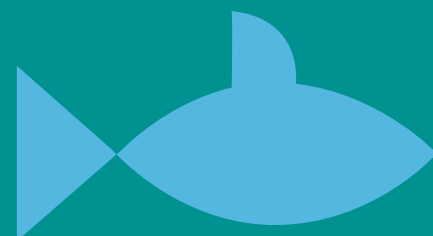


Octobre 2009,
Communiqué de presse

Le groupe Auchan annonce l'arrêt de la commercialisation de toutes les espèces de requins menacés.

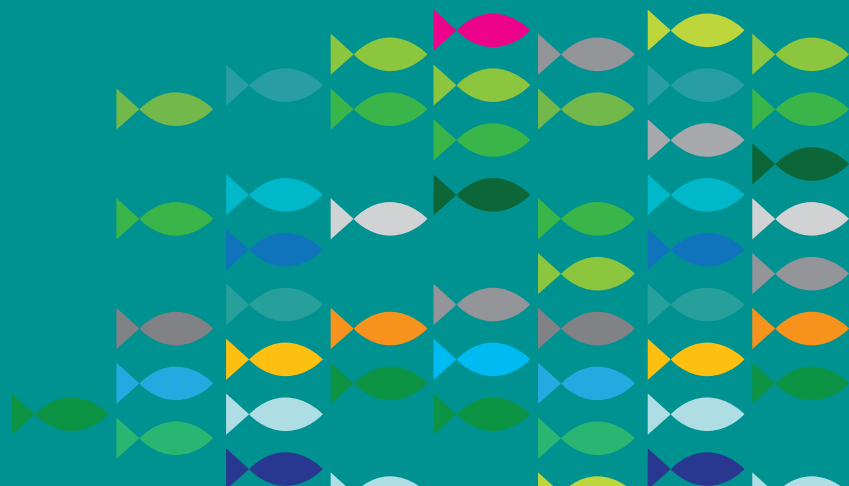


Les hypermarchés des 12 pays⁽¹⁾ du groupe Auchan dont la Chine et Taïwan ainsi que ses supermarchés Simply Market en France ont décidé d'arrêter la commercialisation de toutes les espèces de requins menacés. Le groupe Auchan est la première enseigne internationale à prendre cette mesure qui répond à une situation extrêmement inquiétante pour la survie de ce poisson emblématique.

L'ensemble des hypermarchés Auchan de ces 12 pays se sont engagés à vendre uniquement les espèces de requins non menacés⁽²⁾. Convaincu de l'urgence de la situation dans le combat pour la préservation des requins, Jacques le Cardinal, responsable des produits de la mer d'Auchan France a souhaité mobiliser l'ensemble des pays du groupe sur cet engagement. Il concerne les ventes à l'étal, le frais emballé, les conserves et le surgelé. Les consommateurs pourront se reporter sur les 6 espèces non menacées.








Afin de sensibiliser les clients à cette décision, les rayons poissonneries des hypermarchés Français bénéficieront d'un balisage spécifique. Les autres pays adopteront une communication appropriée à chacun de leur territoire.

Le requin, poisson emblématique présent dans toutes les mers, connaît un déclin très rapide : 100 millions sont capturés chaque année dans le monde, engendrant une diminution de presque toutes les populations. Le principal responsable de ce massacre est le « finning » ou pêche à l'aïlleron, où, une fois l'aïlleron découpé, le poisson amputé est rejeté à la mer. D'autre part, le requin est une espèce fragile, vivipare pour la plupart, à gestation lente et maturité sexuelle tardive. En 15 ans, toutes les populations de requins ont diminué de plus de 50%. Situés à la première place de la chaîne alimentaire marine, leur disparition menacerait encore davantage la régulation et l'écosystème des océans.

