



DOSSIER DE CANDIDATURE

Consommation responsable

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 6 novembre 2013**, par mail à l'adresse contact@grandprix-distributionresponsable.com
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Mise en œuvre et communication –
- caractère innovant - Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère. Les critères seront pondérés selon des coefficients :
Mise en œuvre et communication : coefficient 2
Impact et résultats : coefficient 3
Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3
Vision : coefficient 2
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.

Nom de l'initiative: Création d'une filière de poulets fermiers élevés sans antibiotique



Nom (et logo) de l'entité de l'entreprise candidate: Carrefour

Vue d'ensemble

Synopsis, Chiffres et dates clés, enjeux auxquels répond l'initiative (10-15l)

20 ans après le lancement des premières filières Engagement Qualité Carrefour, Carrefour lance, en partenariat avec plus de 150 éleveurs de volailles fermières d'Auvergne, une filière pionnière de poulets fermiers Engagement Qualité Carrefour. Elevés en plein air, soignés sans aucune utilisation d'antibiotiques, ils sont protégés par le bienfait des plantes médicinales.

La filière de poulets Engagement Qualité Carrefour est la première filière de poulets fermiers élevés sans antibiotique en France. Une démarche qui a été rendue possible grâce aux recherches et progrès réalisés sur les traitements alternatifs comme la phytothérapie. C'est aussi une démarche

novatrice parce qu'elle porte sur des enjeux importants de santé publique : la préservation de l'efficacité des antibiotiques.

Carrefour poursuit ainsi son engagement d'offrir des produits authentiques et de grande qualité à ses clients, à un juste prix. Carrefour est le 1er distributeur français à lancer une filière de poulets élevés sans antibiotique.

Cette démarche a été initiée en 2011 et le produit a été lancé fin 2012 en hypermarchés et supermarchés Carrefour.

Bénéfices consommateurs :

Poulet nourri sans OGM <0,9%

Poulet élevé sans antibiotique grâce à des plantes médicinales.

Partenariat avec plus de 150 éleveurs français

Poulet fermier élevé en plein air

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1- Mise en œuvre et communication (coeff. 2)

1/ Origine du projet - Personne (département, fonction) responsable de la mise en œuvre

- Etant donné l'enjeu de santé publique que représente l'antibiorésistance, Carrefour a décidé de travailler avec ses partenaires pour identifier des solutions permettant de réduire l'utilisation d'antibiotiques dans les élevages de poulets. Cette démarche s'inscrit dans la continuité des initiatives menées depuis 20 ans par Carrefour, via ses produits Engagement Qualité Carrefour. En effet, depuis 20 ans, Carrefour travaille sur une utilisation raisonnée des antibiotiques dans ses viandes Engagement Qualité Carrefour.
- Personnes responsables de la mise en œuvre : Direction qualité Carrefour et direction marchandises produits frais.

2/ Stratégie de déploiement de l'initiative

Etapes, ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...), actions de mesures et de contrôle mises en place

Le poulet fermier Auvergne Engagement Qualité Carrefour est commercialisé depuis novembre 2012 sur tous les magasins Carrefour et Carrefour Market (soit environ 1200 magasins).

Cette démarche a été initiée en 2011 avec nos partenaires : plus de 150 éleveurs, 1 organisation de production, 1 site d'abattage sont concernés par cette filière de poules élevées sans antibiotique.

Cette démarche a impliqué les équipes qualité, marchandises, développement durable et les équipes magasins.

Dès 2011, des tests (analyses) ont été réalisés pour vérifier l'efficacité des solutions envisagées pour remplacer les antibiotiques. Après plus de 6 mois de très nombreuses analyses, l'ensemble des partenaires (éleveurs, Carrefour, etc) ont convenu de l'efficacité des solutions alternatives et de la qualité du produit final obtenu. Il a donc été décidé de lancer ce nouveau produit en hypermarchés et supermarchés.

Un cahier des charges engage tous les partenaires. Un organisme d'inspection est mandaté pour contrôler le respect du cahier des charges

3/ Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

-Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver, former les collaborateurs impliqués dans le projet ?

