

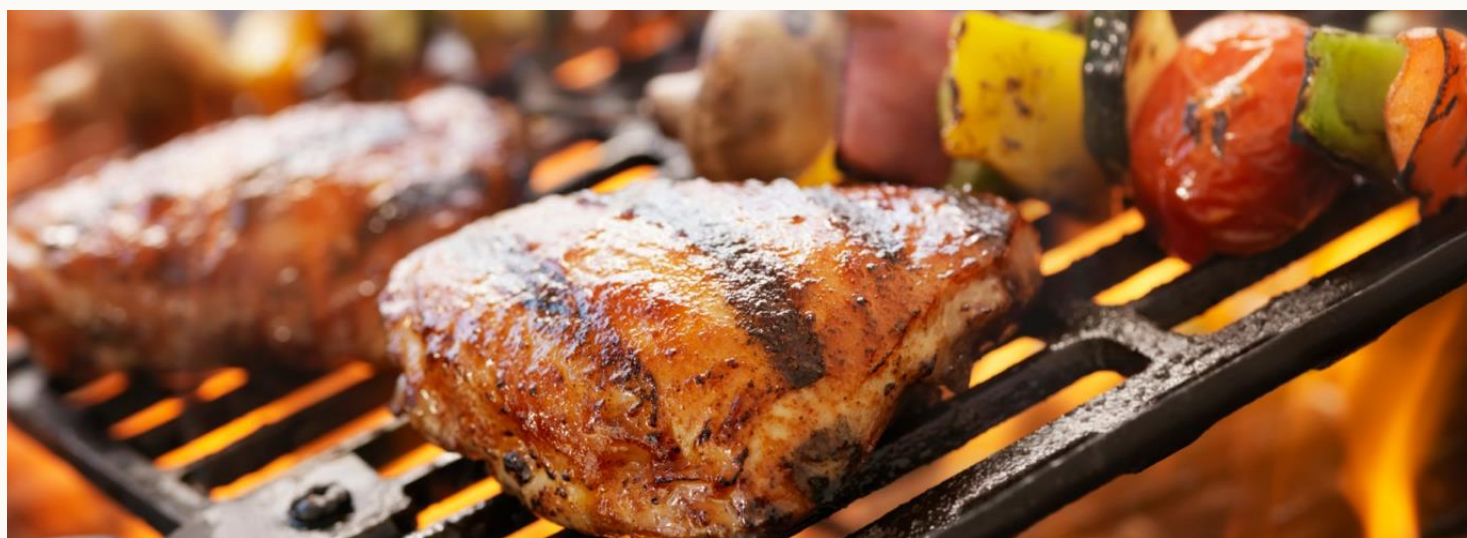


WWF

RÉSUMÉ

FR

2014



Enquête soja

Les bons et les mauvais élèves parmi les utilisateurs
de soja pour l'alimentation animale en Europe

WWF

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 5,8 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

En 2011, le WWF a fêté ses 50 ans.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 187 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable, il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Depuis décembre 2009, la navigatrice Isabelle Autissier est présidente du WWF France et Philippe Germa en est le Directeur général depuis le 04 février 2013.

Cette année, le WWF France fête ses 40 ans.

© Concept & design by © ArthurSteenHorneAdamson

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature
(Formerly World Wildlife Fund)

® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks /
"WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées.

WWF France, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris

LA PROBLEMATIQUE DU

SOJA

Les utilisations du soja

Le soja est la culture qui produit le plus de protéines à l'hectare. Elle est massivement importée d'Amérique du Sud. En France, 4,3 millions de tonnes de soja ont été importées en 2013. Le soja est principalement utilisé sous forme de tourteau, le résidu de la trituration de la graine pour produire de l'huile végétale (qui entre notamment dans la composition des agro-carburants) et des sous-produits comme la lécithine, un émulsifiant naturel.