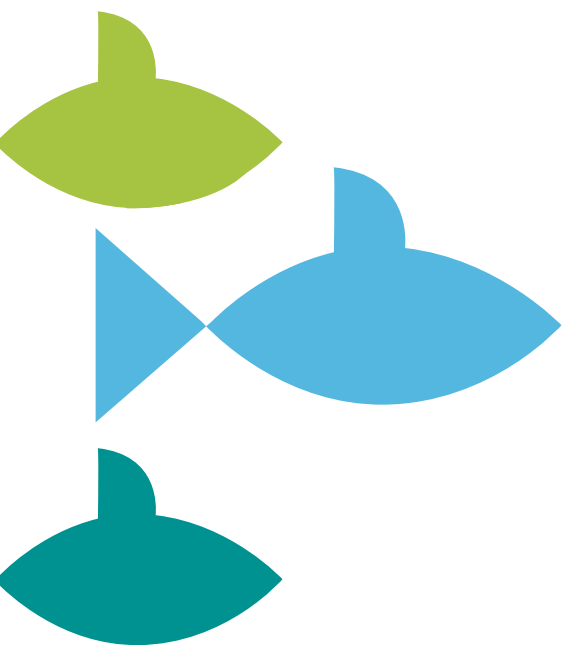


La décision du groupe Auchan se situe dans la continuité de sa politique de commerçant responsable entamée par la France depuis 2006 pour la préservation et un meilleur usage des stocks halieutiques.

La volonté du groupe Auchan est d'assurer à la totalité de ses clients, quel que soit le pays, la possibilité d'accéder durablement aux bienfaits des ressources halieutiques tant en qualité qu'en disponibilité et en prix. Cette volonté s'est concrétisée pour la France depuis juin 2006 par 7 engagements :

-  Proposer certaines espèces (sole, turbot, barbue, plie, limande sole et limande franche...) avec une taille supérieure à la réglementation européenne afin d'atteindre, voire de dépasser celle nécessaire à la reproduction,
-  Ne plus commercialiser de bar sauvage capturé pendant les périodes de reproduction (de décembre à mars),
-  S'engager pour des produits « filières » truite et saumon de très haute qualité, apportant des garanties en termes de nutrition, de sécurité alimentaire, de respect de l'animal et de l'environnement,
-  Encourager la consommation des productions durables, par exemple des huîtres et moules majoritairement produites sur les côtes françaises, dans le respect des traditions et du milieu marin,
-  Promouvoir de nouvelles espèces à faible empreinte écologique, par exemple le tilapia originaire du Brésil qui garantit également une juste rémunération aux producteurs,
-  Communiquer de façon pédagogique auprès des clients afin de les inciter à consommer plus « durable »,
-  Arrêter la commercialisation du thon rouge.

L'action du Groupe Auchan pour un commerce responsable du poisson illustre sa volonté d'agir en entreprise responsable envers ses collaborateurs, ses clients, ses partenaires, l'environnement et la société dans son ensemble.



(1) Les 12 pays du groupe Auchan : France, Italie, Portugal, Espagne, Luxembourg, Pologne, Hongrie, Roumanie, Chine, Taïwan, Russie, Ukraine.

(2) Espèces de requins autorisées non menacées :

- La petite roussette : *Scyliorhinus canicula*
- La grande roussette : *Scyliorhinus stellaris*
- L'émissole lisse : *Mustelus mustelus*
- L'émissole tachetée : *Mustelus asterias*
- L'émissole pointillée : *Mustelus punctulatus*
- L'aiguillat commun : *Squalus acanthias*. Est seulement autorisée la commercialisation de l'aiguillat commun en provenance de la côte Est des États-Unis où le stock est correctement géré.

Sommaire

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

1

LE REQUIN, UNE ESPÈCE MENACÉE

- 1 | Le requin, 470 espèces répertoriées
- 2 | La surpêche en question
- 3 | L'écosystème en danger

2

AUCHAN : UNE ENSEIGNE ENGAGÉE DANS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

- 1 | En France : une réflexion approfondie
- 2 | Auchan Groupe : une entreprise socialement responsable

3

LA POISSONNERIE AUCHAN, UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE

- 1 | La qualité : une priorité
- 2 | La disponibilité : Un plus Auchan
- 3 | Le prix : un engagement Auchan

