



Garantir des élevages éthiques

Contexte

Dans le monde, chaque année, 70 milliards d'animaux sont élevés pour nourrir l'homme en viande, en lait ou en œufs⁽¹⁾. Sans changement fondamental de nos modèles alimentaires, la demande globale augmentera de 25 % entre 2015 et 2030, tirée par la croissance de la population, l'augmentation des revenus disponibles et des apports caloriques quotidiens dans les pays en développement. On observe que la réponse à cette demande croissante est principalement fournie par l'élevage intensif. Ces dernières années, la production animale intensive a augmenté deux fois plus vite que les systèmes traditionnels d'agriculture mixte, et six fois plus vite que la production basée sur le pâturage⁽¹⁾. L'élevage intensif représente désormais 70 % de l'élevage mondial⁽²⁾.

Dans ce cadre, le respect de l'animal et de sa sensibilité est une préoccupation grandissante de la société civile, soutenue en particulier par des ONG. Parmi la variété des points de vues exprimés, nombreux sont ceux qui dénoncent certaines des méthodes d'élevage et d'abattage pour leur inadéquation avec le bien-être animal. Selon l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le bien-être animal est un bien commun qui fait partie intégrale d'un développement durable du secteur de l'élevage. Il est lié à la sécurité et la qualité alimentaire, à la santé humaine et animale, et au développement rural. Le bien-être animal peut ainsi être bénéfique pour les producteurs, leurs animaux et plus largement, la société.

Dans plusieurs pays, les attentes des consommateurs sont en pleine évolution, tout particulièrement en Europe où les attentes environnementales progressent. De nouvelles orientations apparaissent, comme la réduction de la quantité de viande consommée, le choix de substituer les apports en viandes par des protéines végétales ou encore de se tourner vers des produits issus de modes d'élevages plus respectueux des animaux et en cohérence avec une vision d'un élevage durable. Ces changements de comportements d'achats sont rapides, il est nécessaire d'engager des évolutions dans les façons de faire des professionnels.

(1) Reconnaître la sentience des animaux d'élevage, Rapport de synthèse de CIWF.

(2) FAO. 1996. World livestock production systems: current status, issues and trends. FAO Animal Production and Health Paper No. 127. Rome.

Notre ambition

Carrefour est engagé depuis plusieurs années dans une démarche d'amélioration pour le bien-être animal dans ses filières d'approvisionnement. Celle-ci s'appuie entre autres sur les « cinq libertés fondamentales » qui sont adaptées aux différents modes d'élevage :

- liberté physiologique : absence de faim, de soif ou de malnutrition. Les animaux doivent avoir accès à l'eau fraîche et à une nourriture adéquate assurant leur bonne santé et leur vigueur ;
- liberté environnementale : logement adapté, absence de stress climatique ou physique. Les animaux doivent disposer d'un environnement approprié comportant notamment des abris et une aire de repos confortables ;
- liberté sanitaire : absence de douleur, de lésion ou de maladie. Les animaux doivent bénéficier de prévention, de diagnostic rapide et de traitement adapté ;
- liberté comportementale : possibilité d'exprimer des comportements normaux, propres à chaque espèce. Les animaux doivent être dotés d'espaces suffisants, d'un environnement approprié à leurs besoins, et être en contact avec d'autres congénères ;
- liberté psychologique : absence de peur ou d'anxiété. Les conditions et les pratiques d'élevages ne doivent pas induire de souffrances psychologiques chez les animaux.

Afin de mobiliser le Groupe et ses fournisseurs de produits de marques propres autour de lignes directrices et d'objectifs ciblés et d'inciter chaque acteur à déployer une démarche de progrès, le Groupe Carrefour a défini une politique bien-être animal en 2019. Dans une logique de co-construction d'initiatives, le Groupe Carrefour s'est fixé 10 objectifs prioritaires concernant les filières animales, détaillés dans la politique bien-être animal. Les 10 objectifs prioritaires sont les suivants :

- 1 Combattre l'antibiorésistance et interdire les antibiotiques facteurs de croissance et les hormones de croissance.
- 2 Interdire le clonage et les animaux génétiquement modifiés et rechercher la diversité biologique.
- 3 Transformer l'élevage en cage et restreindre le confinement des animaux.
- 4 Restreindre à son minimum le stress pendant le transport et l'abattage.
- 5 Limiter les pratiques controversées (castration, caudectomie, époinçage...) et optimiser la prise en charge systématique de la douleur.
- 6 Demander une alimentation adéquate.
- 7 Exiger un suivi sanitaire.
- 8 Bannir les tests sur des animaux (cosmétiques, droguerie et produits d'entretien).
- 9 Bannir les matériaux d'origine animale non issus d'élevages dont l'objectif premier est de produire des denrées alimentaires.
- 10 Améliorer le confort via l'habitat.

