

Prévention et qualité, une politique non OGM pour la marque Carrefour

INTERVENTION

**Dominique
MARTIN-FERRARI**



Pour l'atelier auquel vous allez participer aujourd'hui, j'avais demandé, au moment où nous avons préparé la communication, que ce ne soit pas un débat pas sur "OGM ou pas OGM" ; ce n'est pas du tout l'objectif.

J'avais trouvé assez remarquable trois ou quatre points.

La première est la présence de Chantal JAQUET, elle se présentera tout à l'heure. Elle a été la responsable de la mise en œuvre – elle corrigera tout ce que je ne dis pas de manière assez précise – des filières qualité et aussi des secteurs développement durable chez Carrefour. Elle avait, dès le départ, anticipé ce que pourraient être, pour les consommateurs, les débats sur les OGM.

Elle a su travailler avec les producteurs et également avec les ONG, ce qui est extrêmement rare de la part des grands groupes, et principalement avec l'une d'entre elles qui avait affirmé haut et fort sa position. Il s'agissait de Greenpeace qui n'est pas une ONG consentante ou susceptible de devenir un partenaire silencieux de la stratégie de communication de Carrefour ; deuxième raison intéressante.

La troisième raison est que ce n'est pas une affaire simplement franco-française, mais d'ordre international, puisque la mise en œuvre de cette politique engageait des relations entre la France et le Brésil. C'était donc un système d'une grande complexité.

Par rapport à tout ce que nous nous sommes dit dans le cadre de cette université de la communication, je trouve, en tant que journaliste, que c'est exemplaire dans la mesure où la démarche n'est pas sectorielle, contrairement à toutes celles dont nous avons parlé s'agissant des entreprises. Nous pourrions peut-être, d'ailleurs, corriger cette impression. J'ai eu, dans ce cas, l'impression d'une réelle transversalité, d'abord parmi les acteurs – je viens de les évoquer-, mais également dans la manière dont la transcription de la démarche était faite, sans que chacun des acteurs ne perde sa liberté. Nous avons un véritable exemple de communication liée à une politique réelle de développement.

La communication n'est pas une simple caisse de résonance, vide, où "on peint en vert une démarche", mais elle a réellement entraîné une politique de fonctionnement, de développement et de réel développement durable. Nous avons un problème écologique, une société et donc un développement économique, des acteurs sociaux en France et au Brésil et nous nous trouvons vraiment au cœur d'une vraie démarche de développement durable.

Je n'ai pas présenté Arnaud APO-TEKER, mais je pense qu'il est relativement connu. C'est le "campagneur" OGM de Greenpeace depuis de longues années et il d'ailleurs a publié un livre qui a été remarqué. Avec celui d'Hervé KEMPF, il a été l'un des meilleurs livres sur les OGM et il s'appelle "Du poisson dans les fraises".

Il est allé vivre au Brésil pendant deux ou trois ans ?

**“La communication a
une politique de fonctionnement,
de développement et
de réel développement durable”**

Arnaud APOTEKER Trois ans.

Dominique MARTIN-FERRARI Il avait aussi été lié personnellement à des acteurs.

Bien sûr, l'histoire dont nous allons parler aujourd'hui, parce que c'est une petite saga, repose sur des hommes et des femmes, et cela n'est pas non plus un hasard. Ce n'est pas de la politique de communication. Cela repose sur des gens qui ont réussi à parler ensemble, à s'écouter et qui ont, je pense, une personnalité qui mérite d'être connue. Voilà.

Chantal, je vous passe la parole pour que vous parliez peut-être un peu de vous, dans un premier temps, et de votre démarche. Il serait bien de présenter votre démarche personnelle puisque nous avons vu, au cours de cette université, que le développement durable était quelque chose de personnel avant d'être collectif.

INTERVENTION

Chantal JAQUET

consultante
en développement durable
et stratégie commerciale



Je vous remercie d'être fidèle à notre atelier. Je suis Chantal JACQUET. Après avoir été institutrice au Maroc et à Madagascar, je suis entrée dans la grande distribution qui est, comme je le disais hier, souvent diabolisée. Je suis entrée chez Carrefour où j'ai été chef de rayon, chef de secteur, puis la première femme directeur de magasin. J'ai ensuite quitté le groupe et j'ai monté la centrale d'achats de Système U qui est une coopérative, une association de commerçants indépendants. Puis Carrefour m'a rappelée en 1994 pour me nommer directeur des produits alimentaires à marque Carrefour. Je me suis ensuite occupée de l'alimentaire au niveau international, toujours pour Carrefour. J'ai terminé en étant, auprès du Président, responsable de la mise en place du développement durable et de toutes les démarches qualité.

J'ai quitté le groupe pour des raisons personnelles, c'est moi qui ai décidé de partir voici presque deux ans maintenant parce que je voulais donner un autre sens à ma vie, après trente ans de distribution, c'était bien. Je voulais faire une pause. Voilà, vous savez presque tout de moi.

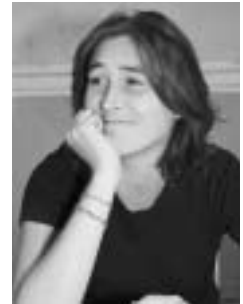
Je vais vous parler de cette démarche. Comme Dominique vient de le dire, on entend souvent que l'entreprise n'a rien à voir avec le développement durable ; je crois que c'est faux. Dans le développement durable, nous avons les trois sphères (économique, sociale et environnementale) et l'entreprise participe de la sphère économique. Alors, ne demandons pas à une entreprise d'être morale ou citoyenne : elle est là pour faire des résultats c'est tout !. Mais, à l'intérieur de cette entreprise, nous avons des hommes et des femmes qui, eux, participent de l'ordre moral. Ils ont des convictions, ce sont des citoyens, des hommes et des femmes qui osent souvent, qui défendent leurs convictions, qui prennent des décisions et qui assument des responsabilités.

“Je voulais donner un autre sens à ma vie, après trente ans de distribution”

“À l'intérieur de cette entreprise des hommes et des femmes ont des convictions assument des responsabilités”

Je crois que chacun est légitime là où il est, dans le cadre où il se trouve, où qu'il soit et quel que soit l'endroit pour s'inscrire dans des démarches de développement durable. C'est un faisceau de convictions qui fait que cette idée fait son chemin et avance.

En 1996, j'étais directeur des produits à marque Carrefour et il se passait des choses dans l'alimentation : des OGM arrivaient. Je peux vous dire que, lorsqu'on est dans la grande distribution, on se dit : “*Quel est ce nouveau phénomène !*” J'étais responsable des



▼
“Nous sommes responsables lorsque nous nourrissons presque 20 % de la population au travers des différentes enseignes”
▲

produits, mon équipe les concevait et les mettait sur le marché et j'avais, bien sûr, mis en place une veille pour savoir tout ce qu'il se passait, tout ce qui arrivait de nouveau, tous les scandales qui pouvaient exister à droite et à gauche, tous les produits qui étaient soumis à des questionnements et j'apprends qu'il y a les OGM...

Ma première réaction a été de dire : *“Nous sommes responsables lorsque nous nourrissons presque 20 % de la population au travers des différentes enseignes”* Certains ne se sentent pas responsables, mais ce n'était pas mon cas. J'ai donc voulu comprendre ce qu'étaient les OGM et les motivations des différents acteurs et j'ai écouté tous les avis différents : les organisations agricoles (les représentants de la FNSEA), les représentants des sociétés de phytosanitaires (Monsanto et Novartis), les pouvoirs publiques, et les scientifiques de tous bords C'est comme cela qu'avec Arnaud nous nous sommes retrouvés ensemble sur les bancs de l'école.

Plus j'avancais, moins je comprenais. Je me suis dit que ce n'était pas clair, que c'était trouble, mais que c'était quelque chose d'important puisque c'était la première fois que nous franchissions les barrières entre espèces. On nous disait qu'il existait des hybrides depuis très longtemps, certes, mais les hybrides sont des mélanges entre espèces de même famille, ce qui est totalement différent. C'était donc la première fois que l'homme franchissait et transgressait les barrières entre espèces et ce n'est pas une décision neutre. Plus je creusais, plus je me disais que les essais n'étaient pas suffisants, tant pour l'environnement – nous n'avions absolument aucun recul – que pour la santé ; mais Arnaud en parlera beaucoup mieux que moi.