4

UNE COMMUNICATION FORTE VERS SES COLLABORATEURS ET SES CLIENTS

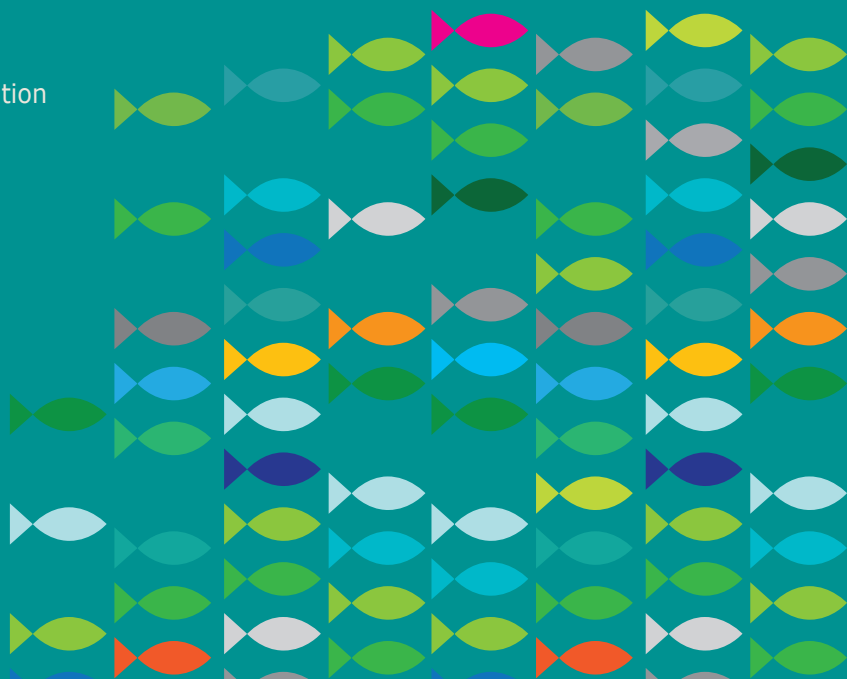
- 1 | Des équipes en interne mobilisées et engagées
- 2 | Des consommateurs sensibilisés