Avec cette politique bien-être animal, le Groupe Carrefour entend répondre au mieux aux attentes sociétales concernant les filières animales. Cette démarche de progression est conduite grâce à une amélioration continue en partenariat avec toutes les parties prenantes liées à ces problématiques.

Nos objectifs et notre performance

Synthèse des objectifs :

- Mise en place d'un plan bien-être animal couvrant les 10 axes de travail de la politique du Groupe Carrefour dans tous les pays en 2020.
- **100 %** des œufs commercialisés aux marques de Carrefour seront issus d'élevages alternatifs à la cage, cette démarche sera étendue à l'ensemble du rayon en collaboration avec les fournisseurs et les consommateurs :
 - Marque Carrefour : Carrefour a déjà atteint son objectif pour les produits à sa marque en France, Belgique, Italie et Pologne. D'ici 2025, tous les produits à marque Carrefour commercialisés par le Groupe seront issus d'élevages hors cage ;
 - Marques nationales : cette démarche sera étendue à l'ensemble du rayon en 2025 au plus tard en Europe et à Taiwan, et en 2028 en Argentine et au Brésil.
- Agriculture biologique : 4,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires de produits biologiques d'ici 2022.
- Filières Qualité Carrefour : 10 % de pénétration des Filières Qualité Carrefour au sein des produits frais d'ici 2022 ; 100 % des Filières Qualité Carrefour porteuses d'une allégation agro-écologique d'ici 2022.

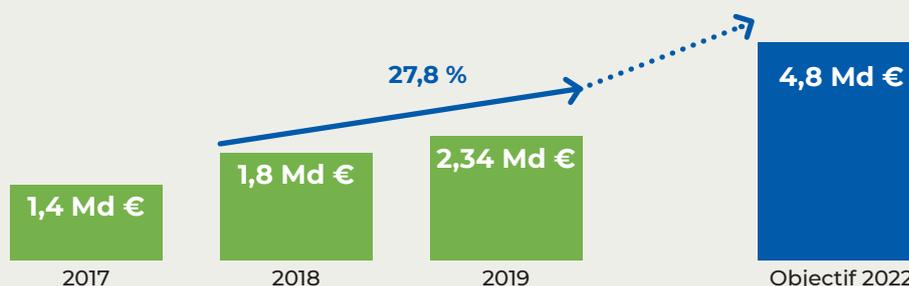
FRANCE MÉTROPOLITAINE :

- **100 %** des œufs ingrédients hors cage dans les produits contrôlés d'ici 2025.
- **100 %** des produits contenant plus de 50 % de poulet commercialisés aux marques de Carrefour respecteront les critères du European Chicken Commitment d'ici 2026.
- **100 %** des abattoirs audités selon des critères de bien-être animal en 2020.
- **100 %** des abattoirs sollicités pour l'installation de caméras.
- **100 %** des œufs de cailles vendus sous les marques Carrefour seront issus d'élevages hors cage dès fin 2020.
- **100 %** des lapins à marque Carrefour seront élevés hors-cages d'ici à 2023.

BRÉSIL :

- **100 %** des produits aux marques de Carrefour proviendront d'élevage porcins ne réalisant plus de castrations à vif des porcelets mâles, d'ici à 2025.

CHIFFRE D'AFFAIRES ISSU DES VENTES DE PRODUITS BIO⁽¹⁾



TAUX DE PÉNÉTRATION DES FILIÈRES QUALITÉ CARREFOUR AU SEIN DES PRODUITS FRAIS



(1) Ventes des rayons alimentaires, droguerie, parfumerie et hygiène.

