



La force de la grande distribution, c'est d'être à l'articulation entre producteur et consommateur, et, à ce titre, de pouvoir influencer sur l'un et sur l'autre. »



## COMMENT NOURRIR LA PLANÈTE SANS ÉPUISER LES RESSOURCES ?

**Matthieu Riché,**  
Directeur de la RSE du groupe Casino

**En quoi le modèle de la grande distribution, dont la vocation est de nourrir le plus grand nombre, est-il compatible avec le développement durable ?**

**M.R.** Pour bien comprendre les enjeux actuels, il faut se replacer dans le contexte historique qui a vu naître ce secteur. À la fin de la Seconde Guerre mondiale, la planète comptait environ 2,5 milliards d'habitants, dont une grande partie souffrait de la faim. Le grand challenge de la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle fut de permettre le développement humain en nourrissant l'ensemble de la population. La grande distribution s'est alors développée avec une promesse : rendre accessible une alimentation de qualité, sans risque sanitaire, au plus grand nombre.

Aujourd'hui nous sommes 7,7 milliards, et 850 millions de personnes n'ont pas assez à manger. C'est encore beaucoup trop, mais cela signifie que nous avons réussi collectivement, et la distribution y a participé, à apporter une alimentation diversifiée à un grand nombre de personnes et à accompagner le boom démographique de la fin du XX<sup>e</sup> siècle.

**Au XXI<sup>e</sup> siècle, quels sont les enjeux alimentaires auxquels la grande distribution est confrontée ?**

**M.R.** Nous serons 2 milliards d'humains de plus sur la planète d'ici 2050. Il est donc essentiel de préserver la capacité de nourrir la croissance de la population, a fortiori dans un contexte géopolitique qui nous rappelle avec acuité la nécessité de la souveraineté alimentaire pour la stabilité des démocraties. Par ailleurs, la malnutrition est malheureusement toujours une réalité sur certains continents, c'est en particulier le cas en Afrique subsaharienne, où une personne sur quatre est sous-alimentée. À l'inverse, de nombreux pays constatent une forte hausse de l'obésité : on estime aujourd'hui qu'il y a sur Terre autant de personnes obèses que de personnes mal nourries. Le nouveau défi majeur auquel nous sommes confrontés est celui du changement climatique et de l'épuisement des ressources. Accompagner la croissance démographique a conduit à intensifier les modes de production, à exploiter davantage de terres, à utiliser les nouvelles technologies, y compris les pesticides et les OGM. C'est ce modèle qui est interrogé aujourd'hui.

**Quelle est l'équation à résoudre ?**

**M.R.** Celle de la croissance et de la durabilité des ressources. Dès les années 1970, le Club de Rome avec le rapport Meadow a pointé du doigt la difficulté d'avoir une croissance infinie dans un monde où les ressources sont finies. De nombreux rapports montrent l'épuisement des sols, des ressources, de la biodiversité. Un tiers des sols sont déjà dégradés selon la FAO à cause, par exemple, du labourage intensif, de l'irrigation excessive, des engrais. L'accès à



**CROISSANCE DE LA POPULATION EN 2050**  
**+ 2 Md**



**COMMENT NOURRIR LA PLANÈTE SANS ÉPUISER LES RESSOURCES?**

l'eau devient un problème récurrent dans de nombreuses régions du monde, le changement climatique impacte les rendements et la productivité des cultures, de l'élevage, de la pêche, etc. L'équation est d'autant plus difficile que l'alimentation génère 25% des émissions de gaz à effet de serre, de la fourche à l'assiette, et que les populations des pays en voie de développement aspirent à consommer et à se nourrir comme les pays développés, notamment en protéines animales. En 1982, un Chinois consommait 13 kg de viande par an, pour 63 kg aujourd'hui. Actuellement, un Américain émet deux fois plus de CO<sub>2</sub> qu'un Chinois et huit fois plus qu'un Indien. Si toute la planète se met à consommer comme les Américains, nous ne pourrions pas tenir les objectifs vitaux de l'accord de Paris, sauf à changer le modèle de production et de consommation dans nos pays.

