

# GRANDE DISTRIBUTION ET DÉFORESTATION LIÉE AU SOJA: LE CLASSEMENT

## 1. La culture de soja, responsable de la destruction d'écosystèmes essentiels

Le soja est la première cause de déforestation de la France. La plus grande partie du soja que nous importons est originaire du Brésil, où des pans entiers de végétation sont rasés et brûlés pour y planter des champs de soja. Le Cerrado, où se concentre l'expansion de cette culture, a déjà perdu la moitié de sa végétation d'origine. Si nous n'inversons pas cette tendance, d'ici 2050, il pourrait n'en rester que 15%, entraînant l'extinction de plus de 480 espèces. La disparition de ces espaces met en péril la biodiversité, menace l'équilibre du cycle de l'eau, libère d'importantes quantités de CO<sub>2</sub>, et est souvent associée à des [violations de droits humains](#).

On estime que **87% du soja importé est destiné à l'alimentation animale**: volaille, produits laitiers, porc, œufs, bœuf, saumon, tous ces produits en contiennent indirectement. Et c'est sur les étals de la grande distribution que nous les trouvons.

## 2. Le classement

	Mise en place de la cut-off date 1er janvier 2020*	Intégration d'une clause « zéro déforestation » 1er semestre 2021	Garantie sans soja issu de déforestation d'ici 2022	Engagement sur l'ensemble des produits concernés	Accompagnement des fournisseurs	Mise en place d'un mécanisme de contrôle	Soutien à un renforcement de la réglementation
							
							
 À CONSOLIDER							
 À CONSOLIDER							
 À CONSOLIDER							
 À CONSOLIDER							
 À LA TRAINÉ							

## 3. La méthodologie employée

### Mise en place de la cut-off date du 1er janvier 2020

La cut-off date correspond à la date limite fixée pour considérer une parcelle déforestée. Concrètement, si du soja a été cultivé sur une surface déforestée après cette date, il ne doit pas être accepté. En 2019, l'« *Accountability Framework* », regroupant de nombreux acteurs (entreprises, ONG et gouvernement) a défini la date du 1er janvier 2020 comme référence pour toutes les chaînes de produits concernés par la déforestation.

L'un des obstacles rencontrés dans la lutte contre la déforestation est justement l'adoption d'une cut-off date. C'est donc un élément particulièrement important car elle fixe une définition clairement de ce qui est considéré comme déforestation.

Les principaux négociants de soja (ADM, Amaggi, Bunge, Cargill, Louis Dreyfus et COFCO) ont pris des engagements de lutte contre la déforestation, mais pas fixé de cut-off date.

Toutes les enseignes de la grande distribution se sont elles alignées sur la date du 1er janvier 2020.

## **Intégration d'une clause "zéro déforestation" dès le 1er semestre 2021 dans les cahiers des charges:**

Afin de s'assurer que ces engagements se concrétisent bien, l'élément clé est la contractualisation. Les entreprises doivent intégrer dans leurs contrats auprès de leurs fournisseurs une clause claire garantissant que les produits fournis seront "zéro déforestation". Cette contractualisation doit s'amorcer rapidement, dès le 1er semestre de l'année 2021. Elle doit aussi se faire en priorité sur les produits à plus fort impact en termes de consommation de soja. 50% du soja importé étant à destination de l'alimentation de la volaille, c'est une filière à prioriser.

## **Garantie sans soja issu de déforestation d'ici 2022:**

Un autre élément important est d'avoir une échéance fixée pour l'atteinte de l'engagement qui soit à court terme. [Les derniers chiffres de la déforestation au Brésil](#) nous rappellent l'urgence à agir rapidement.

## **Engagement sur l'ensemble des produits concernés:**

Le périmètre de l'engagement doit être le plus large possible, à savoir:

- concerner l'ensemble des produits liés au soja (à travers l'alimentation animale): volaille, porc, œufs, produits laitiers, bœuf, et saumon.
- concerner l'ensemble des marques vendues en magasin. En fonction des enseignes et de la part de produits vendus en tant que "marques distributeurs", le périmètre de l'engagement varie.

## **Accompagnement des fournisseurs vers l'atteinte de l'objectif:**

Une des conditions de réussite vers des chaînes d'approvisionnement sans déforestation liée au soja est l'accompagnement des fournisseurs. Les enseignes ne doivent pas se contenter de répercuter cette exigence auprès de ces derniers. L'intégration d'une clause "zéro déforestation" doit s'accompagner de sensibilisation, d'appui, et de travail conjoint entre enseigne et fournisseurs.

## **Mise en place d'un mécanisme de contrôle:**

Il sera aussi essentiel que les enseignes puissent prouver et contrôler que l'engagement est bien respecté.