“En 1996 nous n'étions pas très nombreux à nous battre. Pas d'OGM dans les produits à marque Carrefour”

J'ai pensé alors qu'il fallait que nous préservions quelque chose et, au travers de la marque Carrefour, je pouvais, parce que nous concevions nos produits, avoir la démarche de ne pas mettre d'OGM dans la marque Carrefour. Nous n'étions en 1996 et, Arnaud est bien placé pour le savoir, pas très nombreux à nous battre. Le fait que Carrefour, acteur économique important, ait pris cette décision a forcément influé sur ce qui s'est passé plus tard.

J'ai commencé à dire : *“Pas d'OGM dans les produits à marque Carrefour.”* C'est bien facile à dire, mais beaucoup plus difficile à faire ! J'ai commencé alors à me rendre compte

de l'étendue du travail que nous devons faire : c'était monstrueux, il y en avait partout. Dans les produits, nous en avons, non seulement dans les lécithines, mais dans les supports d'arômes, dans les sucres, partout ! Nous connaissions les ingrédients eux-mêmes, comme le maïs, le soja, les céréales, etc., ils sont faciles à identifier mais, en creusant, nous nous sommes rendu compte qu'il y avait des OGM dans énormément d'additifs.

À l'époque, j'ai embauché Lionel – il est là d'ailleurs aujourd'hui –, un jeune étudiant qui sortait de l'école et je l'ai mis entièrement sur ce dispositif. Nous avons pris produit par produit, nous avons identifié tous les ingrédients et additifs susceptibles de contenir des OGM et nous avons demandé à nos fournisseurs de nous assurer la traçabilité pour nous prouver que leurs produits ne contenaient pas d'OGM ; sinon, nous les substituions ou nous les supprimions. À l'époque, vous vous rappelez, Lionel, nous avons appelé les fournisseurs des lécithines de soja pour leur demander une filière sans OGM. Ils m'ont dit que c'était hors de question, que c'était fini et qu'ils n'y arriveraient pas. Je leur ai dit : *“Très bien, je le ferai sans vous.”*

Nous avons un tissu de PME et nous travaillions de façon très étroite avec eux. Au début, ils nous ont dit que cela allait coûter une fortune. Nous avons travaillé ensemble et nous nous sommes rendu compte que ce n'était pas la matière première qui coûtait cher, mais de séparer les productions. Faire une production sans OGM dans une entreprise coûte cher parce que c'est un stock, une chaîne, des stockages et du transport à part.

J'ai réussi à les convaincre que toutes leurs entreprises appliquent cette façon d'opérer et, de ce fait, cela ne nous a pas coûté cher, soit à l'époque 10 ou 20 centimes. Sur des produits de la marque Carrefour, c'était un coût vraiment ridicule parce que nous avons fait un travail de partenariat. Nous y sommes arrivés mais il nous a fallu deux ans. J'ai mis une très forte pression, je peux le dire, à toute mon équipe pendant deux ans parce que nous avions un planning produit par produit. Pour moi, ce n'était fini que lorsque le produit était remis en vente sans contenir d'OGM.

Ensuite, j'ai pensé qu'il fallait aller plus loin et nous sommes passés à l'alimentation animale puisque c'est par où allait entrer les OGM. Nous voulions offrir une alternative crédible à nos consommateurs. L'alimentation animale est extrêmement utilisatrice de soja.

Alors, nous avons de nouveau regardé ce qui se passait dans le monde, et nous nous sommes retournés vers le Brésil ; certains vont me rétorquer que ce n'est

“Ce n'était pas la matière première qui coûtait cher, mais de séparer les productions”

peut-être pas l'idéal mais je ne vais pas non plus changer le tissu économique local ! Comme les OGM n'étaient pas encore autorisés au Brésil, nous avons pensé que c'était le pays où nous pourrions avoir la filière la plus sûre possible. Carrefour étant très implanté dans ce pays, cela nous permettait d'avoir un soutien logistique sur place.

Nous sommes allés au Brésil avec des fournisseurs parce que je voulais en connaître la faisabilité, si c'était un rêve et si ce n'était pas possible. Nous sommes allés partout, dans les champs ; nous avons rencontré les coopératives ; nous nous sommes rendus dans le port de Parana ; nous avons visité les usines de trituration, et nous avons vu que ce serait très dur mais possible. C'est dans une usine de trituration qu'on travaille le soja pour en faire des tourteaux. Nous avons vu qu'il nous fallait un site entièrement dédié mais, pour cela, il nous fallait traiter 300 000 tonnes pour que l'usine tourne toute l'année, sans autre apport.

▼
**“J'ai mis
une très forte pression,
je peux le dire,
à toute mon équipe
pendant deux ans”**
▲

La filière n'appartenait pas à Carrefour et nous avons fédéré des fournisseurs sur ce projet commun. Ensemble, nous avons monté une filière d'approvisionnement au Brésil et nous avons mis deux ans. Cela a été de la détermination, de la volonté, du professionnalisme aussi parce que nous avons mis en place une gestion du risque.

Nous l'avons fait mais nous n'avons jamais pu communiquer sur ce point. Nous l'avons fait dans des instances externes, sur les lieux de vente et au travers de certains *leaflets*, mais nous n'avons jamais pu communiquer sur le produit parce que la législation était que si nous indiquions "Non OGM", il n'en fallait pas une seule trace. Nous ne pouvions pas prendre ce risque parce que nous connaissions les possibilités de contamination. De plus, Carrefour assurant qu'il n'y avait pas d'OGM, vous pensez bien que certains auraient passé leur temps à faire des analyses et ils auraient bien trouvé un produit qui contenait des OGM. Donc, cela aurait tué toute la crédibilité de cette démarche. Nous ne pouvions pas communiquer aux consommateurs de façon directe, alors nous l'avons fait au travers de prospectus, de *leaflets*.

C'était entièrement lié à une détermination, à une volonté qui faisait suite à un positionnement de nos produits. Dès que je savais qu'un produit était soumis à... et que les experts n'étaient pas d'accord, nous le supprimions par décision et nous mettions tout en place pour le substituer. Avec le temps, je me dis que cette approche s'inscrit totalement dans une démarche de développement durable.

En regardant bien, les OGM ne remplissent que la sphère économique. Nous ne nous sommes pas occupés de la sphère sociale puisque, pour les consommateurs, les citoyens n'ont aucun apport puisqu'il existe même des risques liés à la santé et pas de biens économiques. D'autre part, les agriculteurs n'ont plus le droit de replanter leurs semences ; qu'on ne me dise pas qu'on va aider les pays pauvres ! Au contraire, ils sont obligés d'acheter leurs semences tous les ans. Donc, au niveau social, il n'y a aucune approche.

Du point de vue environnemental, nous savons qu'il y a des risques par ce qui est essaimé dans la nature. C'est extrêmement grave, nous lâchons quelque chose dans la nature que nous ne contrôlerons pas, d'autant que les essais ne sont pas suffisamment longs pour savoir ce qui va se passer. Nous le voyons déjà sur des mauvaises herbes, certaines espèces cousines du Colza se croisent avec le Colza OGM et il faut donc mettre des doses supplémentaires de pesticides ; Arnaud vous en parlera tout à l'heure. Pour les générations futures, nous serons incapables de revenir sur cette décision puisque c'est parti dans la nature – ce n'est pas en laboratoire – et nous ne pourrions plus revenir en arrière.

C'est donc une démarche totalement contraire à celle de développement durable et, rien que pour cela, nous devons émettre le principe de précaution, tant que nous n'en savons pas plus. Je ne suis pas contre les OGM à tout prix, mais tant que ce n'est pas davantage sécurisé...

“Cela a permis à d'autres partenaires de travailler avec nous et de renforcer cette démarche”

Le développement durable s'inscrit dans cette démarche parce qu'une entreprise l'a pris aussi en compte et que cela a fait quelque bruit. Cela a permis à d'autres partenaires de travailler avec nous et de renforcer cette démarche. Cela a pu se passer parce qu'il y avait des hommes et

des femmes convaincus à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. Dans toutes ces démarches, les relais avec les parties prenantes sont vraiment fondamentaux.

Dominique MARTIN-FERRARI

Il fallait bien comprendre le mécanisme de l'aventure pour pouvoir en parler ensuite. Je laisse la parole à Arnaud.