Différentes équipes ont été impliquées :

- les achats pour la faisabilité économique et la mise en marché nationale,
- le packaging pour une mise en scène attractive et innovante du produit,
- le marketing pour la recherche des bons messages clients,
- le service qualité pour la maîtrise technique et réglementaire,
- les équipes communication (Relations presse, médias) pour diffuser l'innovation.
- La communication interne pour informer les salariés de l'arrivée en rayon de ce nouveau produit et de ses spécificités

4/ Implication du client

-Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place autour de cette initiative? (Supports, moyens, budgets ...). Joindre un exemple de communication

La communication aux consommateurs passe exclusivement par le packaging grâce à une coque carton qui, en plus d'assurer une bonne protection/conservation du poulet, permet de disposer de beaucoup d'espace de communication.



Un stop rayon spécifique a également été mis en place en magasins

Information de la presse afin qu'elle parle de ce nouveau produit à ses lecteurs : voyage de presse chez un des éleveurs, un déjeuner de presse + communiqué de presse et dossier de presse (cf pièces jointes). L'objectif était que la presse puisse informer les consommateurs de cet enjeu et de cette initiative.

Critère 2 - Caractère innovant de l'initiative (coeff. 3)

5/ En quoi votre initiative est elle innovante par rapport aux pratiques existantes
-au sein de votre entreprise,
-au sein du secteur ?

La filière de poulets Engagement Qualité Carrefour (EQC) est la première filière de poulets fermiers sans antibiotiques en France. Cette démarche a été rendue possible grâce aux recherches et progrès réalisés ces dernières années sur les traitements alternatifs comme la phytothérapie.

C'est aussi une démarche novatrice parce qu'elle porte sur des enjeux importants de santé publique : la préservation de l'efficacité des antibiotiques pour la santé nécessite la limitation de leur usage, pour éviter que certaines bactéries ne deviennent résistantes. Toutes les agences sanitaires travaillent sur ce sujet.

Carrefour considère qu'il est aussi de sa responsabilité, en tant que premier distributeur français, de travailler dans ce sens.

Depuis 20 ans, Carrefour et ses filières viandes EQC contribuent à une utilisation raisonnée des antibiotiques. Une démarche visionnaire

6/ -En quoi l'initiative va-t-elle au-delà des obligations légales ?

L'utilisation d'antibiotique en élevage est autorisée sous prescription vétérinaire et force est de constater que les prescriptions sont trop fréquentes.

L'absence de résidus dans le produit fini est réglementaire mais n'apporte aucune garantie concernant l'usage des médicaments vétérinaires en élevage.

Notre filière garantit l'interdiction de l'usage d'antibiotique et d'anticoccidien en élevage. **Cet engagement fort contribue à son niveau, à préserver l'efficacité des antibiotiques pour notre propre santé en réduisant les risques de résistance des bactéries aux antibiotiques.**

Critère 3 - Impact et résultats (coeff. 3)

7/ Description de l'impact et du bénéfice environnemental, social ou sociétal de l'initiative

Quels ont été les résultats quantitatifs (indicateurs clés) et qualitatifs de cette initiative

Impact environnemental : Réduction importante de l'usage de substances médicamenteuses.

Estimation basée par rapport aux pratiques de l'année n-1 :

L'économie est estimée à **1 624 Kg de matières actives** (nicarbazine + nazarin + monensin + levamisole).

Qu'est ce que cela représente exactement ?

A raison de 2gr/jour pendant 6 jours, cela permettrait de traiter 135.000 adultes pendant 6 jours contre une infection bactérienne.

Cette démarche permet donc de réduire les risques de présence de résidus médicamenteux dans l'environnement de manière significative et de contribuer à limiter les risques d'antibiorésistance.

Impact social/économique : Création de valeur et d'emploi.

- Carrefour en partenariat avec le fournisseur Arrivé Auvergne s'est appuyé sur la filière avicole en Auvergne et ses environs, **ce qui participe au développement économique local** : couvoirs, alimentation, élevages, abattoirs, sites de transformation...

