

Comité Éthique du Fonds Nouvelle Stratégie 50
Secteur : Grande Distribution

Les membres d’Ethique et Investissement ont participé le 23/12/2025 au Comité éthique organisé dans les locaux de Mandarine Gestion SAS pour analyser les valeurs du secteur intitulé : Grande Distribution.

Très présente dans nos sociétés encore, malgré une concurrence de plus en plus forte du e-commerce, la « grande distribution » a un impact environnemental et social qui va au-delà du périmètre des seuls magasins arborant les enseignes du secteur. Ces acteurs sont à l’origine de plusieurs initiatives à saluer, autour des [produits locaux](#), des emballages plus durables, du développement du vrac (quoiqu’en [recul](#) ces dernières années) et de la lutte contre le gaspillage, alimentaire, en particulier.

A titre illustratif, en termes de RSE (responsabilité sociale/sociétale et environnementale) ils mentionnent leurs dons à des associations solidaires (par ex. pour offrir des repas aux plus démunis), parmi les « bonnes pratiques » ; ou encore, la mise en avant, à moindre prix, des invendus encore consommables avec des réductions de plus en plus pratiquée en boutique sur des produits proches de leur date limite de vent (une tendance récente relativement courante maintenant). En outre, le développement des marques de distributeur peut aussi faciliter l’accès à certains produits de ce fait plus abordables. Les points de vente cherchent aussi à réduire leur consommation d’énergie, leurs émissions liées au transport et notamment, le recours aux fluides réfrigérants très polluants.

Cependant, ces quelques points positifs ne doivent pas masquer une autre réalité : celle des emballages (« sur-emballage » parfois) qui restent une source de pression écologique prégnante, avec d’importants déchets *in fine*. Notamment, le plastique demeure très présent dans les rayons comme aux caisses, générant de longue date une pollution capable d’asphyxier les milieux naturel, avec des incidences de plus en plus documentées sur la santé animale et notamment, humaine. Sans oublier les [conditions de travail](#) : horaires décalés, travail le week-end, temps partiel subi, risques physiques caractérisant la plupart de ces commerces, sur toute la chaîne de valeur.

Les enseignes sont en position d’exercer sur ces chaînes en cascade, une certaine influence, destinée à limiter ces impacts négatifs -par le choix de leurs fournisseurs ou encore, une meilleure mise en avant de produits issus de filières plus responsables (voir [rapport du Sénat](#)).

Influence nécessaire, à plus d’un titre : en effet, les chaînes d’approvisionnement mondiales sont potentiellement impliquées dans la déforestation, la consommation d’eau parfois excessive, au détriment des besoins de base locaux, ou encore, à l’aune du respect des droits humains, notamment pour les filières du cacao, [soja](#) ou de [l’huile de palme](#)... La traçabilité et les certifications progressent, mais les contrôles restent inégaux selon les matières et les pays.

Autre point sensible : la qualité nutritionnelle des produits, plus ou moins transparente, avec l’estampille d’un « Nutri-Score » crédible ; voire, les efforts de certaines fabricants, pour réduire le sucre et le sel dans leurs recettes, sans perdre en valeur gustative, ou privilégier les alternatives saines des ressources humaines et naturelles. Des efforts parfois annihilés par le lobbying du secteur ciblant des contraintes réglementaires ou normatives sans prévoir d’autres solutions. Une illustration du niveau d’influence attribués par les sénateurs aux grands acteurs du secteur figure dans le [rapport de la commission d’enquête sur les marges des industriels et de la grande distribution](#).

Ainsi, en France, les distributeurs peinent à convaincre leurs parties prenantes de la qualité globale de leur offre. Par exemple, l’offre alimentaire, sous la loupe de l’ [étude du Réseau Action Climat](#). Dans ce contexte, le Comité Éthique pour NS50 a pris les décisions suivantes :

Tableau des décisions

Entreprises	Décisions	Entreprises	Décisions
AHOLD DELHAIZE	Ne pas intégrer	KESKO	Ne pas intégrer
CARREFOUR	Ne pas intégrer		
JERONIMO	Conserver		

Relevé des décisions

Nous avons conservé :

JERONIMO MARTINS SGPS : Groupe d'origine portugaise avec des parts de marché importantes dans son pays d'origine, leader aussi en Pologne, avec des marques distributeurs non dissociées. Présence majoritaire au capital des héritiers de la famille fondatrice, conseil (CA) composé à 54% de membres indépendants et droits de vote plus équilibré que dans d'autres entreprises où cette caractéristique existe. Taux de parité : 36%. Le CA supervise les stratégie, gestion des risques et opportunités liées au climat (cf décision environ 10% du CapEx consolidé total annuel, à la mise en œuvre de ces objectifs). 60% d'électricité renouvelable comme cible d'ici 2030, sachant la part de l'énergie renouvelable déjà en hausse de 18% depuis 2023. Lutte contre la déforestation clairement objectivée. Actions en direction des fournisseurs pour la réduction effective des émissions climat couvrant le scope 3. Approvisionnement local pratiqué, affirmé depuis 2023. Avec la re-formulation des produits de sa marque, des données sur des ingrédients incriminés, en terme de santé, sont évités et divulgués ; par ex : 6 142t de sucre et 246t de sel (cumulé depuis 2018), et 23t de gras saturé (depuis 2023) en moins. Triplement du nombre de produit avec des certifications du durabilité depuis 2019. Favorise les pratiques d'agriculture dite régénérative de ses fournisseurs. Concernant la pêche, à part le thon, les autres filières restent encore exposées aux controverses sur les espèces menacées d'extinction. Progrès en terme de traçabilité à promouvoir en l'occurrence !