Près des $\frac{3}{4}$ du soja produit dans le monde sont utilisés pour nourrir les animaux, notamment la volaille et le porc. Il faut par exemple 575g de soja pour faire un kilo de poulet ou 273g de soja pour un kilo de viande porcine. Entre 1967 et 2007, la production de viande porcine a crû de 294 %, celle des œufs de 353 % et celle de la viande de volaille de 711 %. Sur la même période, la production de soja a quasiment décuplé, passant de 27 à 267 millions de tonnes. En tant que première source d'alimentation animale au monde, le soja est devenu un élément indispensable du modèle agricole intensif qui explique ces résultats.

EN 2013, LA
FRANCE A IMPORTÉ
4,3 MILLIONS DE
TONNES
DE
SOJA



© shutterstock.com

L'expansion de la culture du soja menace les écosystèmes sud-américains

La surface totale dédiée au soja sur le continent sud-américain est passée de 17 millions d'hectares en 1990 à 46 millions d'hectares en 2010, et a principalement empiété sur les écosystèmes naturels. Entre 2000 et 2010, 24 millions d'hectares ont été convertis en pâturages et en terres agricoles en Amérique du Sud ; sur la même période, la culture de soja a crû de 20 millions d'hectares.

**LA SURFACE TOTALE
DEDIEE AU SOJA
SUR LE CONTINENT
SUD-AMERICAIN
EST PASSÉE
DE 17 MILLIONS
D'HECTARES
EN 1990 A 46 MILLIONS
D'HECTARES EN 2010**

La biodiversité décline, la disparition de la forêt est une cause directe du changement climatique ; la destruction et la dégradation des écosystèmes nous font perdre bon nombre des services éco-systémiques dont nous dépendons, que ce soit l'eau potable, les sols sains, la pollinisation ou la lutte contre les ravageurs. La production du soja menace des forêts, savanes et prairies d'importance mondiale : la forêt amazonienne abrite 10 % des animaux de notre planète, et joue un rôle crucial dans la régulation du climat mondial. Mais la forêt amazonienne n'est pas le seul écosystème menacé par le boom du soja : la forêt atlantique, la savane sèche du Cerrado ou le Gran-Chaco souffrent également de l'expansion des terres agricoles. La culture du soja contribue à la déforestation au Brésil et en Bolivie, à cause de la conversion directe des terres ou indirectement en déplaçant la production de bétail en lisière de forêt.

Au niveau mondial, le soja recouvre désormais 1 millions de km² soit les superficies de la France, l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas réunis.

Pour plus d'information, le rapport « le boom du soja » est en ligne à l'adresse suivante :

http://www.wwf.fr/vous_informer/rapports_pdf_a_telecharger/?2120/Le-boom-du-soja



QU'EST-CE QUE LE SOJA RESPONSABLE ?

Le WWF définit le « soja responsable » comme du soja qui a été produit selon le standard de la table ronde pour le soja responsable (RTRS).



Pour les entreprises qui souhaitent s'approvisionner en soja non-OGM, le WWF préconise le recours à du soja RTRS non-OGM ou Proterra. Selon la dernière analyse du WWF, la RTRS et Proterra sont deux initiatives multi partie-prenantes qui ont des garanties environnementales et sociales robustes ainsi, qu'entre autres, un système de vérification par tierce partie. Comme pour tous les standards qu'il soutient, le WWF demande une amélioration continue des exigences du standard. Il intervient d'ailleurs dans ce processus pour la RTRS et demande à Proterra de faire des efforts en termes de transparence et de gouvernance.



