



Charte sur l'achat durable de produits d'origine française



Version : février 2017

Dernière actualisation : 25.07.2018



Charte sur l'achat durable de produits d'origine française

1. Notre philosophie

« Nous devons tous nous conduire chaque jour comme des acteurs responsables en matière économique, sociale et environnementale. »

C'est avec cette phrase qui reflète la philosophie de l'entreprise, que Lidl France formule son devoir de responsabilité vis-à-vis de l'Homme et de la Nature. Implanté en France depuis 1988, Lidl est un acteur à part entière de l'économie française et se doit donc d'avoir une politique ambitieuse pour la promotion du « Made in France ». C'est dans ce but que cette charte a été élaborée, c'est-à-dire pour favoriser la collaboration entre Lidl et ses fournisseurs français et promouvoir les produits d'origine française.

Au regard des trois piliers du développement durable, nous considérons les points suivants comme primordiaux dans la promotion des produits « Made in France » :

- **Qualité et traçabilité des produits**

La législation française est l'une des plus strictes en terme de contrôle de la qualité des produits. Des produits « Made in France » nous garantissent donc des approvisionnements fiables et de qualité, ainsi qu'une très bonne traçabilité. De plus, ces produits nous permettent de mettre en valeur les savoir-faire de nos régions et de les faire découvrir ou redécouvrir à nos clients.

- **Proximité et relation de confiance avec nos fournisseurs**

Nous avons à cœur d'entretenir des relations de proximité et de confiance avec nos fournisseurs et de les aider à se développer de façon pérenne et stable. En effet, socialement, une agriculture plus durable assure des emplois à long terme, de meilleurs revenus ainsi que des conditions de vie et de travail dignes et équitables pour tous ceux qui sont impliqués dans la chaîne d'approvisionnement.

- **Respect et protection de l'environnement**

Nos objectifs environnementaux jouent un rôle important dans nos choix et dictent notre conduite au quotidien. Tout d'abord, nous travaillons étroitement avec nos fournisseurs pour limiter au maximum l'utilisation de substances nocives pour l'environnement. De plus, nos approvisionnements nationaux réduisent drastiquement la distance parcourue par nos produits. Ainsi, l'optimisation de leurs déplacements nous permet de réduire leur empreinte carbone.



2. Contexte

Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'origine des produits qu'ils achètent. Nous avons à cœur de répondre à cette exigence et pour ce faire, avons fixé dans cette charte les bases de notre politique d'achat de produits « Made in France », formulé des objectifs et adopté des mesures concrètes.

Cette charte est révisée régulièrement et se réfère dans son contenu à tout l'assortiment permanent de produits de marque propre Lidl France.

3. Notre engagement

3.1 Promouvoir le « Made in France en France et à l'étranger

La France est reconnue dans le monde entier pour ses spécialités et ses produits régionaux, qui sont une véritable richesse culturelle nationale. Convaincus des bienfaits sociaux, économiques et environnementaux du « Made in France », nous voulons œuvrer pour son essor et ainsi promouvoir les produits d'exception provenant du terroir français.

Lidl France propose une gamme d'environ 1 600 produits d'usage courant, dont une grande partie issus du « Made in France » : yaourt, lait, fromage, œufs, viande fraîche et charcuterie, pain, eau minérale, vin, fruits, légumes et fleurs. Depuis 2006, le nombre de nos références d'origine française est en très forte augmentation et nous avons atteint 70% de produits d'origine française en 2016 (contre 60% en 2014).

Lidl France souhaite aller encore plus loin dans la promotion des produits français et se positionner comme un véritable ambassadeur du « Made in France ». Nous avons ainsi créé Saveurs de nos Régions, notre gamme 100% française. Composée d'une centaine de produits, cette gamme est en constante évolution pour nous permettre de faire découvrir toujours plus de richesses culinaires du terroir français à nos clients. De plus, la plupart des produits Saveurs de nos Régions a obtenu un label d'origine officiel (AOP, IGP), véritable gage de qualité et de traçabilité.

Enfin, nous sommes fiers de participer à la promotion des produits français à l'international et en faisons l'un de nos objectifs principaux. Grâce aux filiales de Lidl présentes dans plus de 26 pays et à son système d'achat particulièrement performant, Lidl France est capable de promouvoir les spécialités françaises dans chaque pays d'implantation de Lidl et de participer ainsi au développement de la renommée des produits français d'exception et du patrimoine culinaire français.

