

# LIGNES DIRECTRICES EN MATIÈRE DE PRODUITS ALIMENTAIRES LOCAUX



# TABLE DES MATIÈRES

<b>Notre ambition</b> .....	<b>3</b>
<b>Champ d'application</b> .....	<b>4</b>
<b>Produits alimentaires locaux – contexte et défis</b> .....	<b>5</b>
<b>Definitions</b> .....	<b>6</b>
Qu'est-ce qu'un produit alimentaire local ? .....	6
Qu'est-ce qu'un « produit alimentaire local » chez ALDI Nord ? .....	6
Les signes officiels de qualité de l'Union Européenne .....	13
Les produits saisonniers .....	14
<b>Objectifs et mesures</b> .....	<b>14</b>
<b>Pratiques nationales</b> .....	<b>15</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>16</b>

# NOTRE AMBITION

Un succès économique durable ne peut être atteint qu'en assumant sa responsabilité sociétale et environnementale. À travers leurs activités, les sociétés du groupe ALDI Nord visent continuellement à contribuer à un développement durable partout où elles opèrent.

Nous considérons que des achats durables sont essentiels à un développement durable. En tant que distributeurs majeurs, nous reconnaissons publiquement notre responsabilité dans les chaînes d'approvisionnement mondiales et l'utilisation des ressources. Tout au long des chaînes d'approvisionnement, de l'achat des matières premières à l'élaboration des recettes et la production finale, jusqu'en magasin, nous veillons à ce que les critères de durabilité écologiques et sociaux soient pris en considération.

Nous communiquons clairement nos exigences et nos objectifs à nos partenaires commerciaux. Lorsque nos objectifs ne sont pas atteints, nous accordons une attention particulière au développement futur et à la mise en œuvre de mesures concrètes visant à améliorer les processus de production en coopération avec nos partenaires. Nous coopérons uniquement avec les partenaires commerciaux qui œuvrent conformément à nos politiques d'achat. Nous nous réservons le droit d'imposer des sanctions appropriées dans certains cas, même si cela entraîne la fin de la relation commerciale.

Dans l'analyse menée dans le cadre du rapport de responsabilité sociétale d'entreprise (rapport RSE) de 2019, « un élargissement des gammes de produits durables »<sup>1</sup> a été évalué comme sujet pertinent à la fois par les parties prenantes et par ALDI Nord lui-même<sup>2</sup>. Sur la base de ces informations et d'une évaluation interne menée par des experts, le thème de la « nutrition moderne », qui inclut les produits alimentaires locaux, a pris de l'importance dans notre agenda international. Cette importance est renforcée par des études montrant les préférences des consommateurs pour « l'achat local »<sup>3,4</sup>. Par un intérêt accru pour les produits alimentaires locaux, nous, en tant que groupe ALDI Nord et enseigne de la grande distribution, visons à élargir notre assortiment durable et à nous assurer que notre engagement se traduit par des actions efficaces. Nous sommes conscients de notre responsabilité et de la large portée de nos activités. Notre objectif est de promouvoir les produits locaux dans nos magasins et de communiquer auprès de nos clients de manière transparente dans notre étiquetage sur les caractéristiques locales des produits alimentaires. Ce faisant, nous agissons conformément à la stratégie « De la ferme à la fourchette » (Farm to Fork Strategy) de l'Union européenne, qui vise à renforcer les systèmes alimentaires locaux<sup>5</sup> afin de promouvoir une alimentation durable. Nous contribuons donc également à l'Objectif de développement durable 12 : « Consommation et production responsables : Établir des modes de consommation et de production durables »<sup>6</sup>. Voici quelques-unes des nombreuses mesures que nous prenons pour faciliter des achats en toute conscience.

<sup>1</sup> ALDI Nord rapport RSE 2019, page 13.