Le centre de recherche sur les plantes est également situé dans cette région.
Plus spécifiquement, Carrefour a sélectionné plus de 150 éleveurs déjà inscrits dans une démarche Label Rouge pour créer cette nouvelle filière Engagement Qualité Carrefour.

Avec le lancement de ce poulet fermier, commercialisé dans l'ensemble des magasins Carrefour et Carrefour Market en France, **Carrefour va générer la création de 60 nouveaux sites d'élevage de 400 m2 dans la région d'ici fin 2013.**

- Les éleveurs engagés dans cette démarche perçoivent un complément de rémunération.
- Cette démarche permet également de **contribuer à réduire les risques d'antibiorésistance** : Aucun produit de synthèse chimique n'est utilisé dans le soin des poulets fermiers d'Auvergne EQC (uniquement des traitements de phytothérapie et la vaccination). La démarche se base sur une approche préventive et d'excellence pour ne pas avoir recours aux antibiotiques. Cette évolution vers un nouveau type d'élevage, sans utilisation d'antibiotiques et d'anticoccidien, est rendue possible grâce aux recherches et progrès réalisés ces dernières années sur les traitements alternatifs de phytothérapie et la vaccination.
-
- **De plus, cette démarche permet de développer la qualité du produit et le bien – être des animaux** : Issus d'une souche dite « rustique », donc plus résistante, les poulets fermiers d'Auvergne EQC sont élevés pendant 81 jours. Une croissance lente qui favorise la santé des volailles et la prévention des maladies. Et en plein air, c'est-à-dire qu'elles bénéficient d'un accès à un parcours herbeux à partir de leur 42e jour, conformément au cahier des charges du Label Rouge. Les poulets bénéficient d'une alimentation végétale pour leur plus grand bien-être. Cette alimentation contient au minimum 75 % de céréales (conformément au cahier des charges du Label Rouge), et elle est sans OGM (< 0,9 %), conformément aux engagements de l'enseigne. Les éleveurs développent une approche préventive basée sur l'utilisation de la phytothérapie. Les poussins reçoivent ainsi une alimentation comprenant entre autres, ortie, cannelle et thym. Les principes actifs de ces plantes vont les stimuler et leur apporter les défenses nécessaires pour s'adapter à leur environnement de plein air, permettant ainsi de supprimer l'usage des antibiotiques.

Ces poulets se vendent bien, **12 à 15000 par semaine**, sans cannibalisation et contribuent à soutenir les ventes du rayon

9/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...) ?

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative – Reconnaissances obtenues.

Le poulet fermier d'Auvergne Engagement Qualité Carrefour a obtenu la médaille d'Or au concours général agricole 2013.

Une vingtaine d'articles de presse sur cette initiative :

Article BFM :

<http://www.bfmtv.com/economie/ecoutez-poulets-carrefour-601362.html>

Reportage sur le13h France 2 d'Elise Lucet

http://www.francetvinfo.fr/poulet-label-rouge-garantie-sans-antibiotiques_426421.html

La Protection Mondiale des Animaux de Ferme a salué l'initiative

<http://pmaf.org/news/183/86/Carrefour-et-Arrive-Auvergne-inaugurent-une-nouvelle-filiere-de-poulets-fermiers-eleves-en-plein-air.html>

Les clients apprécient particulièrement ce produit comme le démontre les ventes : 15000 unités par semaine.

Les équipes Carrefour sont particulièrement fières d'avoir travaillé sur ce projet.

PRODUITS

Poulet EQC

Le roi de la basse-cour !

Le premier poulet Engagement Qualité Carrefour (EQC) est en vente chez Carrefour et Carrefour Market. Un volatile trié sur le volet qui vient compléter la gamme déjà riche de 30 références en Market.