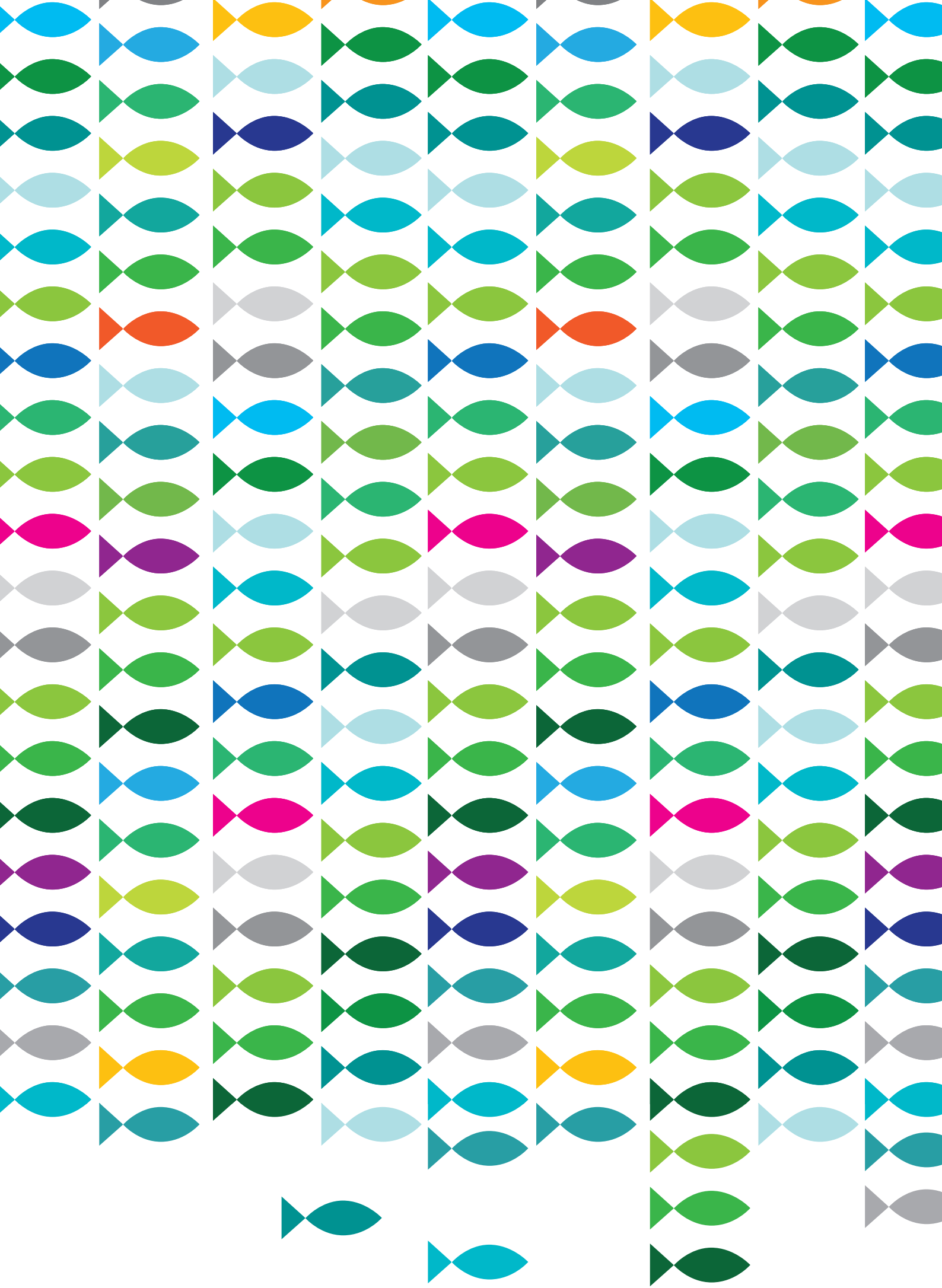


5

Annexes

- Tableau d'arrêt de commercialisation
- A propos d'Auchan France
- A propos d'Auchan Groupe





Le requin, une espèce menacée

1 | Le requin, 470 espèces répertoriées

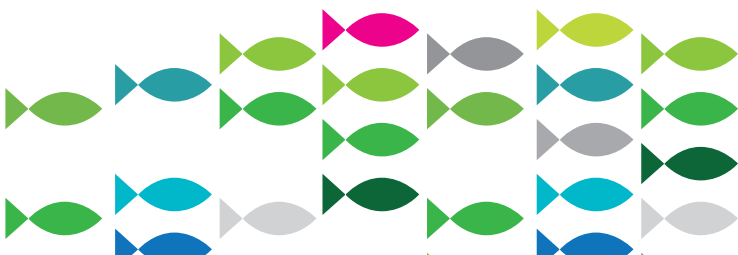
Le plus grand prédateur de l'océan est devenu aujourd'hui une espèce menacée. En effet, sur les 470 espèces de requins répertoriées, onze espèces sont menacées d'extinction. Moins de 10 espèces sont dangereuses pour l'homme et le risque d'être attaqué par un requin est nettement inférieur à celui d'être frappé par une noix de coco. En effet, les chutes de noix de coco tuent chaque année 150 personnes dans le monde soit 15 fois plus que le nombre de décès dus aux requins.

2 | La surpêche en question

La pratique de la pêche intensive est une des principales raisons de la diminution des espèces de requin, en effet nombre d'entre eux se retrouvent prisonniers des filets des chalutiers. Les requins sont d'autant plus touchés qu'il faut de nombreuses années pour reconstituer les stocks du fait de leur mode de reproduction très lent (les gros requins n'ont que 4 petits par an). Selon les continents, quasiment toutes les parties du requin sont utilisées, que ce soit pour l'alimentation, le cuir, les cosmétiques, les bijoux. En Asie, ce sont les ailerons qui sont la base de soupes particulièrement prisées.

3 | L'écosystème en danger

La disparition des poissons carnivores comme les requins provoque un bouleversement de toute la chaîne alimentaire marine. Ces prédateurs jouent un rôle crucial de régulateurs de nombreuses populations de poissons et de mammifères marins qui permettent de préserver l'équilibre de l'écosystème. Selon Bernard Séret spécialiste des requins, chercheur à l'IRD (Institut de Recherche pour le Développement) au Muséum National d'Histoire Naturelle, internationalement reconnu : « Nous avons des exemples concrets, chiffrés, qui montrent que la disparition du requin peut toucher toute la chaîne alimentaire marine. Ainsi récemment une pêcherie de clams a du fermer : les coquillages étaient mangés par les raies, elles-mêmes habituellement sont la proie des requins. Certaines espèces ont totalement disparu de nos côtes, comme le requin bouclé, qui évoluait dans le bassin d'Arcachon. L'Europe vient de publier, 10 ans après les premières alertes, son « plan d'action européen pour les requins ». Il est effectivement grand temps de s'attaquer à bras le corps à la disparition des requins ... ».