**Pour changer ce modèle, quelles solutions la grande distribution peut apporter?**

**M.R.** La force de la grande distribution, c'est d'être à l'articulation entre producteur et consommateur, et, à ce titre, de pouvoir influencer sur l'un et sur l'autre. Il n'existe pas une solution magique, mais un bouquet de solutions : il nous faut à la fois changer les normes sociales et les représentations, afin de permettre à nos clients de mieux consommer, et transformer les chaînes d'approvisionnement avec nos fournisseurs. La prise de conscience a eu lieu et les acteurs se mobilisent.

De nombreuses initiatives sont engagées, qui apportent des solutions crédibles à ce défi planétaire, à tous les niveaux de la chaîne. En amont, avec l'émergence de pratiques agricoles moins intensives, permettant de capter le CO<sub>2</sub>, ou encore la lutte contre la déforestation et le développement de l'agriculture intelligente; du côté des industriels, avec la réduction du plastique qui pollue les océans; dans la distribution, qui innove pour lutter contre le gaspillage alimentaire; et en aval, où les consommateurs font évoluer leurs pratiques, voire leur régime alimentaire. Le groupe Casino est mobilisé à toutes les étapes de ce processus.

**Comment le Groupe s'empare de ces multiples chantiers?**

**M.R.** Depuis plus de dix ans, nous avons défini des priorités pour répondre à ces enjeux, qui sont complexes et interconnectés. Pour améliorer notre empreinte et accélérer les transformations, notre méthode est de définir des objectifs clairs, chiffrés, et d'agir en coopérant avec les parties prenantes expertes. Nous travaillons ainsi avec un écosystème d'acteurs qui imaginent des solutions pertinentes. Pour démultiplier nos efforts en embarquant nos clients dans cette dynamique, j'insiste sur le fait qu'il est essentiel d'agir sur les normes sociales, raison pour laquelle nous soutenons la mise en place d'un « carbon score » proposé par la Convention citoyenne pour le climat afin d'éclairer le choix des consommateurs. Nous mettons aussi en avant l'offre végétale en magasin, et avons créé avec des ONG référentes l'étiquette sur le bien-être animal, utilisée par de nombreux acteurs aujourd'hui. Cette approche ouverte et collaborative est essentielle, car rien ne se fera sans nos clients, le soutien de nos fournisseurs et l'engagement de nos 208000 collaborateurs.

**ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE**



# TEMPS FORTS

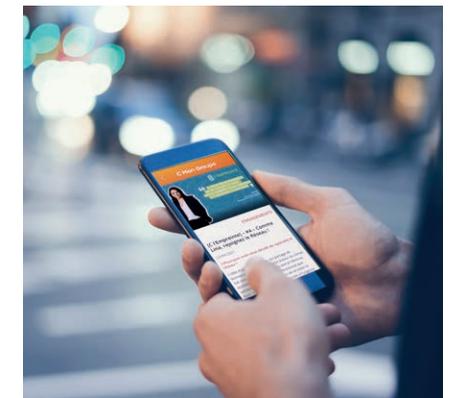
**GPA confirmé dans l'indice RSE brésilien**

Très actif dans la lutte contre la déforestation, GPA, qui monitorise 100% des producteurs de viande bovine qui fournissent ses enseignes, se maintient pour la deuxième année consécutive dans l'indice ISE B3 de la bourse brésilienne. Cet indice rassemble les entreprises qui se mobilisent le plus pour l'environnement, le social et la gouvernance d'entreprise. GPA reste le seul distributeur alimentaire brésilien présent dans cet indice.



**Naturalia obtient la certification B Corp**

Premier distributeur alimentaire français à obtenir la certification Benefit Corporation (B Corp), Naturalia a été évalué sur 300 critères relatifs à sa gouvernance, au bien-être de ses collaborateurs, à son apport à la collectivité, à son engagement environnemental et, enfin, à la création de valeur pour ses clients. L'enseigne intègre ainsi le cercle des 3400 entreprises certifiées dans le monde.



**C l'empreinte : les équipes mobilisées pour le climat**

Le réseau des collaborateurs du groupe Casino engagés pour le climat a vu le jour en septembre 2021. Baptisé C l'Empreinte, il vise à mobiliser et rassembler les collaborateurs intéressés par les enjeux climatiques, à partager les bonnes pratiques et à créer un nouvel élan en diffusant la culture « zéro impact » au sein des équipes.