<sup>2</sup> La pertinence d'une extension des gammes de produits durables pour les parties prenantes et ALDI Nord lui-même a été également confirmée par l'analyse de matérialité réalisée pour l'année 2021.

<sup>3</sup> Voir : Gen Z is Talking. Are you listening? (PwC 2020), page 21.

<sup>4</sup> Voir : Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 17 et suivantes.

<sup>5</sup> Farm to Fork Strategy (European Union 2020), page 14.

<sup>6</sup> Voir : Objectifs de développement durable (Nations Unies).

# CHAMP D'APPLICATION

La présente directive s'applique aux articles alimentaires vendus par ALDI Nord.

Notre engagement se concentre sur les groupes de produits suivants :

- Produits laitiers et œufs
- Viandes fraîche
- Fruits et légumes

Les sociétés d'ALDI NORD peuvent ajouter elles-mêmes d'autres familles de produits jugés prioritaires.

La validité de ces lignes directrices prend fin avec la publication d'une version plus récente.

# PRODUITS ALIMENTAIRES LOCAUX – CONTEXTE ET DÉFIS

Il y a quelques décennies seulement, la plupart des aliments étaient cultivés, produits et transformés à proximité des magasins dans lesquels ils étaient vendus<sup>7</sup>. Avec l'essor de l'industrialisation et de la mondialisation, il est devenu courant que les aliments proviennent du monde entier et soient livrés par le biais de chaînes d'approvisionnement complexes. En même temps, les questions environnementales, sanitaires, sociales et éthiques occupent une place de plus en plus importante dans l'esprit des gens, et les consommateurs recherchent une plus grande valeur dans les aliments qu'ils achètent. Malgré l'urbanisation croissante de la société, les gens aspirent de plus en plus à la familiarité, au naturel, à l'authenticité et à la sécurité. Ils veulent savoir ce qu'ils consomment, et ils recherchent de la proximité avec leur alimentation.<sup>8,9</sup> En complément, la pandémie de Covid-19 a encore intensifié le désir des consommateurs d'équilibrer les activités humaines, la nature, les systèmes alimentaires et la biodiversité.<sup>10</sup>

L'impact environnemental est une autre raison pour laquelle les consommateurs apprécient les produits locaux. Ces produits locaux étant transportés sur de plus courtes distances que ceux issus de chaînes d'approvisionnement mondiales complexes, leur transport entraîne une plus faible émission de gaz à effet de serre. Les consommateurs considèrent donc que l'achat de produits alimentaires locaux fait partie d'un mode de vie respectueux du climat. En outre, la transparence concernant l'origine d'un produit renforce la confiance des clients dans la qualité et la fraîcheur du produit. Une origine connue favorise l'identification du consommateur avec le produit. En même temps, les clients veulent soutenir l'économie locale, renforcer les agriculteurs locaux et garantir les emplois de leur territoire.<sup>11</sup>

Au total, 89 % des consommateurs européens apprécient les produits locaux.<sup>12</sup> Et bien qu'une majorité soit prête à payer un prix supérieur pour avoir un produit local, 47% des consommateurs européens s'abstiennent d'en acheter car leur prix est trop élevé. C'est là qu'ALDI Nord peut faire la différence : en proposant des produits alimentaires locaux frais et de qualité supérieure, aux prix ALDI habituels.

<sup>7</sup> Voir: 3 Ways to Define Local Food (Transparency-One 2016).

<sup>8</sup> Voir: Farm to Fork Strategy (European Union 2020).

<sup>9</sup> Voir: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 27.

<sup>10</sup> Voir: Fiche d'information: From Farm to Fork (European Union 2020).

<sup>11</sup> Voir: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 26.

<sup>12</sup> Voir: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 22.

<sup>13</sup> Voir: Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 13.

# DEFINITIONS

Le terme « produits alimentaires locaux » n'a pas encore été défini en détail en termes juridiques. Les interprétations de ce qui est régional ou local sont donc très variables. Ce chapitre définit les produits alimentaires locaux et présente un modèle de définition spécifique à ALDI Nord.