Auchan : une enseigne engagée dans le développement durable

Le secteur de la grande distribution joue un rôle majeur dans les problématiques essentielles pour l'avenir de la société : l'emploi et l'insertion sociale, le développement du monde agricole et des petites et moyennes entreprises, le pouvoir d'achat, la nutrition, la protection de l'environnement, la solidarité... Depuis sa création en 1961, Auchan, 2^{ème} chaîne de distribution intégrée en France et 12^{ème} distributeur mondial, s'efforce de répondre à ces préoccupations en référence aux valeurs qui sont au cœur de son identité et de son histoire : confiance, progrès, partage. Auchan veut être une entreprise responsable envers ses collaborateurs, ses partenaires, ses clients, l'environnement et l'ensemble de la collectivité.

1 | En France : une réflexion approfondie

Dans ce but, depuis quelques années, Auchan France travaille à formaliser et à approfondir sa démarche de développement durable :

- ▶ En 2002, c'est la publication du premier rapport Auchan, entreprise responsable, dont la 8^{ème} édition est parue en 2009,
- ▶ En 2003, c'est l'édition de 17 indicateurs chiffrés sociaux, sociétaux et environnementaux destinés à mesurer concrètement les progrès de l'entreprise,
- ▶ En 2004, la Direction du développement durable est créée
- ▶ En 2005, le comité éthique d'Auchan France, garant du respect des principes éthiques d'Auchan dans ses relations avec ses différents publics ou partenaires devient comité éthique et développement durable,
- ▶ En 2008, Auchan France se dote d'un Livre Vert qui définit de façon très volontariste l'ensemble des axes de progrès et des bonnes pratiques à développer,
- ▶ En 2008 également, une synergie développement durable démarre avec des représentants des métiers hypermarchés et supermarchés des 12 pays du groupe. L'arrêt de la commercialisation du requin est leur première décision commune en matière d'offre de produits frais.

Cette démarche doit permettre à l'entreprise d'avancer vers l'objectif qu'elle s'est fixé : «développer un mode de management responsable, qui réconcilie l'économie, le social et l'écologie, dans une démarche éthique.»

L'ENTREPRISE MÈNE DES ACTIONS CONCRÈTES DANS 5 DOMAINES :

- ▶ Devenir l'école de la réussite pour ses collaborateurs par la responsabilisation, la formation, les possibilités de mobilité et de promotion...
- ▶ Construire des relations équilibrées avec ses partenaires fournisseurs issus des PME, du monde agricole ou des pays du Sud...
- ▶ Prendre des engagements concrets au service de ses clients, pour le pouvoir d'achat, la sécurité alimentaire, la promotion d'une alimentation saine,
- ▶ Réduire son empreinte écologique par la réduction des pollutions, la promotion des produits et des comportements respectueux de l'environnement...
- ▶ Être une entreprise solidaire, par des actions de mécénat en local ou via l'action de la Fondation Auchan pour la Jeunesse.

2 | Auchan Groupe : une entreprise socialement responsable

Depuis 2008, chaque enseigne d'hypermarchés des pays Auchan a nommé un responsable du développement durable et mis en place des engagements volontaristes en définissant 3 axes de travail prioritaires :

- ▶ Réduire les consommations d'électricité,
- ▶ Trier et valoriser les déchets,
- ▶ Offrir aux clients des solutions pour mieux vivre, respecter la planète et faire des économies.



3 | La poissonnerie Auchan, un engagement de longue date

En France, environ 70% de la distribution des ressources halieutiques se fait en GMS. Auchan est l'un des premiers acteurs de ce marché avec 12% de parts de marché et plus de 40 000 tonnes commercialisées chaque année. Son expérience, son savoir-faire et son engagement en font une enseigne de référence en matière de poissonnerie.

L'ambition de la poissonnerie Auchan : permettre à la totalité de ses clients d'accéder durablement aux bienfaits de la ressource halieutique. Pour ce faire, Auchan veille depuis de nombreuses années aux trois points suivants : qualité, disponibilité et prix.