## **Soutien à un renforcement de la réglementation:**

Cet engagement volontaire ne doit pas freiner la mise en place de mesures contraignantes et d'une réglementation forte. Cela doit s'appliquer à la fois au niveau français (articulation

entre la loi sur le devoir de vigilance et la Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation Importée) et au niveau européen (loi sur la déforestation importée et loi sur le devoir de vigilance en préparation).

## 4. Les résultats détaillés

### Les leaders:



- Système U s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro conversion liée au soja. Il s'est fixé l'échéance de 2022 au plus tard pour y arriver. C'est **l'engagement le plus ambitieux en termes de délais**. La définition de la déforestation retenue reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Il reconnaît bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement concerne l'ensemble des produits de ses marques distributeurs et du rayon traditionnel qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie, les produits laitiers, et le saumon. Il s'engage aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.

- Pour atteindre cet objectif, il s'est engagé à accompagner ses fournisseurs vers de meilleures pratiques. Il s'est engagé à formaliser cet engagement par la signature par ses fournisseurs d'une charte d'engagement contractuelle. Celle-ci indique qu'ils ne doivent plus s'approvisionner en soja issu d'une zone du Cerrado qui aurait été déforestée.

- Il s'engage de plus à réaliser une revue annuelle des indicateurs de sa politique de déforestation et un suivi des plans de progrès de ses fournisseurs.

- Il est favorable à la mise en place d'une réglementation à l'échelle européenne sur les importations de soja et du renforcement de la position de la France.



- Lidl s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro conversion liée au soja d'ici 2025. La définition de la déforestation retenue reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Il reconnaît bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement concerne l'ensemble des produits de ses marques distributeurs qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie et les produits laitiers. Cela représente un engagement significatif car **90% des produits vendus** dans ses magasins sont des produits de leurs marques propres.

- Pour atteindre cet objectif, il a commencé une analyse approfondie de ses chaînes d'approvisionnement et de sensibilisation de ses fournisseurs. Il s'est engagé à formaliser cet engagement par l'intégration d'un critère de zéro déforestation/zéro conversion dans les cahiers des charges. Il s'efforce au quotidien à ne pas créer de clivage entre grande

distribution et fournisseurs. Il considère qu'intégrer une clause contractuelle auprès de leurs fournisseurs trop vite, sans avoir formalisé la manière la plus efficace de concrétiser son engagement pourrait faire reporter cette problématique sur ses fournisseurs. Il s'inscrit dans une volonté de faire concrètement changer le marché pour davantage de durabilité.

- Son objectif est de participer à la construction d'un système de vérification permettant d'identifier suffisamment précisément le niveau de risque par origine des flux de soja au Brésil pour exiger des preuves de non déforestation/non conversion.
- Lidl soutient toute législation ou toute autre initiative visant à lutter contre la déforestation importée, au niveaux national comme européen.

### Les engagements à consolider:



- Casino s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro conversion liée au soja. Il s'est fixé l'échéance de 2025 au plus tard pour y arriver. La définition de la déforestation retenue reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Il reconnaît bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.
- Cet engagement s'applique aux produits de ses marques distributeurs et son rayon traditionnel qui contiennent du soja: la viande de volaille, porc, bœuf, les œufs, et les produits laitiers. Il s'engage aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.
- Il s'engage à réviser les cahiers des charges portants sur les produits concernés dès le 1er semestre 2021, au fur et à mesure de leur renouvellement afin d'y intégrer une clause "zéro déforestation" prenant en compte la cut-off date. Ces mises à jour seront effectuées au fur et à mesure de leur renouvellement contractuel, ce qui pourra amener jusqu'à fin 2022 au plus tard au vu du cycle de renouvellement.
- Ses fournisseurs à marque propre seront accompagnés par les directions Qualité et Achats concernées avec le soutien de la direction RSE du Groupe et des enseignes, notamment en: les informant, proposant des temps d'échange et de travail, répondre à leurs difficultés rencontrées, et partager avec eux les résultats de la Soy Transparency Coalition et SNDI
- Il participera à la mise en place d'un mécanisme de contrôle dans le cadre du Comité Scientifique et Technique Forêt, au sein de la Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation Importée.
- Il est favorable à la mise en place de réglementations européennes contre la déforestation importée, permettant ainsi à tous les acteurs européens d'avoir la même compréhension de ces enjeux. Il ne s'est pas prononcé sur la réglementation française.



- Auchan s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro liée au soja. Il s'est fixé l'échéance de 2025 pour y arriver. Leur définition de la déforestation reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Ils reconnaissent bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement concerne l'ensemble des produits de leurs marques distributeurs et rayon traditionnel qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie et les produits laitiers. Ils s'engagent aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.

- Il s'est engagé à accompagner ses fournisseurs dans la mise en place de meilleures pratiques en termes d'approvisionnement en soja pour l'alimentation animale. Cela se formalisera par l'intégration d'une mention relative à la déforestation liée au soja dans leurs attentes auprès de leurs fournisseurs dès janvier 2021. L'ajout d'une clause contractuelle contraignante, elle, se fera au moment du renouvellement des cahiers des charges. Cela devrait s'amorcer au premier semestre 2021.