## QU'EST-CE QU'UN PRODUIT ALIMENTAIRE LOCAL ?

La principale caractéristique des produits alimentaires locaux est leur identité géographique d'origine. Selon la Commission européenne, un « système alimentaire local est un système dans lequel les aliments sont produits, transformés et vendus au détail dans une zone géographique définie ». <sup>14</sup> La région géographique peut être une zone naturelle, une région autonome, un État fédéral ou une unité spatiale ayant un contexte culturel et/ou historique commun.

Il n'y a pas de définition fixe d'un pourcentage minimum d'ingrédients régionaux ni d'un rayon qui définit une région. Ce qui est perçu comme régional peut provenir d'une zone située dans un rayon d'environ 20 à 150 kilomètres. Dans certains pays européens, tout produit d'origine nationale peut être perçu comme local. <sup>15</sup>

## QU'EST-CE QU'UN « PRODUIT ALIMENTAIRE LOCAL » CHEZ ALDI NORD ?

La notion de ce qui est local varie tant chez les consommateurs que chez les distributeurs. Pour ALDI Nord, il est important d'informer nos clients sur les caractéristiques locales d'un produit de manière transparente et crédible afin de leur permettre de faire leurs achats facilement et en toute conscience. Un produit donné fait-il partie d'une marque locale que les gens identifient comme appartenant davantage à une région qu'à une autre ? Ou bien le produit provient-il d'un agriculteur qui vit dans les environs, ce qui signifie qu'il n'a donc parcouru qu'une courte distance, de sorte que son achat et sa consommation contribuent à un mode de vie respectueux de l'environnement ? Pour parvenir à une compréhension commune de ce que sont les produits alimentaires locaux selon ALDI Nord et afin de communiquer clairement à ce sujet, nous avons développé un modèle à 5 colonnes qui fournit des définitions différenciées du terme « produits alimentaires locaux ».

Il est important de préciser qu'en matière d'étiquetage et de communication des caractéristiques locales, les réglementations nationales doivent être prises en compte en priorité.

<sup>14</sup>Short Food Supply Chains and Local food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. (Commission européenne, 2013), page 23.

<sup>15</sup>Voir : Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), page 20.

