

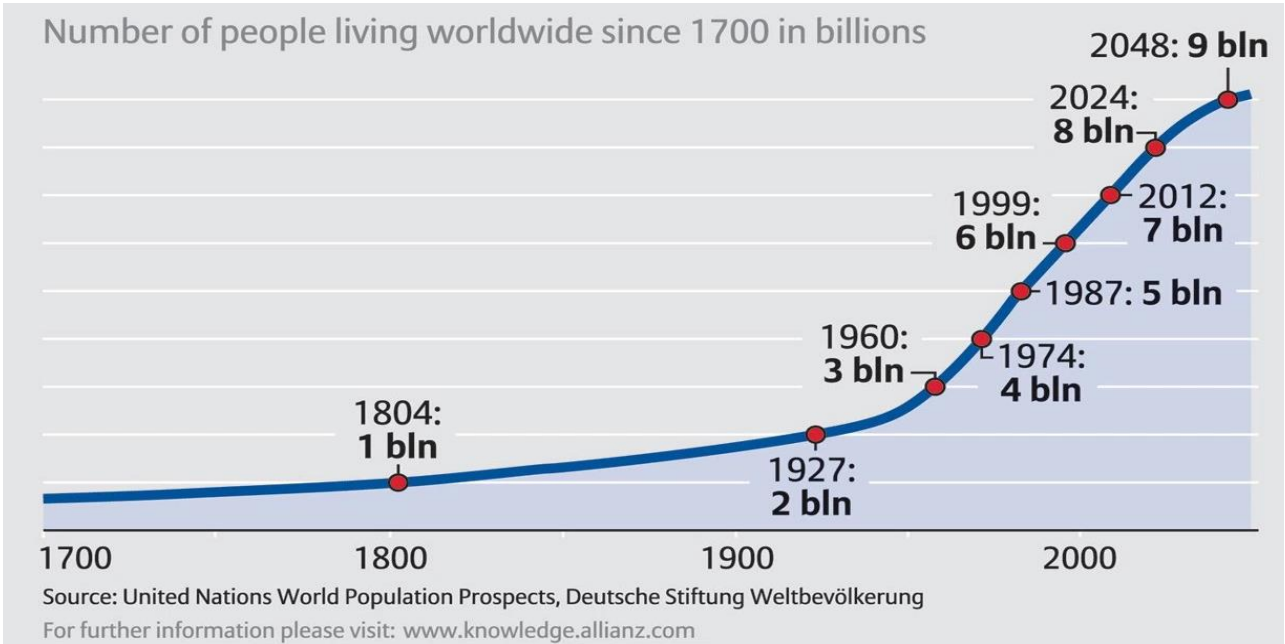


1



2

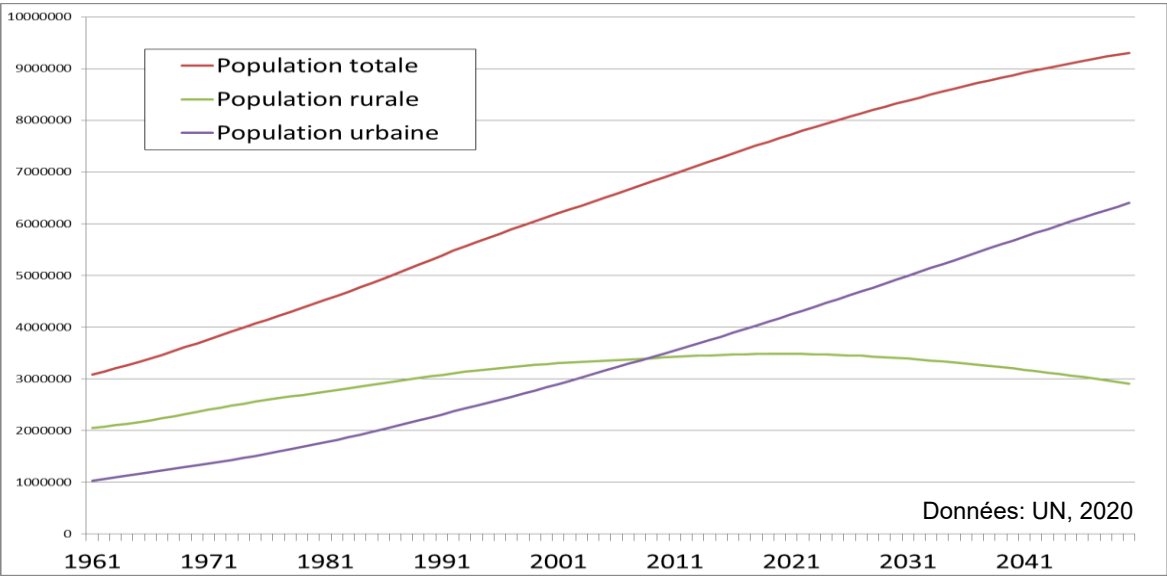
... et nous sommes de plus en plus nombreux ...



3

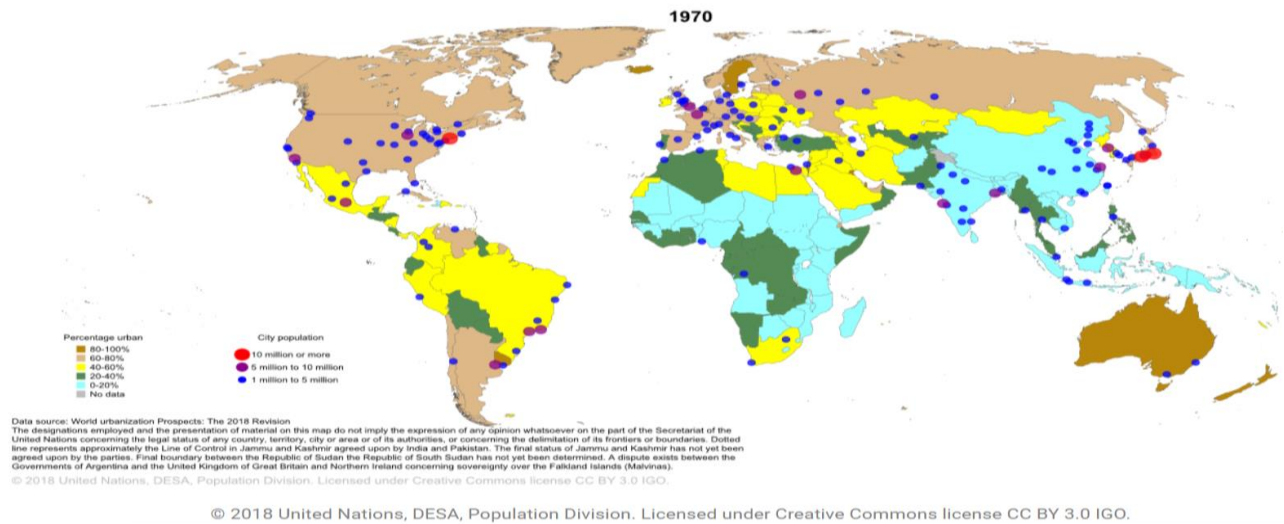
... et de plus en plus concentrés ...

Population mondiale (x1000) de 1961 à 2020 et prévisions (2021-2050)



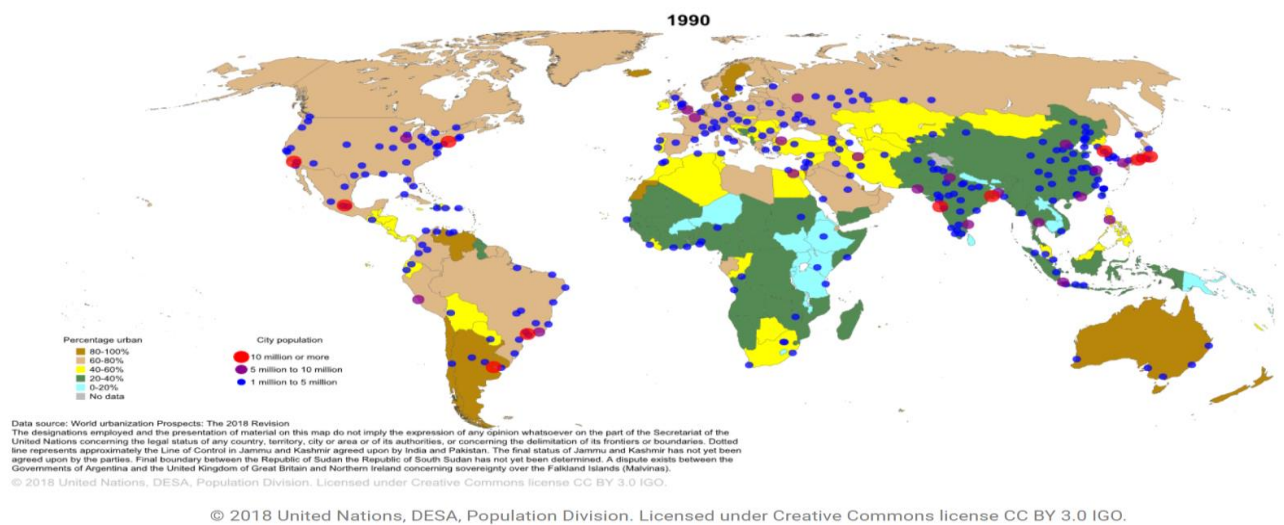
4

... et de plus en plus concentrés ...



5

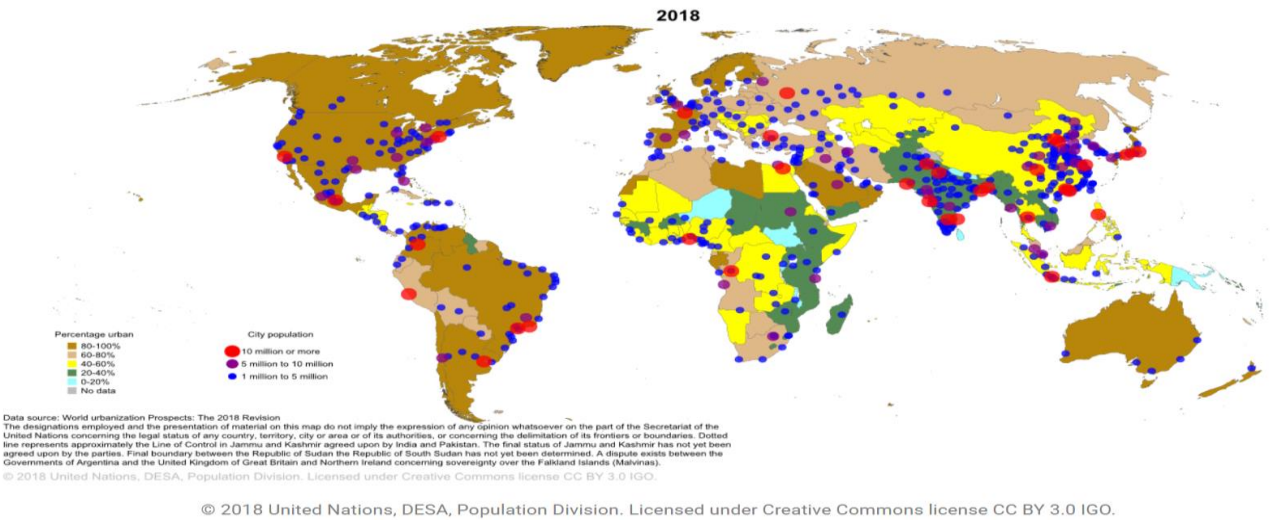
... et de plus en plus concentrés ...



6

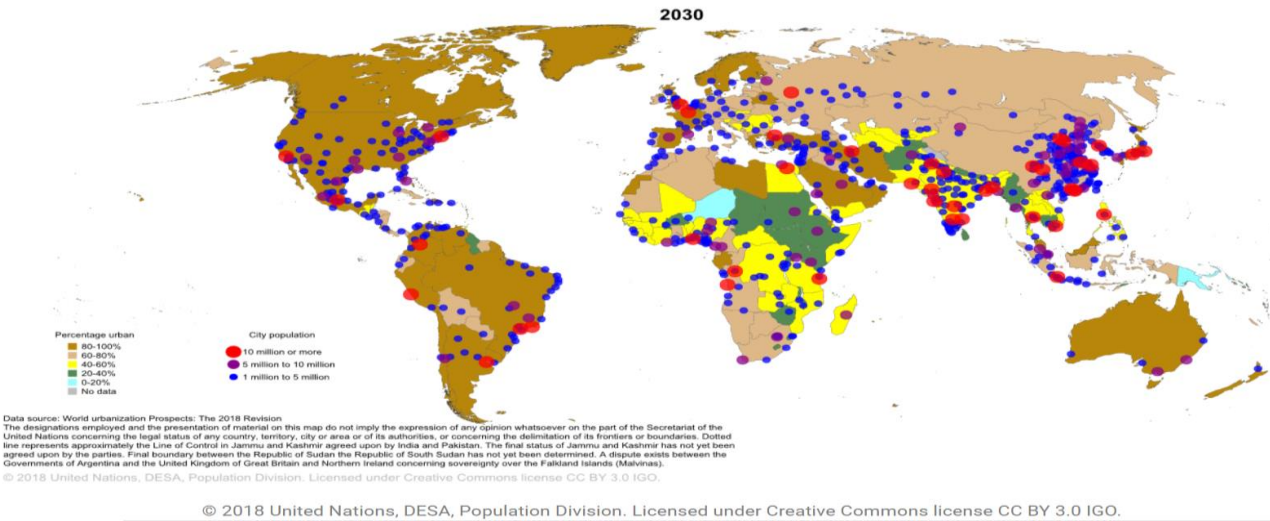


... et de plus en plus concentrés ...



7

... et de plus en plus concentrés ...



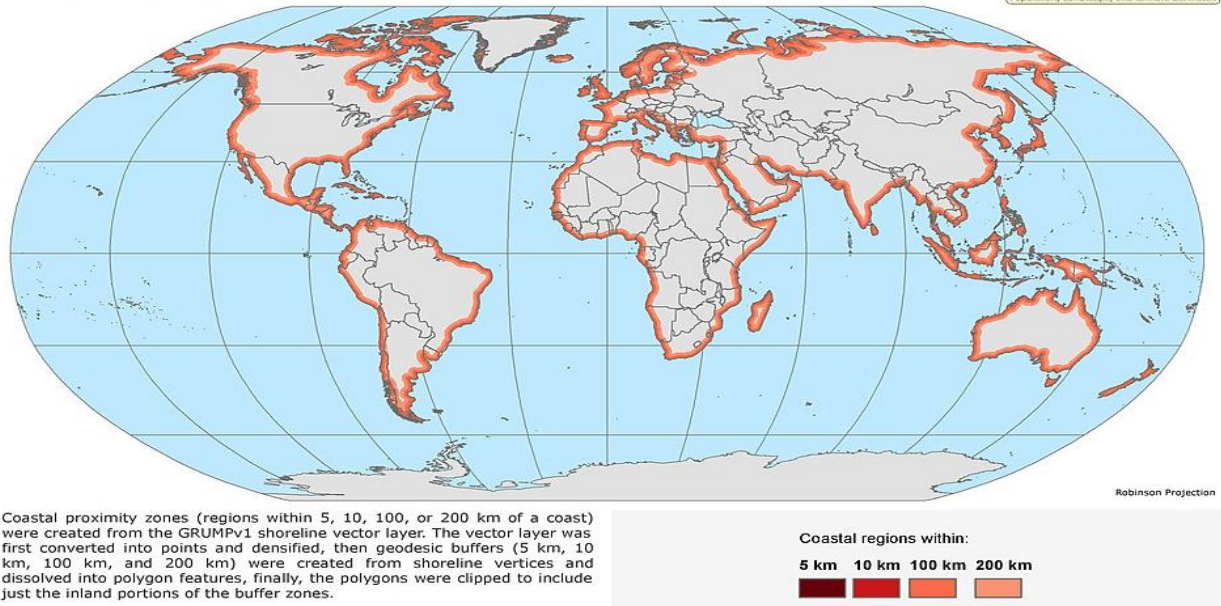
8



... concentrés le long des côtes (50% de la population mondiale)...

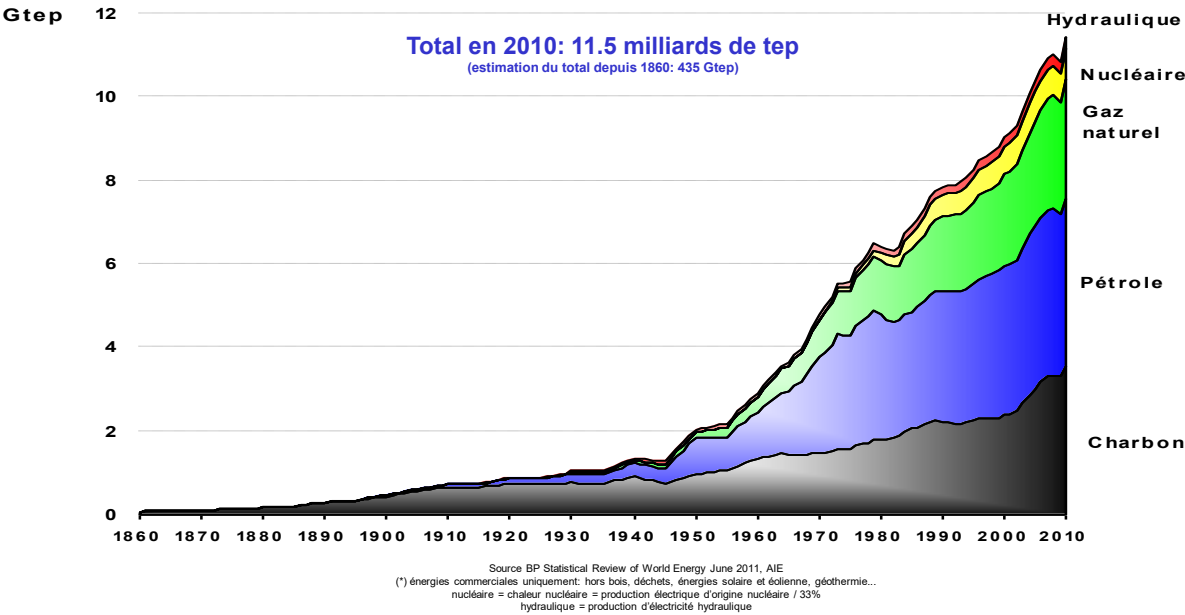
National Aggregates of Geospatial Data Collection

PLACE III  
Population, Landscape, and Climate Estimates



9

... avec des besoins énergétiques croissants ...

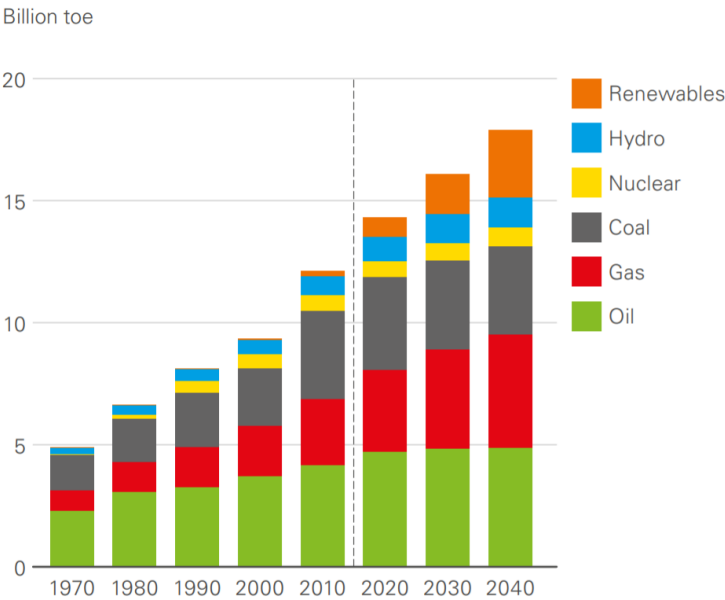


10

10

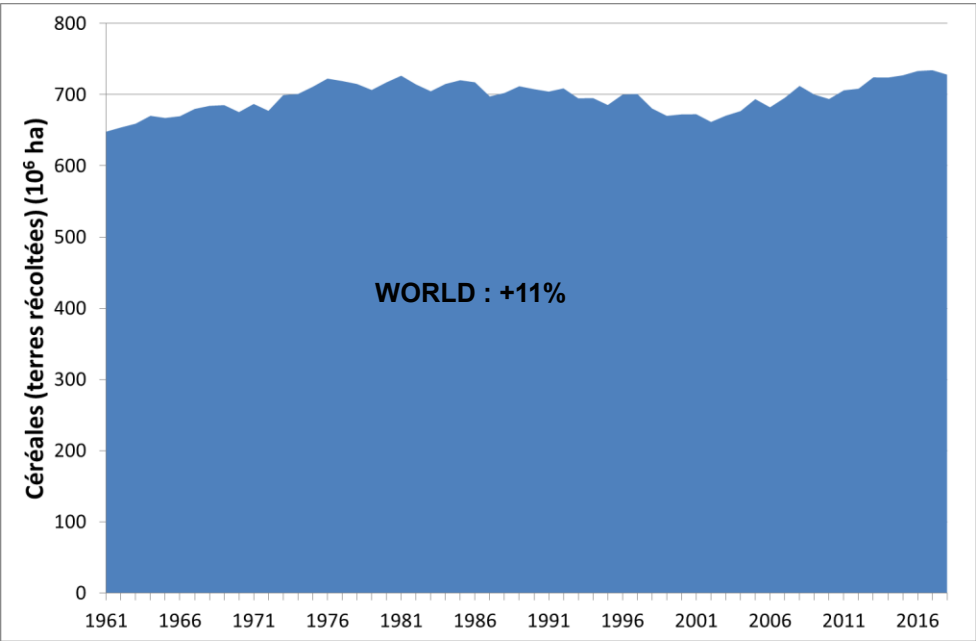
... avec des besoins énergétiques croissants ...

Primary energy consumption by fuel



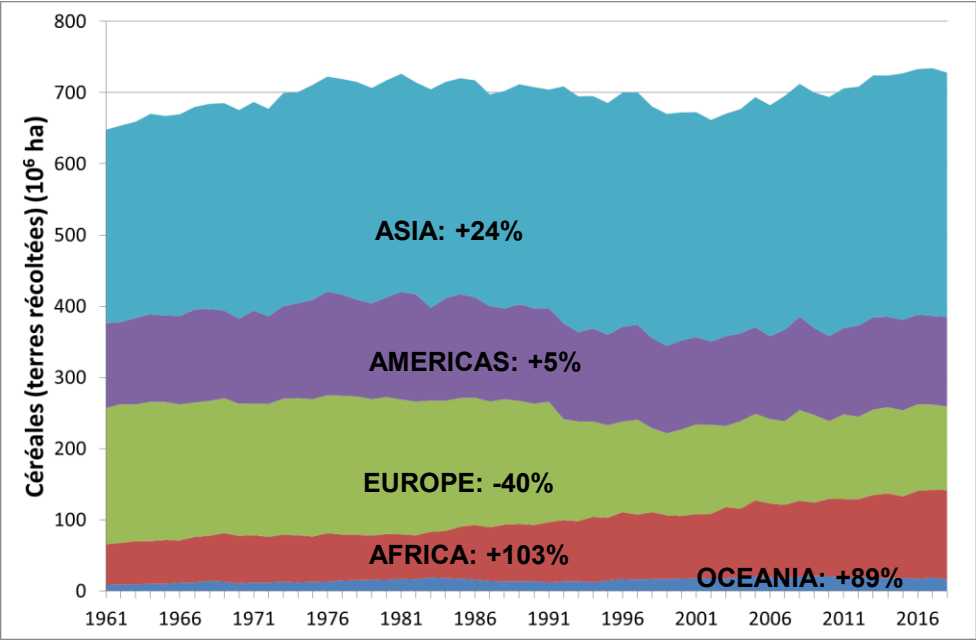
11

... avec des besoins alimentaires croissants ...