3.2 S'engager pour nos produits régionaux et pour es partenariats de proximité

Lidl France est aujourd'hui un supermarché de proximité à assortiment sélectionné. Notre maillage territorial de 1 500 magasins en France nous permet de collaborer avec les producteurs de la France entière et ainsi développer un assortiment de proximité et de qualité pour notre clientèle. Des fromages savoyards aux biscuits bretons en passant par les charcuteries lyonnaises, Lidl travaille ainsi au plus près des producteurs locaux afin de proposer un assortiment varié et de qualité. Pour cela, nous organisons près de 25 thématiques par an, toutes avec des spécialités françaises.

Outre notre volonté de valoriser les produits de grande qualité du terroir français, Lidl France souhaite s'engager en tant que distributeur citoyen, pour le maintien et le développement de l'économie rurale et de l'emploi sur le territoire. Ainsi, face aux difficultés que les producteurs français peuvent rencontrer dans plusieurs filières, et afin d'agir pour davantage d'équité et de croissance, Lidl France a mis en place une contractualisation tripartite avec plusieurs associations et/ou groupements de producteurs, notamment dans les filières du porc, du bœuf et du lait. Ces partenariats entre les producteurs, les industriels et Lidl France permettent d'assurer sur la durée une meilleure rémunération pour l'ensemble des acteurs des filières concernées tout en garantissant des produits de qualité à prix accessible pour nos consommateurs. La finalité de ces partenariats est donc que chaque maillon puisse vivre dignement de son métier de façon pérenne. Notre présence depuis 2015 auprès des producteurs français au Salon International de l'Agriculture à Paris est un marqueur indiscutable des partenariats de proximité et de confiance qui ont pu s'établir entre Lidl France et le monde agricole français au fil des années.

3.3 Assurer la qualité, la traçabilité et la responsabilité de nos produits

Nous accordons énormément d'importance à la conception de notre assortiment et Lidl France souhaite proposer à ses clients des articles de marque propre reflétant un haut degré de responsabilité. Par volonté d'offrir aux consommateurs des produits choisis de façon locale et de qualité, nous mettons ainsi en place des processus stricts de contrôle pour garantir la qualité et la fraîcheur de nos produits et adapter notre sélection. En résumé, notre priorité est d'offrir à nos clients le meilleur produit au meilleur prix qui s'inscrit dans une démarche durable, soutient l'agriculture française et respecte la production régionale.

Enfin, c'est dans un souci de transparence et de mise à l'honneur de nos producteurs que nous avons décidé d'être partenaire, depuis 2014, des Journées européennes du Patrimoine qui se déroulent chaque année partout en France pendant deux jours entiers. Cet événement national permet à Lidl de célébrer la diversité des treize régions françaises en ouvrant exceptionnellement au public les portes des exploitations de ses producteurs partenaires maraîchers, viticulteurs, éleveurs porcins, fromagers... L'occasion pour le grand public de découvrir ou redécouvrir des savoir-faire régionaux dans différents univers et de mieux comprendre les coulisses des exploitations.



4. Nos objectifs

4.1 Notre viande française

Des produits français de qualité

Notre engagement à soutenir les éleveurs français de bovins, de porcs et de volailles, nous permet d'obtenir des produits d'excellente qualité. Par exemple, notre partenariat avec les éleveurs Label Rouge OPALE dans le cadre de notre contrat tripartite comprend un cahier des charges qualitatif très strict, avec des exigences comme des produits sans OGM et une alimentation à base de graine de lin. La graine de lin étant riche en oméga 3, elle a l'avantage d'augmenter, par répercussion, le taux d'oméga 3 dans la viande. Toutes les parties du porc ont ainsi une teneur en oméga 3 supérieure à une viande standard. Outre la qualité supérieure de la viande, la certification Label Rouge OPALE garantit le bien-être des animaux (conception du logement, qualité de vie, transport...), la sécurité des aliments (bonnes pratiques d'hygiène en élevage et à chaque étape du produit) mais également un goût incomparable à la dégustation.

