



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

QUATRE PATTES passe les supermarchés au crible

Crise climatique : le nouveau rapport de QUATRE PATTES révèle un manque d'initiative en matière de réduction de l'offre de viande chez les détaillants

Zurich, le 31 octobre 2022 – Pour son classement « Atlas Challenge », l'organisation mondiale de protection des animaux QUATRE PATTES a évalué au début de l'année les objectifs de réduction de viande de 38 détaillants *leaders* en Allemagne, Autriche, Suisse et en Grande-Bretagne. Lidl, Aldi, Migros et Coop figurent dans ce rapport. Si certains fournisseurs ont élargi leur gamme de produits végétaux, aucun ne s'est engagé à une réduction contraignante de la viande. Entre un tiers et un quart des émissions mondiales de gaz à effet de serre proviennent de l'agriculture, dont la majeure partie est imputable à l'élevage. QUATRE PATTES appelle à une transition vers davantage de protéines végétales et à la fin de l'élevage intensif.

La production mondiale de viande et de lait ne fournit que 18 % des calories consommées, mais occupe 83 % de la surface consacrée à l'agriculture dans le monde. En outre, les émissions mondiales de gaz à effet de serre provenant de l'élevage sont deux fois plus élevées que celles provenant de l'alimentation végétale. Les entreprises alimentaires doivent prendre conscience de leur influence décisive sur la surproduction de produits d'origine animale et définir des stratégies claires pour réduire leurs émissions. Ceci n'est jusqu'à présent pas le cas.

Sonja Svenssek, responsable du département nutrition chez QUATRE PATTES déclare : « Il n'est pas justifiable de faire porter la responsabilité du changement uniquement aux consommatrices et consommateurs ou aux agricultrices et agriculteurs. Les supermarchés ne cessent d'élargir leur gamme de produits végétaux, mais ils doivent eux aussi se fixer des objectifs clairs pour réduire leur offre de viande et de produits laitiers issus de l'élevage intensif et lutter ainsi contre le changement climatique et les futures pandémies. Cette offre induit une surconsommation importante de viande et a également un fort impact sur la surproduction de produits d'origine animale. Pour nous, la solution est claire : les stratégies de réduction contraignantes doivent être planifiées et communiquées avant qu'il ne soit trop tard. Elles sont la clé du changement. »

38 chaînes de magasins d'alimentation et zéro engagement pour une réduction de leur offre de viande

Les résultats des 38 chaînes de supermarchés évaluées sont décevants. Aucune d'entre elles n'a obtenu la mention « Très bien », la mieux classée étant Lidl (Allemagne) avec le score « Bien », suivie de Lidl (Autriche). En Suisse aussi, Lidl est en tête, avec Coop. Suivent Aldi Suisse et Migros.

Bien que 50 % des entreprises prévoient d'élargir leur offre de produits d'origine végétale à l'avenir, aucune d'entre elles n'a développé de stratégie concrète de réduction de la viande. De même, aucune des chaînes de supermarchés n'a prévu d'arrêter la promotion des ventes de viande bon marché. Seuls quelques fournisseurs, comme Lidl (Allemagne), Penny (Allemagne) et Billa (Autriche), prennent en compte une véritable politique de prix intégrant entre autres les coûts pour l'environnement.

Coop (CH), Migros (CH) et Kaufland (DE), sont les trois seules entreprises qui déclarent vendre moins de viande issue de l'élevage intensif que de viande issue de systèmes plus respectueux des animaux.



Le bien-être animal.
Dans le monde entier.

Il est frappant de constater que la majorité (73 %) des entreprises allemandes ont participé à l'enquête. Les entreprises suisses se situaient autour de la moitié en termes de participation.

Vous trouverez le rapport complet [ici](#). Un résumé en français est disponible [ici](#). Un résumé en français est disponible [ici](#).

Informations de fond et méthodologie

Le classement « *Atlas Challenge* » indique les efforts et les performances de certaines des principales chaînes de supermarchés en Autriche, en Allemagne, en Suisse et au Royaume-Uni en ce qui concerne leurs stratégies de réduction de la viande d'une part et d'alimentation végétale durable d'autre part. Pour ce faire, des questionnaires ont été envoyés entre janvier et juin 2022. Les entreprises qui n'ont pas répondu, ainsi que Globus (DE), Marktkauf (DE), Penny (AT), Adeg (AT), MPreis (AT), Spar (CH), Denner (CH), Sainsbury's (UK) et Waitrose, qui ont refusé de répondre, ont été évaluées par QUATRE PATTES uniquement sur la base des informations accessibles au public, comme les rapports RSE. Le questionnaire contenait des questions englobant quatre catégories : le rapport RSE, les stratégies de marketing, le portefeuille de produits et la prospective stratégique. L'évaluation s'est faite sur la base d'un système de notes : Faible (0-25%), Moyen (26-50%), Bien (51-75%) et Très bien (76-100%).

QUATRE PATTES sera représentée à la prochaine conférence COP27 sur le climat qui se tiendra en Égypte en novembre 2022. Elle abordera le lien entre l'élevage intensif et le changement climatique et mettra en lumière les nombreuses lacunes que l'industrie alimentaire doit encore combler pour contribuer efficacement aux objectifs mondiaux en matière de bien-être animal et de protection du climat.