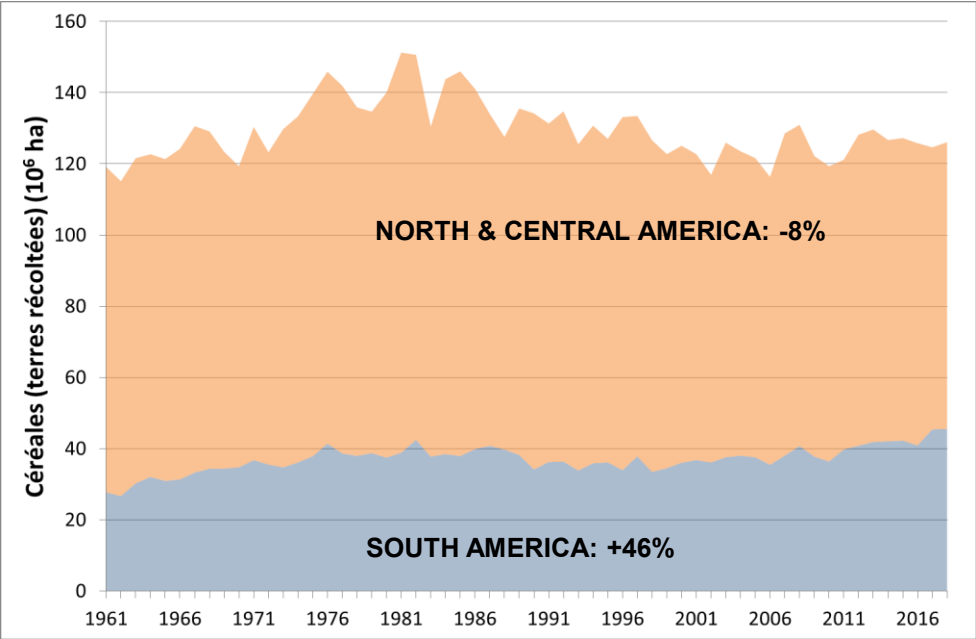
12

... avec des besoins alimentaires croissants ...



13

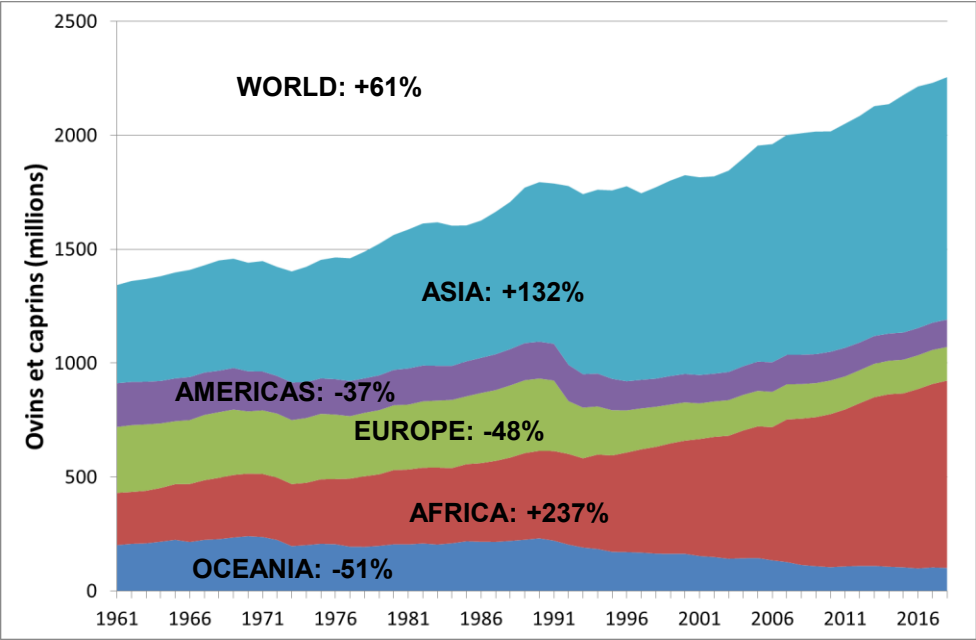
... avec des besoins alimentaires croissants ...



14

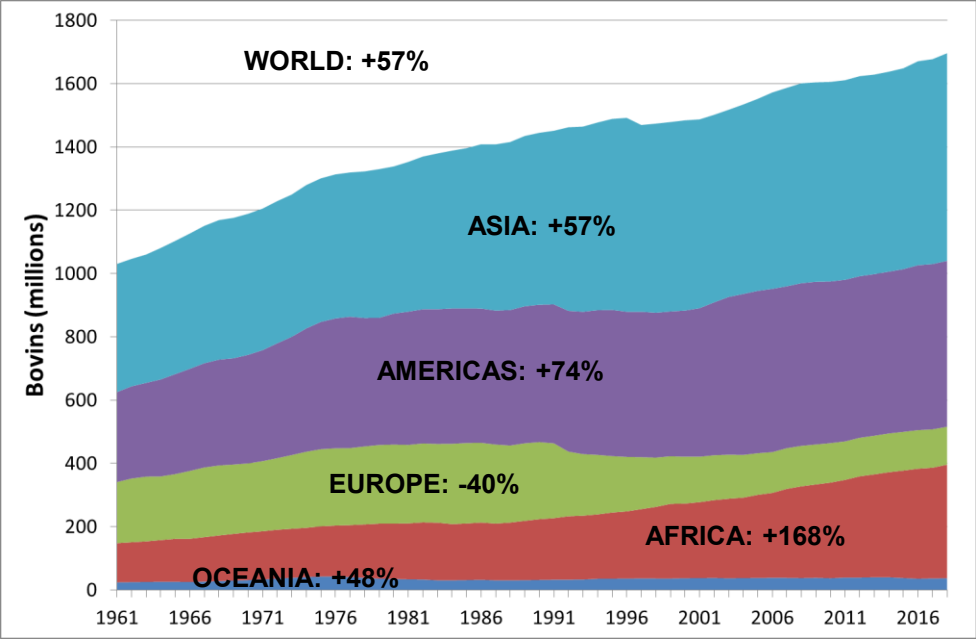


... avec des besoins alimentaires croissants ...



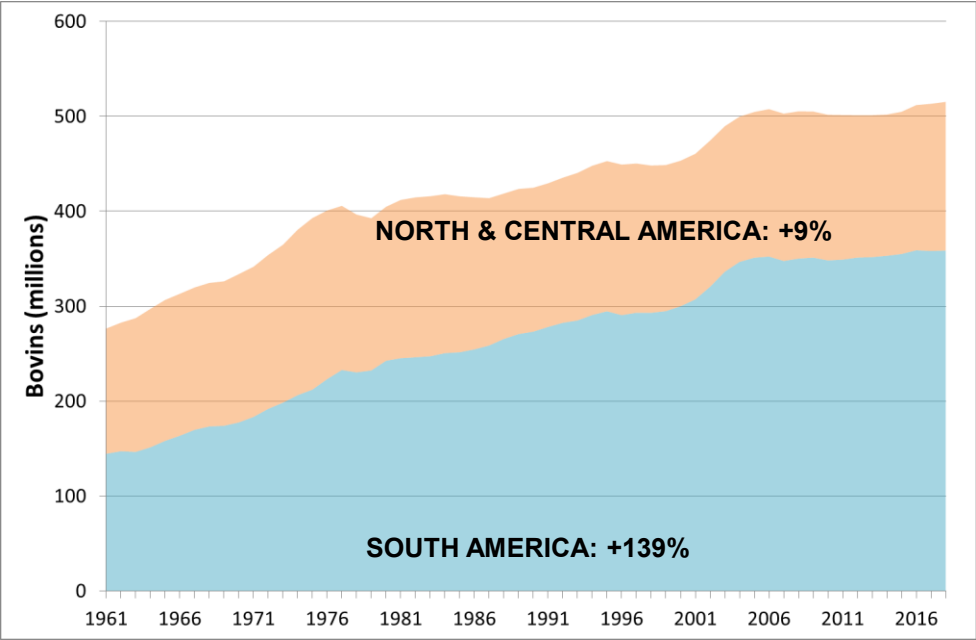
15

... avec des besoins alimentaires croissants ...



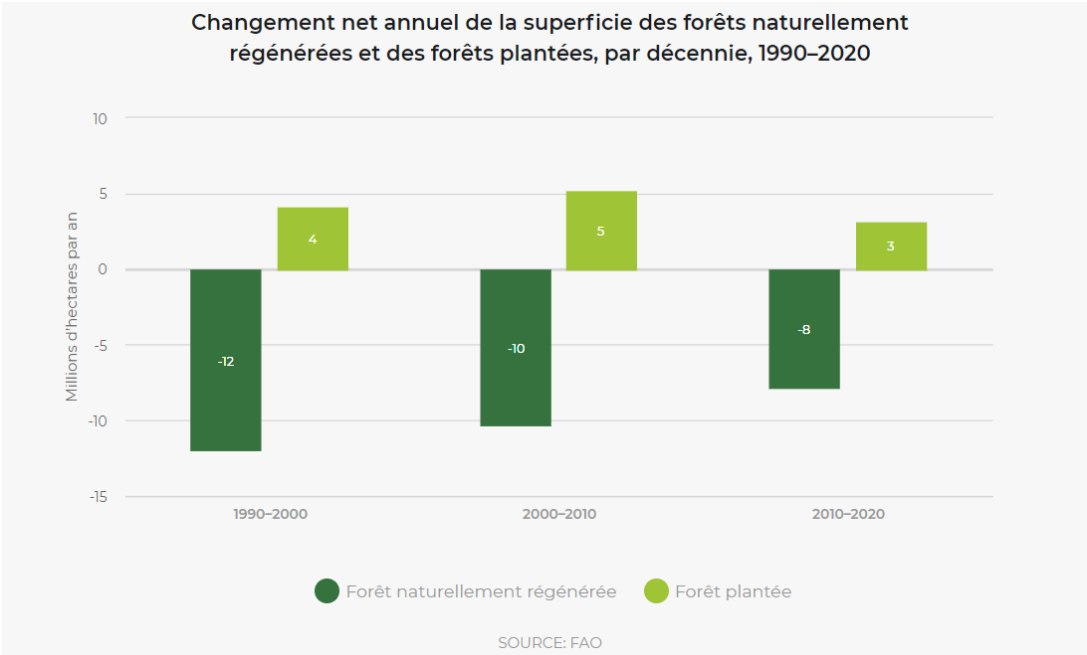
16

... avec des besoins alimentaires croissants ...



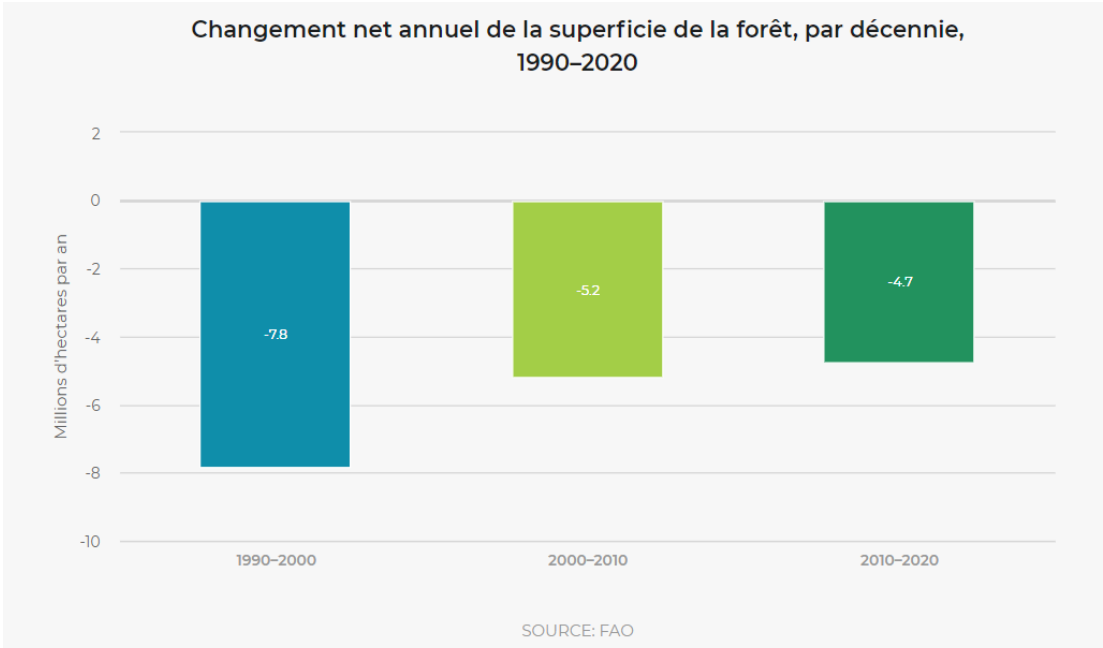
17

... avec des impacts structurels sur les ressources ...



18

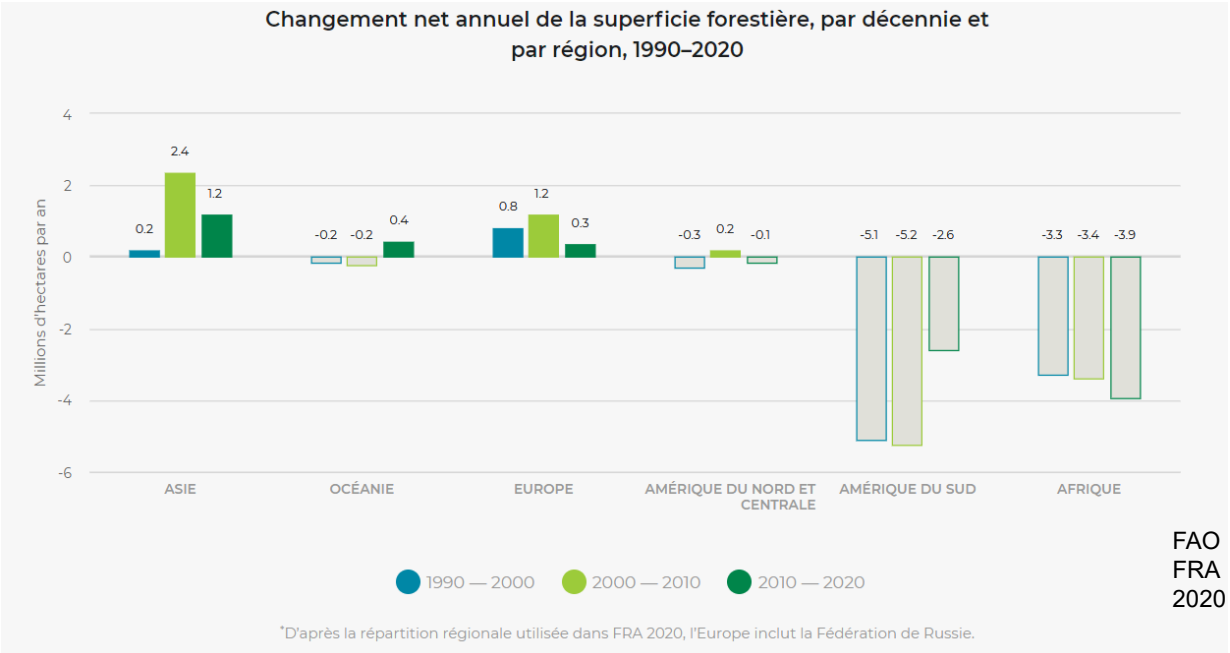
... avec des impacts structurels sur les ressources ...



FAO  
FRA  
2020

19

... avec des impacts structurels sur les ressources ...

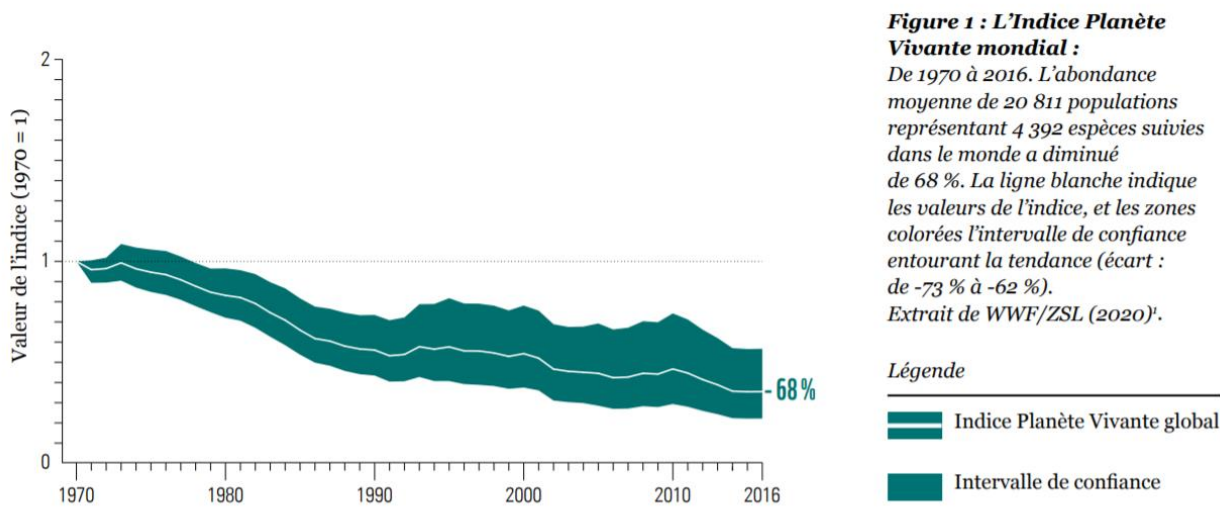


FAO  
FRA  
2020

20



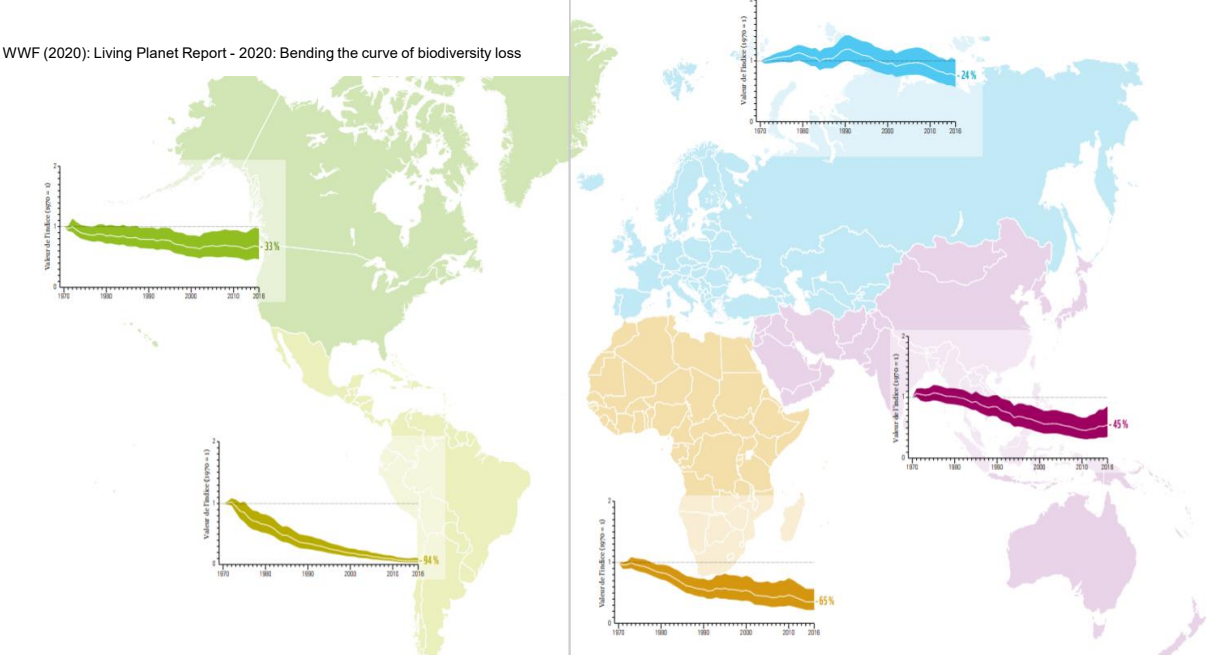
... avec des impacts structurels sur le vivant ...



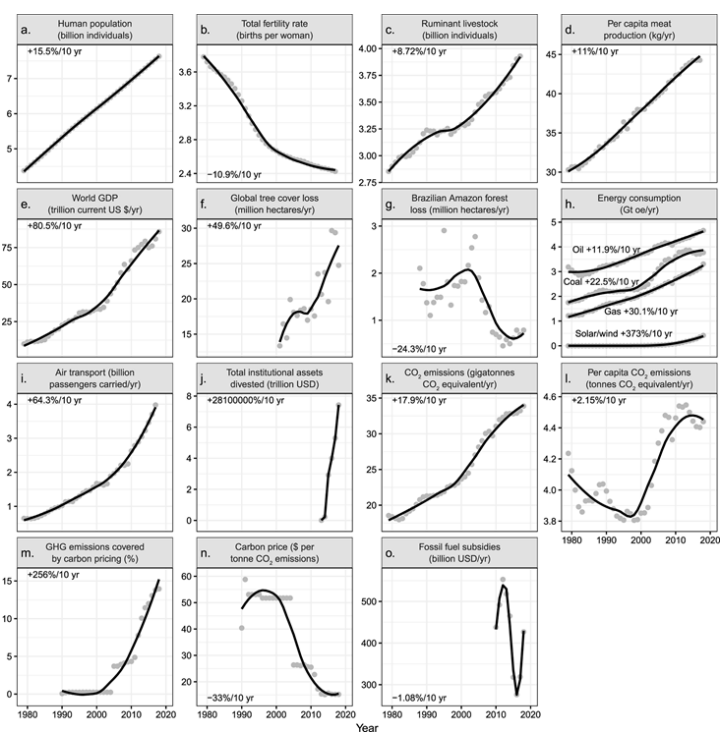
WWF (2020): Living Planet Report - 2020: Bending the curve of biodiversity loss

21

... avec des impacts structurels et inégaux sur le vivant ...