| KPI | 2017 | 2018 | 2019 | Évolution (2018/2019) | Objectif cible |
|--|------|---------|------|--------------------------|---------------------------------------|
| Déploiement de la politique bien-être animal | | | | | |
| Pays ayant défini un plan progrès bien-être animal | - | Nouveau | 0/9 | - | 9/9 à fin 2020 |
| Business Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW) ranking (évaluation externe de la performance des entreprises sur le bien-être animal) | 4 | 4 | 4 | Making progress | |
| Œufs hors cages | | | | | |
| Œufs coquilles - Part du chiffre d'affaires de produits contrôlés et de marques nationales issus d'élevages hors cages (en %) | - | Nouveau | 45,1 | - | 100 % (date cible entre 2020 et 2028) |
| Œufs coquilles - Part du chiffre d'affaires de produits contrôlés et de marques nationales issus d'élevages en plein air (en %) | - | Nouveau | 32,2 | - | - |
| Œufs coquilles - Part du chiffre d'affaires de produits contrôlés issus d'élevages hors cages (en %) | - | Nouveau | 39,6 | - | 100 % (date cible entre 2020 et 2025) |
| Œufs coquilles - Part du chiffre d'affaires de produits contrôlés issus d'élevages en plein air (en %) | - | Nouveau | 32,9 | - | - |
| Agriculture biologique | | | | | |
| Nombre de références de produits bio à marques Carrefour | - | 800 | 1000 | + 25 % | |
| Chiffre d'affaires issu des ventes de produits bio (en milliards d'euros) ⁽¹⁾ | 1,4 | 1,8 | 2,3 | + 27,8 % | 4,8 en 2022 |
| Filières Qualité Carrefour | | | | | |
| Taux de pénétration des Filières Qualité Carrefour au sein des produits frais (en %) | - | 5,3 | 6,6 | + 1,3 % | 10 % en 2022 |
| France : Audit des abattoirs fournisseurs de Carrefour | | | | | |
| Part d'abattoirs fournisseurs de Carrefour en France audité selon un référentiel sur le bien-être animal (en %) | - | - | 77,3 | - | 100 % |
| Nombre d'abattoirs fournisseurs de Carrefour en France | - | - | 84 | | |

(1) Ventes des rayons alimentaires, droguerie, parfumerie et hygiène.

Nos plans d'action

Sur tous les axes de travail de la politique bien-être animal, Carrefour organise régulièrement des groupes de travail avec les parties prenantes, ONG, clients, fournisseurs, afin de partager sa vision et ses plans d'action sur le bien-être animal. En collaboration avec ses parties prenantes et des ONG expertes du bien-être animal, Carrefour définit ses exigences et établit leur déploiement dans les cahiers des charges. Des plans de progrès et des mécanismes de suivi sont également établis pour accompagner les transformations des modes de production.

Les plans d'action sont déclinés espèce par espèce avec pour objectifs de :

- 1 Arrêter les pratiques controversées ou inacceptables en amont de la réglementation :**
Carrefour souhaite par exemple s'assurer sur l'ensemble des filières, de l'absence de maltraitance, d'abattage indigne, de transport indigne, de cage (pour les filières œufs, lapins et cailles) et de mutilations douloureuses (castration des porcs).
- 2 Améliorer les pratiques d'élevage industriel :** Carrefour encourage ses fournisseurs à mettre en place des pratiques d'élevage industriel plus éthiques. La transformation de l'habitat est un levier d'amélioration majeur, notamment le bien-être par l'habitat (jardin d'hiver, lumière naturelle, accès extérieur renforcé, baisse des densités) et l'enrichissement du milieu (installation d'éléments permettant aux animaux d'exprimer leur comportement naturel).
- 3 Proposer dans nos rayons les produits les plus emblématiques en matière de bien-être animal pour chaque filière :** pour encourager l'innovation et l'émergence de modèles disruptifs, Carrefour souhaite promouvoir les produits exemplaires auprès de ses clients. On peut citer par exemple le porc plein air Reflets de France ou encore les premiers œufs Filière Qualité Carrefour issus du sexage in ovo par spectrophotométrie en France, ne conduisant pas à l'élimination des poussins mâles.

Cette mécanique a permis de mettre en place des plans d'action concernant les objectifs de la politique du Groupe :