© Jan Gilhuis/solidaridad

L'ENQUETE DU WWF

La méthodologie et les questions qui ont été posées aux entreprises

**88 ENTREPRISES
EVALUÉES DANS 5
PAYS EUROPEENS
SUR LEUR POLITIQUE
D'APPROVISIONNE-
MENT EN SOJA
DIRECT ET INDIRECT**



- Quelle quantité de soja utilisez-vous en alimentation animale, directement ou indirectement via vos fournisseurs?
- Avez-vous pris des engagements pour vous approvisionner en soja responsable (RTRS ou Proterra)? Avez-vous fixé une échéance pour la mise en place de cet engagement ? Si oui, quels sont les résultats à date?
- Avez-vous un engagement “zéro-déforestation”? Si oui, avec quelle échéance et quels sont les résultats ?
- Avez-vous une politique de non-conversion des écosystèmes naturels autres que les forêts tropicales humides ?
- Etes-vous membre de la RTRS et/ou Proterra? De quand date votre engagement ?
- Quel type de chaîne d’approvisionnement mettez-vous en œuvre ?
- Avez-vous une politique de substitution du soja non-responsable par d’autres alternatives protéiques ou du soja produit localement ?
- Avez-vous une politique d’utilisation de soja non-OGM?

Pour chaque question, le WWF a demandé de fournir des documents et/ou liens internet pour vérifier les réponses apportées.

Au total, 88 entreprises parmi les principales utilisatrices de soja et de produits animaux ont été interrogées dans cinq pays européens : Le Royaume-Uni, les Pays-Bas, le Danemark, la Suède et la France. Le choix de se concentrer sur l’Europe a été fait car l’Europe est leader sur la demande en soja responsable et le 2^{ème} importateur mondial de soja derrière la Chine. L’Europe doit être le pionnier pour inciter les autres marchés à prendre en

considération les enjeux environnementaux et sociaux liés à l'importation de soja.

Le périmètre de cette étude ne nous a pas permis de réaliser une vérification en profondeur des réponses et l'évaluation se base sur les informations transmises par les entreprises. Le WWF a privilégié dès que possible la transparence. Ainsi, les entreprises ayant publiquement communiqué autour de leurs engagements et résultats, ou qui nous ont fourni des documents ont été évaluées plus favorablement.

Pour davantage d'informations sur la méthodologie, consultez le rapport complet disponible sur : wwf.panda.org/soyreportcard/2014



© Jan Gilhuis/solidaridad

LES RESULTATS DE L'ENQUETE

Un petit groupe d'entreprises pionnières a pris ses responsabilités pour ses approvisionnements en soja. Mais, plus

inquiétant, la majorité ne semble pas avoir engagé de démarches en ce sens.



**UN PETIT GROUPE
D'ENTREPRISES A PRIS
SES RESPONSABILITÉS
QUANT A SES
APPROVISIONNEMENTS
EN SOJA. MAIS, PLUS
INQUIÉTANT, LA
MAJORITÉ NE SEMBLE
PAS AVOIR ENGAGÉ DE
DÉMARCHES EN CE
SENS.**

Des niveaux d'engagement variables d'une entreprise à l'autre mais insuffisants au global

Sur le chemin vers un approvisionnement en soja responsable, certaines entreprises ont fait des efforts notables pour réduire leurs impacts en termes de déforestation et de conversion d'autres écosystèmes naturels.

Dans le même temps, d'autres ont pris des engagements mais n'ont pas réussi à démontrer qu'elles mettaient en place des plans d'action effectifs. Dans ce groupe « intermédiaire », on retrouve également des entreprises qui ont des engagements en matière de soja responsable mais au travers d'accords nationaux de l'ensemble d'un secteur. C'est par exemple le cas aux Pays-Bas où l'ensemble du secteur laitier s'est engagé à 'approvisionner en soja responsable d'ici 2015. Mais ces entreprises n'ont pas transposé ces accords de façon individuelle. A l'intérieur de ce groupe, se trouvent enfin des entreprises qui ont un engagement « zéro-déforestation » mais sans s'intéresser à d'autres impacts néfastes de la culture du soja sur les écosystèmes naturels non-forestiers et les conséquences sociales pour les travailleurs et les communautés.

Signe encourageant cependant, la plupart des entreprises qui n'ont pris aucun engagement sur leurs approvisionnements en soja se sont dites intéressées pour en savoir plus sur le travail du WWF et les solutions proposées.

De manière générale, il est frappant de constater l'écart qui existe entre les pionniers des démarches en faveur du soja responsable et les entreprises les moins avancées.