- Il s'engage à mettre en place et animer des indicateurs de suivi tels que le suivi des origines du soja, la diminution des tonnages utilisés, etc.

- Il est favorable à un renforcement de la réglementation française qui, en plus de son "plan protéique" pourra les aider ainsi que d'autres acteurs à aller plus vite dans la mise en place de ces engagements. Il ne s'est pas prononcé sur la réglementation européenne.



- Carrefour s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro conversion liée au soja. Il s'est fixé l'échéance de 2025 au niveau de l'ensemble du groupe (tous les pays où est présent Carrefour) concernant ses produits de marques distributeurs clés. La définition de la déforestation retenue reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Il reconnaît bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement s'applique aux produits de ses marques distributeurs clés qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie, les produits laitiers et le saumon. Il s'engage aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.

- Il s'engage à mobiliser ses fournisseurs à marque propre à partir de janvier 2021, pour y intégrer une clause contractuelle zéro conversion/déforestation prenant en compte la cut-off date. Ce travail sera commencé sur la volaille en priorité dès le 1er semestre 2021 et décliné sur les autres familles de produits.

- Il va engager en commun ses fournisseurs avec les autres enseignes. Par ailleurs, il va organiser des réunions de lancement d'ici la fin de l'année pour sensibiliser leurs équipes internes et un webinar pour leurs fournisseurs.

- Pour le contrôle, il espère qu'il sera réalisé dans le cadre de la plateforme de la Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation importée. Il réalise de plus un audit interne veillant au respect de leurs règles d'achat.

- Il défend le renforcement de la réglementation européenne et veillera à défendre cette position auprès de la Commission dans leurs échanges. Il ne s'est pas prononcé sur la réglementation française.



- Les Mousquetaires se sont publiquement engagés sur un objectif de zéro déforestation/zéro conversion liée au soja. Il s'est fixé l'échéance de 2025 pour y arriver. Leur définition de la déforestation reprend bien la date limite

du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Ils reconnaissent bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement concerne l'ensemble des produits de leurs marques distributeurs qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie et les produits laitiers. Ils s'engagent aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.

- Ils se sont engagés à formaliser cet engagement en faisant signer dès 2021 à l'ensemble des fournisseurs concernés une charte leur demandant un plan d'action échéancé jusqu'à 2022. L'objectif est d'obtenir toutes les signatures des fournisseurs de volaille d'ici fin 2021. Ils s'engagent à accompagner leurs fournisseurs dans ces démarches, en partageant avec eux les orientations stratégiques et leur expertise.

- Ils sont en accord avec la mise en place d'un système de vérification, mais qui soit collectivisé avec les autres distributeurs et acteurs de la filière pour ne pas en supporter les coûts seul. Ils ont de plus prévu le suivi des signatures des chartes et des cartographies des approvisionnements et la réalisation d'audits de vérification concernant leurs engagements

- Ils sont favorables à un renforcement de la réglementation européenne pour limiter les risques liés à la déforestation importée (dont le soja). Ils ne se sont pas prononcés sur la réglementation française.

### A la traîne:



- Leclerc s'est publiquement engagé sur un objectif de zéro déforestation/zéro liée au soja. **Il n'a pas fixé de date d'échéance pour atteindre cet objectif.**

- La définition de la déforestation retenue reprend bien la date limite du 01 janvier 2020 et inclut bien la conversion d'écosystèmes naturels. Il reconnaît bien que la priorité est celle de protéger le Cerrado, mais que cet engagement doit à terme s'étendre à l'ensemble de l'Amérique du Sud.

- Cet engagement s'applique aux produits de ses marques distributeurs qui contiennent du soja: la viande fraîche, les œufs, la charcuterie et les produits laitiers. Il s'engage aussi à soutenir la mise en œuvre de ces engagements auprès des marques nationales.

- Il s'engage à mobiliser ses fournisseurs à marque propre à partir de janvier 2021, pour intégrer dans leurs cahiers des charges une clause contractuelle de non conversion/déforestation prenant en compte la cut-off date. Il n'a pas fixé de date à partir de laquelle les premiers cahiers des charges seraient revus, ni ne priorise les produits à plus fort impact (volaille).

- En 2021 une enquête sera réalisée auprès des fabricants de ses marques propres impliqués sur les filières poulets de chair, œufs, et les filières porc ou bovins dans l'objectif d'identifier les solutions possibles pour atteindre l'objectif.

- Il va participer à la mise en place d'un système de contrôle à travers des indicateurs de suivi internes ainsi que via la plateforme de gestion des risques de la Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation Importée.

- Il soutient un projet de législation efficace pour lutter contre la déforestation et la conversion d'écosystèmes au niveau de la Commission européenne. Il ne s'est pas prononcé sur la réglementation française.