Nous sommes bien d'accord, nous ne faisons pas un travail pour ou contre les OGM, sur les risques, etc. Ce qui nous intéresse ici, c'est de savoir comment une ONG comme Greenpeace a pu se retrouver dans une démarche conjointe à celle de Carrefour, comment l'ensemble des mécanismes mis en place ont fait que vous avez pu communiquer, travailler ensemble, sans vous sentir privé de votre liberté.

INTERVENTION

Arnaud APOTEKER

Responsable de la campagne
OGM pour Greenpeace
France



Je vais également commencer par quelques éléments personnels.

Tu as mentionné que cela fait un certain temps que je travaille pour Greenpeace France. Je suis chargé de mission depuis 1990 et j'ai commencé par travailler sur le problème de l'utilisation abusive de pesticides dans l'agriculture, ce qui a tout de même quelque rapport avec les OGM. Nous avons essayé de favoriser une agriculture biologique et la non-utilisation de pesticides de synthèse dans l'agriculture, puis nous avons vu, dans les années 1990-92, se profiler les OGM. Ils étaient souvent appelés "bio-pesticides", y compris par les écologistes.

Ils étaient vus de façon assez mitigée puisque la promesse des OGM à cette époque était : "Grâce aux OGM, nous utiliserons beaucoup moins d'herbicides et d'insecticides parce que ces plantes produiront elles-mêmes leurs insecticides ou seront tolérantes à des herbicides, ce qui permettra d'utiliser ceux qui sont les moins dangereux."

Nous nous interrogeons déjà, même s'il n'y avait pas encore de campagne contre les OGM. Un certain nombre d'entre nous à Greenpeace, non seulement en France mais dans les autres pays, ont commencé à vouloir suivre le développement de ces plantes transgéniques qui n'étaient pas encore commercialisées mais, dans un certain nombre de cas encore assez restreints, étaient testées en plein champ. C'était en 1992 que sortit la loi française sur la bio-sécurité et qu'ont eu lieu les premières protestations des Amis de la Terre et d'autres, contre ces essais en plein champ, responsables de disséminer ces plantes transgéniques et de risquer de créer un certain nombre de problèmes écologiques sérieux.

Je me souviens des débats au cours desquels nous demandions que les centres d'essai de plantes transgéniques soient considérés comme des installations à risques, soumises au règlement des installations type Seveso. La communauté scientifique s'est totalement rebellée contre cette possibilité en disant que cela allait limiter les possibilités de recherche.

Dominique MARTIN-FERRARI

Nous n'avons pas le temps de refaire tout l'historique... Simplement, je voudrais que des questions soient posées par rapport à la démarche. Limitons-nous au cas qui nous intéresse.

Arnaud APOTEKER

Nous avons commencé cette campagne parce que nous nous sommes rendu compte que le développement des plantes transgéniques nous amenait vers une situation complètement différente de l'environnement que nous avons connu jusqu'à présent, avec la création de ce D'une pollution génétique auto-multipliatrice et irréversible. Le principe de précaution nous imposait d'arrêter immédiatement et de ne pas commencer à disséminer ce genre de plantes.

“Le principe de précaution nous imposait de ne pas commencer à disséminer ce genre de plantes”

Nous avons décidé de lancer véritablement une campagne – les dates correspondent à celles mentionnées par Chantal, lorsque Carrefour s’est aussi impliqué, ce n’est pas un hasard lorsque nous avons appris que des OGM cultivés aux États-Unis depuis l’année précédente allaient arriver en Europe. C’était à l’automne 1996 et nous avons commencé à faire des blocages de bateaux qui contenaient du soja OGM pour permettre au public, et éventuellement aux industriels concernés, de savoir que quelque chose était en train d’arriver. Il faut savoir que, à cette époque, l’étiquetage n’était pas obligatoire, qu’il n’y avait aucune information du public. Notre communication un peu spectaculaire avait pour but d’inciter le public à se poser des questions.

Nous avons alors cette interaction et cette synergie entre ce qui arrivait chez Carrefour et les premières rencontres que celui-ci avait pu avoir avec un certain nombre de scientifiques critiques. Le public a commencé à prendre conscience de ces importations par des articles de presse, par exemple dans “Libération” : “Alerte au soja fou”. Nous étions dans la période qui suivait la crise de la vache folle.

Pour rebondir sur ce qu’a dit Chantal, en 1996, nous avons eu les mêmes réactions que celles de Carrefour, sauf que c’était plus évident chez nous. Nous craignons que ce soit une campagne perdue d’avance, qu’il soit impossible de faire du non-OGM puisqu’on retrouve de la lécithine de soja et d’autres produits issus d’OGM dans 80 % des produits alimentaires transformés.

Evidemment, une association de protection de l’environnement doit se battre aussi contre ce qui paraît perdu d’avance, sinon il n’y a plus d’utopie, il n’y a plus que de la résignation, mais il est assez rare que nous ayons une sorte de complicité, je dirai informelle, davantage sur le plan des idées que celui d’un travail commun, avec une entreprise comme Carrefour. Carrefour s’est prononcé assez rapidement et la communication vers le public est très importante. Cela a donné énormément de poids au travail qu’ont fait les ONG puisque nous passions d’une protestation d’ONG, comme nous en connaissons beaucoup, à quelque chose qui est pris en compte par un industriel qui a montré que, finalement, ce qui paraissait impossible était réalisable dans un laps de temps assez court.

“Une association de protection de l’environnement doit se battre aussi contre ce qui paraît perdu d’avance, sinon il n’y a plus d’utopie”

Nous avons décidé de communiquer, et c’est en cela que cette campagne était véritablement une première : non seulement nous avons des contacts avec Carrefour, mais nous avons également communiqué directement avec les consommateurs.

C’est en 1998, à peu près dans les délais qu’il a fallu à Carrefour, bien que nous ne nous soyons pas concertés, que nous avons publié nos premiers guides de produits, avec et sans OGM, pour que le consommateur puisse avoir la possibilité de choisir des produits qui ne contiennent pas d’OGM. Évidemment, le fait que Carrefour sorte au même moment une filière de produits à marque Carrefour sans OGM, ceux-ci se trouvaient dans notre liste verte des produits conseillés. Ce que faisait Carrefour aidait la campagne de Greenpeace et ce que faisait Greenpeace, évidemment, aidait sans doute le travail de Carrefour, y compris pour la recherche de fournisseurs et d’autres opérateurs.

“Notre communication un peu spectaculaire avait pour but d’inciter le public à se poser des questions”

Dominique MARTIN-FERRARI Êtes-vous allés jusqu'à des échanges d'informations, de dossiers scientifiques... ?

Arnaud APOTEKER

Oui. Nous l'avons fait de façon très fréquente et informelle, mais c'est vrai que lorsque Carrefour a mis au point sa filière sur l'alimentation animale, nous avons publiquement salué sa démarche. Je dois insister sur ce qu'a dit Chantal. C'est tout à fait vrai, c'est par l'alimentation animale que les OGM passeront ou ne passeront pas, au final. Nous pourrions avoir une discussion plus approfondie sur ce point, mais 80 % des OGM aujourd'hui cultivés sur la planète le sont pour faire du tourteau de soja, c'est-à-dire que c'est pour donner à des animaux. Cette alimentation animale, avec le nouveau règlement, est maintenant étiquetée, mais tous les produits issus d'animaux, comme le lait, les œufs, la viande, ne sont pas étiquetés.

Le consommateur est dans l'ignorance de la grande masse des OGM et ils arrivent dans la chaîne alimentaire. Lors des négociations sur les règles de l'étiquetage des OGM, nous pouvions penser que le travail fait dans notre guide "Avec et sans OGM" allait devenir inutile à cause de l'étiquetage. Or, il se révèle encore plus important puisque les produits dérivés d'animaux n'y sont pas soumis.

Nous continuons notre travail d'interrogation des industriels, dont une difficulté majeure est qu'ils n'ont pas le droit de valoriser le non-OGM. Nous les interrogeons pour connaître leur position et continuer notre guide.

Cela pour montrer que nous avons eu une démarche tout à fait parallèle, non concertée, mais qui représente une première, que ce soit pour Carrefour ou pour Greenpeace puisque, lorsque cette filière d'alimentation animale sans OGM pour les produits Carrefour a été mise en place, nous avons mené une action commune. Nous sommes venus faire une action avec banderole, comme nous le faisons habituellement, mais de bienvenue, en quelque sorte, au soja sans OGM qui arrivait pour nourrir les animaux européens.