1 | La qualité : une priorité

Avant même de raisonner prix, ce qui ne serait pas significatif en soi, Auchan réfléchit d'abord au produit qu'il veut offrir à ses clients en termes de fraîcheur, de calibre, de sécurité alimentaire (prévention du parasitisme, respect de la chaîne du froid,...), de traçabilité... Ainsi, avec ses partenaires producteurs, ses fournisseurs et le bureau Véritas, Auchan établit des cahiers des charges par type de production et des fiches techniques par produit qui reprennent l'ensemble de ses exigences et spécificités. A titre d'exemple, Auchan est le seul distributeur, et ce depuis plus de 20 ans, à ne commercialiser que des filets de poissons de mer sauvages sans flancs. Ceci permettant de baisser très significativement les risques liés au parasitisme et de n'offrir que le meilleur du filet à ses clients. L'application de ces cahiers des charges et fiches techniques est contrôlée en permanence par une douzaine d'agréés Véritas travaillant principalement de nuit sur les plates-formes mais se déplaçant aussi régulièrement chez les fournisseurs et dans les magasins. Aujourd'hui à cette démarche vient légitimement s'ajouter une nécessité de consommer responsable.

2 | La disponibilité : Un plus Auchan

La poissonnerie d'Auchan propose l'une des offres les plus riches du marché : entre 60 et 130 références, en fonction de la taille du magasin et de la saisonnalité de la pêche. Là encore, depuis de très nombreuses années, soucieux de satisfaire en permanence aux exigences qualité et de garantir la présence des produits en magasin, Auchan a construit un réel partenariat avec de très nombreux fournisseurs de sa filière. Le plus ancien, Régal Marée à Boulogne est engagé auprès d'Auchan depuis plus de 35 ans. Avec ses partenaires, Auchan partage une vision commune pour satisfaire le client final.

Ces démarches, notamment de sécurisation de l'accès ressource, ont amené Auchan à travailler de façon originale et souvent novatrice : anticipation des achats avec les producteurs pour leur permettre de planifier leur production et pour garantir les quantités aux clients, achats de productions complètes, création de nouvelles productions.

3 | Le prix : un engagement Auchan

Une fois les exigences ci-dessus calées, Auchan travaille là encore avec ses partenaires producteurs, transformateurs et transporteurs pour imaginer la chaîne d'approvisionnement la plus rapide (pour garantir une fraîcheur optimale) et la plus économique. Ainsi, la commande passée par les magasins le jour A est livrée le jour B. La marée Auchan est sans conteste l'une des moins chères de l'ensemble de la distribution comme en attestent entre autres ses « produits phares » qui depuis des années sont les moins chers du marché : morue salée séchée, sardine, saumon entier, truite portion, moule, huître, merlu... Offrir mieux, pas plus cher, voire moins cher, aux clients, n'est possible que grâce à cette relation forte avec l'amont, établie dans la durée et forcément « gagnant-gagnant ».

4 | Les décisions de la poissonnerie Auchan

En plus de ces grandes orientations, Auchan a pris en France 7 engagements concrets depuis 2006. Pour en assurer la pédagogie auprès des consommateurs, ces 7 engagements font l'objet d'un balisage spécifique dans l'ensemble des magasins Auchan et sur www.auchan.fr.

LES 7 MESURES CONCRÈTES DE LA POISSONNERIE AUCHAN :

1. La poissonnerie Auchan s'engage au-delà de la réglementation européenne sur la taille de commercialisation de 6 espèces : sole, plie, turbot, barbue, limande sole et limande franche.

Auchan s'engage à proposer ces 6 espèces de poissons avec une taille supérieure à la réglementation européenne pour atteindre voire dépasser celle nécessaire à la reproduction.

2. La poissonnerie Auchan s'engage à ne plus commercialiser de décembre à mars, de bar sauvage pêché en masse sur les zones de reproduction. Comme alternative, afin de protéger cette espèce, Auchan propose sur ses étals au meilleur prix, du bar d'élevage et du bar sauvage pêché à la ligne capturé selon des méthodes respectueuses de l'environnement.