Aujourd'hui déjà

- **99% de notre viande bovine* est d'origine française depuis fin 2016, contre 60% début 2014,**
- **99% de notre viande de porc frais** est d'origine française depuis fin 2016, contre 50% début 2014,**
- **80% de notre volaille est d'origine française depuis fin 2016, contre 58% début 2014,**
- **50% de notre charcuterie est d'origine française depuis 2016, contre 10% début 2014.**

Notre objectif est

- **de continuer à promouvoir la viande d'origine française et d'accompagner nos partenaires.**

Nos partenaires

Depuis 2015, Lidl est présent au Salon International de l'Agriculture et cette participation représente un engagement sur le long terme de la part de l'enseigne. C'est cet engagement qui nous permet d'établir des partenariats de confiance avec le monde agricole.

Aujourd'hui déjà

- **nous avons signé plusieurs contrats tripartites avec des producteurs de la filière viande porcine et bovine (GPPMF, OPALE Label Rouge, CCBE, SICAGIEB et APAL) afin de nouer des partenariats gagnant-gagnant.**

Notre objectif est

- **de continuer à nouer des relations de confiance avec le monde agricole pour le soutenir notamment via la signature de nouveaux contrats tripartites.**

Environnement

Le système de remplissage de nos camions a été étudié afin d'être maximisé et nous arrivons à des taux de remplissage de 93%. Toutes ces démarches nous permettent de réduire les émissions de CO2 dans l'atmosphère et ainsi diminuer l'impact environnemental de notre activité.

Traçabilité

Dans le but d'assurer une traçabilité fiable et précise à nos clients, nous avons élaboré une signalétique claire et lisible sur les emballages de nos produits contenant de la viande ainsi que sur les affiches en magasin. Nos cahiers des charges sont exigeants, des contrôles fréquents sont effectués sur nos produits et des audits qualité sont réalisés chez nos fournisseurs.

Nous utilisons la signature « Viandes de France » à travers laquelle les professionnels des filières françaises d'élevage garantissent aux consommateurs une viande issue d'animaux nés, élevés, abattus, et transformée sur le territoire national. « Viandes de France » concrétise ainsi l'engagement des acteurs des filières viande pour une alimentation de confiance, basée sur la certitude de l'origine, le goût du travail bien fait et l'assurance de bonnes pratiques. Nous mettons ainsi en avant le respect dû aux savoir-faire, aux animaux et aux territoires. Le logo « Viandes de France » est facilement reconnaissable à sa forme qui rappelle la silhouette de la France et aux couleurs bleu-blanc-rouge du drapeau français.

Aujourd'hui déjà

- nous utilisons la signature « Viandes de France » pour notre marque L'Étal du Boucher, pour vous permettre une meilleure clarté quant à l'origine et à la qualité de la viande,
- sur certains de nos produits, nous ajoutons la photo ainsi que le nom des éleveurs afin de mettre en avant leur travail.

4.2 Notre lait et nos produits laitiers français

Des produits français de qualité

La qualité du lait et des produits laitiers français est née de la volonté de la filière à fournir des produits sains, bons et variés à ses consommateurs. Lidl a donc à cœur de s'engager pour cette filière et de proposer à ses clients des produits d'excellence. De la ferme aux magasins, la qualité est partout : bonnes pratiques, contrôles, analyses, management de la qualité...

Aujourd'hui déjà

- **notre marque de lait ENVIA propose du lait 100% collecté en France*, et ce depuis début 2015,**
- **nous avons noué des partenariats fiables et de long-termes avec des associations de producteurs laitiers reconnues pour leur exigence et la qualité de leurs produits (Mont Lait, FaireFrance, APLBC , etc).**

Notre objectif est

- **de continuer à nouer des relations de confiance avec nos partenaires et à les soutenir notamment via la signature de nouveaux contrats tripartites.**

Nos partenaires

Lidl France a décidé de soutenir les producteurs laitiers français au travers notamment d'un contrat tripartite avec la Laiterie Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH) et l'Association des Producteurs de Lait du Bassin Centre. Ce partenariat apporte entre autres une meilleure rémunération aux producteurs de la laiterie, tout en garantissant un lait de qualité pour nos clients. Notre partenariat s'inscrit ainsi dans la continuité de nos engagements, à savoir proposer à nos clients des produits français de qualité tout en construisant des relations durables avec nos partenaires.

Nous avons également développé de solides relations de confiance avec plusieurs associations de producteurs de lait, dont notamment FaireFrance et Mont Lait :

Créée par plus de 500 éleveurs en 2013 et reconnaissable par sa vache tricolore, la marque FaireFrance permet aux producteurs de lait français de recevoir une meilleure rémunération et leur offre de meilleures conditions de travail. FaireFrance maintient ainsi des fermes familiales sur tout le territoire français afin de préserver le paysage et le savoir-faire de nos régions.