▼
**"Nous avons eu
une démarche
tout à fait parallèle
qui représente
une première, que
ce soit pour Carrefour
ou pour Greenpeace"**
▲



Dominique MARTIN-FERRARI Nous allons faire une première pause pour les questions. Nous ferons ensuite un deuxième tour de table...

Une intervenante Quel a été l'impact pour les consommateurs lorsque vous avez mis en place cette filière ? Est-ce que c'est une filière qui a eu beaucoup de succès et quel a été l'impact commercial ?

Un intervenant J'ai une question complémentaire. Chez Carrefour, vous distribuiez une marque propre Carrefour, mais vous aviez aussi des lignes de produits classiques, de produits sur lesquels vous n'aviez pas d'emprise. Comment avez-vous réussi à expliquer aux consommateurs qu'à cinquante centimètres, dans un même rayon, vous aviez des produits sur lesquels, finalement, vous n'aviez pas la main quant aux OGM et d'autres que vous pouviez contrôler ? Vu par le consommateur pas très spécialiste de ces questions, ce n'est pas forcément simple.

Un intervenant Les applications concrètes de vos collaborations n'ont pas encore été bien explicitées. J'aurai aimé en savoir plus, outre les échanges sur votre collaboration, sur un plan concret, outre les échanges scientifiques informels. Par exemple, est-ce que Greenpeace a aidé à identifier des producteurs au Brésil, etc.

Dominique MARTIN-FERRARI Je complète également : avez-vous eu aussi des échanges financiers ? C'est également important ! Je pense que c'est une très bonne question. Lorsque EDF finance les...

Une intervenante Nous pouvons peut-être parler aussi du contrôle. Est-ce que le contrôle est uniquement fait par Carrefour ou à l'extérieur ?

Dominique MARTIN-FERRARI Très bien. Bon alors Chantal...

Chantal JAQUET L'impact commercial, au début, a été nul puisque nous n'avions pas pu communiquer. En revanche, nous pouvions le faire dans un certain nombre d'instances. Ce qui est important, c'est de communiquer dans les instances sensibilisées à ces problèmes, comme les associations de consommateurs, etc.

Ensuite, nous avons communiqué au travers de petits *leaflets*, de prospectus, et nous avons fait se poser des questions à un certain nombre de consommateurs. Mon collègue de Danone de l'époque me disait : "Écoute Chantal, ça va ton truc, mais tu n'en parles pas, ce n'est pas la peine ; nous n'allons pas commencer à mettre cela sur la place publique". Je lui répondais : "Au contraire, je veux que nous mettions cela sur la place publique, tu ne m'auras pas en partenariat dans ce domaine, et ce sont les consommateurs qui choisiront".

"Je veux que nous mettions cela sur la place publique et ce sont les consommateurs qui choisiront"

Nous avons participé à éveiller la conscience des consommateurs sur ce problème. Je dis toujours à Arnaud : "Nous avons fait la guerre ensemble." Nous étions une dizaine à nous battre partout, à être présents partout. À l'époque, il y avait Jean-Marie PELT, Arnaud, Corinne LEPAGE, Philippe DESBROSSES. Nous nous retrouvions...

Dominique MARTIN-FERRARI En tant que journaliste, j'ai eu connaissance de cette opération, puisqu'il n'y avait pas de communication directe, en assistant à divers petits colloques réservés à des milieux bien informés, notamment l'université d'été de Philippe DESBROSSES. C'était le monde du bio et de la semence où se posaient les premières questions, presque avant celles de la santé des consommateurs. Tous ces gens dépendaient des grands semenciers et ils se posaient des questions. C'est là où j'ai entendu Chantal pour la première fois.

Chantal JAQUET Notre rôle a été d'aider un certain nombre de consommateurs à se poser des questions et je pense qu'ils ont été un peu reconnaissants à Carrefour. Je pense que les produits Carrefour, à l'époque et même maintenant, ont une image à ce niveau.

Quant au choix, c'est très clair. Si vous me demandez mon avis, je pense que Carrefour aurait dû inscrire l'ensemble de sa démarche dans celle des non-OGM. Lionel le sait : heu-

“Notre rôle a été d'aider un certain nombre de consommateurs à se poser des questions”

reusement que j'étais soutenue par mon président ; je crois que c'était le seul, mais c'était déjà important. Il faut dire que même mes patrons directs me disaient : “Non, mais attends Chantal, cela ne va pas ton truc, c'est de la folie furieuse.” Après, tout le monde a dit que c'était très bien mais, au début, on ne peut pas le savoir.

Lionel l'a vécu, je me suis battue en interne comme une folle. Donc, il fallait déjà le faire passer sur la marque Carrefour. Je crois qu'une entreprise de grande distribution doit offrir le choix et chaque consommateur doit pouvoir trouver, dans un assortiment, du bio s'ils veulent du bio... J'avais d'ailleurs monté, à l'époque, la gamme “Carrefour Bio”, j'en avais pris l'initiative. Nous avions des produits Carrefour non-OGM. Ensuite Nestlé, Danone, toutes les grandes marques font ce qu'elles veulent de leurs produits et elles communiquent comme elles le désirent, et c'est au consommateur de choisir.

Notre métier est d'offrir le choix, l'alternative. Cela a été ma position et c'est grâce à cela que j'ai pu le faire passer en interne en disant : “Je veux une alternative crédible au travers de la marque Carrefour que nous contrôlons”. Nous pouvons très bien expliquer notre choix de cette manière.

Dominique MARTIN-FERRARI Comment le consommateur pouvait-il savoir, puisque vous ne communiquiez pas, que dans le même rayon, à 50 centimètres l'un de l'autre, il y avait des produits OGM et d'autres non OGM.

Chantal JAQUET Il y en avait très peu à l'époque.

Arnaud APOTEKER Je mentionnais que Carrefour avait eu un rôle important en montrant que le non-OGM était possible et, en quelque sorte, en poussant éventuellement les autres à le faire. Cela s'est fait égale-

ment par le Guide des produits, avec et sans OGM, qu'a publié Greenpeace en 1998 et, surtout, un certain nombre d'actions – pas seulement en France, ce n'est pas le seul pays ayant eu ce privilège, par exemple chez Danone, puisque Danone, Nestlé et Unilever étaient les trois plus gros fournisseurs qui ne voulaient pas s'engager sur du non-OGM

“Danone, Nestlé et Unilever étaient les trois plus gros fournisseurs qui ne voulaient pas s'engager sur du non-OGM”

Chantal JAQUET C'est aussi qu'ils ne pouvaient pas le maîtriser.

Arnaud APOTEKER Le fait d'être dans des positions différentes est énorme. Je ne sais pas s'ils peuvent le maîtriser ou pas, mais ce sont des fabricants de produits alimentaires et nous ne voulons pas – et nous pensons que les consommateurs nous suivent – d'OGM. Nous avons publié un guide et nous avons dénoncé Danone, je me souviens très bien, avec des banderoles de 500 mètres carrés sur la façade de leur immeuble à Paris. Quelques mois plus tard, Danone a été le premier gros industriel – je ne parle pas des distributeurs – à dire : “Je laisse tomber les OGM”, et il est passé sur notre liste verte. Deux semaines plus tard, Nestlé et Unilever faisaient la même chose. Maintenant, les choses vont peut-être évoluer à cause de ce nouveau règlement sur l'étiquetage. Aucun industriel en France, et dans la plupart des pays européens, n'utilise d'OGM dans les produits alimentaires ; au moins directement dans le produit alimentaire. Pour l'alimentation animale, comme nous l'avons vu, c'est encore autre chose.

Cette question, à partir de 1998, se posait beaucoup moins puisque, par la force des choses, Carrefour, et aussi les autres, ne vendent aucun produit industriel contenant des OGM introduits directement. Les industriels ont peur des réactions des consommateurs. Donc, ce choix ne se pose pas dans l'immédiat, sauf pour la filière animale.

Dominique MARTIN-FERRARI Avons-nous répondu aux questions ?

Un intervenant Vous voulez dire que, pour la filière animale, il existe à l'heure actuelle des produits ?...

Chantal JAQUET Maintenant, cela va devenir la deuxième bataille, il en existe beaucoup puisque toute l'alimentation animale est faite à partir de copeaux de soja et du maïs, etc., et qu'elle n'est pas du tout contrôlée. La deuxième phase de notre action était, pour un certain nombre de fournisseurs, de monter cette filière au Brésil qui nous permettait de sécuriser aussi l'alimentation animale. Lionel vous dira où ils en sont aujourd'hui.