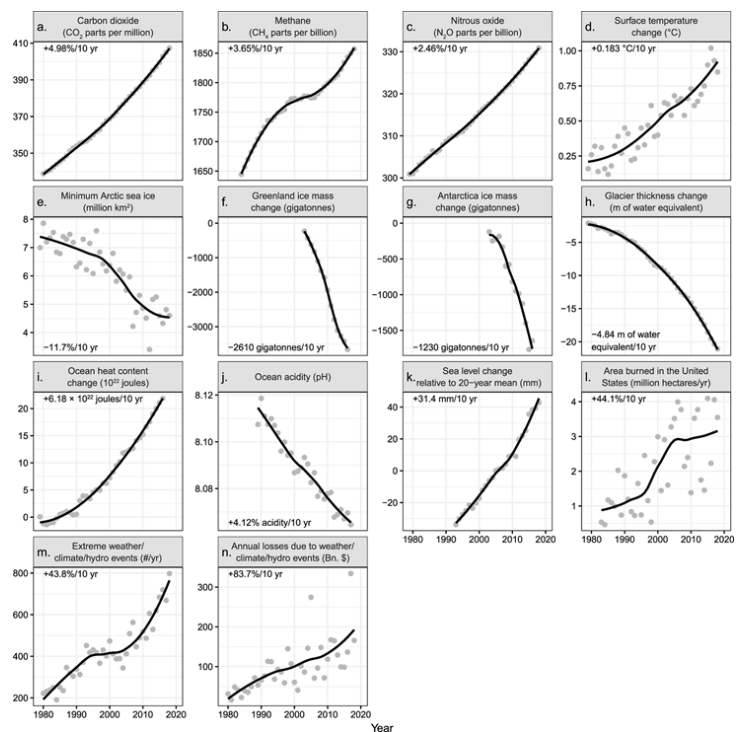


22



Ripple *et al.* (2020).  
*BioScience*, 70: 8-12.

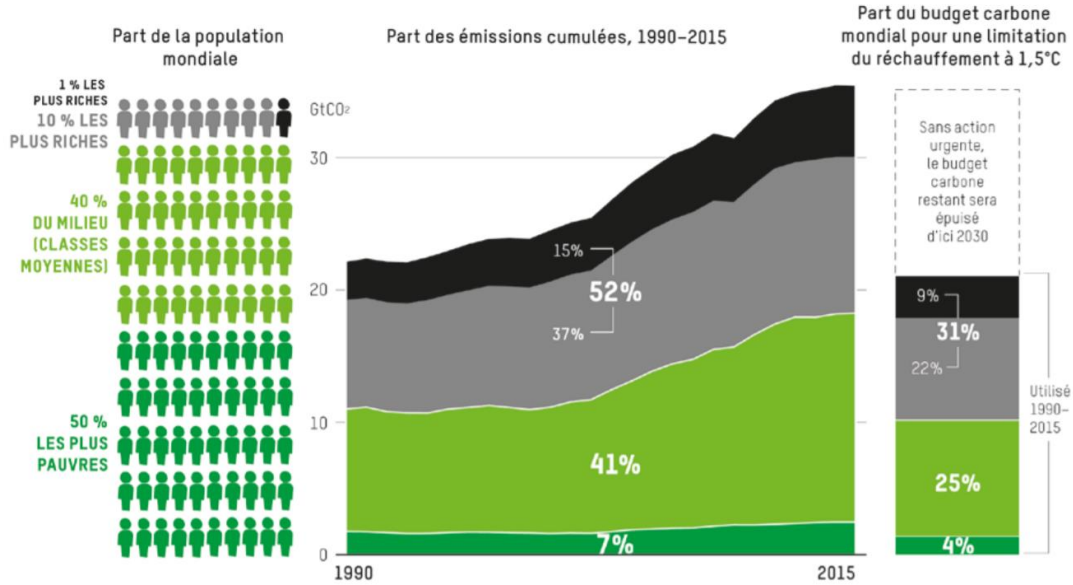
23



Ripple *et al.* (2020).  
*BioScience*, 70: 8-12.

24

... et, au final, de gigantesques disparités ...

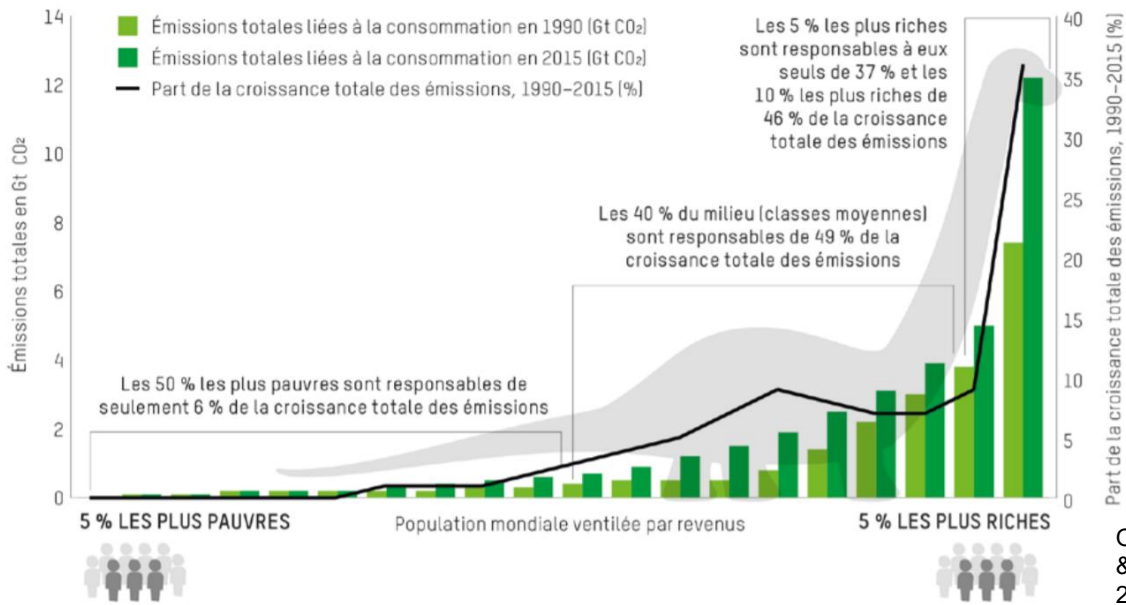


Seuil de revenu par habitant-e en 2015 (PPA 2011) des 1 % les plus riches : 109 000 dollars ; 10 % les plus riches : 38 000 dollars ; 40 % du milieu (classes moyennes) : 6 000 dollars ; et 50 % les plus pauvres : moins de 6 000 dollars. Le budget carbone mondial en 1990 avait 33 % de chances de dépasser les 1,5°C : 1 250 Gt

Oxfam  
& SEI,  
2020

25

... et, au final, de gigantesques disparités ...



Oxfam  
& SEI,  
2020

26



# Changements globaux, risques et santé. Vous avez faim ?

Prof. Pierre Ozer



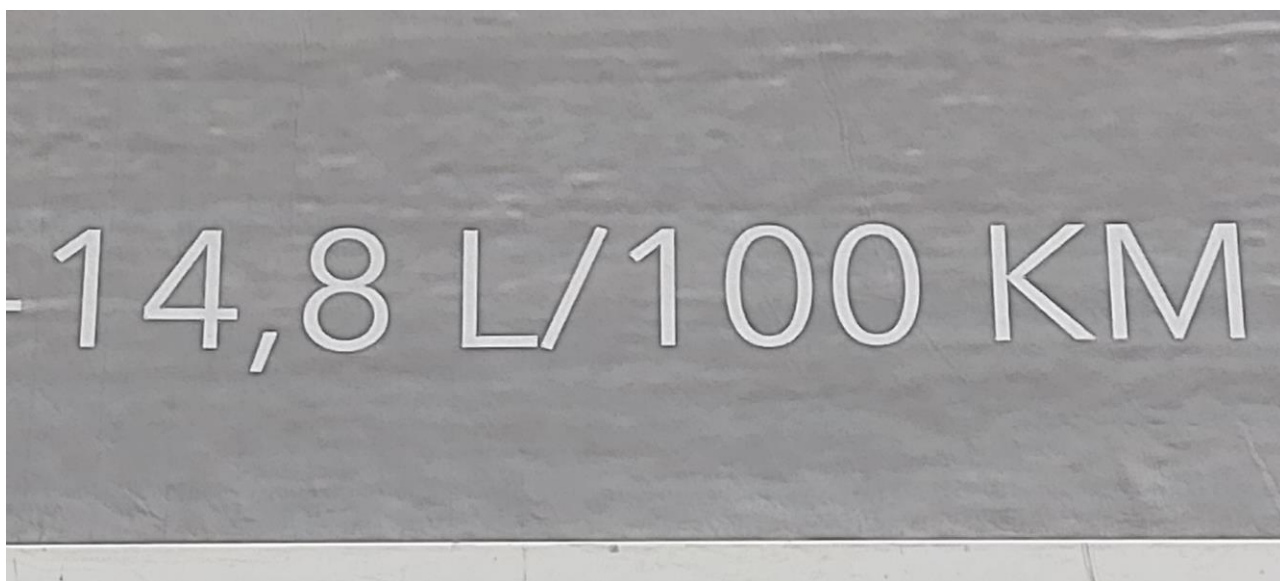
27



28



29

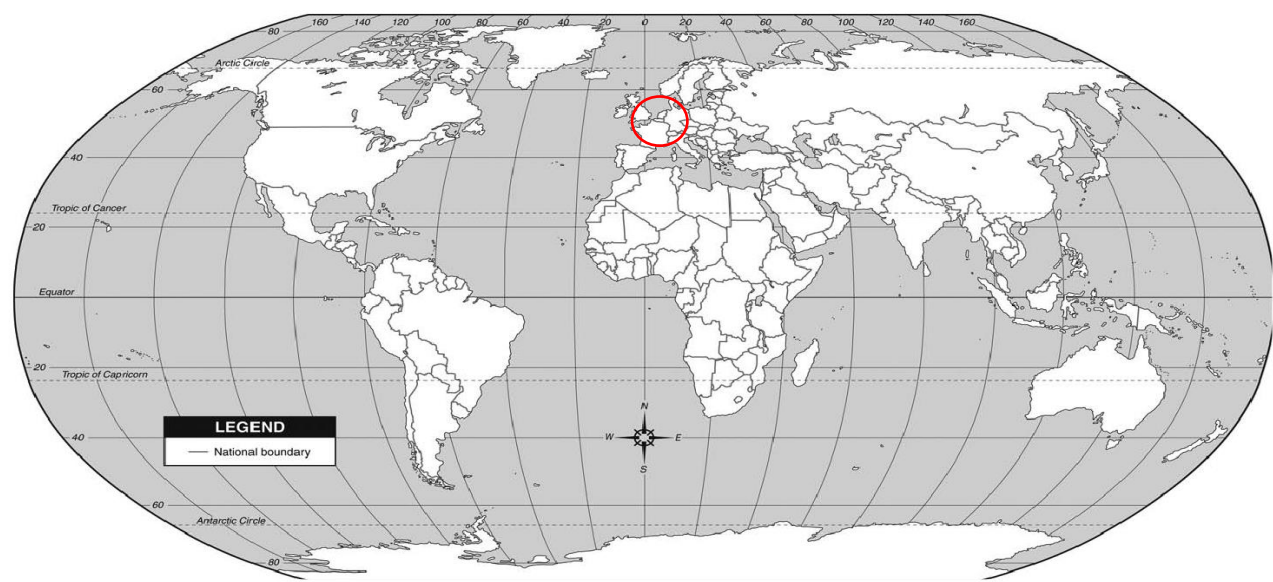


30

# ACTE I

## Décembre 2006

31



32



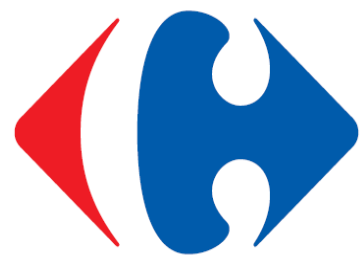


Stap de wereld van  
Carrefour binnen! >

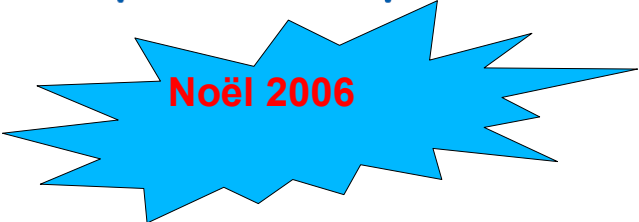
Poussez les portes de  
l'univers Carrefour! >

33

*Hypermarchés*  
**Carrefour**  
*Les prix bas, le plaisir en plus*



34



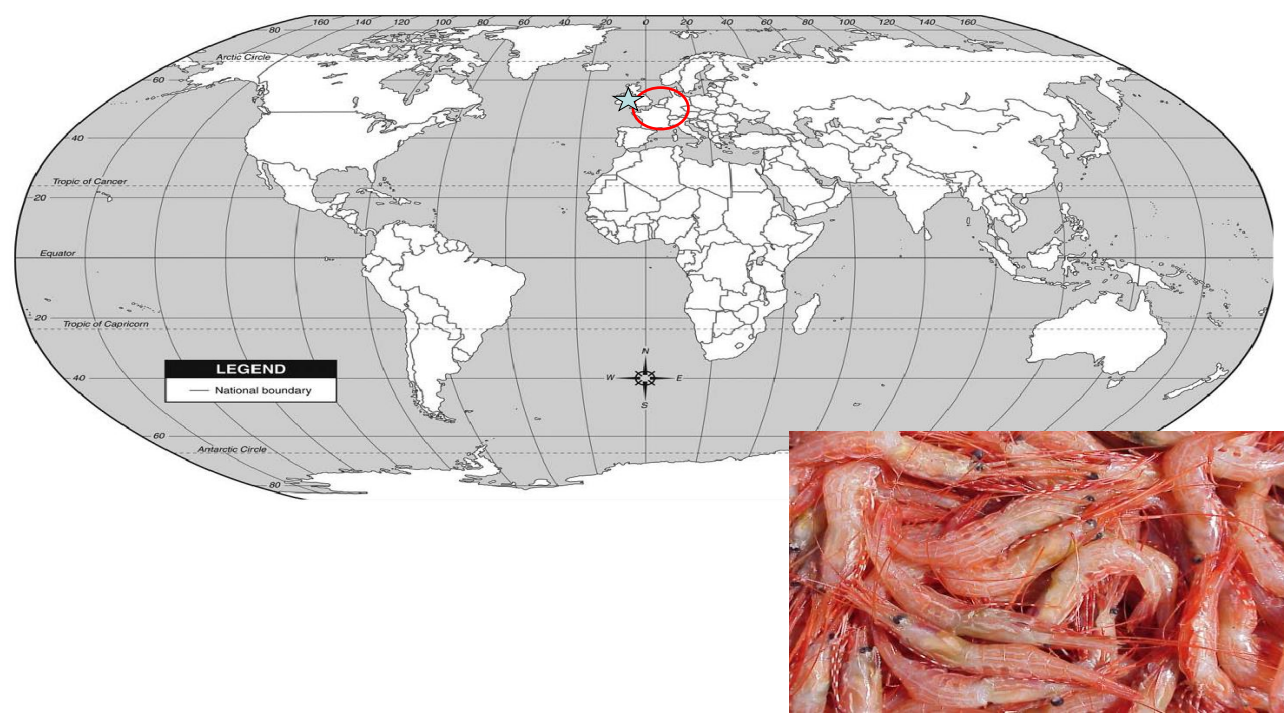
35

**Entrée**

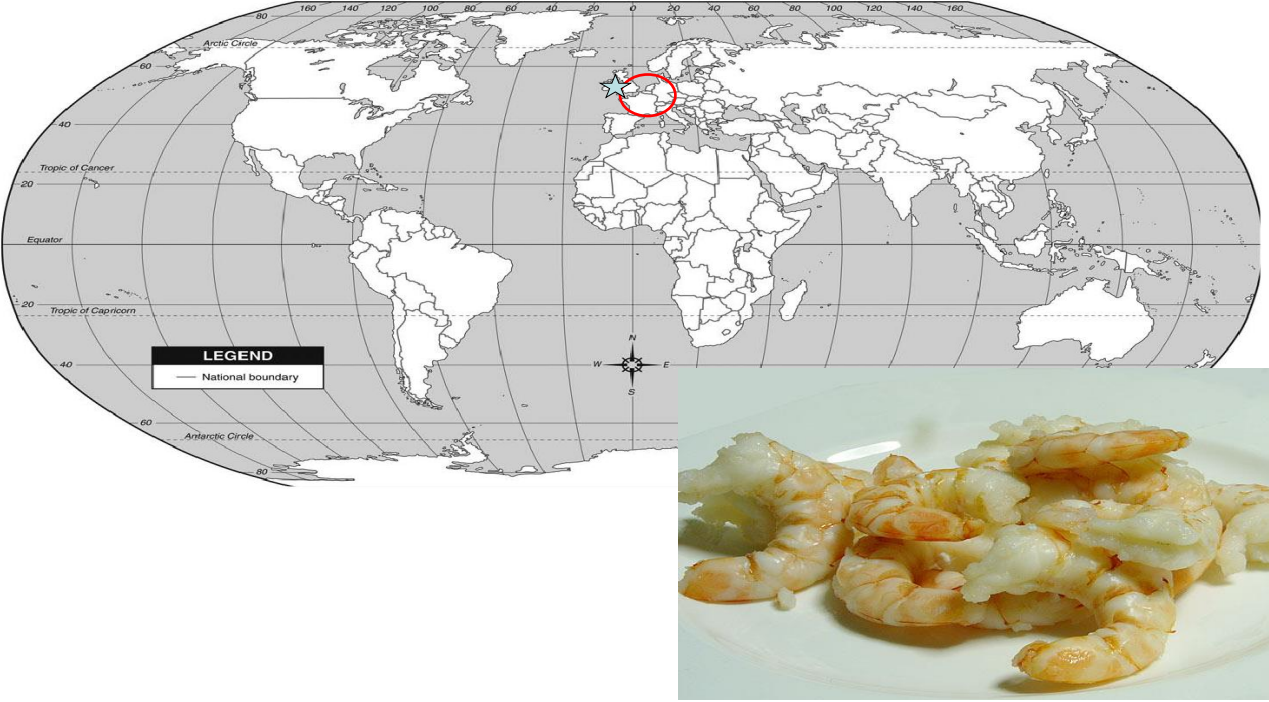
36



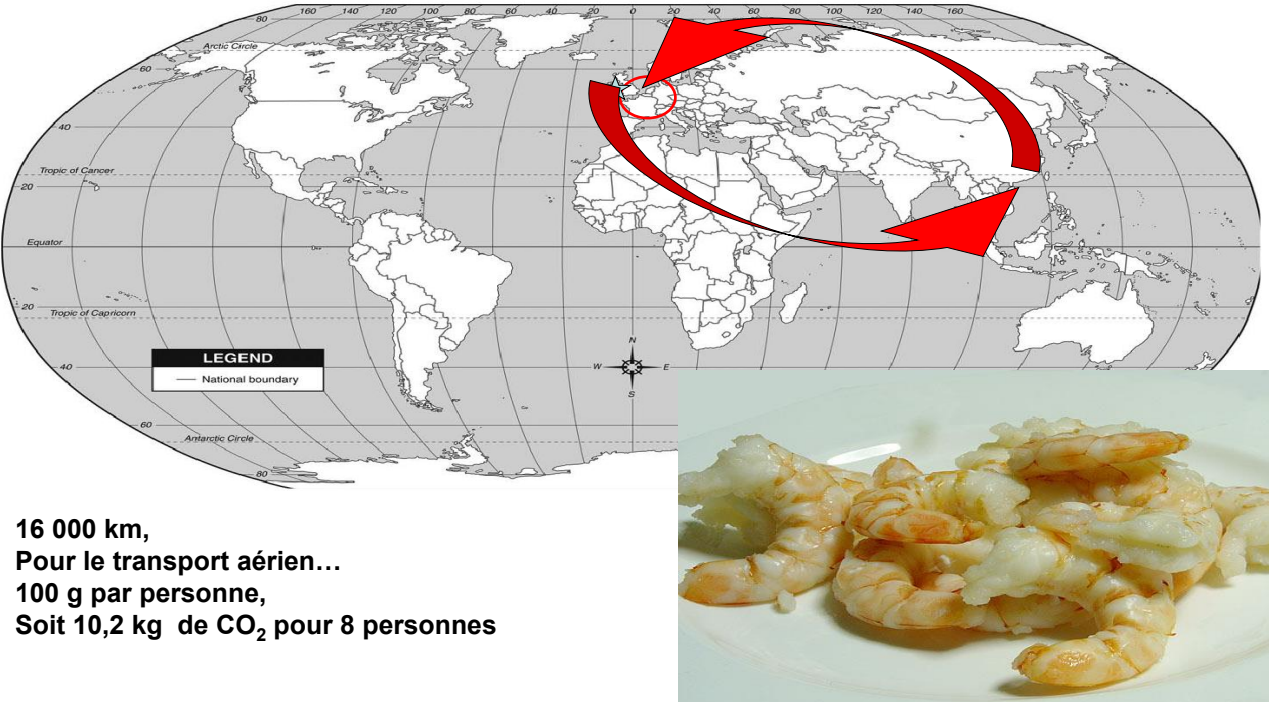
37



38



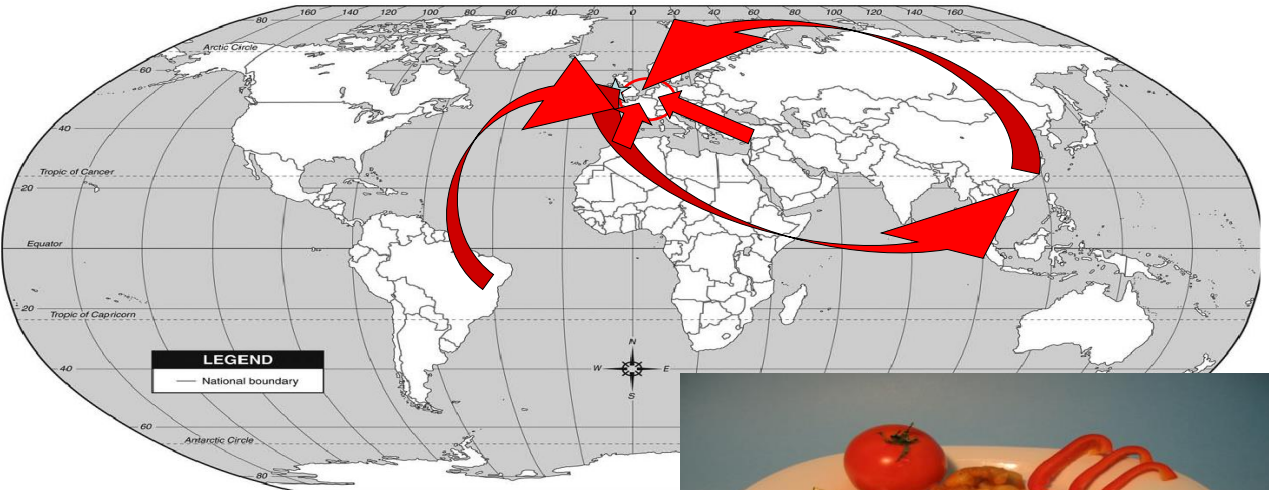
39



16 000 km,  
Pour le transport aérien...  
100 g par personne,  
Soit 10,2 kg de CO<sub>2</sub> pour 8 personnes