Partenariats locaux contre la faim et le gaspillage en croissance. Gros employeur local. Pas de plan d'actionnariat salarié en place, mais salaire minimal en hausse. Mobilité interne et création d'emplois mis en avant ainsi qu'un Code de Conduite pour ses fournisseurs, obligatoire, incluant des exigences précises de respect des droits humains fondamentaux (notamment l'interdiction du travail forcé, du travail des enfants...), dont la violation peuvent motiver la fin du contrat.

Nous n'avons pas intégré :

AHOLD DELHAIZE : Essentiellement présent aux USA, et en second lieu, en Europe. Une majorité des administrateurs sont indépendants au sens hollandais (Dutch Corporate Governance Code), CA à 42% féminin (en 2025). Sans siège formel réservé aux salariés ou aux syndicats dans les organes de gouvernance toutefois ! Président indépendant. Critères ESG inclut dans la rémunération variable, de manière significative (env. 25%). Pas de droits de vote double. Marketing responsable : affiché, mais chiffres livrés à la volée ; quid de la réalité effective, derrière ces nombreuses données parcellaires ? Stratégie climat : peu exemplaire, si l'on considère la prise en compte du scope 3 (cf retard par rapport aux objectifs SBTi). Avancée sur l'économie circulaire (emballage recyclable) déclarée, mais silence quant à leur recyclage réel ... Social : éminent employeur privé (dans les 50 premiers mondiaux), controverses à l'avenant ! Evolution vers la franchise à marche forcée et intimidations syndicales dénoncées (cf protestation Zaandam aux Pays-Bas, par ex.). Doit faire ses preuves en matière de RSE, de manière tangible, au-delà du déclaratif bien intentionné.

CARREFOUR : N° 1 européen et le n° 2 mondial de la grande distribution, présent dans plus de 40 pays. Fonctions de Président du Conseil d'administration (CA) et de Directeur Général (DG) « unifiées » c'est-à-dire exercées par un même dirigeant depuis 2017. 62% des administrateurs sont dits indépendants ; taux de parité H/F au CA : 62%. 7 membres du CA possèdent une expertise RSE. Stratégie RSE supervisée certes par un organe spécialisé (le « Comité de l'Indice RSE et Transition Alimentaire Groupe ») mais composé de membres du Comité Exécutif. Critères extra financiers intégrés dans la rémunération à un niveau significatif (toutefois inférieur au groupe précédent, AHOLD DELHAIZE). En matière de durabilité, l'avance historique du groupe semble être de « l'histoire ancienne ». Étonnamment, le scope3 est visé par la réduction des GES prévue le plan de transition, pour moitié ces objectifs ne sont pas rattachés à des plans d'action explicites. Beaucoup de controverses, notamment sociales, sous les feux de l'actualité : transformation du modèle problématique, le passage en location-gérance ou en franchise ouvrant la voie à une dégradation des conditions de travail et des qualités de l'emploi inquiète. Soit, plus de 27 000 salariés concernés par ce qui est dénoncé comme étant un « plan social déguisé ». De plus, le groupe s'avère impliqué dans des procédures judiciaires éclatantes, liées aux relations avec ses franchisés vues comme déséquilibrées : accusations de pratiques commerciales injustes et de clauses contractuelles désavantageuses pour les franchisés... Ce n'est pas de bon augure pour les défis tant écologiques que sociaux à relever !

KESKO : N° 1 finlandais du commerce de gros et de détail. Le principal dirigeant de l'entreprise préside aussi l'association représentant les intérêts des actionnaires « significatifs »... Intégration de critères ESG (écologique/ social/de gouvernance) dans la rémunération variable mais sans précision sur leur pondération, ni comité dédié à la RSE. D'ailleurs, peu d'indicateurs sont ici identifiés pour déclarer et asseoir la trajectoire de durabilité de ce groupe, comparée à celle de ses compétiteurs ; ambitions en matière écologique et sociale peu divulguées. Pas de données récentes. De vagues efforts sur la re-formulation de ses produits annoncée. La moitié des magasins est franchisée, avec peu d'information partagée sur les fournisseurs/les approvisionnements. Maigre transparence ESG ! Manque de preuve : à revoir ultérieurement.