# LOCAL FOOD

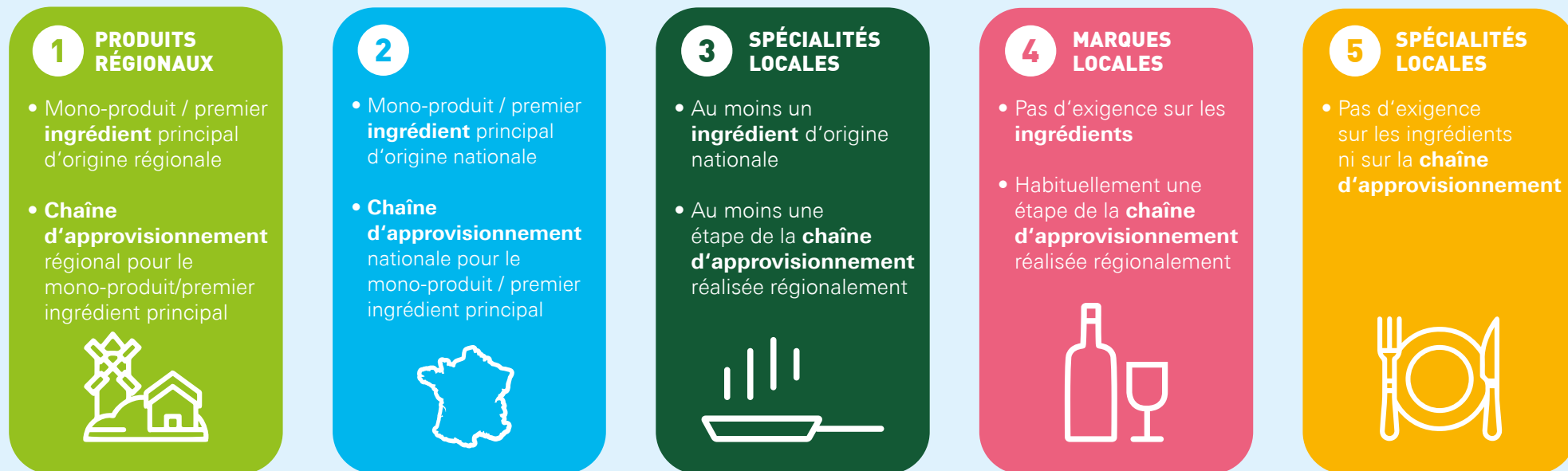


Illustration 1 : Modèle à 5 colonnes de ce que sont les produits alimentaires locaux pour ALDI Nord : une vue d'ensemble

D'un point de vue développement durable, ALDI Nord préfère les produits régionaux et nationaux (colonnes 1 et 2) aux spécialités locales et aux marques locales (colonnes 3 et 4), car les premiers contribuent de manière plus globale à une consommation plus respectueuse de l'environnement. Nous nous concentrons donc sur l'offre d'articles régionaux et nationaux. Dans les pays ne disposant que de petites gammes de produits régionaux, les articles nationaux sont prioritaires, suivis par les offres de spécialités et de marques locales.

## 1 PRODUITS RÉGIONAUX

- Mono-produit / premier **ingrédient** principal d'origine régionale
- **Chaîne d'approvisionnement** régional pour le mono-produit / premier ingrédient principal



**La colonne 1** contient les produits qui proviennent d'une région définie<sup>16</sup>. S'il s'agit d'un « mono-produit », par exemple un fruit ou légume, le produit doit être entièrement originaire de la région et toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement - c'est-à-dire la culture, la transformation, le conditionnement et, le cas échéant, la distribution ; ou, pour la viande, la naissance, l'élevage, l'abattage et la transformation d'un animal - doivent avoir lieu dans la région. Si le produit est un produit mixte, par exemple une saucisse à l'ail, le premier ingrédient principal (porc) et, si possible, l'ingrédient valorisant le produit (ail)<sup>17</sup> doivent provenir entièrement de la région, ce qui nécessite également une chaîne d'approvisionnement régionale. Au total, au moins 51% du poids du produit doit être d'origine régionale et obtenu par des chaînes d'approvisionnement régionales.

<sup>16</sup>Les régions doivent être établies et définies individuellement par les sociétés ALDI respectives.

<sup>17</sup>Un ingrédient valorisant le produit est un ingrédient qui donne au produit son identité caractéristique, par exemple s'il est mentionné dans le nom du produit, même s'il ne représente qu'une faible part du produit lui-même.



## 2

- Mono-produit / premier **ingrédient** principal d'origine nationale
- **Chaîne d'approvisionnement** nationale pour le mono-produit / premier ingrédient principal



**La colonne 2** comprend les articles d'origine nationale. La matière première des mono-produits doit être entièrement d'origine nationale et toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement doivent avoir lieu dans le pays. Si cela n'est pas possible (par exemple en raison d'un manque de ressources ou de capacités), une étape de la chaîne d'approvisionnement peut avoir lieu dans un pays voisin. Toutefois, la culture / l'élevage des animaux doivent avoir lieu dans le pays initial. Si le produit est un produit mixte, par exemple un yaourt aux fraises, le premier ingrédient principal (yaourt) et, si possible, l'ingrédient valorisant (fraises) doivent être entièrement originaires du pays concerné, ce qui nécessite des chaînes d'approvisionnement dont toutes les étapes se déroulent dans ce même pays. De même, pour les produits mixtes, une étape de la chaîne d'approvisionnement peut avoir lieu dans un pays voisin, mais pas la culture / l'élevage. Au total, au moins 51% du poids du produit doit être d'origine nationale et obtenu par des chaînes d'approvisionnement nationales.