1. COMBATTRE L'ANTIBIORÉSISTANCE ET INTERDIRE LES ANTIBIOTIQUES, FACTEURS DE CROISSANCE ET LES HORMONES DE CROISSANCE.

Carrefour est engagé dans la lutte contre l'utilisation d'antibiotiques de manière historique. Depuis 30 ans, le Groupe travaille en partenariat avec ses fournisseurs pour créer et déployer des filières « d'animaux élevés sans traitement antibiotique » dans l'ensemble des neufs pays intégrés. Ainsi, depuis la création des Filières Qualité Carrefour en 1992, le Groupe refuse l'utilisation des antibiotiques facteurs de croissance dans les productions animales. Au-delà de l'interdiction de ces antibiotiques, Carrefour développe des élevages qui n'ont pas recours aux antibiotiques pendant tout ou partie de la vie de l'animal. Ainsi, depuis cinq ans, Carrefour étend progressivement cette politique à toutes les classes et tous les usages d'antibiotiques, pour toutes les espèces exposées : porc, saumon, crevette, volaille, etc. En France, Carrefour a développé des références de viande de poulets « élevés sans antibiotique », de viande de porcs « élevés sans antibiotique dès la fin du sevrage », et d'œufs « issus de poules élevées sans antibiotiques pendant la période de ponte ». Au Brésil et en Pologne, Carrefour propose déjà un porc Filière Qualité Carrefour sans traitements antibiotiques dès la fin du sevrage.

Pour aller plus loin, Carrefour accompagne ses partenaires commerciaux de l'ensemble des pays intégrés dans la mise en place de pilotes afin de proposer une offre toujours plus complète de produits issus « d'animaux élevés sans antibiotique » à horizon 2022.

2. TRANSFORMER L'ÉLEVAGE EN CAGE ET RESTREINDRE LE CONFINEMENT DES ANIMAUX

Le Groupe a lancé un projet mondial de transformation, en collaboration avec ses fournisseurs, garantissant que tous les œufs commercialisés sous ses marques propres soient issus d'élevages alternatifs à la cage. Cet engagement est d'ores et déjà effectif en Italie et en Belgique. Il prendra ensuite effet en 2020 en France, et en 2025 pour le Brésil, l'Argentine, Taiwan, la Pologne, l'Espagne et la Roumanie. Cet engagement sera ensuite étendu à l'ensemble des œufs commercialisés dans les magasins – marques propres et marques nationales. Carrefour France s'est également engagé en faveur de l'arrêt d'achat d'œufs de cailles issus d'élevages en cages pour sa marque Carrefour, dès fin 2021.

Par ailleurs, d'ici 2026, la viande de poulet fraîche et surgelée, ainsi que l'ensemble des produits élaborés contenant plus de 50 % de poulet, commercialisés aux marques de Carrefour en France (premier prix inclus), respecteront les critères du European Chicken Commitment : amélioration de l'environnement et de la qualité de vie des animaux (densité plus faible, lumière naturelle, perchoirs, substrats à piquer), abattage plus digne (étourdissement par atmosphère contrôlée), réalisation d'audits externes pour démontrer la conformité aux normes et publication de rapports annuels sur les progrès réalisés. Au moins 20 % des volumes concernés proviendront d'élevages offrant aux animaux un accès au plein air ou à un jardin d'hiver.

Enfin, au Brésil, Carrefour a mis en place une chaîne de production différenciée plus respectueuse de l'animal pour les trois-quarts de la viande de porc vendue dans ses magasins.

ÉTUDES DE CAS :

 **France : étiquetage sur le bien-être animal** : Carrefour donnera l'information du niveau de bien-être animal et du mode d'élevage de ses poulets à marque Carrefour, Carrefour BIO, Filières Qualité Carrefour, Reflets de France et Premiers Prix, et intègre les résultats dans ses produits sous blockchain. Cette information bien-être animal portera sur plus de 20 millions de poulets. Ses premiers produits étiquetés sont les poulets fermiers d'Auvergne Filières Qualité Carrefour, dès le 18 février 2020. Carrefour a participé à la mise en place d'une nouvelle étiquette bien-être animal, avec d'autres acteurs, au sein de l'Association Étiquette bien-être animal. Cette étiquette associe niveau de bien-être animal et mode d'élevage. L'objectif de Carrefour est d'atteindre 100 % des poulets étiquetés avec l'étiquetage Bien-Être animal.

 **Brésil : amélioration des conditions d'élevage des porcs** : Carrefour s'est engagé à respecter le bien-être des cochons qui fournissent les trois-quarts de la viande de porc vendue sous sa propre marque Sabor Qualidade. Il s'agit d'une décision sans précédent au Brésil. Cette initiative s'inscrit dans le programme Act For Food qui vise à promouvoir la transition alimentaire en améliorant l'accès à des aliments sains et peu coûteux, issus d'une production socialement responsable, respectueuse de l'environnement et soumis à des contrôles de qualité. Cet engagement résulte de la collaboration avec World Animal Protection, une organisation non-gouvernementale œuvrant pour le bien-être animal qui apporte depuis 2018 un soutien technique à Carrefour. Ce partenariat vise la mise en conformité avec des normes élevées de bien-être dans les élevages et les abattoirs. Elle concerne tous les produits frais de la marque Carrefour, qui représentent actuellement 74 % de la viande de porc vendue dans nos boucheries. Les engagements sont les suivants :

- 100 % des truies passeront en gestation en groupe, ce qui limitera leur contention en cage à 28 jours, d'ici décembre 2022.
- L'identification des porcs au moyen d'entailles à l'oreille sera bannie, d'ici décembre 2022.
- L'immuno-castration remplacera la castration chirurgicale, d'ici décembre 2025.