Créée par des producteurs de lait qui ont souhaité aller au-delà du rôle de fournisseur en devenant acteur pour l'avenir de leur production ainsi que de leur territoire, Mont Lait est une marque portée par les adhérents de l'Association des Producteurs de Lait de Montagne (APLM). Avec, à ce jour, plus d'un millier de producteurs adhérents, Mont Lait a pour vocation de promouvoir la production de lait des montagnes ainsi que ses outils de transformation, en particulier ceux du Massif central, lieu de naissance de la marque



Mont Lait. Sur ce territoire, les exploitations sont relativement petites et les gains de productivité de fait limités. Lidl France a donc à cœur de s'engager auprès d'eux et de les aider à promouvoir une économie localisée.

En 2016, nous avons décidé d'aller encore plus loin dans notre engagement auprès des éleveurs laitiers français et avons lancé une opération d'envergure nationale. Sur chaque litre de lait acheté de notre marque de lait Enviva, trois centimes d'euros étaient collectés et reversés aux éleveurs français, sans aucune augmentation du prix de vente pour le consommateur. Au total, plus de 4 millions d'euros ont ainsi pu être récoltés en l'espace de quelques mois ! En concertation avec les principales organisations syndicales agricoles, nous avons sollicité la Mutualité Sociale Agricole (MSA) pour assurer la bonne répartition des sommes récoltées. Résultat : près de 2000 éleveurs bovins, porcins et laitiers en difficulté ont ainsi reçu une aide de 2000 euros grâce à ce fonds.

Aujourd'hui déjà

- **nous avons signé un contrat tripartite avec la LSDH pour assurer à nos producteurs de lait une meilleure rémunération,**
- **nous soutenons plusieurs associations de producteurs de lait français (FaireFrance, Mont Lait...),**
- **nous nous sommes engagés pour le soutien des éleveurs français, notamment avec notre collecte de lait Enviva qui a réussi à lever près de 4 millions d'euros.**

Notre objectif est

- **de continuer à promouvoir le lait de proximité à travers nos collaborations et renforcer nos partenariats avec les différentes associations de producteurs laitiers.**

Environnement

100% de lait collecté en France* signifie une baisse drastique du nombre de kilomètres parcourus par ce produit et ainsi une diminution des émissions de gaz à effet de serre de cette activité économique.

Traçabilité

Développer de solides partenariats avec les producteurs laitiers locaux nous permet d'assurer une parfaite traçabilité pour nos clients. De plus, depuis plusieurs années, Lidl a développé un schéma de traçabilité fiable et efficace qui permet d'assurer à nos clients la transparence quant à l'origine de nos produits et mettre en valeur les producteurs français.

4.3 Nos fruits et légumes français

Des produits français de qualité

La fraîcheur de nos produits et la proximité de nos fournisseurs de fruits et légumes sont au cœur de nos préoccupations quotidiennes. A cette fin, nous développons en permanence notre offre de fruits et légumes afin de proposer un assortiment varié qui évolue selon la saisonnalité et qui répond à des exigences de qualité strictes.

Aujourd'hui déjà

- nous proposons en fonction des saisons jusqu'à plus de 75% de fruits et légumes d'origine française,
- nous effectuons chaque année plus de 5 000 analyses qualité sur nos fruits et légumes,
- nous nous fixons comme objectif une teneur maximale en pesticides à 1/3 de la limite maximale de résidus (LMR) autorisée,
- nous avons pour objectif de travailler avec un maximum de producteurs possédant la certification Global G.A.P, référentiel de bonnes pratiques agricoles garantissant une sécurité maximale des produits fruits et légumes.

Notre objectif est

- de proposer à nos clients un assortiment de fruits et légumes 100 % d'origine française chaque fois que les volumes le permettent,
- de travailler avec les producteurs pour développer des alternatives écoresponsables à l'utilisation de pesticides dans la production de fruits et légumes.

Nos partenaires

Plus de 150 fournisseurs partenaires nous font confiance au quotidien dans toute la France et certains collaborent avec nous depuis plus de 15 ans déjà ! Construire des relations de long-terme avec les producteurs français de fruits et légumes est pour nous une priorité. C'est pourquoi, Lidl France souhaite aider ses partenaires à s'adapter au mieux aux évolutions du marché.