**3**

## SPÉCIALITÉS LOCALES

- Au moins un **ingrédient** d'origine nationale
- Au moins une étape de la **chaîne d'approvisionnement** réalisée régionalement



**La colonne 3** contient des produits qui sont des spécialités locales. Ils sont caractérisés par des recettes ou des méthodes de production traditionnelles. Pour les produits de la colonne 3, au moins une étape de la chaîne d'approvisionnement doit avoir lieu dans la région. En outre, un ingrédient, de préférence l'ingrédient principal ou l'ingrédient valorisant le produit, doit être d'origine nationale : par exemple un fromage français, produit dans les Alpes françaises (Rhône-Alpes) selon une recette traditionnelle de cette région, fabriqué avec du lait français.

**4**

## MARQUES LOCALES

- Pas d'exigence sur les **ingrédients**
- Habituellement une étape de la **chaîne d'approvisionnement** réalisée régionalement



Les produits de **la colonne 4** sont des marques locales. Cela signifie qu'il ne s'agit pas de marques propres à ALDI Nord, mais de marques « externes ». Ces produits ne sont soumis à aucune exigence concernant l'origine des ingrédients ou les étapes de la chaîne d'approvisionnement, mais dans de nombreux cas, l'étape de fabrication a lieu dans la région concernée. Ils sont perçus comme étant régionaux – par exemple la bière d'une brasserie locale – et soutiennent souvent l'identification des clients à leur propre région, mais ni les ingrédients ni les étapes de la chaîne d'approvisionnement ne sont liés à la région ou au pays.

5

## SPÉCIALITÉS LOCALES

- Pas d'exigence sur les ingrédients ni sur la **chaîne d'approvisionnement**



**La colonne 5** concerne les produits qui ont un goût particulier ou qui sont fabriqués à partir d'une recette particulière que les consommateurs de certaines régions préfèrent. Ils peuvent donc être perçus comme des produits locaux par ces clients. Mais comme les chaînes d'approvisionnement peuvent même se situer en dehors du pays concerné et que les ingrédients peuvent provenir de n'importe où, ces produits n'ont pas forcément une meilleure empreinte écologique.

Le modèle à 5 colonnes décrit ci-dessus sert de base à nos activités futures dans le domaine des produits alimentaires locaux. D'une part, il fournit des informations sur la définition des différentes formes de produits alimentaires locaux et permet une compréhension uniforme des termes entre les sociétés ALDI. D'autre part, il fournit à ALDI Nord les catégories dans lesquelles les produits alimentaires locaux peuvent être classés et duquel des indicateurs clés de performance (KPI) peuvent être dérivés. En outre, l'un des principaux objectifs de ces lignes directrices est d'aligner les mesures de communication d'ALDI Nord sur le modèle à 5 colonnes des produits alimentaires locaux, afin de rendre cohérente la communication autour des produits alimentaires locaux et d'assurer la transparence et la crédibilité vis-à-vis des clients.

Cela signifie que les aspects locaux des produits figurant dans les colonnes 1, 2 et 3 doivent être communiqués en mettant l'accent sur l'origine des ingrédients et sur leur chaîne d'approvisionnement, tandis que les aspects locaux des produits des colonnes 4 et 5 doivent être communiqués en mettant l'accent sur les préférences des consommateurs pour la marque ou la recette elle-même. Ce faisant, nous souhaitons communiquer clairement la plus-value locale à nos clients et éviter toute déception de leur part.

### **LES SIGNES OFFICIELS DE QUALITÉ DE L'UNION EUROPÉENNE**

Dans l'étiquetage de nos produits, nous utilisons parfois, parmi d'autres, les logos de l'Union européenne. Il existe trois labels de qualité qui indiquent des caractéristiques particulières du produit en rapport avec son origine géographique, sa composition traditionnelle ou sa méthode de production.