40





**TOTAL: 30 000 km,  
Soit 12 kg de CO<sub>2</sub> pour 8 personnes**



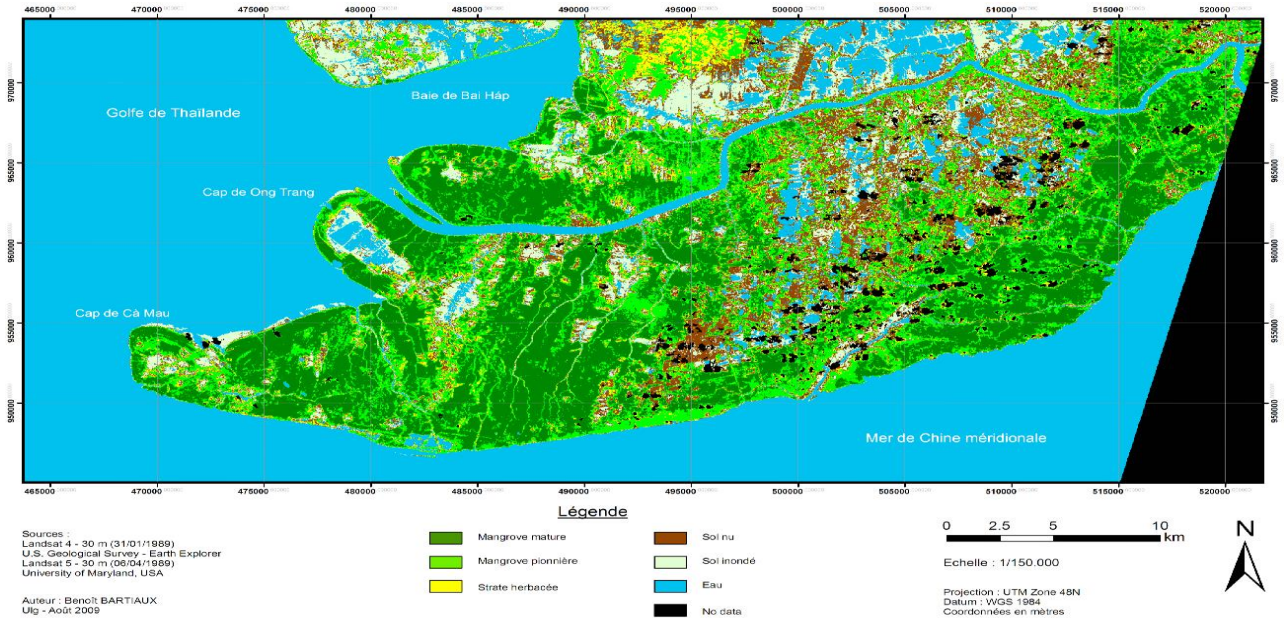
41



42

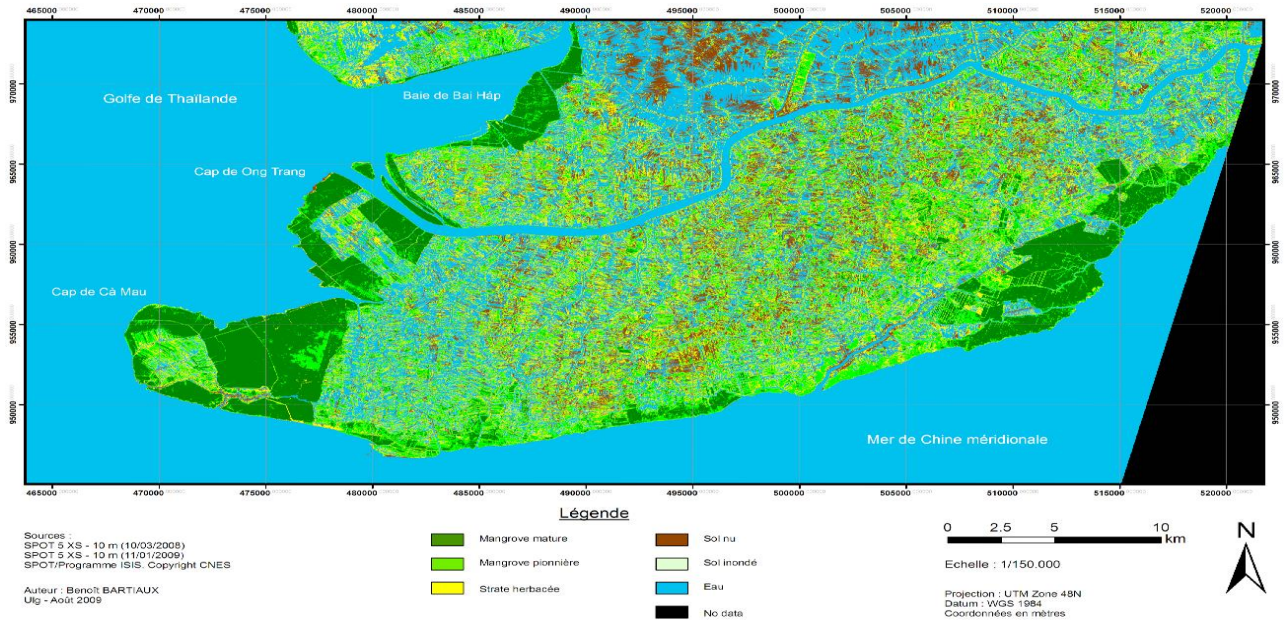


Land use in 1989



43

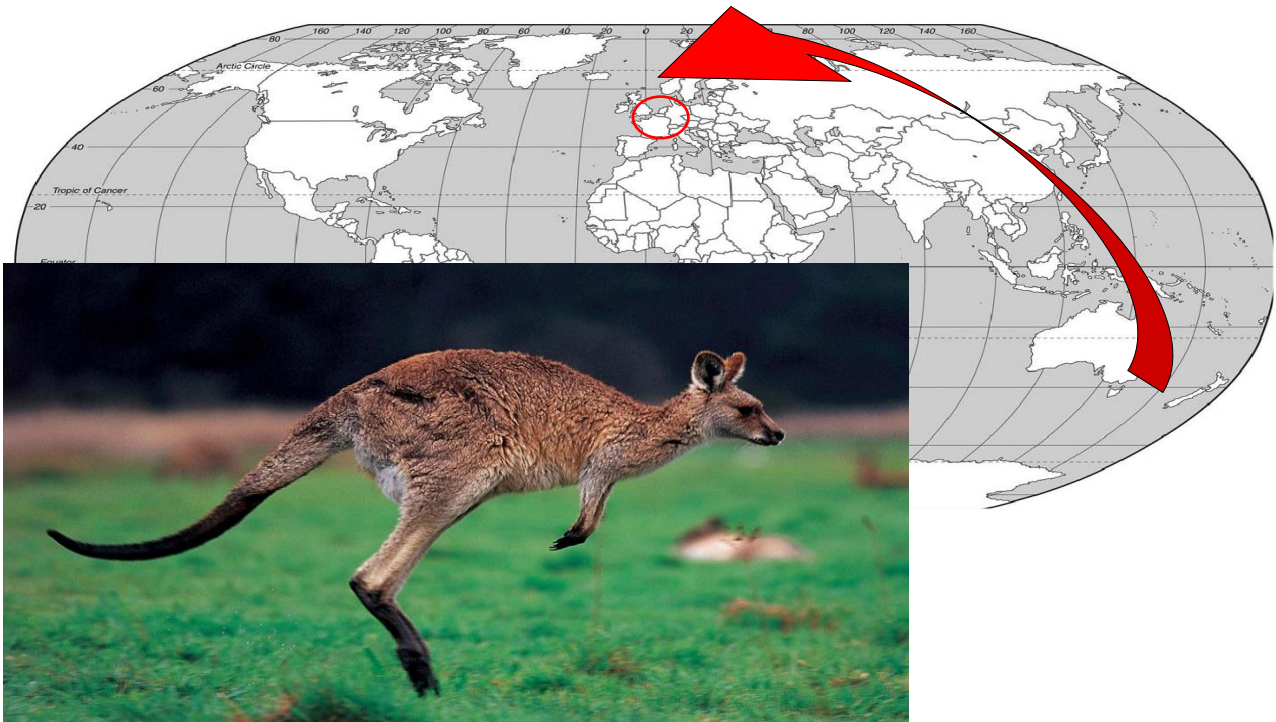
Land use in 2009



44

# Plat de consistance

45

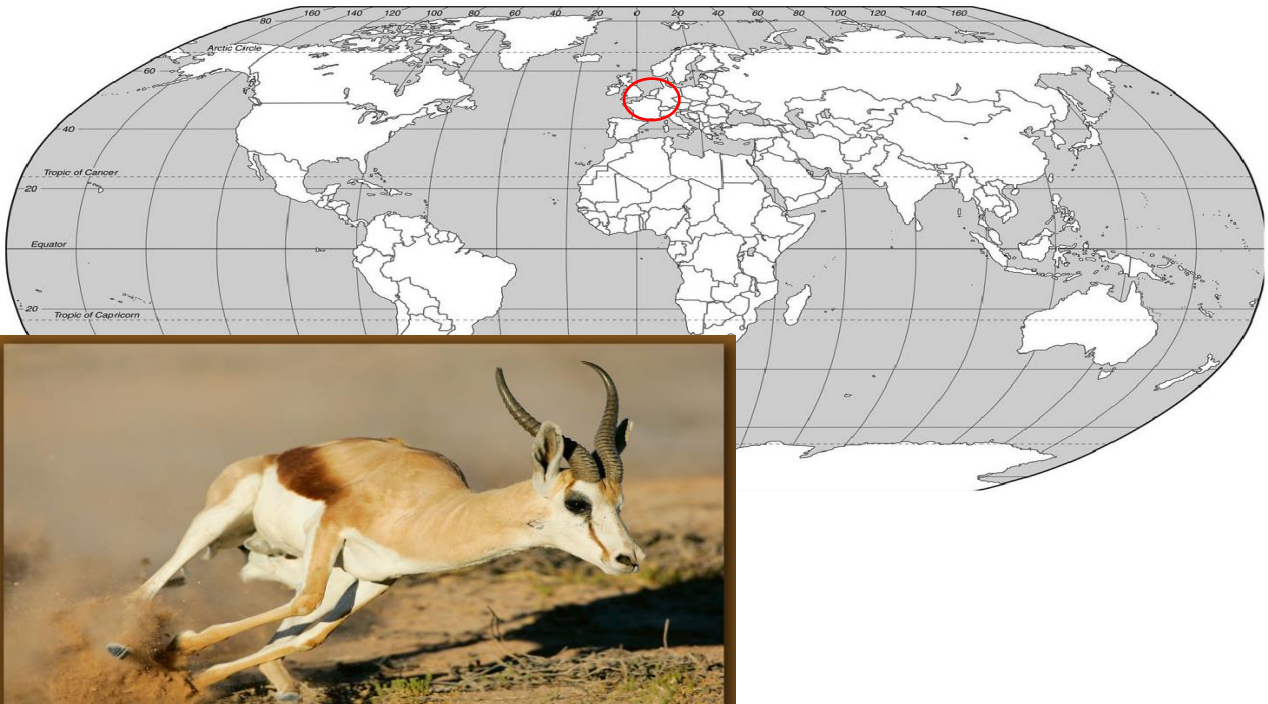


46

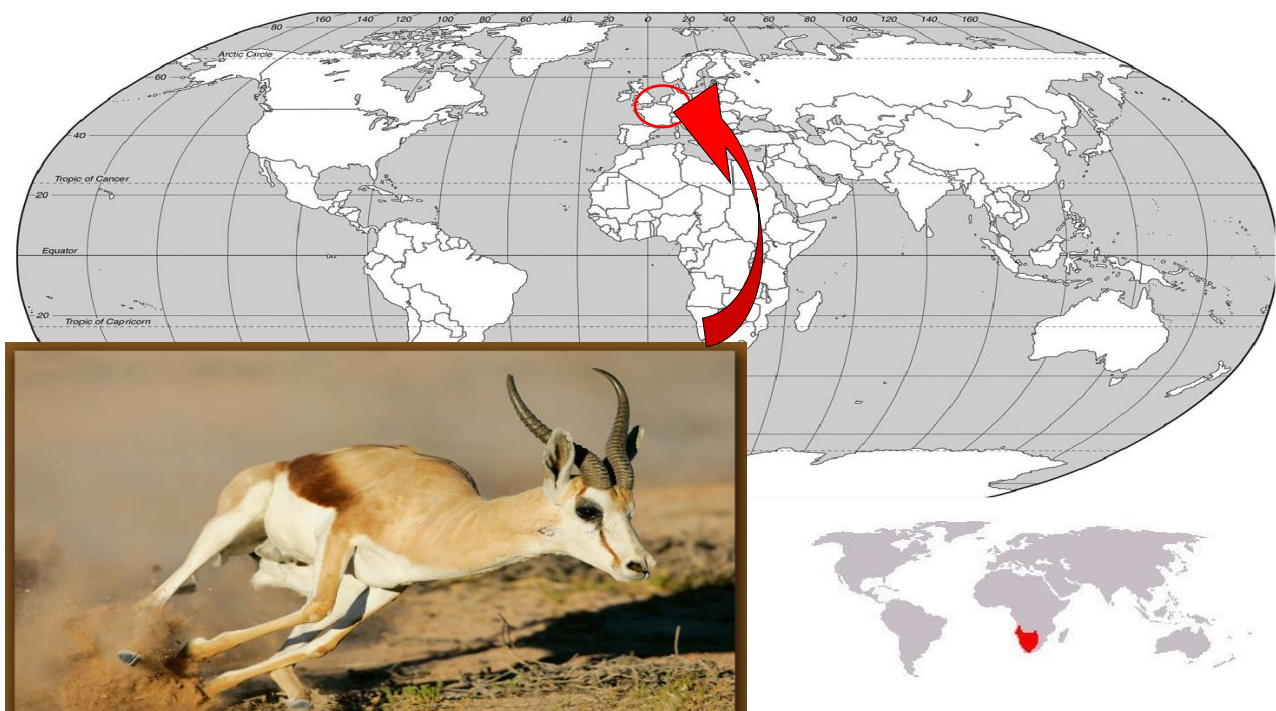




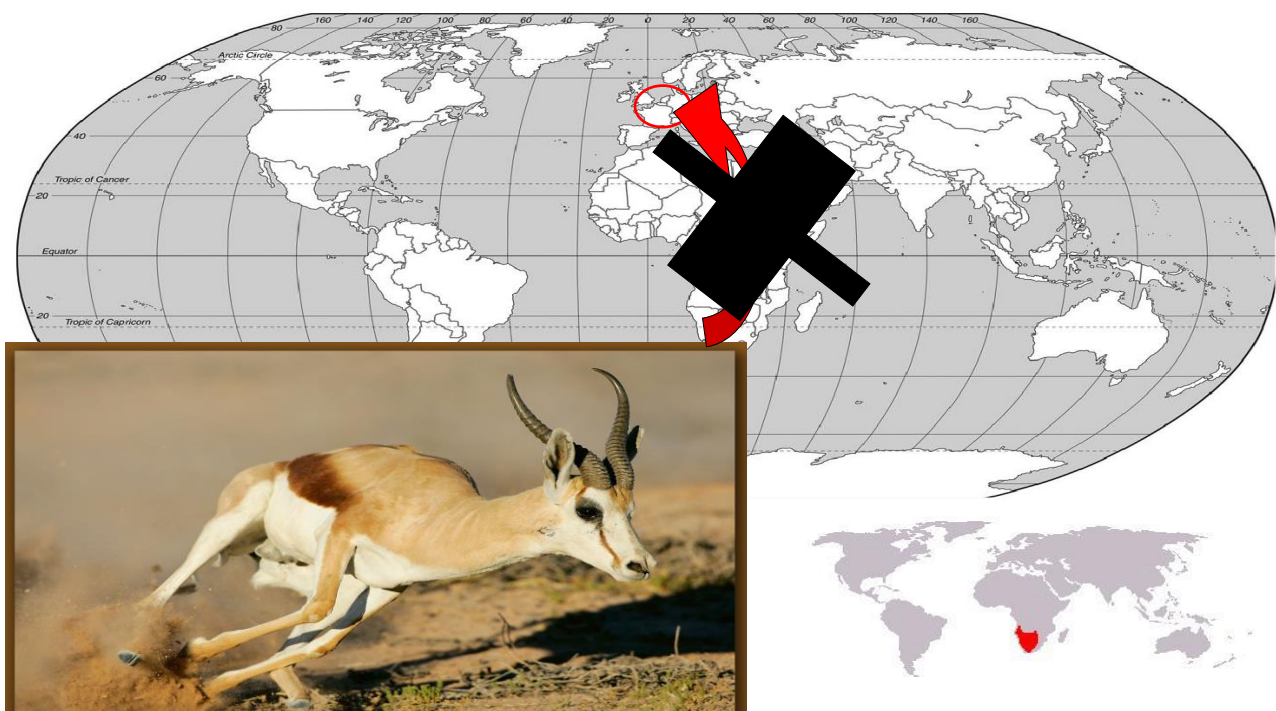
47



48

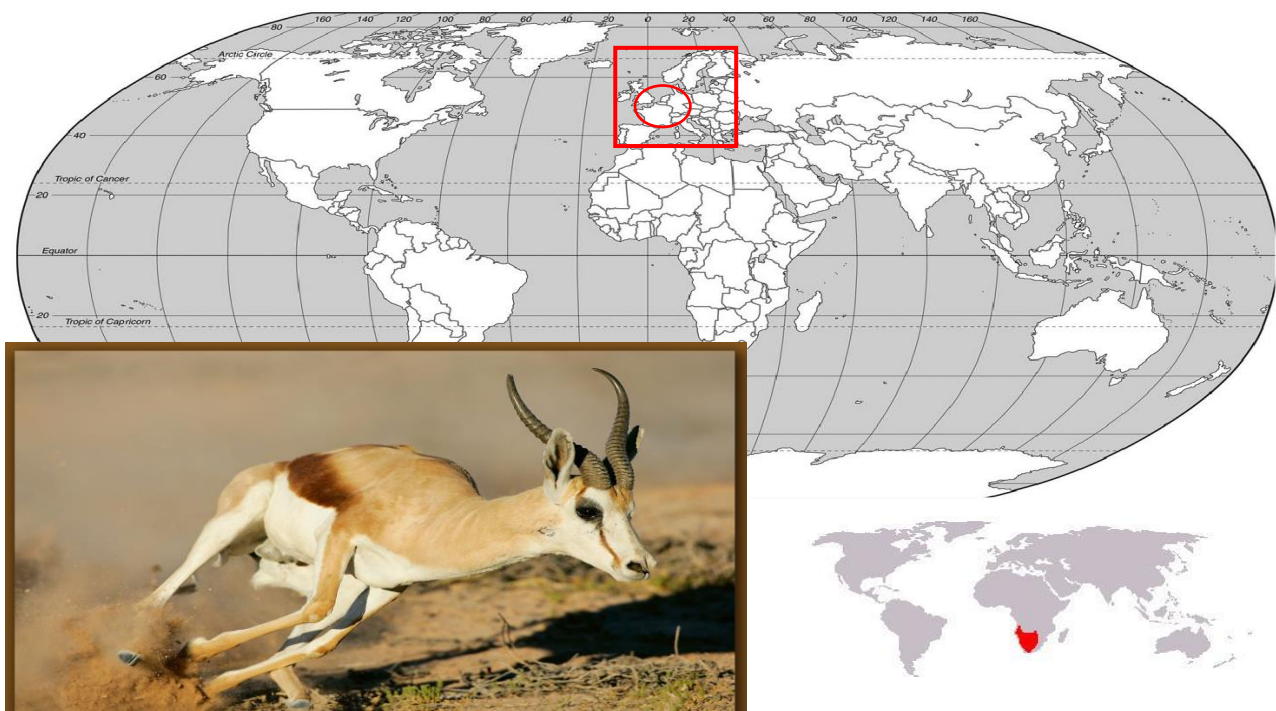


49

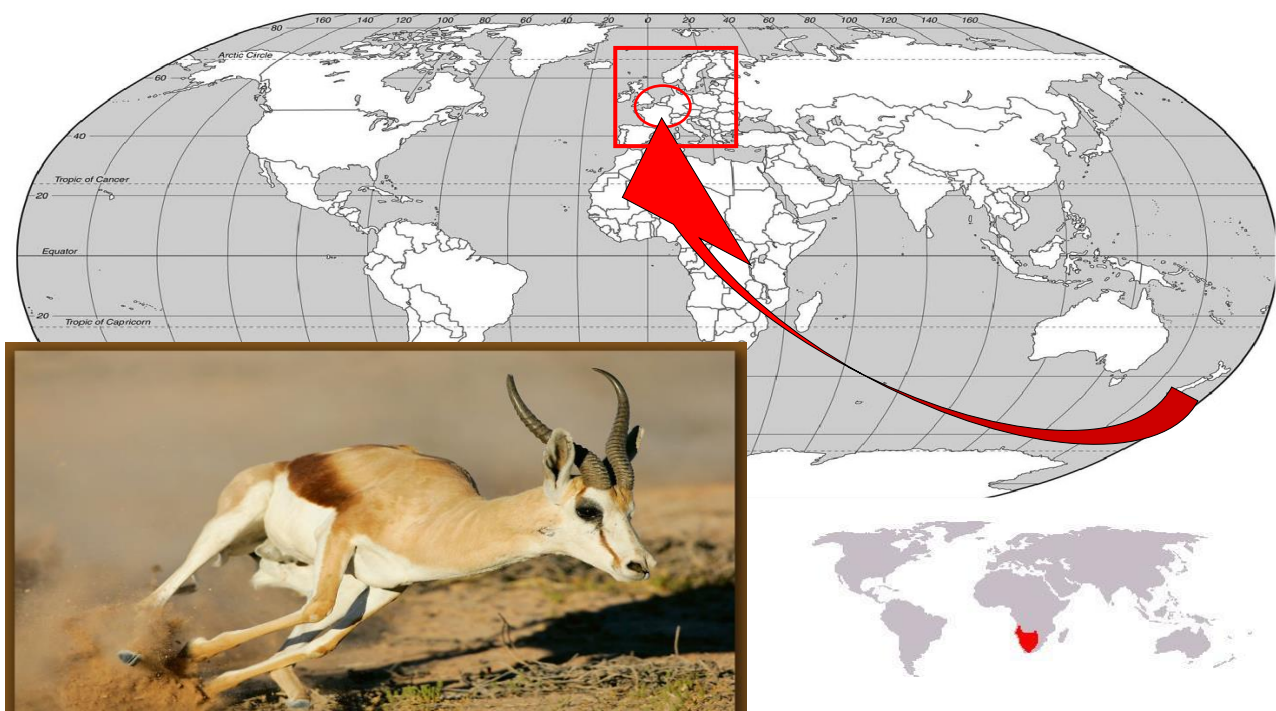


50





51



52



€44<sup>99</sup>  
Gain : € 5

**€39<sup>99</sup>**

**Filet de springbok**  
origine: Europe et Nouvelle-Zélande

Tropic of Capricorn

Le kilo



53



€44<sup>99</sup>  
Gain : € 5

**€39<sup>99</sup>**

**Filet de springbok**  
origine: Europe et Nouvelle-Zélande

Tropic of Capricorn

Le kilo



**Carrefour**  
La magie des fêtes

Du mercredi 16 décembre au samedi 26 décembre 2009





54





**Carrefour**  
La magie des fêtes



# Top affaire!



**€11.99**  
GAIN: €5.40

# 6.59

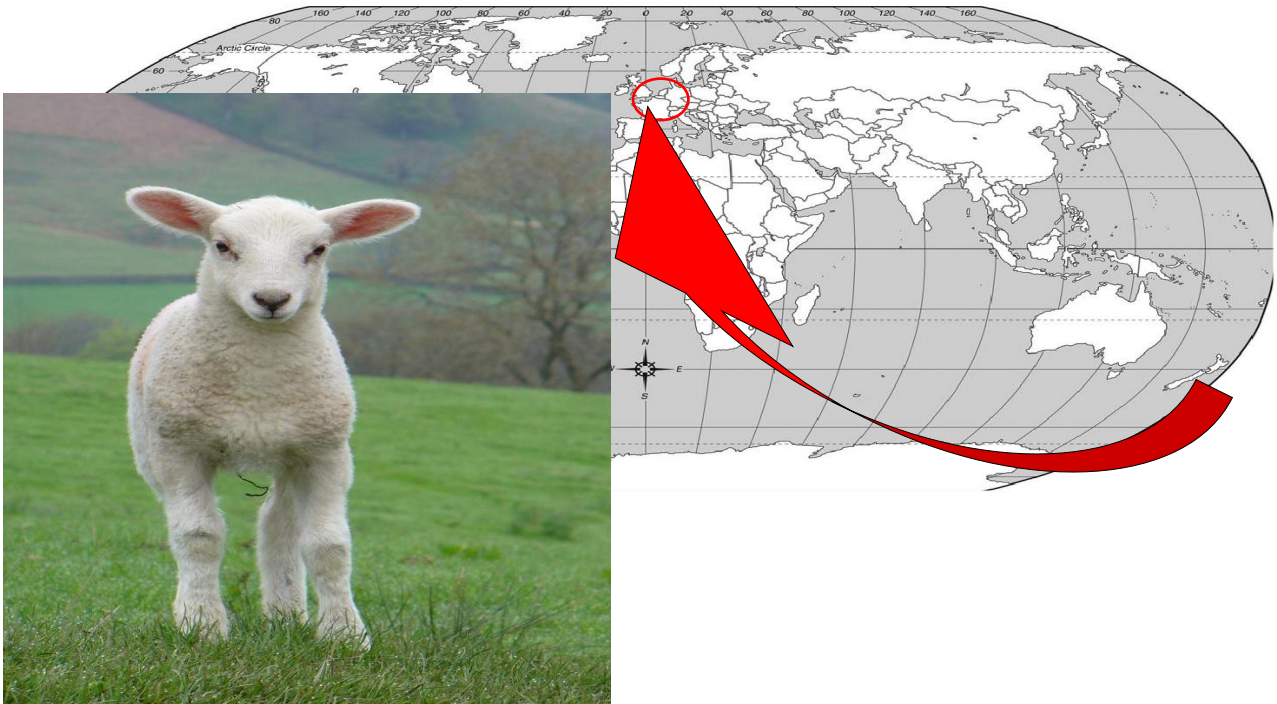
€

**Lekilo**

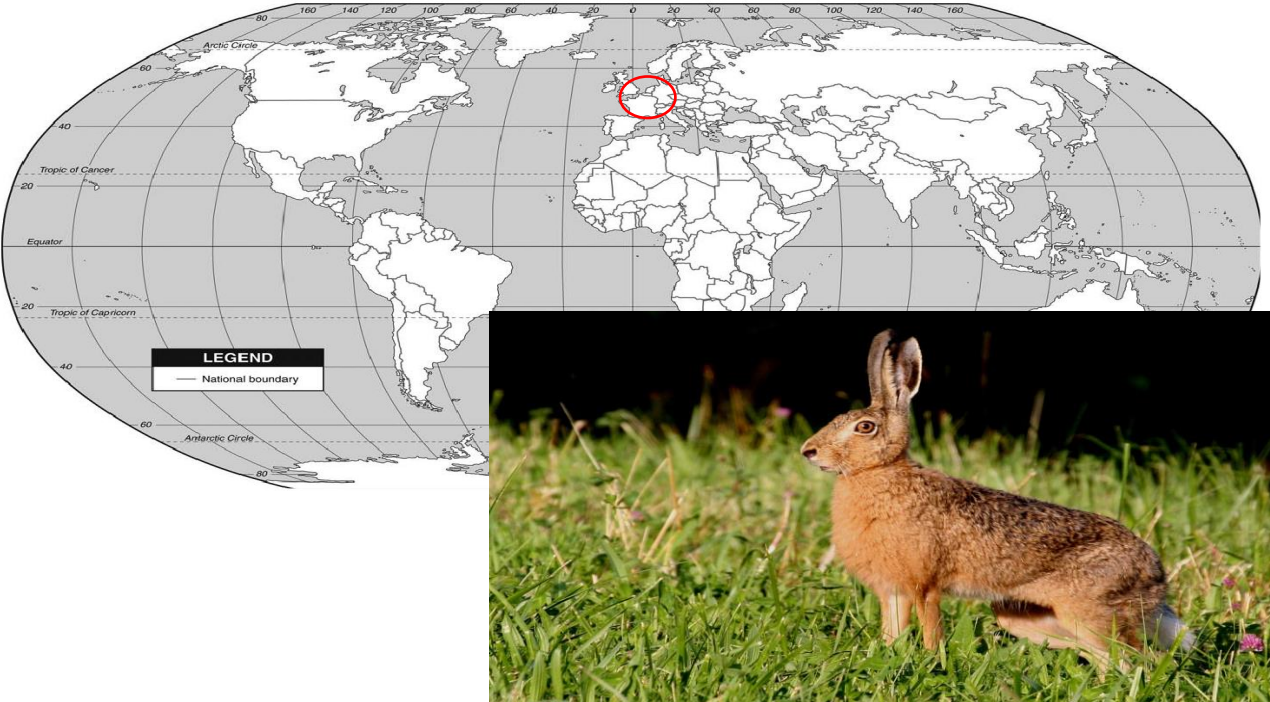
**Gigot d'agneau avec os**  
origine: Nouvelle-Zélande et Australie

2 Valable dans tous les Carrefour Hyper du **16 décembre au 26 décembre '09**

55



56



57



58



The collage includes a world map with a red arrow pointing from North America to Europe. Below the map is a Carrefour advertisement with the text "Carrefour La magie des fêtes" and a woman's face. To the right is a product shot of a rabbit loin (Râble de lièvre) with the text "origine: Amérique du sud" and a price tag showing a reduction from €22.49 to €15.49, with a gain of €7.

Carrefour  
La magie des fêtes

Râble de lièvre  
origine: Amérique du sud

€22<sup>49</sup>  
Gain: € 7  
€15<sup>49</sup>

59

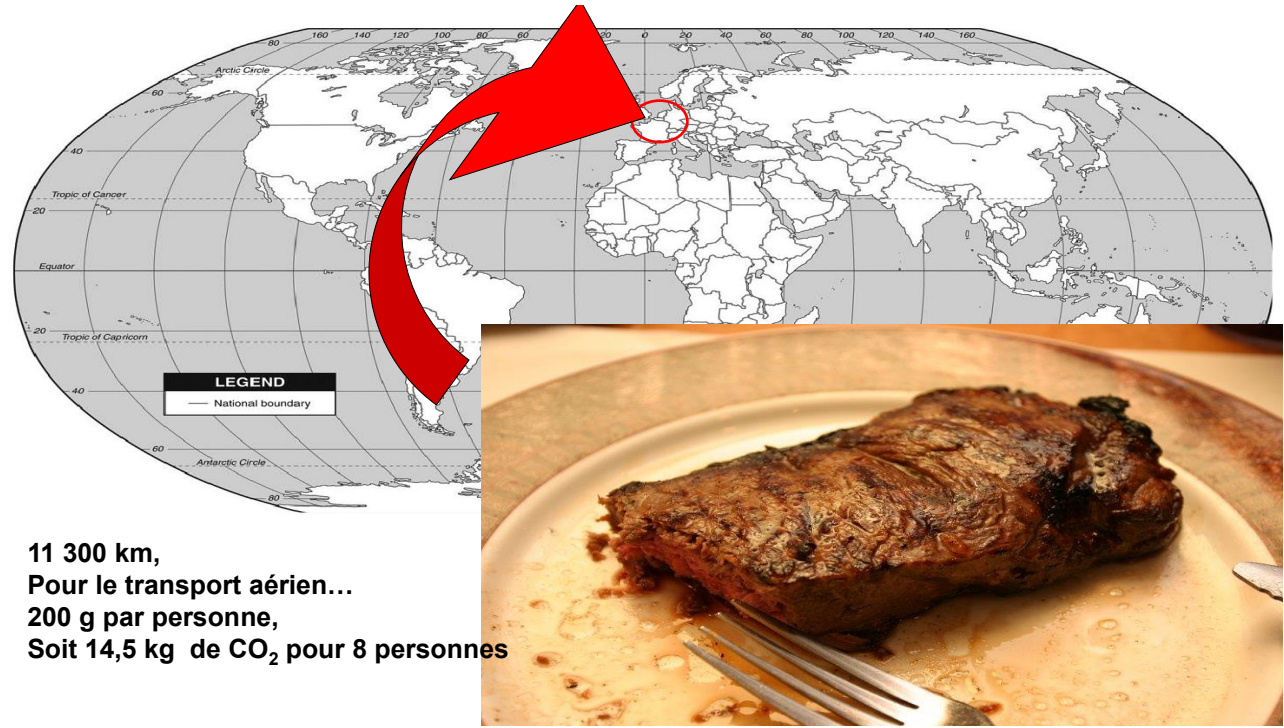
The collage includes a world map with a red arrow pointing from North America to Europe. Below the map is a Carrefour advertisement with the text "Carrefour La magie des fêtes" and a woman's face. To the left is a photograph of a deer standing in a field.