Arnaud APOTEKER Je voulais répondre à une question sur la collaboration concrète et sur les financements. Il faut dire clairement que nous n'avons pas du tout reçu d'argent de Carrefour, de même

“La collaboration, sur un plan concret, a porté vraiment sur l'échange informel”

que nous ne lui en avons pas donné non plus pour cette filière. En fait, il n'y a eu aucune collaboration financière. Greenpeace, de toute façon, a un principe déontologique, que ce soit avec Carrefour ou avec n'importe quelle compagnie, de ne recevoir aucune subvention d'aucune industrie, ni d'aucune institution européenne ou française. C'est uniquement de l'argent d'adhérents individuels. Petit rappel : ils sont trois millions à travers le monde, c'est pour cela que nous sommes devenus une organisation importante.

La collaboration, sur un plan concret, a porté vraiment sur l'échange informel. Nous n'avons eu aucune collaboration institutionnelle. Greenpeace ne s'est jamais affiché – sauf une fois pour souhaiter la bienvenue à du soja non OGM pour l'alimentation animale-, et n'a conclu aucun accord, ni entrepris de collaboration formelle. C'était voulu de part et d'autre, c'est ainsi du moins ce que je l'avais compris. Greenpeace n'a aucun intérêt ni aucune volonté de prétendre que Carrefour est mieux que les autres.

Chantal JAQUET Et Carrefour n'a peut-être pas intérêt à ce que Greenpeace le dise !

Arnaud APOTEKER Exactement, j'en suis persuadé. Je crois que nous avons beaucoup plus de force en travaillant dans la même direction, chacun avec sa spécificité et avec ses contacts. Mais nous avons eu des échanges d'informations détaillés, simplement parce que nous avons la chance d'être une organisation internationale et de très bien connaître les processus politiques. Nous savons où en sont les OGM dans les différents pays du monde où opère Carrefour.

Carrefour a également une expertise dans tous ces pays du point de vue commercial.

Chantal JAQUET Dans l'entreprise, d'une façon générale, des choses se vendent et d'autres non. Il faut accepter que certains produits ne se vendent pas. C'est, quelque part, une certaine morale.

C'était une communauté d'intérêts, et ce qui est intéressant dans toutes les démarches du développement durable, c'est de construire ces communautés d'intérêts et de trouver avec qui nous pouvons avancer. Je crois que c'est vraiment l'exemple parfait.

**“Ce qui est intéressant
c'est de construire
ces communautés d'intérêts”**

Dominique MARTIN-FERRARI Alors j'ai envie de demander à Lionel de SANCEY si ce travail qui a été mis en œuvre avec des personnes qui ont appris à travailler ensemble se poursuit aujourd'hui ? Avez-vous encore des relations privilégiées avec Greenpeace ou est-ce que c'est terminé et que vous avancez seul sur votre bateau ?

Lionel DE SANCEY Nous n'avons pas beaucoup abordé l'aspect alimentation animale et c'est justement sur ce point que nous avons actuellement une véritable collaboration, de nouveaux échanges d'informations. Nous avons encore quelques flous réglementaires qu'il faut que nous levions, notamment sur la coexistence entre l'agriculture conventionnelle et l'agriculture transgénique au niveau communautaire. Nous avons également un aspect communication sur les produits carnés, laitiers ou “ovo”, où nous pouvons retrouver une alimentation animale qui peut être OGM. Cette information arrive jusqu'au producteur mais pas jusqu'au consommateur. Nous œuvrons l'un et l'autre pour que cette information arrive jusqu'au consommateur, d'une façon ou d'une autre.

Dominique MARTIN-FERRARI Bien, nous continuons.

Un intervenant Et le contrôle ?

Chantal JAQUET Oui. Pour le contrôle, nous avons mis en place un cahier des charges. Pour les produits de marque, nous avons prévu une procédure en disant : *“Nous identifions les ingrédients, les additifs, etc. ; nous mettons en place des produits de substitution ; nous suivons un planning et nous travaillons avec les fournisseurs.”* Nous avons visité les fournisseurs un à un.

Lorsqu'on fabrique un produit, changer un des composants implique de refaire tout le produit. C'est comme une maison, quand on commence à la réhabiliter, il faut tout changer. Cela a donc pris du temps parce que, en changeant un ingrédient, il fallait chaque fois repasser par des tests organoleptiques et physico-chimiques pour remettre le produit sur le marché et être sûr qu'il allait répondre à tout ce que Carrefour et le consommateur attendaient.

▼
**“C'est comme
une maison,
quand on commence
à la réhabiliter,
il faut tout changer”**
▲

Pour la filière, cela a été beaucoup plus complexe. Nous allons aborder ce point maintenant. Je laisserai également s'exprimer Lionel parce que c'est lui qui en était totalement en charge. Nous voulions nous assurer de la traçabilité de la filière.

Notre méthode a été de prendre chacune des phases de cette filière et de mettre un point de contrôle sur chacune d'elles. Nous avons tout visité. Nous sommes partis du champ et nous avons analysé toutes les phases critiques sur le champ, pour le transport du champ au producteur, du producteur au silo, du silo à l'usine de trituration, puis au port ; que se passe-t-il dans le bateau, à l'arrivée en France, etc. Ensuite que se passe-t-il chez le fournisseur en arrivant ? Lionel pourra vous le raconter.

Dominique MARTIN-FERRARI Nous allons passer à la deuxième phase, c'est-à-dire la construction de cette filière. Au départ, et je résume un peu, c'est assez simple : les États-Unis sont les premiers producteurs du monde de soja, et derrière, nous avons le Brésil, donc deuxième producteur au monde. Le Brésil prend la décision de rester non OGM, et ce n'est pas trop difficile. La France et l'Europe ont, en principe, un fournisseur privilégié qui s'appelle le Brésil.

Puis, catastrophe, voilà que des semences transgéniques, – malgré la loi brésilienne qui l'interdit – arrivent en contrebande dans les états producteurs du Sud. Elles arrivent de l'Argentine, essentiellement, et le Rio Grande do Sul se met à planter du soja transgénique, donc pollution au Brésil puisque nous avons des États avec, et des États sans. Heureusement, quelques États refusent de s'adapter à la situation et, aujourd'hui, un débat est en cours pour savoir si, au niveau national, les OGM vont être autorisés ou interdits. La filière va se construire à partir de cela.

Je laisse la parole à Arnaud. Allons-nous directement sur le Parana ? Comment vous organisez-vous par rapport au Brésil, en gros ?

Arnaud APOTEKER Effectivement, la situation au Brésil est extrêmement complexe...

Dominique MARTIN-FERRARI Au début, c'est simple et puis cela devient compliqué.

Arnaud APOTEKER Même au début, c'était compliqué, malheureusement ! Le gouvernement fédéral n'a pas interdit les OGM, ils ont été autorisés et rejetés par une décision de justice, parce qu'il n'y avait pas eu d'étude d'impact environnemental. Les OGM n'étaient pas interdits, mais la justice avait refusé qu'ils soient plantés ; ils sont arrivés en contrebande du Rio Grande do Sul avec, certains le disent, l'aval et la complicité des multinationales. On voulait créer une situation de fait afin de pouvoir dire : "Ce n'est plus possible d'avoir du non-OGM."

“En voyant l'intérêt commercial à vendre vers les consommateurs européens qui ne voulaient pas d'OGM, l'État du Parana a édicté une loi pour les interdire”

Un certain nombre d'États, en particulier celui du Parana, ont eu une politique extrêmement ferme. En voyant l'intérêt commercial qu'il y avait à vendre vers les consommateurs européens qui ne voulaient pas d'OGM, l'État du Parana a édicté une loi pour les interdire. Il a décidé que son port d'exportation, qui est le premier port exportateur céréalière de l'Amérique du Sud, serait complètement sans OGM. Maintenant, cet État est en "bagarre"

avec le gouvernement fédéral, qui est en train d'établir une loi donnant les conditions d'autorisation des OGM. Un certain nombre de filières existent, mais elles sont un peu dans l'attente des décisions politiques du Brésil. Celles-ci devraient être connues dans les mois qui viennent et nous saurons alors si le soja OGM va finalement être autorisé ou pas.

L'avantage dont a bénéficié la filière Carrefour a été de demander à être certifiée dès le début et, étant avec des producteurs certifiés, même si le soja OGM, par malheur, était autorisé au Brésil, les filières déjà contrôlées peuvent rester non OGM.