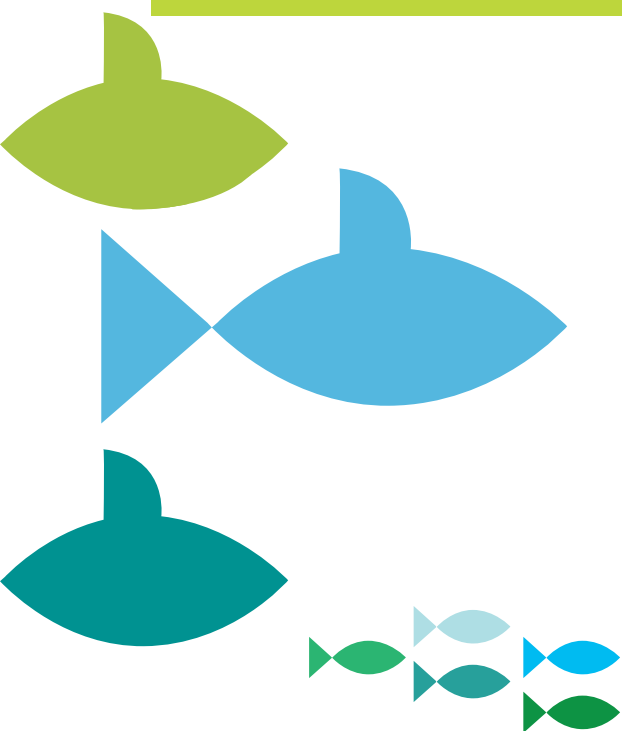
3. La poissonnerie Auchan s'engage à fournir à ses clients des informations pour leur permettre de consommer plus « durable ». La poissonnerie Auchan les encourage à consommer plus de darnes et de pavés de cabillaud provenant de poissons matures (de grosse taille en âge de se reproduire) et, de plus, issus de pêcheries bien gérées.

4. La poissonnerie Auchan s'engage pour des produits « filières » truite et saumon de très haute qualité. Ces produits sont strictement contrôlés de l'œuf à l'étal en matière de nutrition, de sécurité alimentaire, de respect du bien-être animal et de l'environnement.

5. La poissonnerie Auchan s'engage à encourager la consommation des productions durables ; par exemple Auchan commercialise sur ses étals des huîtres et des moules, majoritairement élevées sur les côtes françaises dans le respect des traditions et du milieu marin.

6. La poissonnerie Auchan encourage le consommateur à consommer une nouvelle espèce à faible empreinte écologique : le tilapia originaire du Brésil. Vendu sous forme de filet sans peau et sans arêtes, il présente une chair blanche ferme et savoureuse.

7. La poissonnerie Auchan a arrêté la commercialisation du thon rouge (*thunnus thynnus*) en décembre 2007 en raison des graves menaces qui pèsent sur sa survie.



4

Une communication forte vers ses collaborateurs et ses clients

1 | Des équipes en interne formées, mobilisées et engagées

Il est décisif que sur le terrain, les équipes adhèrent et se fassent le relais de la politique générale en faveur du développement durable menée par Auchan. Former les équipes pour en faire des professionnels impliqués dans une politique volontariste en faveur du développement durable est primordial. Ce sont elles qui vont être en relation directe avec le consommateur. Leur discours commercial et leur force de proposition sont une valeur ajoutée non négligeable dans le processus de concrétisation de l'engagement d'Auchan.