Carrefour  
La magie des fêtes

60

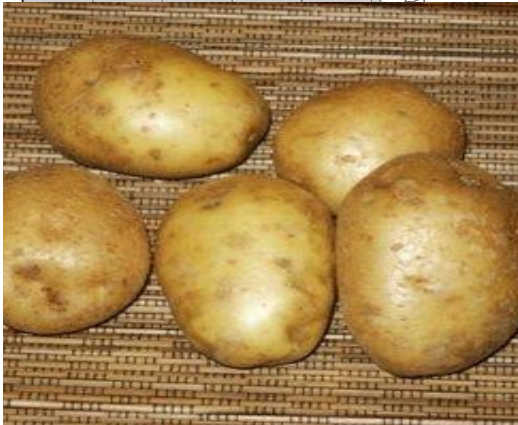
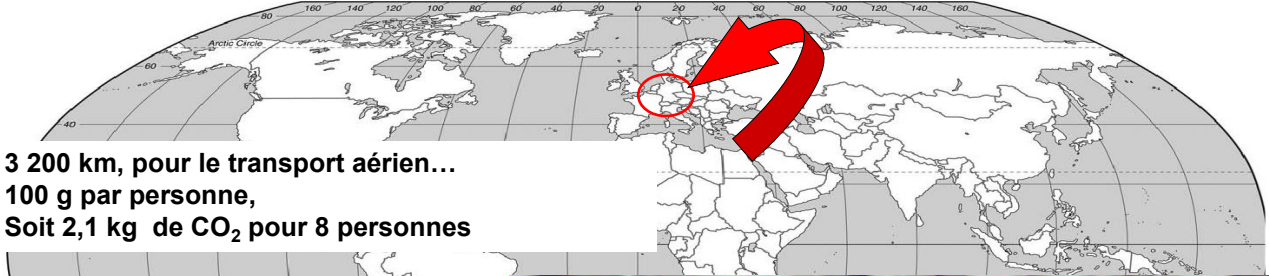


61

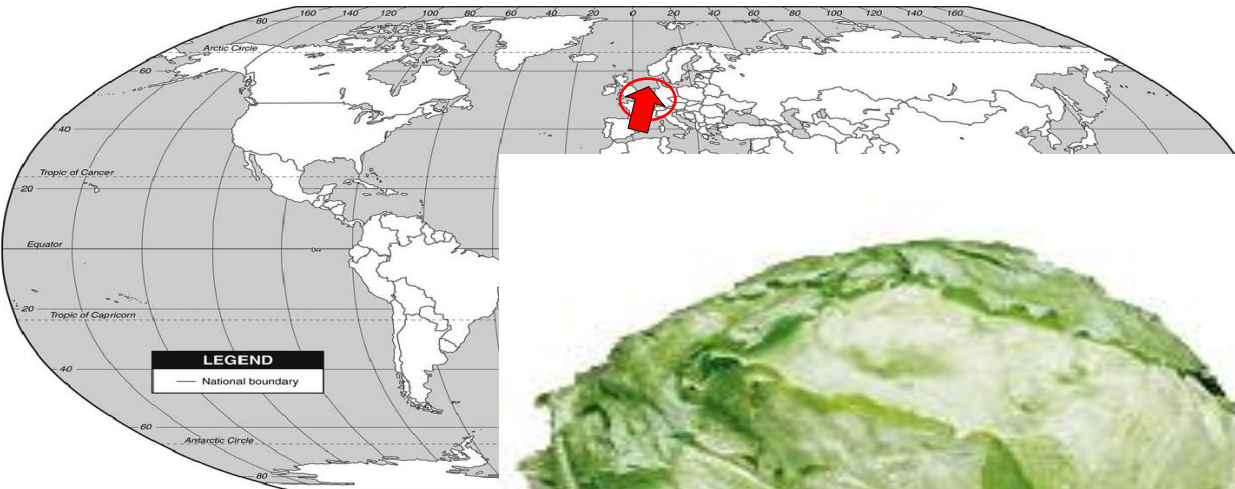


62





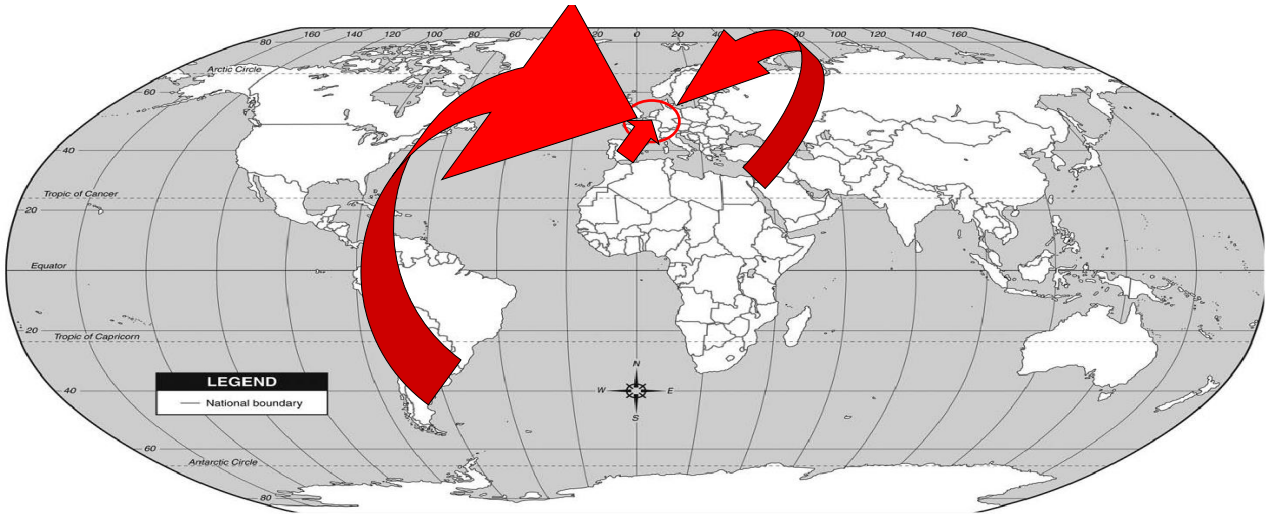
63



1 500 km,  
Pour le transport terrestre...  
100 g par personne,  
Soit 0,2 kg de CO<sub>2</sub> pour 8 personnes

64





PLAT PRINCIPAL :  
16 000 km cumulés: 16,9 kg de CO<sub>2</sub>

65

**Dessert**

**Salade  
de fruits**

66

**Vos fêtes moins chères, c'est notre cadeau!**

*Les fruits*

- 1 Poire nashi  
origine: Chine du Sud  
**€0.99**  
La pièce
- 2 Melon charentais  
origine: Israël  
**€1.99**  
La pièce
- 3 Mangue  
origine: Brésil  
**€1.29**  
La pièce
- 4 Fruits de la passion  
soit le prix promo au kg: € 9.99  
**€2.29**  
250 g
- 5 Fraises  
soit le prix promo au kg: € 9.99  
**€2.49**  
Le panier 200 g
- 6 Ananas Gold  
origine: Amérique centrale  
ca. 7-8 kg  
**€1.29**  
Le kilo

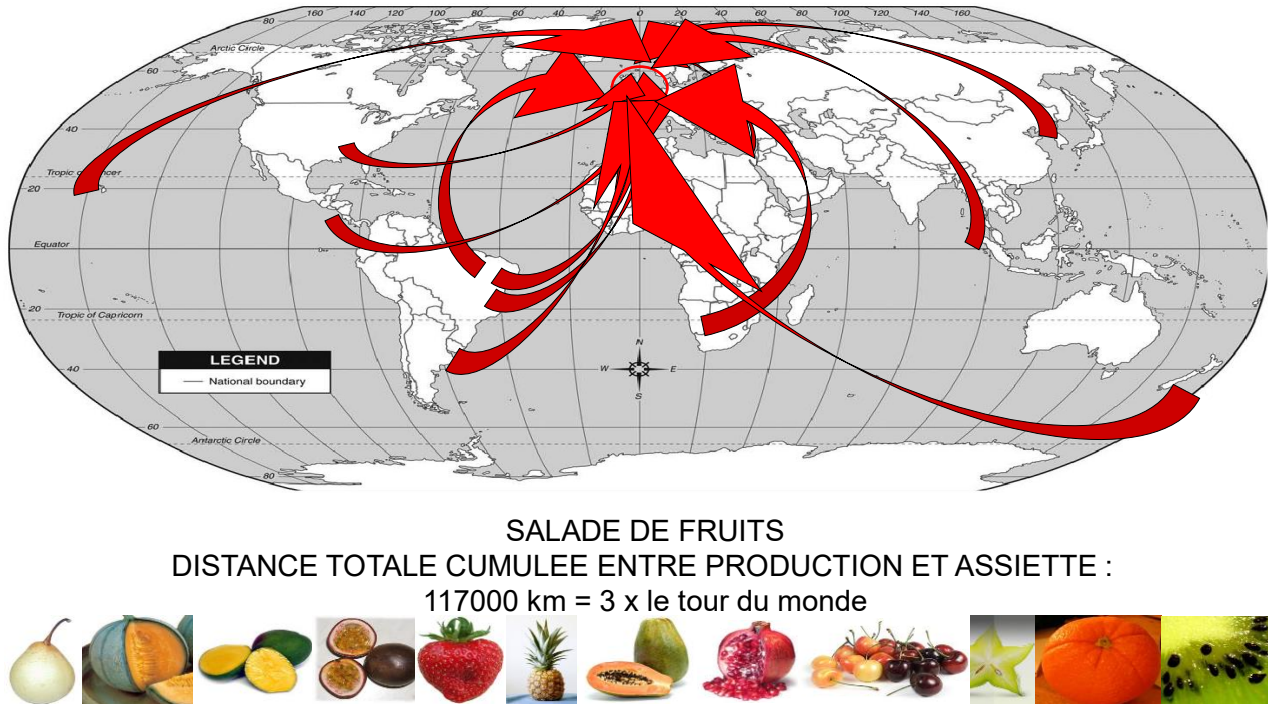
*Les fruits*

- 7 Papaye  
origine: Brésil  
**€0.99**  
La pièce
- 8 Grenade  
origine: U.S.A.  
**€1.29**  
La pièce
- 9 Cerises  
origine: Algérie  
origine: Espagne  
**€9.69**  
La pièce
- 10 Salade de fruits  
**€4.49**  
1 kg
- 11 Figue fraîche  
origine: Israël  
**€0.59**  
La pièce
- 12 Caramboles  
origine: Malaisie  
**€2.79**  
Les 2 pièces

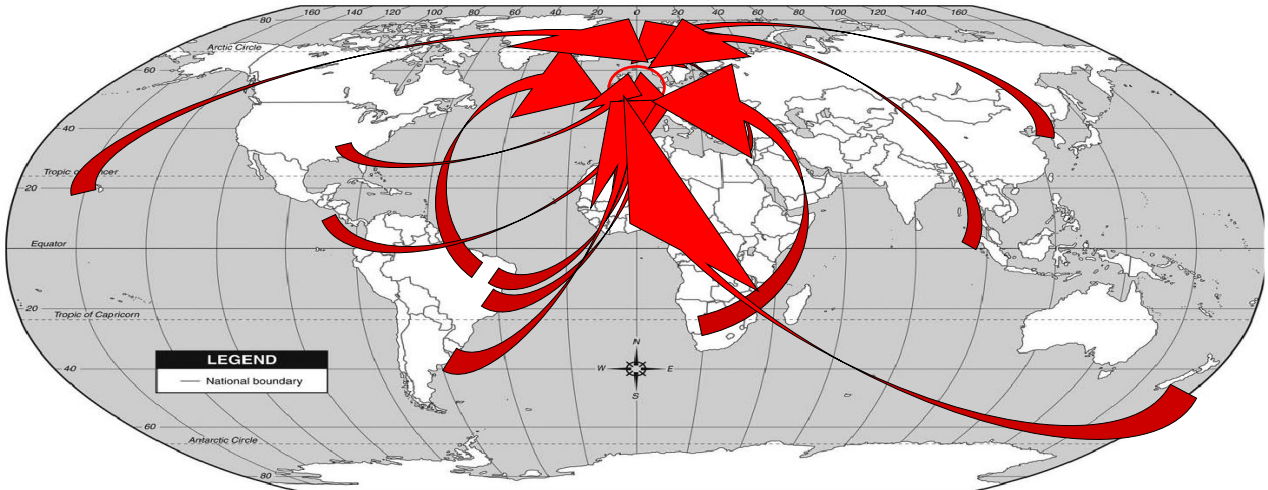
20 Carrefour Retrouvez nos offres Happy Days sur [www.hypercarrefour.be](http://www.hypercarrefour.be)

Carrefour Et tout devient possible 21

67



68



**SALADE DE FRUITS**  
**CHAQUE FRUIT = 100 g, soit une salade de fruits de 1200 g :**  
**9,3 kg de CO<sub>2</sub>**



69

**Entrée - plat - dessert:**  
**5,4 kg de nourriture**  
**ou**  
**163 000 km**  
**ou**  
**38,2 kg de CO<sub>2</sub>**

70











75



76



77

## IDEE N°2

... et pourquoi pas aussi un logo indiquant le mode de transport utilisé!