Dominique MARTIN-FERRARI

Sans vouloir faire de publicité pour Gaïa, un document va paraître le samedi 25 septembre ; c'est un reportage réalisé dans l'État de Parana où on peut voir – puisque c'est de l'image et pas seulement du discours – toutes les étapes de la filière et comment s'effectuent les contrôles. C'est excessivement impressionnant, avec le contrôle du soja en feuilles, en grains avant l'entrée dans les usines, dans les camions qui le transportent vers le port, dans l'entrée du port, lors de la montée au bateau, à l'arrivée à Saint-Nazaire avec les conteneurs plombés qui sont ouverts à l'arrivée, etc.

Chantal JAQUET

Ensuite, ce n'est pas fini, cela continue chez le fournisseur.

Dominique MARTIN-FERRARI

C'est vrai, cela continue chez le fournisseur, mais je me suis arrêtée à Saint-Nazaire ! Mais ce n'est pas "du bidon", pas du tout. Le test protéique, qui est fait comme un petit test de grossesse, révèle immédiatement la protéine qui est dans le soja génétiquement modifié, c'est extrêmement simple. On mixe le grain dans de l'eau, on plonge une petite barrette dedans et, si elle vire au rose, c'est qu'il contient de l'OGM. C'est d'une simplicité enfantine et j'ai été très étonnée par cette simplicité.

Chantal JACQUET

Il fallait que cela ne nous coûte pas trop cher, c'est toujours le problème. Les contrôles viennent bien évidemment grever le prix et, comme pour tous les contrôles, ils doivent être faits aux bons endroits. Un travail d'anticipation a été fait, et nous identifions les zones à risques tout au long de la filière. Il ne s'agit pas de faire des contrôles qui ne

“Les contrôles viennent bien évidemment grever le prix et ils doivent être faits aux bons endroits”



servent à rien. Ce travail fait, nous avons décidé d'effectuer les contrôles à ces endroits précis et il nous fallait trouver les contrôles les moins chers possible afin que cela ne vienne pas grever trop fortement le prix.

Je voudrais revenir sur ce qu'on a dit tout à l'heure...

Dominique MARTIN-FERRARI Excusez-moi, est-ce qu'on a une idée du surcoût ?

Chantal JAQUET Lionel doit l'avoir.

Lionel DE SANCEY Oui, il est de 16 € la tonne, qui coûte entre 150 et 250 €, soit entre 7 % et 8 % du prix.

Une intervenante Cette facilité de contrôle existait-elle déjà ?

Chantal JAQUET Nous avons simplement identifié les zones à risques.

Dominique MARTIN-FERRARI Vous faisiez partie du premier voyage, Lionel ?

Lionel DE SANCEY Non, non.

Chantal JAQUET Je vous assure, nous y avons passé une semaine, nous sommes revenus avec les yeux comme ça ! Nous avons travaillé quinze heures par jour, plus les voyages ! Nous avons déterminé les risques à chaque étape, cela a été un travail de fourmi. Ensuite, pour le contrôle, nous nous sommes entourés d'experts, notamment Jacques ESTIENNE qui suit Carrefour depuis très longtemps. Il est professeur à l'université de Marseille et il est vraiment spécialisé dans ce domaine. Il nous a aidés, avec d'autres experts – il a son réseau, en quelque sorte-, à construire l'ensemble de ces contrôles.

“Nous avons déterminé les risques à chaque étape, cela a été un travail de fourmi”

Dominique MARTIN-FERRARI Ils sont produits par une société pharmaceutique, dont j'ai oublié le nom...

Lionel DE SANCEY C'est SDI.

Une intervenante Est-ce vous, Carrefour, qui avez demandé à cette société de développer ce contrôle ?

Chantal JAQUET Non, je ne pense pas.

Lionel DE SANCEY Non, non.

Chantal JAQUET En revanche, nous nous entourons chaque fois... Nous avons toujours la même démarche, celle de nous demander qui peut le faire. Il faut être ouvert dans la vie et faire montre d'une qualité, celle d'avoir des oreilles qui traînent partout, et chercher à savoir. Nous nous sommes dit : *“Qui peut, que se passe-t-il, qu'est-ce qui existe ?”* À partir de tout ce qui existe, de cet inventaire, il faut voir ce qui a le meilleur rapport qualité/prix, ce qui est le plus effi-

ce. Chaque fois, nous cherchons ce qui est le plus efficace au meilleur coût et qui rendra le meilleur service.

Lors du premier voyage, je peux vous dire que le Brésil n'était pas très sensible aux OGM. Nous avons rencontré des producteurs, quelques coopératives qui y étaient sensibles, mais les plus importants, comme d'habitude, ne l'étaient pas du tout. Je crois qu'il faut toujours toucher les gens avec ce qui les intéresse. Lorsqu'on a un objectif, quel que soit le chemin que l'on emprunte, il faut leur parler d'eux ; c'est aussi cela la communication. Nous leur disions : *“Vous ne le savez pas parce que vous, vous êtes dans vos champs, mais il existe un marché en Europe et au Japon. Si vous avez une particularité au Brésil, gardez-la et vous verrez que vous aurez des débouchés. Au-delà du prix, cela vous permettra de valoriser votre filière.”*

J'insiste toujours sur l'intérêt de l'entreprise ou, tout au moins, des hommes et des femmes qui y travaillent. Une fois par an, au Brésil, tous les producteurs de soja se réunissent. Ils m'avaient invitée, parce qu'ils ne connaissaient que moi jusqu'alors. J'ai dit que c'était quelqu'un de Carrefour Brésil qui allait s'y rendre. Il y est allé, il est intervenu et la prise de position de Carrefour au Brésil était également très importante pour l'élaboration de ces filières, et aussi pour le retard et les pressions qui ont pu se produire.

**“La prise de position
de Carrefour au Brésil était
également très importante
pour l'élaboration de ces filières”**

Dominique MARTIN-FERRARI

Je voudrais questionner Arnaud sur ce que j'ai vu se développer à l'issue de cela. Tout part d'un bon sentiment mais, à un moment donné, il se produit un effet un peu pervers.

À la Bourse du soja de Sao Paulo, on s'aperçoit très rapidement – alors que le soja non OGM existait avant le soja OGM – que la lécithine de soja issue du soja non OGM est 40 % plus chère. Le résultat est que nous avons forcément un marché à deux vitesses. Le marché non OGM est donc réservé à des consommateurs qui ont les moyens, le pouvoir d'achat de s'offrir de la santé et de la tranquillité, donc l'Europe. En revanche, les producteurs brésiliens ont dit que, pour l'instant, ils n'avaient aucun problème pour leurs productions OGM puisqu'ils pourraient les expédier vers les pays dont les problèmes de santé ne sont pas prioritaires mais qui ont surtout des problèmes d'alimentation, donc la Chine, l'Afrique, etc.

Il faut également gérer cet effet pervers. C'est là où vous entrez de nouveau en jeu, avec la filière animale qui est intéressante.

▼
**“Le marché non OGM
est donc réservé
à des consommateurs
qui ont les moyens”**
▲

Arnaud APOTEKER

Je crois que ces effets pervers sont communs à beaucoup de campagnes. Lorsque nous nous sommes battus contre l'utilisation de pesticides dangereux en Europe, ils étaient fabriqués et utilisés dans les pays en voie de développement. C'est vrai que nous avons malheureusement moins de moyens d'agir dans ces régions, en tout cas nous en tant qu'ONG, mais je pense que c'est le cas de tous les acteurs. Nous essayons de nous battre contre ces effets pervers. Ce n'est pas facile et nous devons sans arrêt élaborer de nouvelles stratégies.

Nous pensons, et Chantal l'a souligné, d'une certaine façon, que le soja non OGM devient plus cher parce que nous sommes obligés de faire des contrôles parce qu'une nouvelle technologie – totalitaire d'une certaine façon – est en train de s'imposer. Le consommateur

lambda, et je le comprends, n'a aucune raison, d'un jour à l'autre, de payer un produit plus cher alors que c'est exactement le même.

Dominique MARTIN-FERRARI C'est le pari du Parana qui refuse d'entrer dans ce jeu pervers en ne souhaitant faire que du non-OGM et il refuse ce marché à deux vitesses.