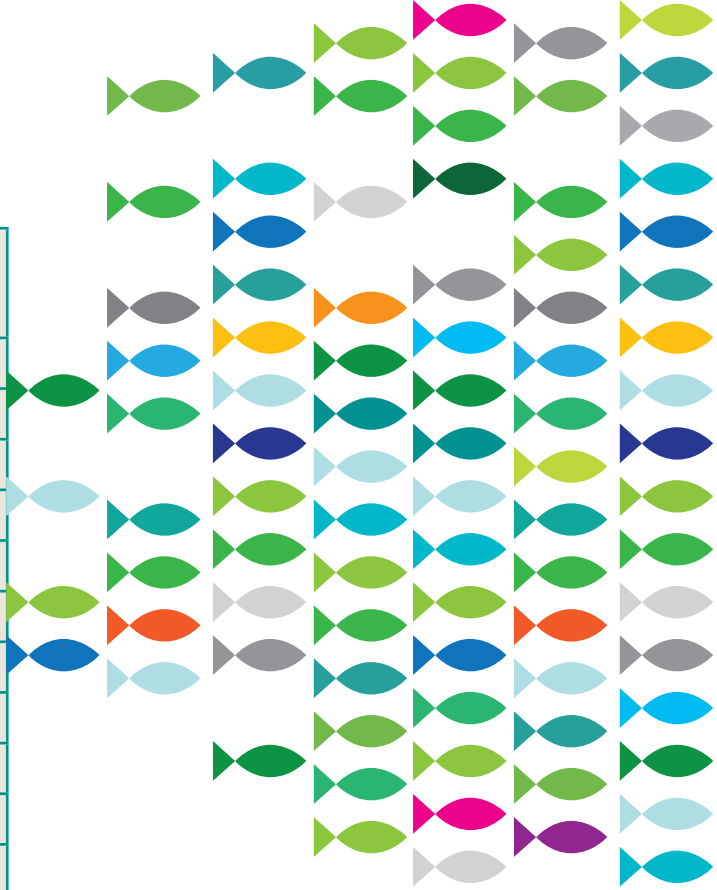
2 | Des consommateurs sensibilisés

Informé et conseillé le consommateur au moment de l'acte d'achat est crucial pour l'orienter vers des modes de consommation durable. Il est nécessaire de créer une dynamique dans laquelle il s'investit : plus les consommateurs suivront Auchan dans ses démarches, plus vite et plus loin Auchan pourra avancer, car l'enseigne est consciente que les actions annoncées sont encore insuffisantes pour protéger l'écosystème marin, aujourd'hui très menacé. Pour faciliter la responsabilisation des consommateurs, Auchan France relaie l'information en magasins avec un balisage spécifique et de manière plus générale via son site Internet : www.auchan.fr



Annexes

Arrêt complet des commandes des espèces menacées (ventes à l'étal + frais emballé + conserves + surgelé)	
Hypers Chine	7 octobre 2009
Hypers Espagne	7 octobre 2009
Hypers France	7 octobre 2009
Hypers Hongrie	7 octobre 2009
Hypers Italie	31 décembre 2009
Hypers Luxembourg	7 octobre 2009
Hypers Pologne	7 octobre 2009
Hypers Portugal	31 décembre 2009
Hypers Roumanie	7 octobre 2009
Hypers Russie	7 octobre 2009
Hypers Taiwan	7 octobre 2009
Hypers Ukraine	7 octobre 2009
Simply Market France	7 octobre 2009



A propos d'Auchan France :

Auchan France, dont le président est Arnaud MULLIEZ, est la deuxième chaîne d'hypermarchés intégrée en France où ses 123 magasins accueillent chaque année 285 millions de clients.

En France, le groupe emploie 51 000 collaborateurs et a enregistré un chiffre d'affaires de 15,3 milliards d'euros HT pour l'exercice 2007.

La politique commerciale de l'entreprise est étroitement liée à son projet humain. En effet, la distribution est un métier de service et l'ambition d'Auchan est d'améliorer chaque jour le pouvoir d'achat et la qualité de vie de ses clients en s'appuyant sur des collaborateurs responsables, professionnels, passionnés et considérés.

Contacts presse :

Olivia Rasson
03. 20. 67. 55. 57
orasson@auchan.fr

François Cathalifaud
01. 58. 65. 08. 10
fcathalifaud@auchan.fr

A propos du Groupe Auchan :

Créé en 1961, le groupe Auchan est aujourd'hui le 12^{ème} groupe de distribution alimentaire dans le monde. Opérant dans 12 pays avec 1 221 magasins au 31 août 2009, il emploie 210 000 personnes (Equivalent Temps Plein).

Il est organisé en 4 métiers :

- les hypermarchés avec 484 magasins dans 12 pays
- les supermarchés avec 737 magasins intégrés dans 5 pays
- Banque Accord, sa branche bancaire (produits et services financiers, monétique, gestion de la relation clients) présente dans 10 pays
- Immochan, sa branche immobilière

Groupe indépendant, il est détenu par l'association familiale Mulliez (86,5 %) et ses collaborateurs (13,5 %). Le chiffre d'affaires du groupe hors taxes en 2008 s'élève à 39,5 milliards d'euros.

La raison d'être du groupe Auchan est de contribuer, avec des collaborateurs responsables, professionnels, passionnés et considérés, à améliorer chaque jour le pouvoir d'achat et la qualité de vie du plus grand nombre de clients. Elle s'appuie sur 3 valeurs fondatrices : la confiance, le partage et le progrès.

Prix discount, choix et diversité de l'offre, adaptation aux modes de consommation locaux et qualité du service au client sont le gage d'une fidélité renouvelée des clients d'Auchan partout dans le monde.

Pour plus d'informations,
consulter le site www.groupe-auchan.com