78



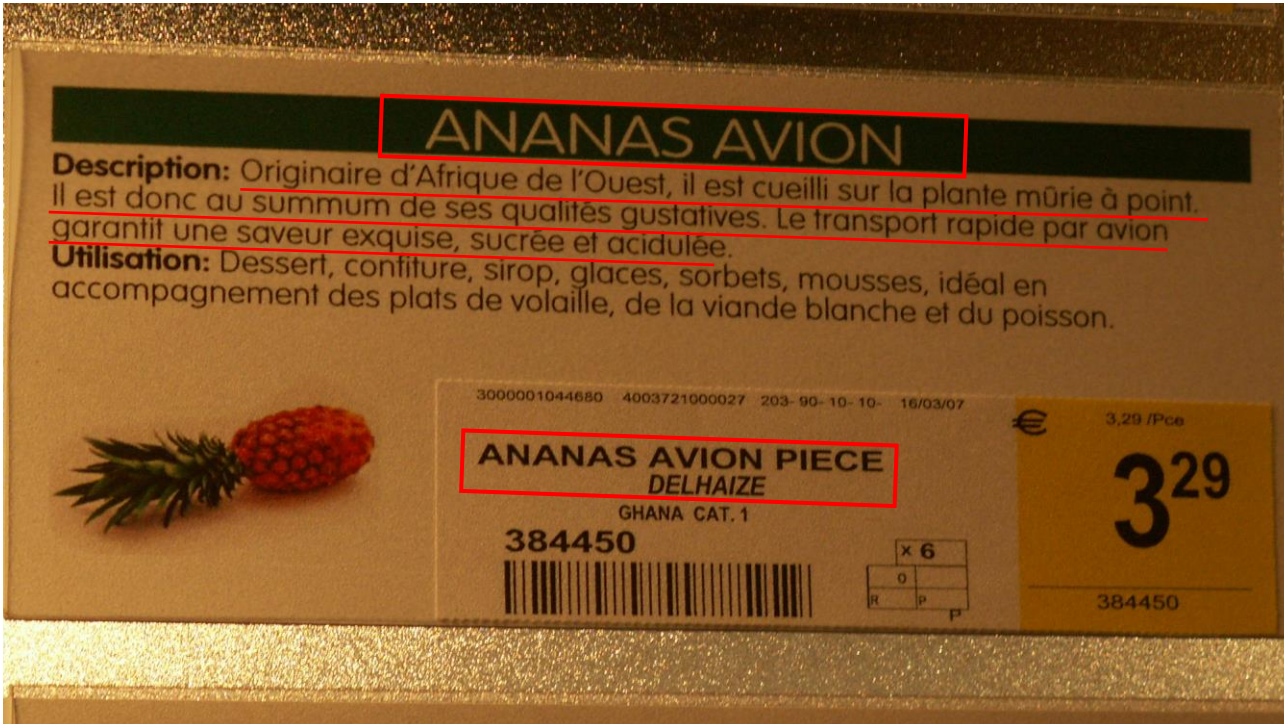


79



80





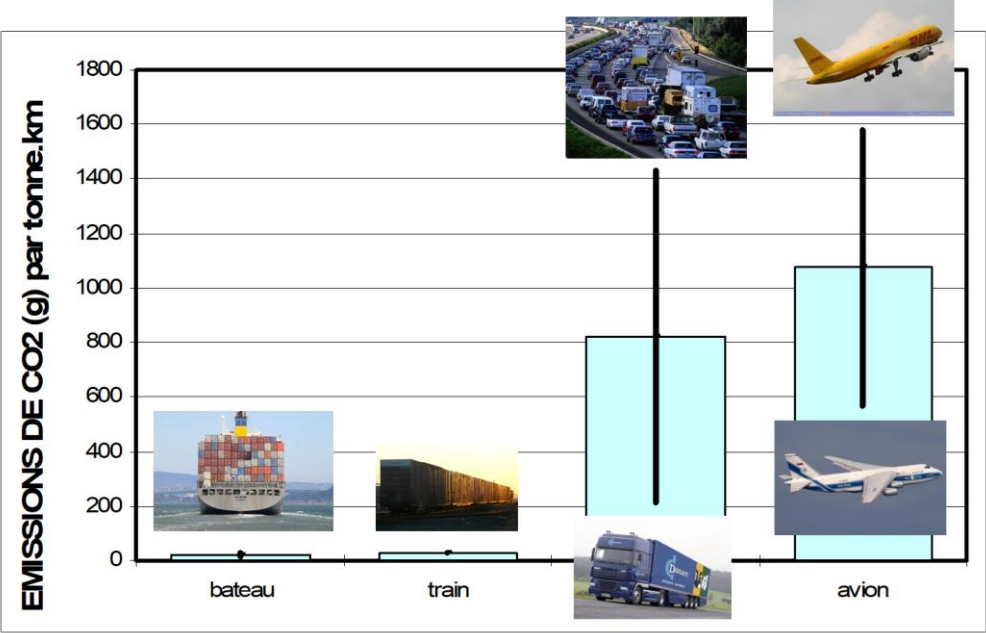
81



82



# Coût CO<sub>2</sub> des transports



83

# En Suisse... Cela évolue...



84

# **ACTE II**

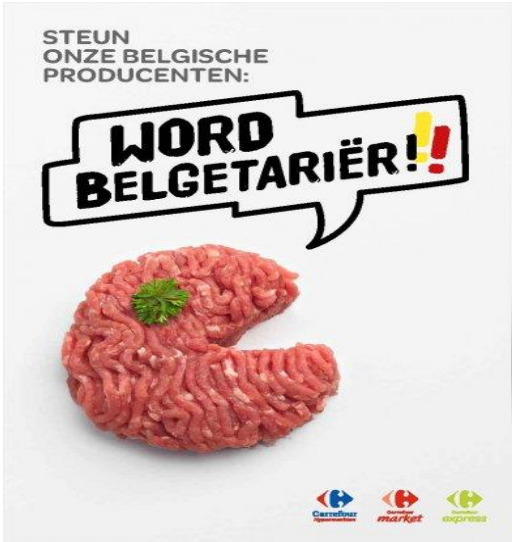
## **Février 2015**

85

**Heureusement  
qu'il y a**



86



87



88

simply

OFFERT PAR VOTRE  
Carrefour  
market

FÉVRIER 2015

Des plats  
qui réchauffent  
LE CŒUR et le corps



Moments  
chaleureux

35 recettes

LE FOUR: NOTRE ALLIÉ GAIN DE TEMPS

LES AGRUMES COLORENT NOS ASSIETTES

SOUTENONS  
LES PRODUCTEURS  
BELGES :

DEVENONS  
BELGÉTARIENS!!



AVEC LA VIANDE DE BOEUF  
CARREFOUR 100% BELGE

Etre belge(tarien) ça n'est pas que manger  
des fruits et légumes belges. C'est aussi  
sentir la bonne viande de chez nous.  
Comme le boeuf tendre et savoureux  
que vous trouvez dans votre magasin  
Carrefour. Steak, roastbeef, hamburger,  
carbonnade... toute notre viande de boeuf  
provient exclusivement d'éleveurs locaux  
(hors assortiment boeuf du monde). Bon  
appétit, les belge(tariens) !

Retrouver les produits  
belges en rayon grâce à  
ce logo



REJOIGNEZ-NOUS SUR  
WWW.BELGETARIEN.BE



89

www.carrefour.eu/fr/belgetarien

Hypermarchés Market Express Drive.be Nos autres sites

Carrefour Bonus Card My Carrefour Contact



LES PRODUITS BELGÉTARIENS DE SAISON → Le meilleur des produits belges du moment !

FRUITS ET LÉGUMES

VIANDES

CRÈMERIE

AUTRES



Boeuf

Que les amoureux de bonne viande, bien de chez nous, découvrent : notre viande de boeuf est 100% belge. Qualité et fraîcheur garantis !



Porc

Plus de 99 % de la viande de porc vendue par Carrefour est d'origine belge. Alors rôti, mariné, braisé : succombez à ses saveurs bien de



Saucisses et boudins

Produites à base de viande de boeuf et de porc 100% belge\*, préparées très rapidement après l'abattage, nos savoureuses saucisses sont



Jambon

D'Ardenne, magistral,...issus de morceaux nobles, préparés selon des recettes traditionnelles, ni trop gras, ni trop salés, nos jambons

90

45



Les 6 jours du marché

Valable du mercredi 20 mai au lundi 25 mai '15

 <div>- 2,84€ 9€</div>	 <div>- 3,89€ 6€</div>	 <div>- 1€ 2€</div>
 <div>- 5,29€ 12€</div>	 <div>- 5,69€ 28€</div>	 <div>- 3,95€ 13€</div>
 <div>- 3,89€ 13€</div>	 <div>- 3,89€ 14€</div>	 <div>- 1,79€ 6€</div>
 <div>- 3,50€ 8€</div>	 <div>- 2€ 1€</div>	 <div>- 1,79€ 3€</div>
 <div>- 3,30€ 3€</div>	 <div>- 1,30€ 1€</div>	 <div>- 3€ 3€</div>
 <div>- 2€ 2€</div>	 <div>- 1,30€ 1€</div>	 <div>- 3€ 3€</div>

Carrefour

Les prix bas, le plaisir en plus

91

Les 6 jours du marché

Valable du mercredi 20 mai au lundi 25 mai '15

 <div>- 2,84€ 9€</div>	 <div>- 3,89€ 6€</div>	 <div>- 1€ 2€</div>
 <div>- 5,29€ 12€</div>	 <div>- 5,69€ 28€</div>	 <div>- 3,95€ 13€</div>
 <div>- 3,89€ 13€</div>	 <div>- 3,89€ 14€</div>	 <div>- 1,79€ 6€</div>
 <div>- 3,50€ 8€</div>	 <div>- 2€ 1€</div>	 <div>- 1,79€ 3€</div>
 <div>- 3,30€ 3€</div>	 <div>- 1,30€ 1€</div>	 <div>- 3€ 3€</div>
 <div>- 2€ 2€</div>	 <div>- 1,30€ 1€</div>	 <div>- 3€ 3€</div>

Carrefour

Les prix bas, le plaisir en plus



- 8,69€

36,69€

28€

Le kilo

Contre-filet argentin  
origine : Argentine

92



93



**BIENVENUE**  
sur le site du groupe Carrefour

Les sites du Groupe

Rechercher

FrEn

Actionnaire

Journaliste

Client

Fondation

Groupe

Nos Activités

Nos engagements

Recrutement & Carrières

Finance

Accueil / Nos engagements / Climat 2015

**NOS ENGAGEMENTS**

> Responsabilité Sociétale

> Climat 2015

La lutte contre le gaspillage

Protéger la biodiversité

> Des magasins économes et durables

> Promouvoir la consommation responsable

> Etre un employeur responsable

> Tous solidaires

> Le panorama RSE

### Climat 2015

Toutes les initiatives de Carrefour pour agir positivement sur la préservation du climat.



Notre conviction est que les solutions viennent des entreprises et de leur capacité à démultiplier les innovations. La dimension internationale du groupe Carrefour est une chance de déployer à grande échelle les solutions concrètes de ses collaborateurs et de ses fournisseurs.

Préserver les ressources naturelles pour servir des produits de qualité à nos clients, c'est la politique RSE du Groupe Carrefour qui agit et investit pour limiter son impact environnemental. Portée par des femmes et des hommes impliqués, celle-ci comporte trois piliers forts : la lutte contre toutes les formes

94

# ACTE III

## Février 2019

95



96





97

En rayon, des légumes «belges» qui sont en réalité importés

MIS EN LIGNE LE 20/03/2019 À 17:31 - PAR ANNE-CÉCILE KIRRY (ST)



Un drapeau belge pour vendre du maïs sénégalais : ce qui est présenté comme provenant du pays ne l'est pas toujours...



98



99



100

# ACTE IV

## Mars 2021

101

Mars 2021



Carrefour Crevettes Roses  
Jumbo 100 g



2, 59 €/pc

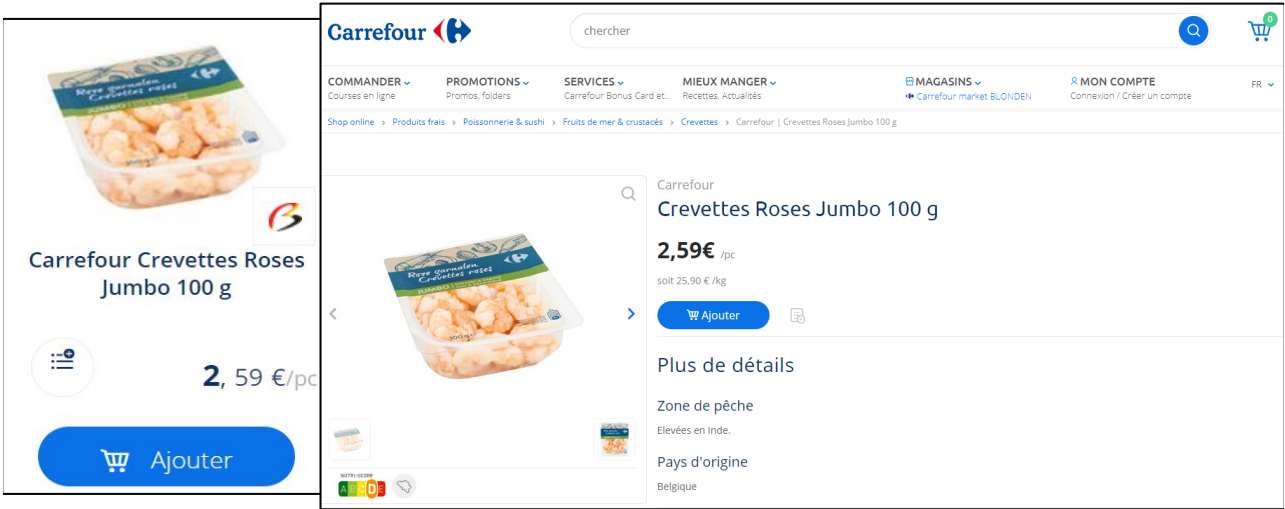


Ajouter

102



# Mars 2021



103



## PRIVILÉGIER L'ORIGINE BELGE DE NOS PRODUITS

Carrefour donne la priorité aux producteurs belges afin de soutenir l'économie locale, réduire l'impact environnemental et garantir des produits de qualité.

104

 **ACT FOR FOOD**  
par Carrefour

[Nos actions](#) [Pourquoi agir ?](#) [Nos engagements](#)

**PARTAGER**



**C'est important de soutenir à ce point les produits belges ?**

Oui. Et nous sommes fiers de renforcer chaque jour un peu plus notre collaboration avec les producteurs belges :


- Depuis 2012, nous avons ouverts nos rayons à 728 petits producteurs locaux qui ont difficilement accès à la grande distribution.
- Nous avons lancé la campagne "Belgétarien" en 2014 pour aider le consommateur à manger belge.
- Nous soutenons depuis leur lancement les laits équitables belges Fairebel, Bande des Félaits et C'est qui le patron.

**100%**  
des œufs Carrefour sont belges

**95%**  
du lait Carrefour est belge




**95%**  
de la viande Carrefour est belge

105

 **ACT FOR FOOD**  
par Carrefour

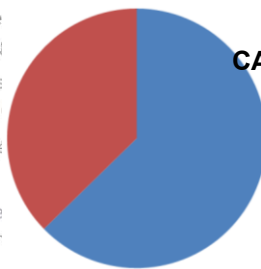
[Nos actions](#) [Pourquoi agir ?](#) [Nos engagements](#)

**PARTAGER**





**Carrefour**  
**Bio 6 Oeufs Frais M**  
**1,79€ /pc**  
[Ajouter](#)  
[Plus de détails](#)  
Style de vie  
Biologique  
Pays d'origine  
France


**e point les produits belges ?**




**VIANDE CARREFOUR**  
■ Belgique  
■ Autres



**FAUX !**  
**100%**  
des œufs Carrefour sont belges



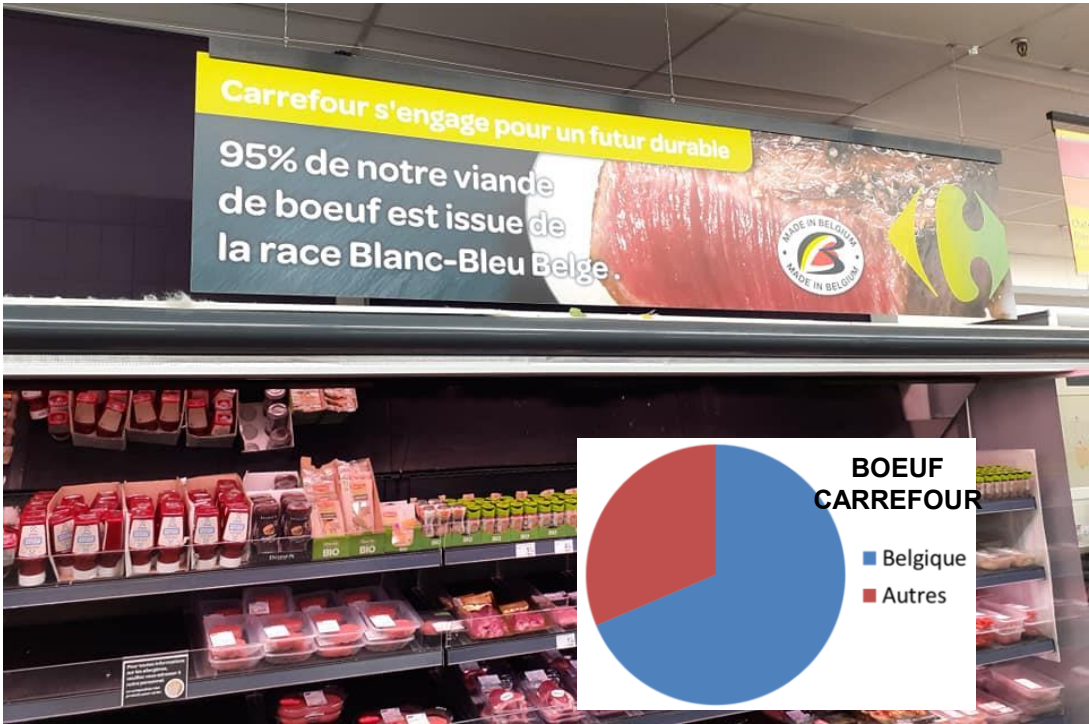
**FAUX !**  
**95%**  
du lait Carrefour est belge



**FAUX !**  
**95%**  
de la viande Carrefour est belge  
**62,7% !**

106

53



107



108







Filet de Sébaste



19,95 €/kg

Ajouter

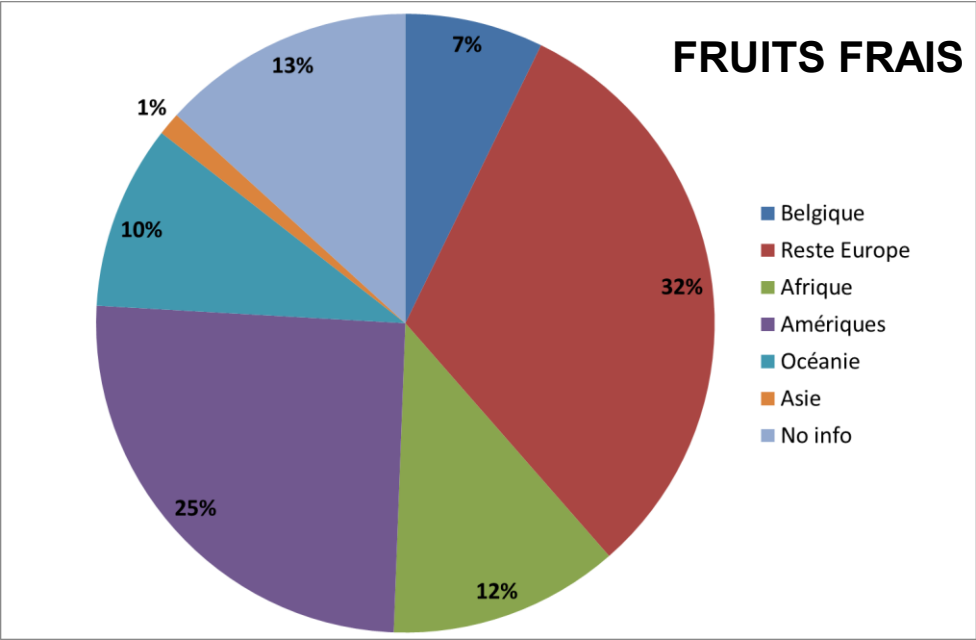


111

Baptiste Van Outryve, directeur de la communication de Carrefour

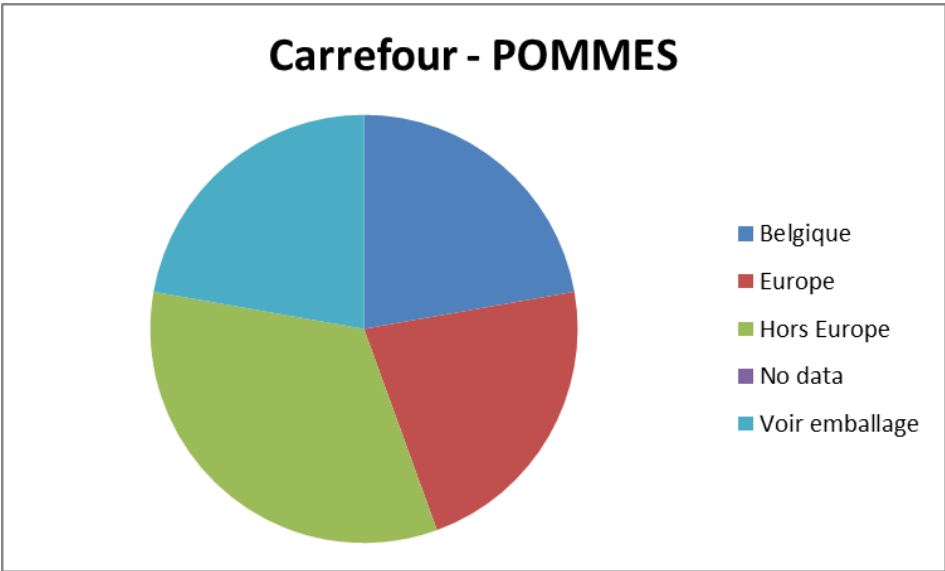
« 95 % des fruits et légumes de saison sont produits en Belgique. »  
(Le Soir, 20/03/2019)