3. RESTREINDRE À SON MINIMUM LE STRESS PENDANT LE TRANSPORT ET L'ABATTAGE

En France, les cahiers des charges Filières Qualité Carrefour incluent également des obligations garantissant le respect de l'animal lors de son transport vers les sites d'abattages. 100 % de ces viandes étant « origine France », la majorité des animaux ont des durées de transport vers l'abattoir inférieures à huit heures. En Belgique, les poulets et les porcs Filière Qualité Carrefour ont des durées de transport vers l'abattoir inférieures à deux heures.

Carrefour a lancé en 2019 un audit indépendant de 100 % des abattoirs fournissant les marques Carrefour, Carrefour Bio, Reflets de France, ainsi que les Filières Qualité Carrefour, selon le référentiel de protection animale, établi par l'association spécialisée Œuvre d'assistance aux bêtes d'abattoirs (OABA). Pour réaliser ce projet, Carrefour a signé une convention avec l'OABA. Les viandes vendues sous les marques Filière Qualité Carrefour, Reflets de France et Carrefour BIO sont issues d'animaux abattus après un étourdissement systématique. Pour la marque Carrefour Halal, un étourdissement réversible ou un soulagement des souffrances est pratiqué pour le poulet, le lapin, la dinde et le boeuf.

Pour plus de transparence sur les conditions d'abattage, Carrefour a renforcé son dispositif de contrôle en 2019. Carrefour est le premier distributeur à demander, en France et en Espagne, et à l'ensemble de ses fournisseurs, d'équiper leurs abattoirs de caméras.

4. LIMITER LES PRATIQUES CONTROVERSÉES (CASTRATION, CAUDECTOMIE, ÉPOINTAGE...) ET OPTIMISER LA PRISE EN CHARGE SYSTÉMATIQUE DE LA DOULEUR

Le Groupe Carrefour se veut moteur dans la promotion des bonnes pratiques d'élevage. Pour exemple, Carrefour Italie a co-construit avec le CIWF (Compassion in World Farming), une charte bien-être animal pour le porc Filières Qualité Carrefour (FQC), certifiée par l'organisme tiers KIWA, et qui implique l'utilisation systématique d'anesthésie lors de la castration. Une interdiction de la caudectomie et du meulage des dents. Carrefour encourage ses fournisseurs à tester différentes alternatives à la castration chirurgicale (mâles entiers, immunocastration). En Argentine, en Espagne, en Belgique, en Italie et en Pologne, l'épointage du bec n'est pas pratiqué pour les poules pondeuses Filière Qualité Carrefour.

5. AMÉLIORER LE CONFORT VIA L'HABITAT

Le Groupe Carrefour propose, dans l'ensemble des neufs pays intégrés, des références en plein air sous marque propre. À titre d'exemple, Carrefour a développé le bœuf de la Pampa en Argentine ou le poulet d'antan en Belgique. De plus, des projets innovants sont mis en place pour améliorer l'habitat des animaux, comme les jardins d'hiver pour les poules pondeuses Carrefour en France.

C'est par exemple le cas du porc Filière Qualité Carrefour au Brésil qui bénéficie d'une litière à base de paille et de copeaux de bois.

En France, dans le cadre de notre engagement à l'AEBEA, tous nos poulets vendus aux marques de Carrefour bénéficient progressivement d'un environnement plus confortable : ajout de perchoirs, de supports de picage, de lumière naturelle et densités réduites.

Notre organisation



PÉRIMÈTRE

Les dix socles de travail de la politique de bien-être animal concernent l'ensemble des neuf pays intégrés du Groupe : chacun d'entre eux s'engage à se les approprier et à définir son propre plan bien-être animal d'ici 2020 selon le périmètre d'action suivant :

- l'application aux marques propres ou aux marques nationales ;
- Il concernera a minima les poules pondeuses, les porcs, les poulets de chair et les vaches laitières ;
- les secteurs impliqués (alimentaire, textiles, hygiène, animalerie...);
- les familles de produits ciblées (produits bruts, produits frais, produits surgelés, produits transformés, ingrédients...).



