise en œuvre de ses nouvelles exigences : propose-t-elle des prix couvrant les coûts de production, des options de négociations ou des souplesses en cas de perte de volumes ?

L'ensemble des enseignes communiquent sur de tels engagements. Néanmoins, les fournisseurs rencontrés par Greenpeace France affirment qu'aucune enseigne ne leur propose ni un véritable prix d'achat revalorisé à la hauteur des efforts engagés, ni la signature systématique de contrats sécurisants, bien que cela soit une obligation légale. Et, lorsque certaines enseignes proposent bien des contrats, il s'agit davantage d'une mise en conformité avec la loi que d'une véritable démarche de soutien aux producteurs.

Greenpeace demande aux enseignes de la grande distribution d'engager enfin un véritable soutien à leurs fournisseurs et de mettre en place des outils permettant de les sécuriser dans leur baisse de l'usage des pesticides.

LES DEMANDES DE GREENPEACE À LA GRANDE DISTRIBUTION

Greenpeace France demande aux enseignes françaises de la grande distribution :

1. De s'engager pour une réduction de l'usage des pesticides de manière cohérente et ambitieuse, à savoir :

- **Harmoniser les cahiers des charges** autour d'un socle commun fondé sur le dispositif public de certification Haute valeur environnementale, dans une optique de suppression à long terme des intrants de synthèse.
- **Augmenter l'offre dédiée aux produits labellisés Agriculture biologique (AB).**
- **Cesser de présenter les engagements de réduction de résidus de pesticides comme des engagements visant la baisse de l'usage des pesticides** dans les champs et les vergers.

2. De garantir de solides mesures de soutien en faveur de leurs fournisseurs, à savoir :

- **Revaloriser les prix d'achat** aux paysans-nes à la hauteur des efforts réalisés afin de couvrir les coûts de production.
- **Signer systématiquement des contrats triennaux** afin de respecter la loi, et y faire figurer un mécanisme de fixation des prix couvrant les coûts de production, ainsi que des options de négociation et des souplesses en cas de perte de volumes.

3. D'assurer un haut niveau de transparence vis-à-vis des consommateurs-rices, à savoir :

- **Communiquer sur les molécules de synthèse utilisées** dans leurs filières agricoles de fruits et légumes frais, leur quantité et leur stade d'application.
- **Sensibiliser les consommateurs-rices en magasins sur l'impact de leur choix de consommation** (défauts visuels, choix de nouvelles variétés plus économes en produits phytosanitaires...).
- **Communiquer sur l'identité de leurs fournisseurs** et recentrer la communication sur leurs efforts.

CONTACT PRESSE

CÉCILE CAILLIEZ : CECILE.CAILLIEZ@GREENPEACE.ORG / 06 13 07 04 29