112



Ozer,  
2021

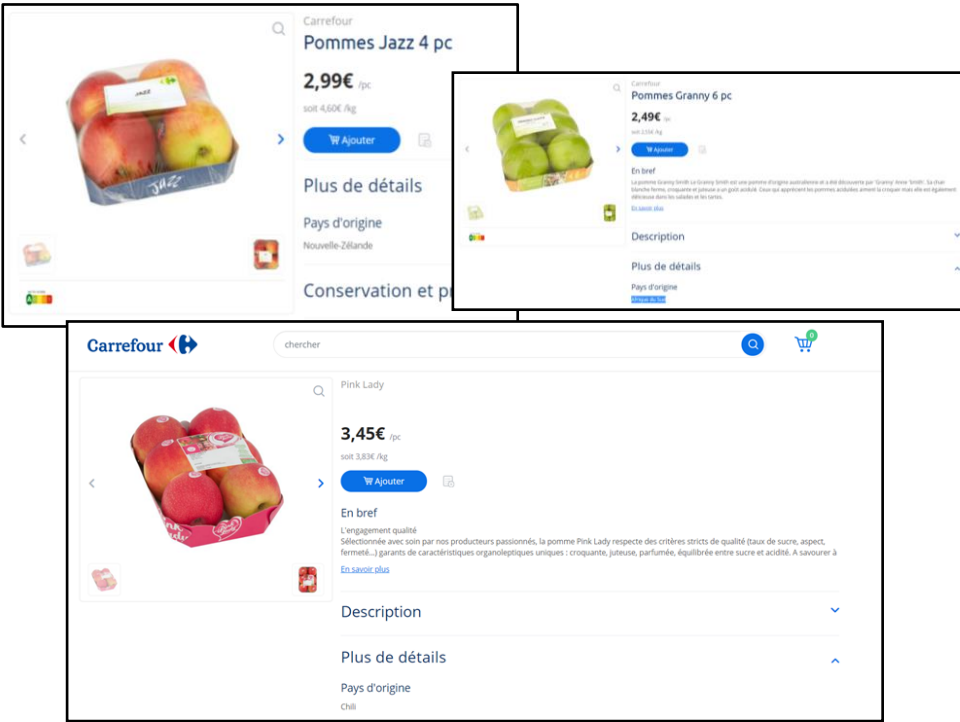
113



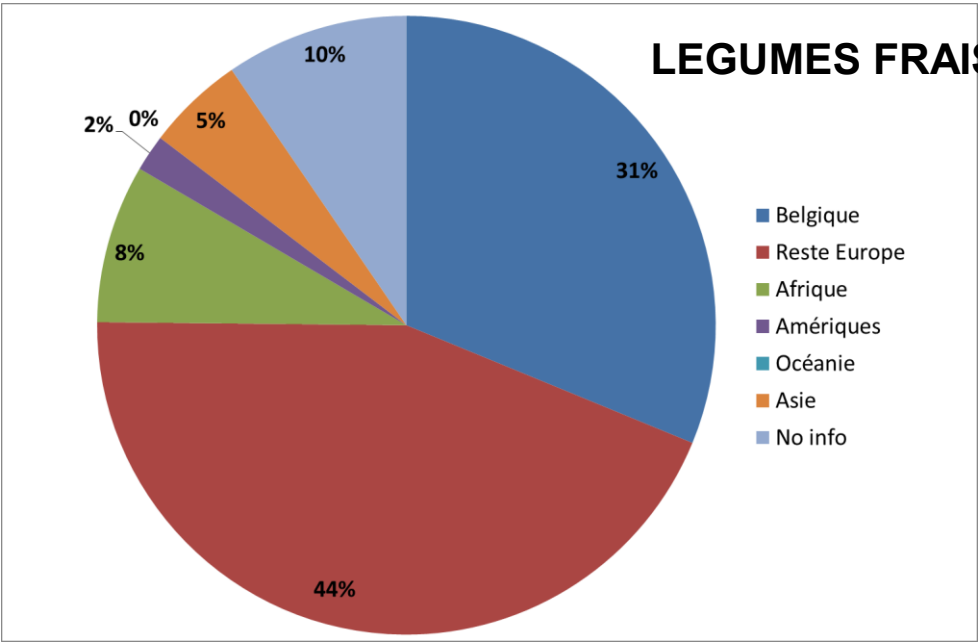
Ozer,  
2021

114





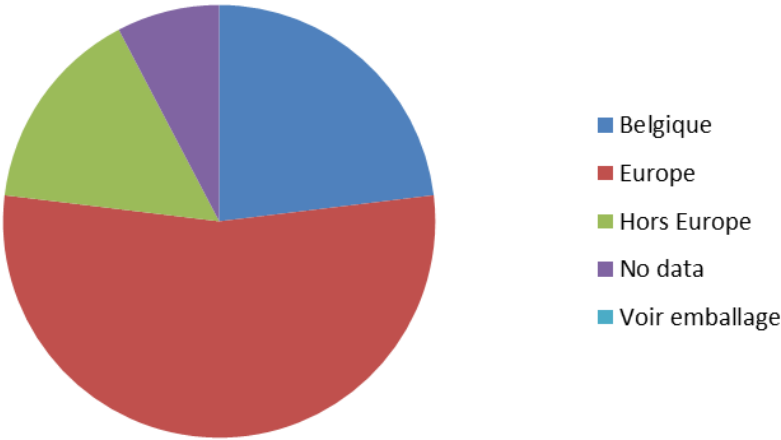
115



116

Ozer, 2021

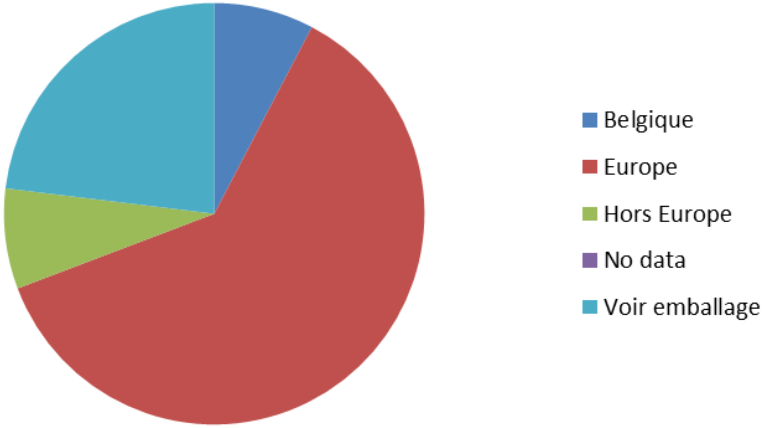
**Carrefour - POMMES DE TERRE**



Ozer,  
2021

117

**Carrefour - OIGNONS & ECHALOTES**



Ozer,  
2021

118

# ACTE V

## Octobre 2021

119



**Vos produits locaux**  
sont chez Carrefour.

Producteurs à 40km maximum.

[En savoir plus](#)

120





122



Carrefour  
Filet de Loup de Mer

Max. **5,20€**

La pièce  
±200g — 25,99€/kg

Commander

[En savoir plus](#)

Plus de détails

- Zone de pêche  
Pêché en Eaux Islandaises et féroïennes
- Méthode de pêche  
Pêché par sennes, chaluts ou hameçons et lignes.
- Pays d'origine  
Congo (République démocratique du)

123



Carrefour  
Crevettes Roses Jumbo 100 g

**2,75€**

La pièce  
27,5€/kg

Commander

[En savoir plus](#)

Plus de détails

- Zone de pêche  
Elevées en Inde.
- Pays d'origine  
Belgique

124



# Les caractéristiques du système alimentaire agroindustriel

- **Intensif** (terre, eau, énergie, intrants mécaniques, chimiques et génétiques)
- **Spécialisé** (9 grandes cultures pour 85%, production animale et végétale hors sol)
- **Concentré** (firmes globales)
- **Mondialisé** (filières longues, délocalisations)
- **Financiarisé** (fonds d'investissements)

127

Illustration de la concentration, de la spécialisation, de la mondialisation et de la financiarisation des systèmes alimentaires

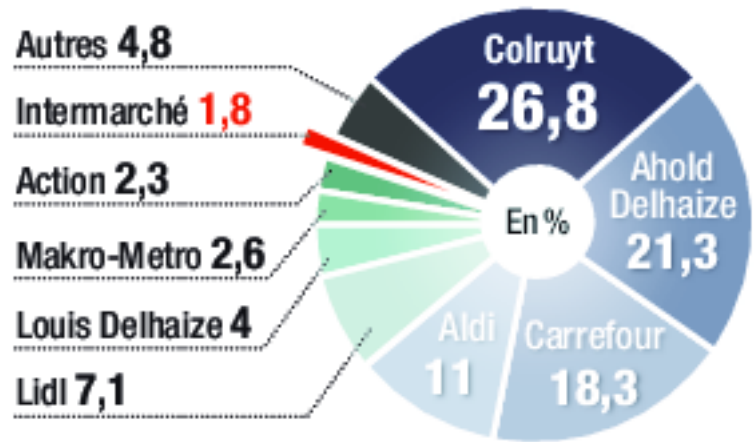


Source :  
<https://barometre-agricultures-familiales.org/2020>

128

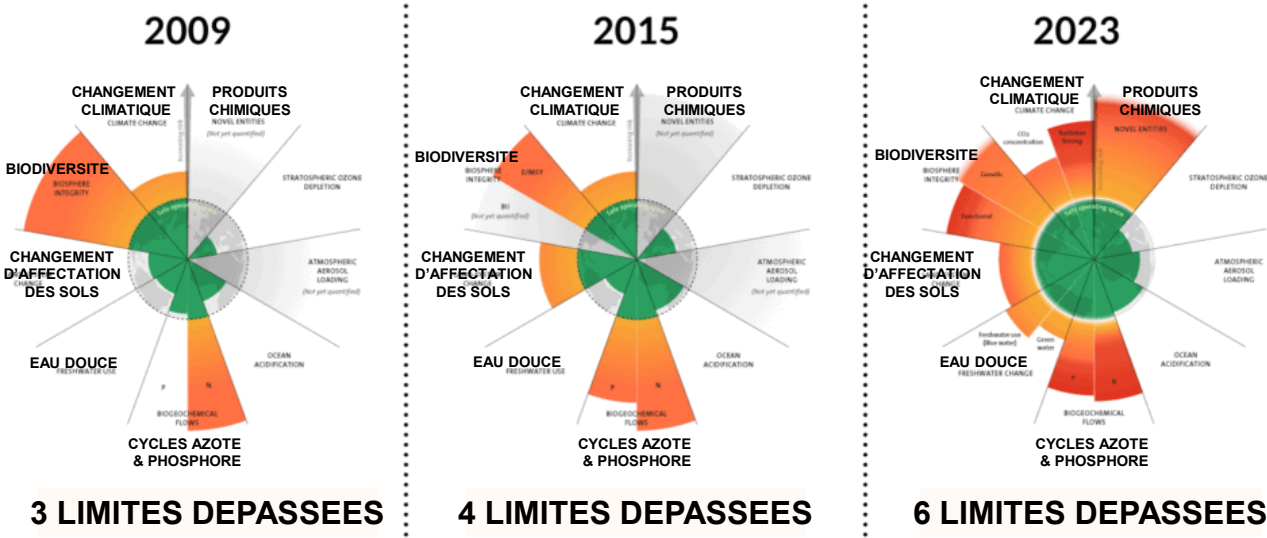


Nous nous approvisionnons majoritairement auprès d'un nombre réduit d'entreprises de la grande et moyenne distribution.



129

La contribution du système alimentaire au dépassement des limites planétaires



Planetary boundaries - Stockholm Resilience Centre

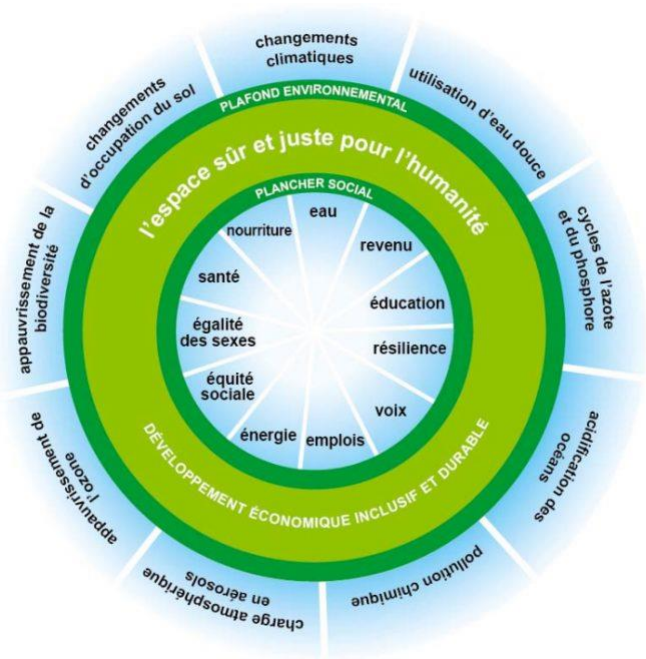
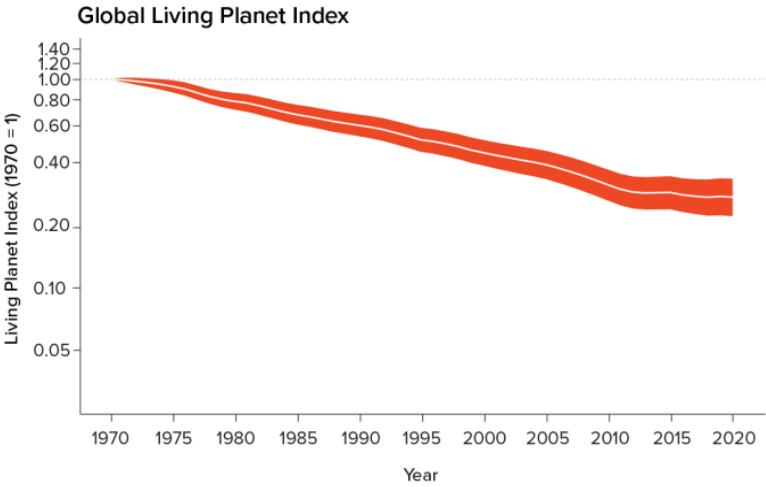
130



131

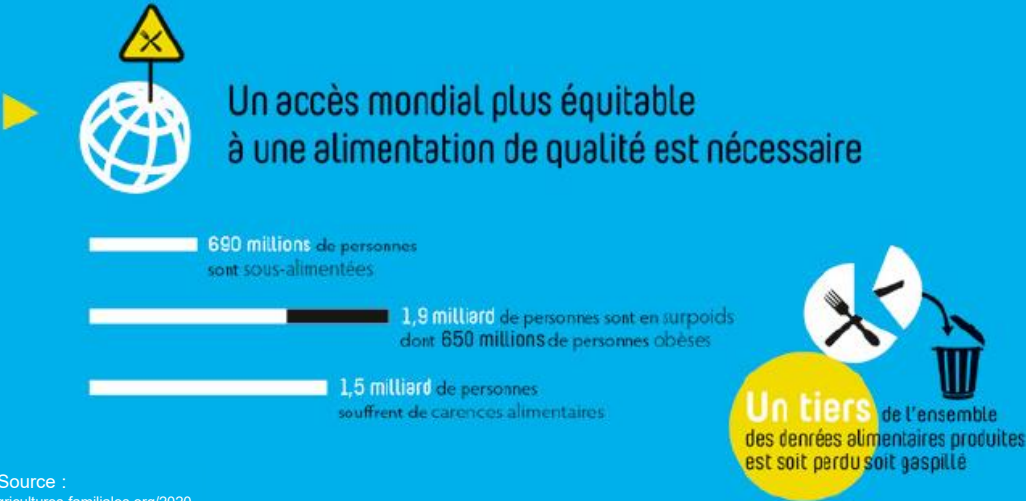
La nature disparaît : la taille moyenne des populations d'animaux sauvages a chuté de 73%

La dernière édition du Rapport Planète Vivante, qui mesure l'évolution moyenne de la taille des populations de plus de 5 000 espèces de vertébrés, fait état d'un déclin de 73 % entre 1970 et 2020.



132

# La transformation des systèmes alimentaires est essentielle pour le développement durable



133

## ■ Systèmes agro-alimentaires: une définition

- Production
- Transformations agricoles
- Distribution
- Consommation
- Gestion des déchets

DURABLES ?



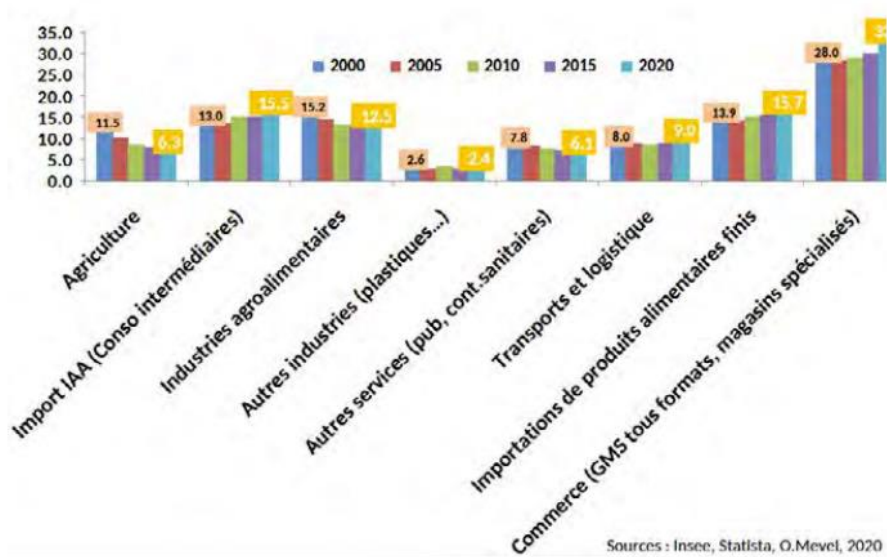
Source : FAO, (2021). Cadre stratégique 2022-2031. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/ne577fr>

134



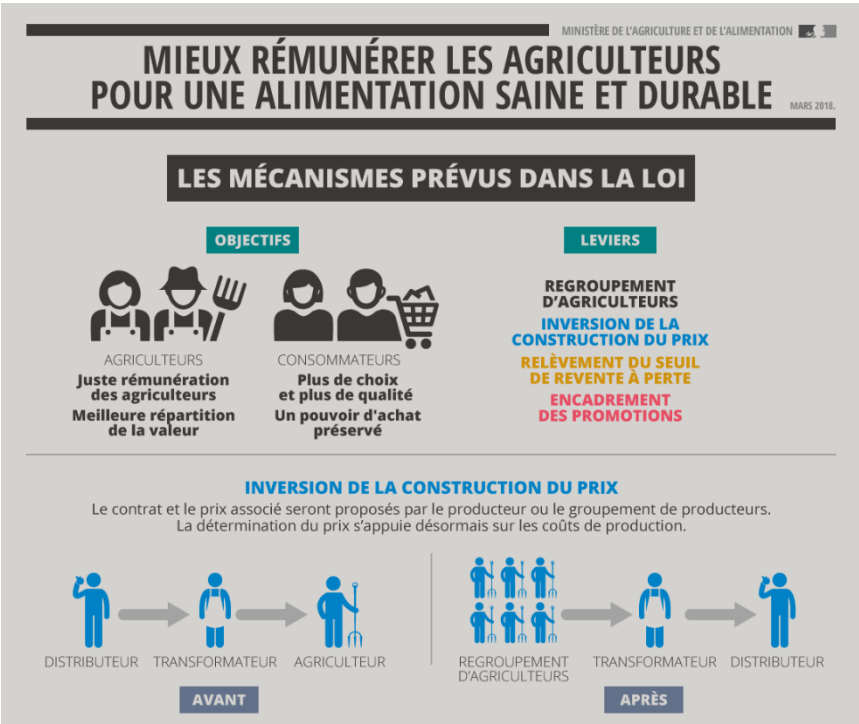
135

Répartition de la valeur ajoutée pour 100 euros d'achat de produits alimentaires



136





137

# INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?



## #Investigation – Supermarchés, où va notre argent ?

21 févr. 2024 à 07:30

"Nos coûts de production ont augmenté comme pour tout le monde, mais pour nous il n'y a pas eu d'augmentation sur le prix, puisqu'on ne choisit pas le prix. On nous impose un prix. Aujourd'hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu'on va retrouver entre 1,5 euros et 3 euros dans les magasins. Je ne m'explique pas cette différence", affirme Cédric Dumont de Chassart.

138

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg  
qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.

139

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg  
qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.



Delhaize Carottes | Fines

€1<sup>99</sup>

140

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.



**Delhaize | Carottes | Fines**  
**500 gr**  
**3,98 €/kg**

€1<sup>99</sup>

Commandable à partir du 24/10  
[Voir alternatives](#)

Carottes fines de Hesbaye 500G

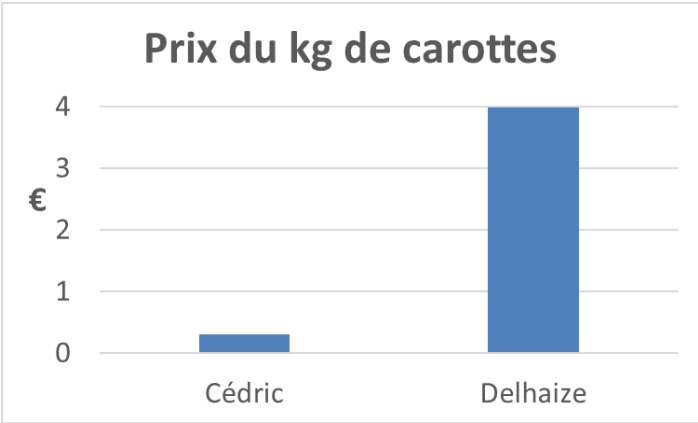


141

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.

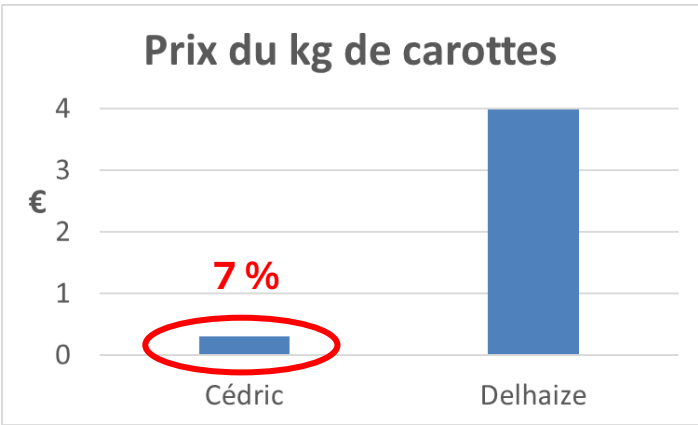


142

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.

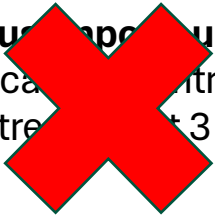


143

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu’on va retrouver entre 1,5 € et 3 € dans les magasins.