 Trop peu d'entreprises ont pris des engagements en faveur du soja responsable. Sur les 88 entreprises évaluées, seules 31 sont membres de la RTRS.

 14 entreprises ont pris des engagements individuels pour se fournir en 100% de soja responsable d'ici 2015 ou avant. 13 de plus ont pris des engagements similaires pour une partie de leur activité seulement ou au travers d'initiatives nationales.

 27% des entreprises qui ont répondu à l'enquête du WWF n'ont aucune politique spécifique sur le soja. De plus, 32 entreprises n'ont pas répondu à l'enquête ce qui démontre une prise de conscience très insuffisante des enjeux.

 Seules 42 % des entreprises ont commencé à acheter du soja responsable, pour un total global de 850,000 tonnes.

 6 entreprises couvrent 50% ou plus de leurs approvisionnements en soja responsable et sont donc bien parties pour tenir leur engagement de 100% en 2015.

 Les engagements nationaux aux Pays-Bas, en Suède et au Danemark ont permis une prise de conscience dans ces pays-là et initié de nombreuses démarches individuelles, même pour des produits de marques distributeurs.

 Davantage d'entreprises doivent prendre des engagements plus larges pour couvrir l'intégralité de leurs approvisionnements, ou décliner les initiatives nationales en leur nom propre.

Des possibilités d'engagement à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement

La difficulté pour les entreprises à s'approvisionner en soja responsable provient du fait que ce dernier se situe généralement très en amont des activités des entreprises. Le consommateur est bien souvent peu informé des impacts puisqu'il ne consomme du soja qu'indirectement au travers des produits animaux.

Cependant, les résultats montrent qu'il est possible de s'engager à tous les niveaux de la chaîne, même au niveau de la distribution. Calculer son empreinte soja, devenir membre d'une table ronde, acheter des certificats RTRS et demander à ses fournisseurs de s'engager peut se faire pour tous les acteurs de la chaîne de valeur du soja, qu'ils soient acheteurs directs de soja ou indirects au travers de produits animaux.

En effet, acheter des certificats est une solution relativement facile, et à moindre coût, pour atteindre rapidement les objectifs de 100% de soja responsable en 2015. Cela permet d'atteindre rapidement les volumes critiques pour mettre en place des chaînes d'approvisionnement en « mass-balance » ou ségréguées à des coûts supportables pour la filière.

Les entreprises n'ont donc aucune excuse pour ne pas prendre d'engagement.

Notation des entreprises françaises



Les entreprises ont été divisées en quatre catégories assez larges: les entreprises qui font figure de “bons élèves” en matière d'approvisionnement responsable en soja (en vert foncé), celles qui sont sur la bonne voie pour le devenir (de vert clair à jaune et orange) et celles dont les engagements sont encore insuffisants (en rouge). Le WWF a classé les entreprises n'ayant pas répondu en toute fin de tableau (en rouge foncé), pour les inviter à faire preuve de davantage de transparence à l'avenir sur la question de leurs approvisionnements en soja.

Enfin, il est mentionné à titre indicatif si l'entreprise a mis en place une politique de substitution responsable du soja par d'autres alternatives et si elle utilise du soja non-OGM. Au sein de chaque catégorie, les entreprises sont classées par ordre alphabétique.

En France, aucune entreprise interrogée n'a pris d'engagement suffisant et aucune n'a établi de politique pour couvrir 100% de ses approvisionnements en soja responsable à une échéance précise. C'est bien sûr un résultat très décevant, d'autant que dans les autres pays européens, nous observons des entreprises très engagées et les acteurs français risquent de se retrouver à la traîne.