Chantal JAQUET C'est l'histoire des produits Carrefour, au départ. Nous nous sommes rendu compte qu'en travaillant ensemble, nous arrivions à des coûts... C'est alors que la sphère économique entre à nouveau en ligne de compte. Lorsque quelqu'un veut nous vendre du soja 40 % plus cher, nous refusons parce que nous savons ce que cela coûte. Un peu plus cher, oui, 40 % plus cher, non. C'est là où il est intéressant d'avoir identifié le coût réel.

Dominique MARTIN-FERRARI Vous avez donc échappé à ce phénomène de Bourse auquel j'ai assisté.

Chantal JAQUET Oui, c'est très difficile et nous voyons bien qu'il existe différents ordres : l'ordre économique, l'ordre moral que nous venons de souligner et ensuite l'ordre législatif et légal qui devrait dire : *“C'est un comble, c'est la filière OGM qui est la moins chère alors que c'est celle-ci qui arrive sur le marché. C'est le non-OGM qui, en réalité, est issu des modes de culture millénaires !”*

**“Il existe différents ordres :
l'ordre économique,
l'ordre moral, l'ordre
législatif et légal”**

Dominique MARTIN-FERRARI C'est ce que fait l'État de Parana, il prend position politiquement.

Chantal JAQUET C'est leur politique qui devrait normalement jouer son rôle et qui ne le joue pas aujourd'hui. Vous avez raison, cela souligne toute la difficulté d'arriver à des coûts... Nous arrivons, en travaillant ensemble, à ne pas trop grever le prix, mais avec les contrôles et autres, il est vrai que c'est très difficile.

Dominique MARTIN-FERRARI Nous en revenons au débat d'hier après-midi sur la formation des politiques ! Que comprend un politique à un tel dossier ?

Chantal JAQUET Absolument !

Arnaud APOTEKER C'est pourquoi nous nous battons – cela paraît un peu étrange mais je le dis de façon provocatrice – pour qu'il n'y ait pas de choix, qu'il n'y ait que du non-OGM. La situation n'est pas perdue, nous continuons d'avancer. Nous parlons du Parana qui a fait ce choix, mais nous travaillons avec des politiques et avec les acteurs économiques, y compris en France. Lorsque nous discutons avec les autorités portuaires de Bretagne, ils commencent à se demander s'ils vont multiplier leurs installations par deux pour ouvrir le choix ou s'ils restent simplement non OGM. Personne ne va aller réclamer un produit OGM, personne ne va dire : “Pourquoi n'offrez-vous pas de produits OGM ?” De plus, d'un point de vue économique, il est beaucoup plus intéressant de n'avoir qu'une seule filière.

Dominique MARTIN-FERRARI J'ai senti les géants du grain, Bund, Stardiv, Dreyfus, etc., très intéressés par la double filière, évidemment. D'abord, avec la ségrégation, ils donnent une garantie absolue et ils sont intéressés par les deux filières parce que cela fait monter les coûts.

Arnaud APOTEKER Les traders gagnent des deux côtés. Ce sont les complices objectifs des multinationales des OGM, ils peuvent renchérir les prix du non-OGM sous prétexte d'être obligés d'avoir des bateaux spéciaux, des conteneurs, etc. Ils proposent souvent une plus-value qui n'a rien à voir avec leurs coûts exacts. Ils profitent de cette demande de non-OGM pour augmenter le coût du soja qui, sur une perspective plus longue, était en train de diminuer.

Un intervenant N'y aurait-il pas d'autres effets pervers qui concerneraient davantage Greenpeace, dans sa vocation même ? Au début, vous disiez vous battre contre la présence de pesticides, etc., mais en vous battant pour un soja non OGM, il reste malgré tout qu'il n'est pas "bio". Il reste un grand nombre de produits phytosanitaires.

Chantal JAQUET Sauf que la filière "bio" est la seule aujourd'hui à dire, dans sa législation, que les graines bio sont non OGM. C'est pourquoi d'ailleurs il y a toute cette attaque contre le bio, il faut savoir d'où cela vient. On a vu poindre d'un peu partout ces attaques contre le bio. Cela

“La filière bio est la seule aujourd'hui à dire, dans sa législation, que les graines bio sont non OGM”

oblige, parce que la filière bio existe, à faire la ségrégation dans le champ, etc. C'est pourquoi il faut absolument tenir bon pour le bio ; plus les gens consommeront du bio, plus cela renforcera cette consommation et plus elle se développera.

L'intervenant Oui, mais sur le soja dit "classique", nous avons moins de lutte contre les pesticides.

Arnaud APOTEKER Non, mais je crois que vous avez raison de le souligner quand même. Bien sûr, ce sont des questions que nous nous posons pour imaginer l'avenir à plus long terme et nous faisons la promotion de l'agriculture biologique partout où elle est. Nous ne voulons pas dire : "Achetez n'importe quel soja, produit de n'importe quelle façon, du moment qu'il n'est pas OGM." Mais nous avons une attitude très pragmatique. Il y a des pressions énormes pour justement nous mettre devant le fait accompli, avec une agriculture qui deviendrait toute transgénique, ou en tout cas contaminée. Il faut bloquer cela, dans l'immédiat c'est la priorité.

L'intervenant Mais cela ne remet pas du tout en cause ce que vous faites.

Arnaud APOTEKER Deux mots pour finir sur cet effet pervers : nous sommes en faveur de l'agriculture biologique et nous allons faire la promotion du soja biologique. Mais, de façon plus large, ces effets pervers sont sur le commerce international et l'agriculture telle qu'elle est. D'un point de vue écologique, il n'est pas complètement sain d'importer du soja brésilien, même s'il est non OGM, pour nourrir les animaux en Europe ; ils devraient l'être avec du lupin ou des productions locales.

Chantal JAQUET Si nous voulions produire du soja non OGM en France, nous ne le pourrions pas à cause des quotas qui nous sont imposés.

Dominique MARTIN-FERRARI Nous n'allons pas partir sur le sujet !

Moi, je voudrais relancer la question de Christophe. Il a demandé la réaction des consommateurs lorsque vous aviez mis en place vos produits Carrefour. C'était une époque où cela n'existait pas, mais maintenant que nous avons des produits étiquetés, et d'autres qui ne le sont pas encore, la question se pose peut-être différemment depuis la loi d'avril.

Lionel DE SANCEY Le constat commun qu'ont fait Carrefour et Greenpeace est que, finalement, la difficulté principale pour nous n'était pas d'avoir une législation pour l'étiquetage et la traçabilité des OGM et de leurs dérivés en alimentation humaine et en alimentation animale, au contraire. Nous n'en avons pas vu fleurir énormément ; seuls douze ou treize produits alimentaires sont étiquetés aujourd'hui.

“Seuls douze ou treize produits alimentaires sont étiquetés aujourd'hui sur quelque 40 000 références alimentaires”

Dominique MARTIN-FERRARI Étiquetés comme contenant des OGM ?

Lionel DE SANCEY Oui, sur quelque 40 000 références alimentaires dans un hypermarché, autant dire que cela reste quelque chose de peu sensible.

Dominique MARTIN-FERRARI Donc vous avez gagné aussi parce que les consommateurs étaient un peu sensibilisés.

Lionel DE SANCEY Tout à fait.

Chantal JAQUET L'objectif était de les sensibiliser.

Lionel DE SANCEY Tout à fait. Notre principale difficulté, et vous l'avez vu, tourne autour des problèmes de ségrégation et d'organisation de marchés. Le cas du soja est vraiment emblématique, le soja est une *commodity*. En gros, nous achetons n'importe quel type de qualité de soja, nous ne faisons attention qu'à la proportion de protéines dans le tourteau et nous nourrissons l'animal avec. C'était du tout-venant qui arrivait dans les ports communautaires.

La filière créée pour le “sans OGM” a obligé ce marché à se réorganiser pour tracer et pour ségréguer deux types de produits. Or, c'était quelque chose de totalement hallucinant pour quelqu'un qui travaillait dans le soja ! Je me rappelle les premiers rendez-vous que nous avons eu avec Zulesca, qui est le premier opérateur de soja en France, cela lui paraissait quelque chose de totalement aberrant.

Chantal JAQUET Lorsque nous sommes allés dans le port de Paranagua, même moi j'étais affolée... C'était énorme, avec des tuyaux qui arrivaient de partout et qui chargeaient les bateaux. Il était impensable d'avoir une ségrégation dans le port de Paranagua ! Nous avons réussi à avoir une filière et un approvisionnement sécurisés dans le port de Paranagua. Au-delà de la production, nous avons réussi à faire changer les organisations portuaires et nous avons aujourd'hui un circuit sécurisé dans ce port.