Aujourd'hui déjà

- nous soutenons la relocalisation de productions agricoles sur le sol français. Par exemple, nous avons mis en place un partenariat pour la mise en culture de pêches plates en France, cultivées actuellement essentiellement à l'étranger, pour aider les producteurs de pêches à pallier la baisse tendancielle de demande des consommateurs en pêches rondes.

Notre objectif est

- de rester vigilants aux évolutions du marché des fruits et légumes pour conseiller au mieux les producteurs,
- d'accompagner nos partenaires dans leur conversion vers une agriculture biologique.

Environnement

Afin de contribuer à la préservation de l'environnement et d'assurer à nos clients un haut degré de qualité, nous nous sommes fixés des objectifs exigeants quant à l'utilisation de pesticides de nos fournisseurs.

De plus, au travers de sa démarche « zéro déchet », Lidl s'engage pour lutter contre le gaspillage alimentaire et donc pour une meilleure utilisation des ressources.

Aujourd'hui déjà

- nous nous fixons comme objectif une teneur maximale en pesticides à 1/3 de la limite maximale de résidus (LMR) autorisée,
- nous luttons contre le gaspillage alimentaire en revendant des cagettes de nos fruits et légumes, abîmés mais consommables, à 1€ seulement, et reversons 50% aux Restos du Cœur,
- nous soutenons les producteurs qui s'engagent pour la valorisation de variétés peu connues et de modes de production plus respectueux de l'environnement. Par exemple, nous avons noué un partenariat pour la culture de la mâche à grandes feuilles récoltée à la main dans le Sud de la France,
- nous soutenons la production de mandarines corses. Ce produit d'exception sous appellation géographique protégée vous assure qu'aucun traitement chimique n'a été réalisé après récolte et que les fruits mûrissent sur l'arbre.

Traçabilité

Développer de solides partenariats avec les producteurs de fruits et légumes nous permet d'assurer une parfaite traçabilité pour nos clients. De plus, depuis plusieurs années, Lidl a développé un schéma de traçabilité fiable et efficace qui permet d'assurer à nos clients la transparence quant à l'origine de nos produits et de mettre en valeur les producteurs français.



4.4 Notre vin français

Des produits français de qualité

Afin d'offrir à nos clients l'expérience d'une vraie cave à vin, avec des vins haut de gamme au meilleur prix, nous avons décidé, il y a quelques années, de développer notre marque La Sélection du Caviste. Ce concept déployé dans la grande majorité de nos magasins nous permet de mettre à l'honneur le vin français et de sélectionner pour nos clients des vins d'exception. Présentés dans des caisses en bois, ce rayon, composé de vins Premium renouvelés régulièrement, propose ainsi des nectars adaptés aux spécificités régionales afin de mieux répondre aux exigences de notre clientèle.

Lidl France organise également près de quatre Foires aux Vins par an et propose ainsi à ses clients un véritable tour de France des régions viticoles françaises, grâce notamment à une large offre de vins coups de cœur pour les amateurs et néophytes.

Nos partenaires

Lidl est fier d'avoir reçu en 2015 le prix du Liège d'Or de la Valorisation du Vin lors des Victoires du Liège. Cette récompense est en effet une vraie reconnaissance de l'engagement de Lidl France auprès de ses partenaires, et des relations de confiance qui ont été nouées au fil des années avec les producteurs locaux.

Ambassadeur de nos produits français à l'étranger

Lidl est devenu au fil des années un véritable ambassadeur du vin français en Europe grâce notamment à ses Foires aux Vins 100% français dans les pays où l'enseigne est présente. Nous travaillons en effet toute l'année pour le rayonnement du vin français à l'étranger pour qu'il puisse être proposé dans toute l'Europe en gamme permanente ou lors des Foires aux Vins organisées dans chaque pays. Les régions viticoles françaises rayonnent ainsi dans toute l'Europe avec succès ! La Foire aux Vins « Made in France » s'exportera même aux États-Unis avec l'ouverture des premiers magasins Lidl sur le continent américain.

Traçabilité

« Du pied de vigne au magasin » est une expression qui prend tout son sens lorsque l'on se positionne en commerçant de proximité, lorsque l'on travaille au quotidien avec des producteurs tout en développant des partenariats régionaux. C'est cette maxime que Lidl France aime appliquer à ses vins et qui décrit parfaitement la très bonne traçabilité de ses bouteilles vendues dans les magasins Lidl en France.