#### **Appellation d'Origine Protégée (AOP)**

La production, la transformation et la préparation ont lieu dans la région délimitée. Le produit possède des qualités ou des caractéristiques qui sont exclusives à cette région.



#### **Indication Géographique Protégée (IGP)**

Au moins une étape de la production, de la transformation ou de la préparation a lieu dans la région indiquée. Le produit possède des qualités ou des caractéristiques qui sont exclusives à cette région.



#### **Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)**

Ni l'origine des matières premières ni la production ne sont liées à une région particulière. L'élément déterminant est la recette ou la méthode de production traditionnelle.

L'UE a établi des règles contraignantes sur la manière dont les logos doivent être utilisés. L'utilisation d'un label exige que le nom du produit ait été approuvé au niveau de l'UE et inclus dans un registre<sup>18</sup>. ALDI Nord suit une politique de vérification au cas par cas du respect par le produit spécifique des critères d'utilisation des logos.

## LES PRODUITS SAISONNIERS

En particulier pour les fruits et légumes, l'achat régional va souvent de pair avec l'achat saisonnier. Les aliments saisonniers sont des produits qui sont achetés et consommés à peu près au moment où ils sont récoltés, dans le pays où se trouve la société ALDI concernée (les territoires d'outre-mer sont exclus<sup>19</sup>). Cela répond à la demande des clients qui souhaitent obtenir des aliments plus frais avec une empreinte carbone plus faible, par exemple en raison des distances de transport plus courtes par rapport aux produits provenant de l'étranger. Néanmoins, l'achat de produits alimentaires locaux ne réduit pas toujours l'empreinte carbone d'un produit. Dans le cas des produits locaux qui sont vendus hors saison, l'empreinte carbone augmente en conséquence parce qu'ils doivent être stockés à basse température. Cela souligne le fait que pour une consommation respectueuse de l'environnement, il est important de prendre en compte non seulement l'aspect local, mais aussi l'aspect saisonnier d'un produit.

# OBJECTIFS ET MESURES

ALDI Nord a mis en place de nombreuses mesures concernant les produits alimentaires locaux depuis de nombreuses années. Nous cherchons à offrir à nos clients une gamme fiable de produits locaux savoureux et de grande qualité. L'objectif est de prouver que les produits alimentaires locaux et saisonniers sont accessibles et non compliqués. Nous nous efforçons d'accompagner notre engagement avec une communication claires. Via des appellations d'origine et des labels reconnaissables, nous permettons à nos clients d'identifier plus facilement et de manière fiable l'origine de nos produits. Une gamme de produits alimentaires locaux attrayante peut également différencier ALDI Nord de nos concurrents. Notre objectif est de couvrir tous les besoins alimentaires de base des clients d'ALDI et d'agir en tant que véritable défenseur d'une agriculture et des produits locaux et nationaux. Nous y parvenons en améliorant notre étiquetage et notre communication en ce qui concerne les qualités de nos produits locaux, en mettant l'accent sur l'amélioration de l'étiquetage de nos produits nationaux, ainsi qu'en élargissant les gammes de produits alimentaires locaux lorsque cela est cohérent avec notre modèle du discount. Ces objectifs et mesures peuvent également être consultés dans notre rapport d'avancement RSE de 2020<sup>20</sup>.

<sup>18</sup> Voir : Les systèmes de qualité en bref (Commission européenne).

<sup>19</sup> Voir : Why Eat Seasonally? (seasonalfoodguide.org <sup>2021</sup>).

<sup>20</sup> Voir : Rapport d'avancement RSE ALDI Nord <sup>2020</sup>.