GOVERNANCE & ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE

La gouvernance de la politique du Groupe pour le bien-être animal est structurée à différents niveaux :

- les plans d'action et performances sur le bien-être animal font l'objet d'une revue par **le comité RSE du conseil d'administration** lors de la présentation des résultats RSE annuels ;
- **un comité risques et approvisionnements** a été constitué qui se réunit tous les deux mois. Il analyse les risques issus des approvisionnements de Carrefour et définit les stratégies à mettre en œuvre, incluant la politique bien-être animal. Il rend compte au secrétariat général et réunit les directions suivantes : direction de l'audit et des risques, direction RSE, direction de la marque propre, direction marchandises, direction produits frais, direction juridique, direction qualité. Il définit et diffuse les politiques et règles d'achat de manière transversale pour application dans tous les pays. Les différentes directions regroupées au sein du comité risques et approvisionnements sont en charge de faire appliquer les règles établies dans les pays où le Groupe Carrefour opère.

Des indicateurs de performance sur le bien-être animal sont définis à l'échelle du Groupe. Des indicateurs complémentaires sont définis par les pays afin d'accompagner la mise en œuvre des plans de progrès.

Pour accompagner ces évolutions, des référents sont désignés dans chacun des pays intégrés du Groupe Carrefour et des groupes de travail mis en place. Les responsables qualité sont formés à la thématique et Carrefour encourage tous les acteurs des chaînes de production à en faire de même progressivement. Le Groupe intègre également aux audits des items de bien-être animal. Enfin, Carrefour soutient aussi les démarches d'autoévaluation mises en place par nos fournisseurs.



COLLABORATIONS ET PARTENARIATS

- France : Carrefour fait auditer les abattoirs fournissant ses marques selon le référentiel de protection animale établi par l'association spécialisée, Œuvre d'assistance aux bêtes d'abattoirs (OABA). Pour réaliser ce projet, Carrefour a signé une convention avec l'OABA.
- France : Carrefour a rejoint le **LIT Ouesterel** (Laboratoire d'innovation territorial « Ouest territoires d'élevage »). L'association rassemble plus de quarante acteurs des filières agricoles et agroalimentaires : recherche, enseignement, chambres d'agriculture, coopératives et industriels, distributeurs, associations de protection des animaux comme Welfarm, LFDA et OABA. LIT Ouesterel est soutenue par les régions Bretagne, Normandie et Pays de la Loire, et ses travaux sont pilotés par l'Institut national de la recherche agronomique (INRA), avec d'autres instituts spécialisés.
- France : Carrefour collabore avec **les associations Welfarm, CIWF, OABA, LFDA** pour la définition et le suivi des politiques et plans de progrès. Au Brésil, Carrefour collabore avec **World Animal Protection**. En Roumanie, en Italie et en Pologne, **Carrefour collabore avec CIWF**. A Taïwan, Carrefour collabore avec l'ONG **EAST**. En Espagne, Carrefour a collaboré avec l'ONG **Equalia** pour la mise en place de caméras dans les abattoirs.



POUR EN SAVOIR PLUS

- Politique Bien-être animal : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2020-07/politique_bea_groupe_carrefour.pdf
- Poules et poulets :
 - Better Chicken Commitment : <https://welfarecommitments.com/letters/europe/fr/>
 - Sexage in ovo : <https://www.carrefour.com/fr/actuality/carrefour-premier-distributeur-implanter-une-technique-pour-mettre-fin-lelimination-des>
- Étiquetage bien-être animal : <http://www.etiquettebienetreanimal.fr/>
- Porc au Brésil : <https://www.carrefour.com/fr/newsroom/carrefour-sengage-pour-le-bien-etre-animal-dans-les-elevages-de-porcs>
- Agriculture biologique, Filières Qualité Carrefour et solutions de financement agricoles proposés par Carrefour : https://www.carrefour.com/sites/default/files/2020-07/Promouvoir%20et%20developper%20une%20agriculture%20durable_0.pdf
- BBFAW ranking : <https://www.bbfa.com/benchmark/>
- Fiche pêche responsable : <https://www.carrefour.com/sites/default/files/2020-08/Agir%20pour%20une%20p%C3%Aache%20et%20une%20aquaculture.pdf>