Morbier, tomme, saumon, truite, veau, porc, jambon cuit, pommes, carottes, poireaux... Depuis son lancement il y a 20 ans, l'Engagement Qualité Carrefour a pris de l'ampleur : il représente désormais un chiffre d'affaires annuel de 110 millions d'euros dans les Market. Une réussite qui vient récompenser le lien de proximité créé entre Carrefour et les 20 000 producteurs engagés dans la filière. Produit à gros volume de ventes, mais aussi symbole d'une forte exigence de la part des clients, le poulet vient de rejoindre la grande famille EQC. Depuis novembre 2012, il est proposé aux clients chez Carrefour et Carrefour Market. En complément du Label rouge arboré fièrement, l'alimentation du poulet, complétée par des extraits de plantes, est garantie sans OGM et sans traitements antibiotiques (voir encadré) ni anticoccidiens – la coccidiose étant une maladie fréquente chez les volailles, et souvent mortelle. Ces poulets, élevés par 150 producteurs auvergnats, sont vendus en magasin à un prix proche de leurs cousins Label rouge. Et le succès est au rendez-vous : le chiffre d'affaires généré par le gallinacé est déjà supérieur de 200 % aux prévisions dans les magasins qui l'ont commandé ! De quoi être fier comme un coq. ■

LA RÉSISTANCE EST EN MARCHÉ

« Les antibiotiques, si on les utilise à tort, ils deviendront moins forts ! »
Au-delà du slogan, diffusé en masse dans les médias, la question de l'antibiorésistance des bactéries est devenue un véritable enjeu de santé publique. En garantissant un poulet élevé sans ces substances, Carrefour assume son rôle de leader de la Grande Distribution et prend part à ce combat.



8/ Pratiques modifiées favorablement par l'initiative

- En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)

- En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...

- **Interne** : Depuis 20 ans, Carrefour est engagé via les produits Engagement Qualité Carrefour, sur la sécurité, le respect de l'environnement, des Hommes et du bien – être animale. Cette initiative est l'aboutissement de la démarche d'utilisation raisonnée des antibiotiques menée par Carrefour depuis de nombreuses années. La réussite économique de cette initiative incite les équipes Carrefour à poursuivre dans ce sens.
- **Externe** : Jusqu'à aujourd'hui, les antibiotiques étaient trop utilisés pour l'élevage du poulet. Cette innovation lancée par Carrefour va certainement être suivi par l'ensemble de la distribution comme cela a été souvent le cas pour toutes les innovations « sécurité » lancées par Carrefour (xe : OGM).

Critère 4 - Vision - (Coeff. 2)

9/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait elle évoluer ?

Depuis 1992, le groupe Carrefour développe son propre label agricole « Engagement Qualité Carrefour » fondé sur des valeurs communes aux producteurs et à l'enseigne : sécurité alimentaire, qualité produit, respect de l'environnement, bien être animal . . .

La qualité chez Carrefour repose sur des exigences très précises qui sont énoncées dans les différents cahiers des charges propres à chaque filière de production : exemples :

- Interdiction de farines animales dans l'alimentation des animaux ;
- Interdiction des OGM dans l'alimentation des filières les plus exposées : oeufs, volailles, porc, saumon, veau, truite, canard... ;
- La prise en compte du bien-être animal.

Cette initiative s'inscrit donc totalement dans la vision de Carrefour et l'amplifie en intégrant dans sa démarche de prévention un nouvel enjeu.

10/ Prolongement de l'initiative

-Quels sont les objectifs courts et moyen termes

-En quoi cette initiative peut avoir un effet d'entraînement sur le marché ?

- Quels moyens sont mis en place en interne afin d'assurer la pérennité de l'initiative ?

Les objectifs à court et moyen terme sont de dupliquer cette démarche à d'autres filières animales.

Du fait de la réussite commerciale, cette démarche a un effet d'entraînement de nos concurrents : forte demande de nos concurrents auprès de leurs fournisseurs pour dupliquer notre démarche sur le poulet.

Annexes

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaiteriez apporter au jury ?

La participation au Grand Prix de la Distribution Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours. Règlement à télécharger sur le site www.grandprix-distributionresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner par mail à
contact@grandprix-distributionresponsable.com

Date limite de renvoi des dossiers : 6 novembre 2013

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet
<http://grandprix-distributionresponsable.com/>,
ou nous contacter à l'adresse :
contact@grandprix-distributionresponsable.com