# PRATIQUES NATIONALES

La valeur des produits alimentaires locaux intéresse les clients ALDI. Les produits régionaux et nationaux, ainsi que les spécialités, marques et recettes traditionnelles locales jouent un rôle important dans les pays où les sociétés ALDI sont implantées.

Par exemple, **ALDI Belgique** a développé un logo indiquant l'origine belge de la viande fraîche, des œufs, des produits laitiers et des fruits et légumes. Toute la viande fraîche (incluant le porc, le bœuf et le poulet) et 96 % du lait (incluant le lait entier, (demi-)écrémé et aromatisé) vendus par **ALDI Belgique** sont d'origine belge. Parmi les autres logos utilisés pour communiquer sur l'origine nationale des produits, citons le logo « DANSK » chez **ALDI Danemark**, le logo « Product Polski » utilisé par **ALDI Pologne**, « SOU PORTUGUÊS » chez **ALDI Portugal** et « ORIGEN ESPAÑA » utilisé chez **ALDI Espagne**. **ALDI France** utilise la marque « Pays Gourmand », qui impose aux fournisseurs l'utilisation d'une recette traditionnellement reconnue mais également une production réalisée dans la région d'origine de la recette et un approvisionnement Français pour les principaux ingrédients. Il est également demandé aux fournisseurs d'éviter certains ingrédients comme l'huile de palme et les colorants artificiels. Chez ALDI France 100% de la viande de porc, bœuf et volaille, fraîche et surgelée est d'origine française, ainsi que 100 % des œufs en coquille et du lait collecté (en bouteille et en brique). Les produits laitiers comme les yaourts et les fromages sont également fabriqués principalement à partir de lait origine France. ALDI Nord Allemagne utilise le label « Qualität aus DEUTSCHLAND » et, pour les fruits et légumes, le label « Ernte aus DEUTSCHLAND », pour communiquer sur les caractéristiques nationales. En outre, **ALDI Nord Allemagne** utilise la marque propre « EINFACH REGIONAL » pour les produits régionaux et, pour certains produits, le label indépendant « Regionalfenster ». Ce dernier indique en un coup d'œil la provenance des ingrédients, le lieu de leur transformation ainsi que le lieu de conditionnement du produit. Chez **ALDI Pays-Bas**, une grande partie des produits laitiers sont originaires des Pays-Bas, ainsi qu'une grande partie de la viande de porc, des fruits et légumes, des plantes et 100 % des œufs. En complément, la majorité des élevages de volaille sont néerlandais.

# CONCLUSION

L'achat de produits alimentaires locaux joue un rôle important au sein d'ALDI Nord. Nous estimons qu'il est important de fournir à nos clients des gammes attrayantes de produits locaux. Nous assumons notre responsabilité en renforçant et en soutenant les producteurs régionaux et nationaux, et en ayant un effet limité sur l'environnement grâce à des itinéraires de transport plus courts.

Nous avons déjà fait des progrès en prenant de premières mesures fructueuses. Cela nous incite à continuer à ajouter de la valeur locale pour nos familles de produits prioritaires et à en informer nos clients de manière transparente. Nous développerons donc en permanence les mesures décrites dans le présent document.

Agir tout simplement de manière responsable fait partie de nos activités quotidiennes.



## **RÉDACTEUR**

ALDI Einkauf SE & Co. oHG  
Eckenbergstraße 16A  
45307 Essen

## **EN VIGUEUR À PARTIR DE**

Janvier 2022

Vous trouverez de plus amples informations sur nos activités en matière de responsabilité d'entreprise à l'adresse suivante :  
<https://www.aldi-nord.de/en/sustainability-report/2020/downloads.html>

## **CONTACT**

<https://www.aldi.fr/services/Contact.html>

## **LANGUE DE LA DIRECTIVE**

La présente directive est disponible au format PDF en anglais et dans d'autres langues. En cas de divergence entre les versions, la version anglaise prévaudra. Par souci de lisibilité, la structure juridique des entreprises n'est pas précisée.