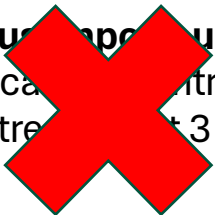
144



INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Aujourd’hui je vends des carottes entre 25 et 30 centimes le kg qu’on va retrouver entre 2 et 3 € dans les magasins.



Les petits producteurs

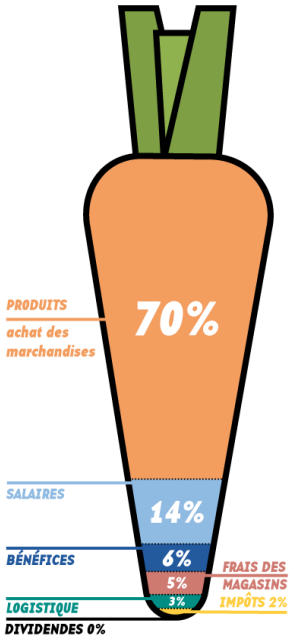
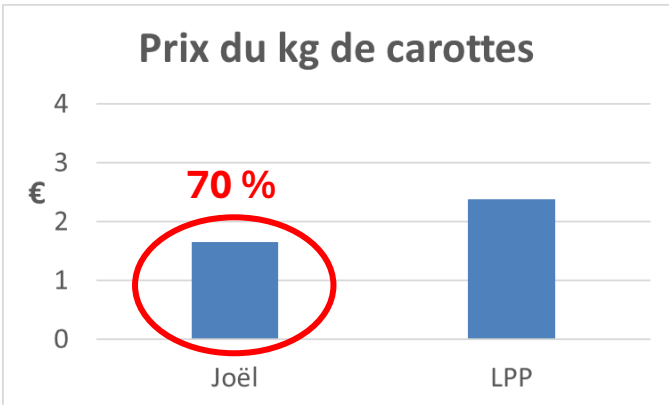


145

INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

Le producteur fixe son prix.

Les petits producteurs



146

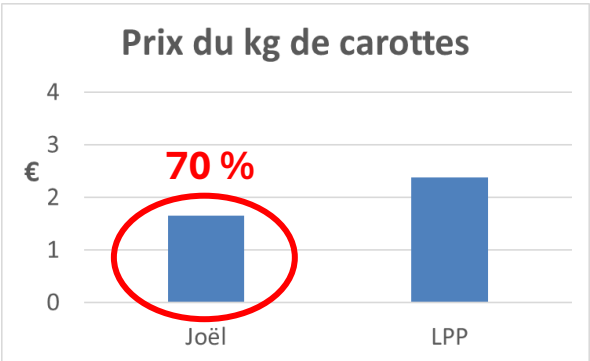
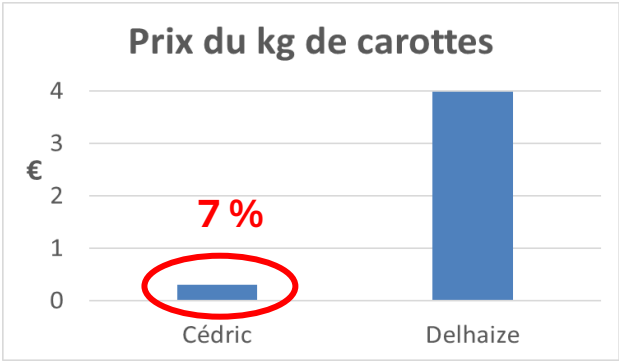
# INVERSION DE LA CONSTRUCTION DU PRIX ?

On nous impose un prix.

Le producteur fixe son prix.



Les petits producteurs



147



**ENCADREMENT DES PROMOTIONS**

Encadrer les promotions sur les denrées alimentaires pour empêcher la destruction de valeur  
Fin de l'offre 1 acheté 1 gratuit ; seul sera désormais possible 2 achetés 1 gratuit.

**AVANT** | **APRÈS**

**RELÈVEMENT DU SEUIL DE REVENTE À PERTE**

Rééquilibrer les marges des distributeurs par la loi et redonner du prix au travail des agriculteurs.

Très faible marge sur les produits d'appel | Marge importante sur les produits agricoles

**AVANT**

10 % min. de marge produits d'appel | Marge réduite sur les produits agricoles

**APRÈS**

148

**ÉDITION SPÉCIALE**

**OUVERT**  
LES DIMANCHES  
ET JOURS FÉRIÉS  
NOUVEAUX LIEUX D'ACHAT

OFFRES VALABLES DU MARDI 22/10 AU DIMANCHE 27/10/2024

**Intermarché**

**MOINS CHER  
QUOI DE PLUS.**

NOS MEILLEURES OFFRES EN P. 2 ET 3

**1,5 KG + 1,5 KG GRATIS**

**2,99**  
**LE KILO**

Cuisses de poulet  
Orig. Régional  
Au prix habituel de 4,57 le kilo

Jeudi 27/10 - Mercredi 28/10/2024

**DEAL haize**

**1+1  
GRATIS**

Lequines pour week  
ou 2 thermopiles compactes  
Combustible : propane  
100 gms 400 g  
Par ex. : 2 x poterie en céramique  
Lequines pour week : 400 g - 3,30 kg  
3,90 2x5,72

**2+2  
GRATIS**

Chocolats  
M&M's aux Malines  
Boîte 100g x 500g  
2x2 = 1000g  
2,99 2x5,98  
4,98 2x9,96

À PARTIR DU MERCREDI 23 OCTOBRE 2024

**Carrefour**  
*Hypermarchés*

**DERNIÈRE SEMAINE**

**SCAN  
MANIA  
CARREFOUR**

**4,79**

**-50%**

Meatballs porc/bœuf  
Carrefour  
400g x 600g  
4,79 le kilo  
Valable du 23 au 28 octobre 2024

**2+1  
GRATIS  
AU CHOIX**

Coca-Cola Regular, Zero Sugar,  
Zero Sugar No Caffeine et Light  
6 x 1,5 L  
Exemple: Coca-Cola Regular  
2x2 = 2x 2,28 x 3 = 6 x 1,5 L  
6,84 2x3,42  
10,26 2x5,13  
Valable du 23 octobre au 4 novembre 2024

**2+2  
GRATIS  
AU CHOIX**

Pâtes De Cecco  
toutes les variétés de 500 g  
Exemple: Linguine  
400g x 500 g  
2,99 2x5,98  
Valable du 23 octobre au 4 novembre 2024

149



150

# Qui tire les marrons du feu ?

## Tendance industrie agro-alimentaire :

- Acheter les matières premières les moins chères possibles
- La norme minimum tend à devenir la référence

symptomatique

## C'est quoi au juste la « cheapflation » ?

foodwatch®

Nouveau mot-valise né de la contraction des mots « cheap » (en anglais, bas de gamme ou bon marché) et inflation, la cheapflation qualifie **la dégradation de la qualité d'un produit** - nutritionnelle à savoir la valeur énergétique, la teneur en lipide, en protide, en vitamines ou organoleptique liée à l'aspect, au goût, à la saveur - **et l'augmentation de son prix au litre ou au kilo.**

Pour faire simple, cette pratique consisterait à **réduire, à supprimer ou à substituer un ingrédient par un autre ingrédient moins cher et/ou de moins bonne qualité**, souvent sans plus d'information que le changement quasi imperceptible de la liste des ingrédients au dos du produit.

151

# Qui tire les marrons du feu ?

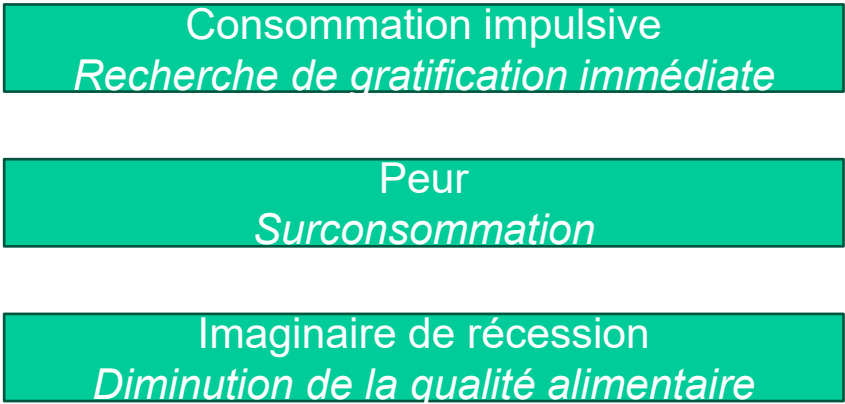
Ce sont les **fonds d'investissement** qui **spéculent** sur les marchandises, surtout des **matières premières** non périssables comme les céréales, qui **s'enrichissent outrageusement.**

Ex : 'Teucrium Fonds' et 'Invesco DB Agriculture Fonds', deux des plus grands fonds mondiaux en matière première, ont investi 197 millions de dollars en matière première alimentaire. Début 2022, cet investissement était valorisé à 1,2 milliard d'euros. (source P\_A Billiet)

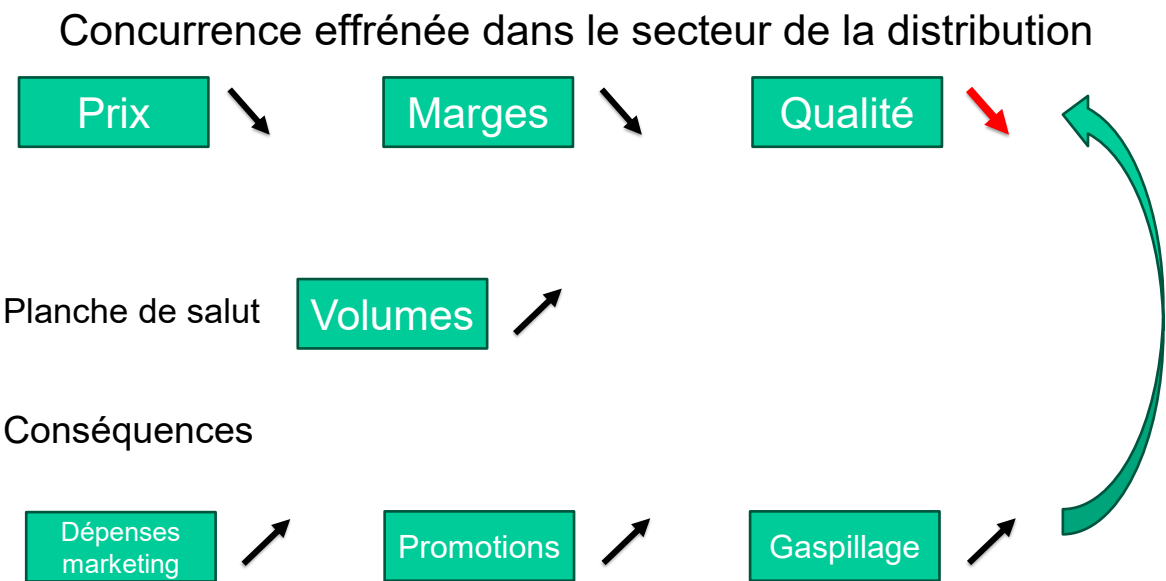
152



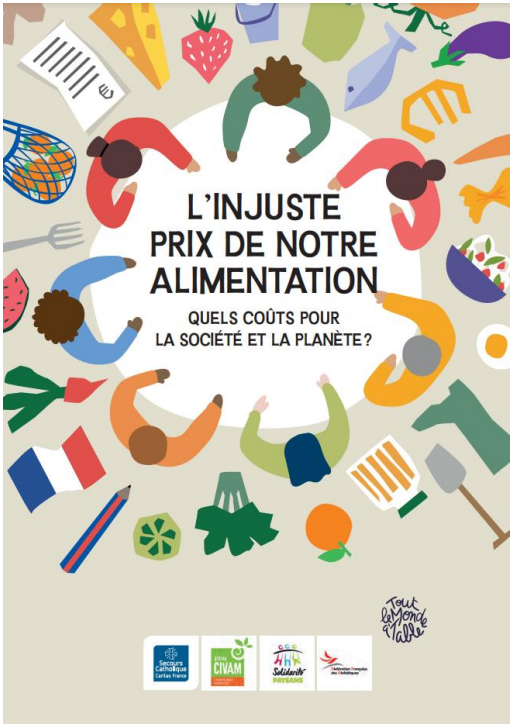
# Caractéristiques de la crise alimentaire actuelle



153



154



155

En 2023, le **secteur agroalimentaire** français a dépensé **5,5 milliards d’euros en marketing** pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés.

Un budget plus de **1000 fois supérieur** à celui de **communication préventive** du **programme national de Nutrition Santé**, subventionné par les pouvoirs publics.

# Marketing pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???

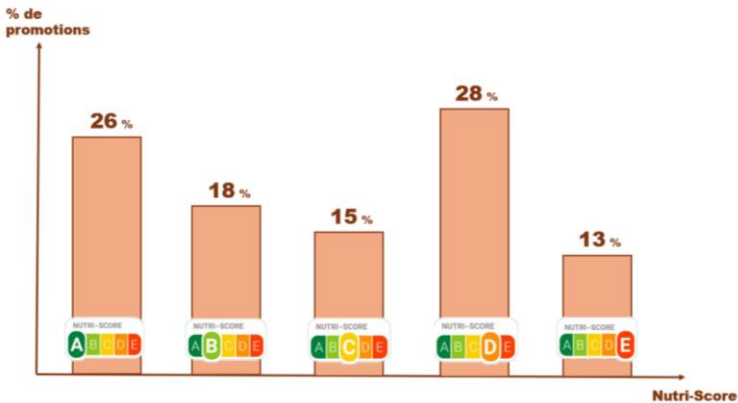


Enquête Alimentation  
Grande distribution et promotions :  
trop de malbouffe à l'honneur !



Septembre 2024

44% des promotions ciblent des produits de Nutri-Score A et B.



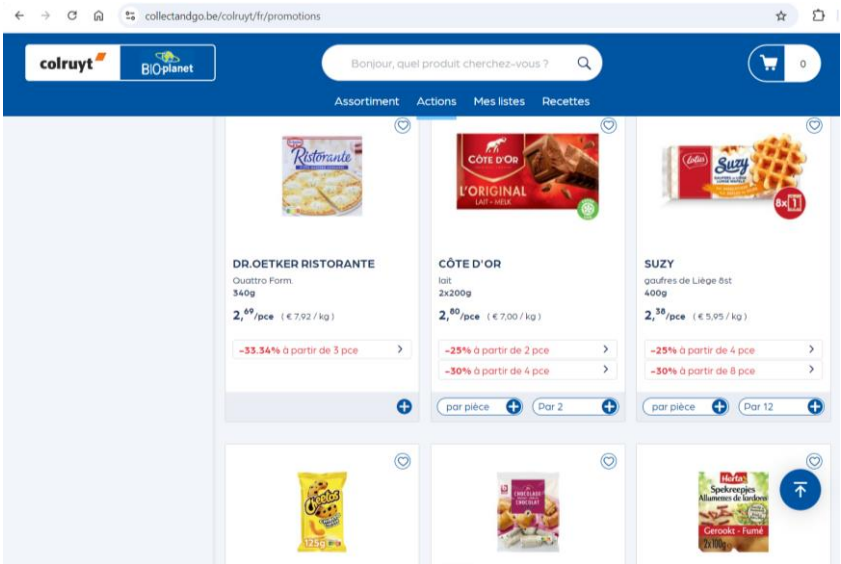
156

# Marketing pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???



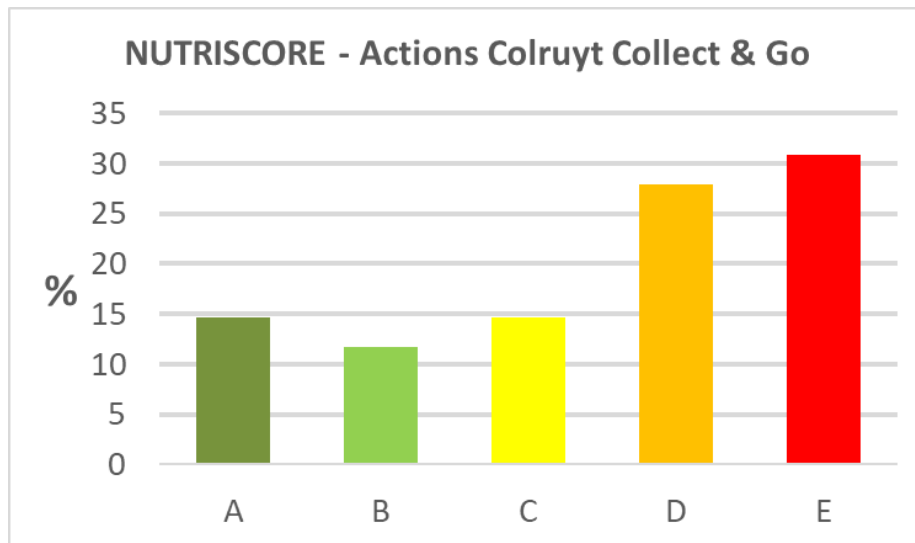
157

# Marketing pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???



158

## Marketing pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???



159

**Marketing** pour nous orienter  
vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???

M

INSTITUT  
Montaigne

Cohésion sociale ▼

Compétitivité économique ▼

Efficacité de l'État ▼

Coopérations internationales ▼

Rechercher un rapport, une publication, un expert...

Accueil > Santé > Fracture alimentaire : maux communs, remède collectif

RAPPORT

Octobre 2024

Fracture alimentaire

Maux communs, remède collectif

Santé

Société

Action publique

PARTAGER

f

t

in

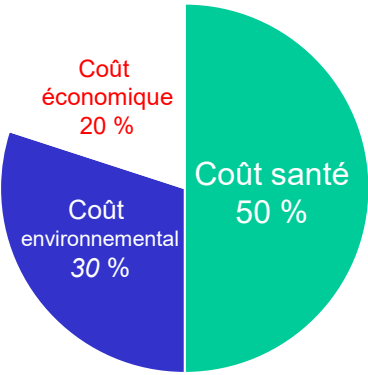
160



# Marketing pour nous orienter vers des produits trop gras, trop sucrés ou salés ???



161



162



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation et l'agriculture

## La Situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture (SOFA) 2023



### Pour une transformation des systèmes agroalimentaires: connaître le coût véritable des aliments

Introduit la **notion de coûts et d'avantages environnementaux, sociaux et sanitaires cachés** des systèmes agroalimentaires.

Au niveau mondial, les coûts cachés quantifiés des systèmes agroalimentaires représentent au moins **10 000 milliards d'USD** en parité de pouvoir d'achat (PPA) de 2020.

Propose une approche : la **comptabilisation du coût complet (CCC)** pour évaluer les coûts cachés.

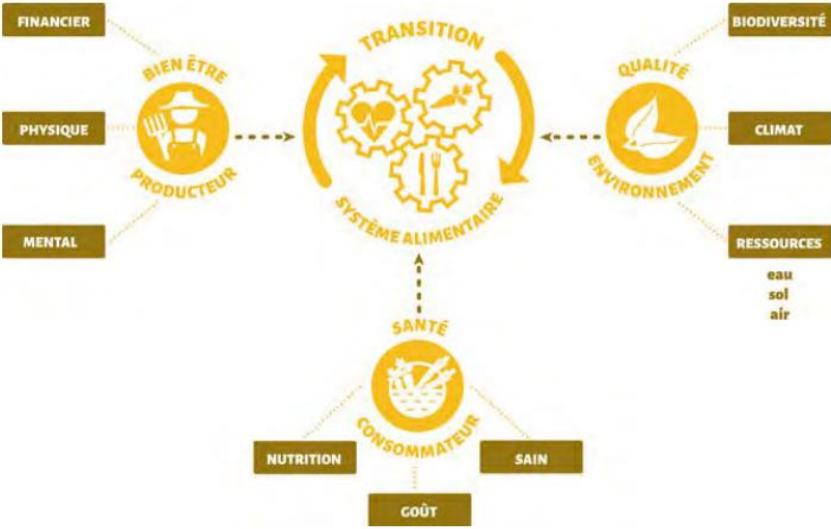
Publication du rapport **SOFA 2024 le 6 Novembre** : "Transformation des systèmes agroalimentaires axée sur la valeur".

163

Quelles réponses au manque de durabilité et à la vulnérabilité du système alimentaire ?

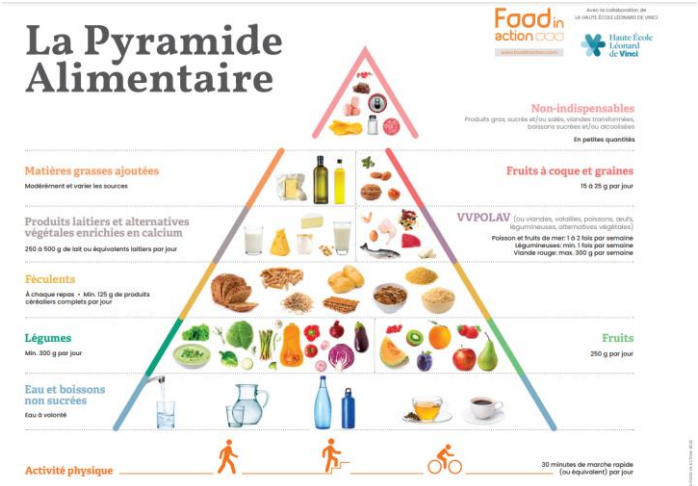
164

Comment rendre le système alimentaire plus durable, plus respectueux de la santé des humains (consommateurs et producteurs), et de l'environnement ?



165

Des régimes alimentaires plus sains et équilibrés



Or nous mangeons une alimentation de plus en plus transformée, voire ultra-transformée.

166

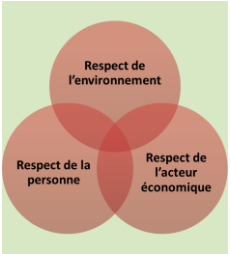
Une **reconnexion de l'alimentation au territoire** pour des raisons de *souveraineté* et de *sécurité alimentaire*, une **réduction de la distance parcourue par nos aliments** pour des *raisons énergétiques et climatiques*.



167

### Le circuit court, une autre manière d'organiser le marché.

- Le circuit court se définit comme *un mode de production et de commercialisation qui vise à rapprocher le producteur du consommateur.*
- **Réduire le nombre d'intermédiaires** pour assurer un **revenu équitable** au producteur et un **prix juste** au consommateur.
- Cette proximité relationnelle renforce la **transparence** de la filière, valorise le savoir-faire des producteurs, améliore la qualité des produits et des services et crée des liens de confiance entre producteurs et consommateurs.
- La **proximité géographique** entre les acteurs économiques permet de réduire les impacts environnementaux du transport. En fonction des secteurs ou des produits, le circuit court s'envisage sur des **distances variables**, les plus réduites possibles.
- Le circuit court est **créateur d'emplois** et participe au **renforcement d'une économie** plus endogène et donc plus résiliente.
- Le circuit court s'inscrit très concrètement dans la logique du **développement durable**.



168





169



170