D'ailleurs, lors de notre première visite, nous n'étions pas allés dans le port de Paranagua mais dans celui de Victoria. C'était un petit port et nous arrivions à sécuriser la



filière à cet endroit. Nous leur avons dit : *“Lorsque vous aurez sécurisé votre approvisionnement, nous viendrons à Paranagua.”* Cela a été un challenge pour eux.

Dominique MARTIN-FERRARI Pour conclure, j’ai envie de ne pas vous laisser la parole à vous deux, mais de demander aux groupes qui sont ici : *“Est-ce que ce type de campagne vous paraît reproductible ?”* Christophe, par exemple.

Christophe PIEDNOEL Dans les démarches que le groupe Suez a pu avoir à l’international, je pense notamment en Amérique latine et en Argentine, un certain nombre de partenariats ont été montés avec des ONG. J’y vois une similitude : le fait de l’avoir fait ensemble.

Nous l’avons fait, non pas pour le dire, mais pour que le partenariat soit efficace, notamment quand il a fallu pénétrer tous les bidonvilles de Buenos Aires, savoir comment nous allions parler à ces gens, leur distribuer de l’eau potable, etc. Un travail a été fait, d’ailleurs en intégrant dans nos équipes des ressources humaines qui avaient une vraie formation d’ONG. Nous avons commencé à travailler avec les ONG locales. Ce n’était vraiment pas dans un but de communication mais d’efficacité pour la mise en place de systèmes de distribution.

Dominique MARTIN-FERRARI Mais auriez-vous travaillé avec une ONG “sulfureuse”, c’est-à-dire qui dénonce, par exemple, votre politique de prix de l’eau ?

Christophe PIEDNOEL Sur ce point, j’ai une réflexion personnelle. Les entreprises et les ONG qui cherchent à travailler ensemble dans un cadre global font une erreur majeure. J’ai eu des discussions avec une grande ONG pour définir un cadre de travail en partenariat structuré et cela n’a pas abouti parce que l’ONG en question souhaitait que nous accolions nos deux noms sur un certain nombre de projets...

**“Les entreprises et les ONG
qui cherchent à travailler
ensemble dans un cadre global
font une erreur majeure”**

Dominique MARTIN-FERRARI Ce qui n’a jamais été le cas.

Christophe PIEDNOEL Absolument. Je pense que c’est de l’intérêt de Greenpeace de fonctionner comme ils l’ont fait. J’ai refusé parce que je ne voulais pas commencer une discussion économique mais

simplement parler du projet en disant : *“Pouvons-nous travailler ensemble, à tel endroit sur tel projet ? Puis, nous arrêterons lorsque le projet sera fini.”*

Je pense que ce type d'ONG, dont je tairai le nom, recherchait des financements et elle voulait un contrat cadre avec x millions de dollars garantis par an. Elle avait certainement pensé que Suez était un nom suffisamment fréquentable pour le coller avec le sien. Elle voulait que nous mettions un certain nombre de choses en commun, mais nous n'avons pas pu nous mettre d'accord. Le projet n'a pas abouti parce que j'arrivais avec mes cinq projets, dont celui du Brésil, en leur disant : *“Que pouvez-vous m'apporter pour ces projets ?”*, alors qu'eux arrivaient avec un contrat, ce qui est assez paradoxal, en disant qu'ils étaient d'accord pour parler de projets, mais avec une garantie d'obtenir x millions de dollars par an.

Je trouve la collaboration que vous avez menée “gagnant/gagnant” ; elle n'a pas besoin de la communication pour être menée.

Dominique MARTIN-FERRARI Avez-vous l'impression que ce type de partenariat est assez fréquent dans le monde anglo-saxon ou francophone ? Connaissez-vous d'autres expériences, par exemple dans le monde anglo-saxon ?

Une intervenante Je ne sais pas. Nous avons tendance à encourager les associations, que les gens partagent leurs expériences, et celles d'une ONG sont différentes. Nous avons un travail énorme à faire sur le terrain et ils peuvent apporter une expertise, mais pas nécessairement dans le cadre de partenariats formalisés. Nous travaillons beaucoup avec les industriels ; d'ailleurs les ONG nous le reprochent beaucoup parce que nous avons une approche un peu difficile. Nous avons besoin de financements de la part des gouvernements, mais aussi des entreprises. On peut aussi nous reprocher parfois, lorsque nous travaillons avec des entreprises, d'être en collusion avec elles et peut-être de ne pas avoir un esprit suffisamment critique et de ne pas avoir de recul.

Dominique MARTIN-FERRARI Donc, c'est un peu exemplaire ?

L'intervenant Nous ne pouvons pas soupçonner Greenpeace de s'être commis en faisant cela, ils ont poursuivi leurs objectifs ; le simple fait que Carrefour fasse quelque chose avec eux, vu son poids économique, cela allait forcément avoir une implication. Maintenant, que Carrefour s'associe largement à Greenpeace, ce ne serait pas forcément ce qu'ils peuvent faire de mieux quant à la visibilité par rapport à leurs autres gros fournisseurs. Nous, nous encourageons ces collaborations, mais il faut faire très attention à la façon dont c'est mis en place.

L'exemple de Suez est très intéressant : il faut que chacun reste à sa place et dans son rôle. Lorsqu'on commence à avoir un échange commercial, ou des intérêts financiers, garder sa légitimité et son intégrité devient nettement plus difficile ; il est beaucoup plus tentant de faire des compromissions.

Chantal JAQUET Il faut que ce soit “non marchand” et porté par des hommes et des femmes qui ont des convictions. Nous en revenons toujours au même point.

Dominique MARTIN-FERRARI C'est peut-être le mot de la fin. Vous aviez une question ?

Une intervenante Nous sentons bien que c'est porté par des hommes et des femmes, et justement, comment pouvez-vous garantir que Carrefour en l'occurrence, mais cela s'applique à d'autres entreprises, poursuivra cette politique ?

Chantal JAQUET Certains événements sont irréversibles. Lorsqu'une grande entreprise comme Carrefour, qui a pignon sur rue, s'engage et a un discours... À l'époque, nous avons eu tout de même un discours assez fort, tout au moins dans un certain nombre d'instances, ne serait-ce que vis-à-vis d'ONG comme Greenpeace. Je veux dire que nous sommes attendus au virage ! Ce qui m'a toujours plu dans cette entreprise a été de pouvoir mettre en place des choses irréversibles. Une fois que nous nous étions exprimés sur les OGM, nous ne pouvions plus revenir en arrière.

“Ce qui m'a toujours plu dans cette entreprise a été de pouvoir mettre en place des choses irréversibles”

De la même manière, lorsque Carrefour s'est inscrit dans une démarche de développement durable, c'était mon souhait, et dès lors que nous avons sorti le premier rapport, c'était fini, nous ne pouvions plus faire marche arrière. Nous sommes loin d'être parfaits, nous avançons, nous reculons, c'est évident. Ce sont des démarches difficiles, longues, mais l'important est de commencer. Du fait de l'importance de l'entreprise, ils sont obligés de continuer. C'est la réputation et l'image de l'entreprise qui est en jeu.

Arnaud APOTEKER Je vais rebondir sur ce que dit Chantal. Je suis obligé d'admettre que j'ai beaucoup apprécié la démarche que nous avons pu avoir et le travail que nous avons fait ensemble pour arriver à un objectif donné. Il était important que ce soit fait de façon informelle, sans aucun lien, et ce pour nos deux groupes, si je puis dire. Cela nous permet de garder notre entière liberté. Nous sommes totalement disponibles pour attaquer éventuellement Carrefour sur un autre point de sa politique qui nous paraîtrait aller à l'encontre du développement durable. Nous avons parlé des ressources halieutiques. Si la politique de Carrefour nous paraît incompatible avec la préservation des ressources halieutiques, nous le ferons savoir.

▼
“Je suis obligé d'admettre que j'ai beaucoup apprécié le travail que nous avons fait ensemble”
▲

Il est clair que nous n'avons pris aucun engagement sur le long terme pour les OGM, et que nous attaquerons Carrefour comme n'importe quelle autre entreprise, dès lors que des OGM seraient utilisés dans leurs produits. Cela ne garantit pas la pérennité de la démarche, mais cela veut dire que la démarche ne sera pas abandonnée sans que cela se sache.