Enquête Soja 2014 du WWF: SCORES FRANCE

Pour l'ensemble des résultats, consultez le rapport complet sur :
www.panda.org/soyreportcard/2014

Key: Progress indicators

	Très bon
	Bon
	Intermédiaire
	Insuffisant
	Tres insuffisant/absent
	Non-répondant

	ENTREPRISE	SECTEUR	SOJA RESPONSABLE (RTRS/PROTERRA)			NO DEFORESTATION			SUBSTITUTION RESPONSABLE?	POLITIQUE NON-OGM?
			ENGAGEMENT (+ADHÉSION)	ÉCHÉANCE DE MISE EN APPLICATION	ACHAT EFFECTIF	ENGAGEMENT	ÉCHÉANCE DE MISE EN APPLICATION	ACHAT EFFECTIF		
SUR LA BONNE VOIE	Groupe BEL	Agroalimentaire							NON	NON
	Carrefour	Grande distribution/ Restauration	RTRS						OUI	OUI
	Glon Sanders	Alimentation animale							OUI	EN PARTIE
	Lactalis	Agroalimentaire							NON	EN PARTIE
	Matines	Viande et œufs							OUI	EN PARTIE
N'ONT PAS ENCORE ENGAGÉ DE DÉMARCHES	Bongrain	Agroalimentaire							OUI	NON
	Cooperl	Viande et œufs							OUI	EN PARTIE
	Danone	Agroalimentaire							NON	EN PARTIE
	Ellor	Grande distribution/ Restauration							NON	NON
	Sodexo	Grande distribution/ Restauration							OUI	NON
	Sodiaal	Agroalimentaire							OUI	NON
NON-RÉPONDANT	Agapes restauration (Flunch)	Grande distribution/ Restauration								
	Auchan	Grande distribution/ Restauration								
	Bigard	Viande et œufs								
	Casino	Grande distribution/ Restauration								
	E.Leclerc	Grande distribution/ Restauration								
	Groupe Doux	Viande et œufs								
	InVivo	Alimentation animale								
	LDC	Viande et œufs								
	Le Gouessant	Alimentation animale								
	Les Mousquetaires/Intermarché	Grande distribution/ Restauration								
	Quick	Grande distribution/ Restauration								
	Système U	Grande distribution/ Restauration								
	Terrena-Gastronome	Viande et œufs								
	Triskalia	Viande et œufs								

ZOOM SUR LE CONTEXTE FRANÇAIS

La France est le second plus gros importateur de soja de l'union européenne avec un total de 4,3 millions de tonnes importées en 2013, la majorité destinée à nourrir les animaux d'élevage.



En 2013, les deux plus gros syndicats des fabricants d'alimentation animale en France que sont le SNIA et Coop de France nutrition animale qui représentent 80% des fabricants nationaux ont fondé une plateforme de réflexion sur la durabilité des approvisionnements. Avec 15 entreprises d'alimentation membres de la plateforme, l'objectif est d'identifier les leviers pour aller vers plus de durabilité des approvisionnements en matières premières via une consultation de partie prenantes en premier lieu. Le WWF a été consulté mais attend de la plateforme qu'elle identifie le soja comme une préoccupation majeure au sujet de la durabilité et prenne rapidement des engagements en faveur du soja responsable.

Le contexte français est également favorable au développement des alternatives au soja d'importation grâce à d'autres sources de protéines locales comme le colza, le tournesol et les protéagineux. Avec la première surface agricole d'Europe, c'est une réelle opportunité pour les acteurs français. La dépendance de la France aux protéines importées est plus faible que ses voisins européens (avec une dépendance de 56% tout de même bien que la moyenne européenne se situe à 77%).

ZOOM SUR LES RESULTATS DANS LES AUTRES PAYS

Aux Pays-Bas, en Suède et au Royaume-Uni, de très bons résultats ont été obtenus par certains acteurs.



Cela s'explique notamment par l'impact des initiatives nationales, comme celle du secteur laitier aux Pays-Bas ou des distributeurs au Royaume-Uni, même si la transparence au niveau du contenu de cet engagement pourrait être améliorée. Des leaders se distinguent dans tous les secteurs dans ces pays. Parmi les industriels de la viande, le meilleur élève est le suédois **HKScan**, alors que certaines entreprises néerlandaises comme **VION Food Group** (porc) ou **Van Beek Group** (œufs) sont impliquées dans l'engagement national de leur pays. Pour le secteur des produits laitiers, la marque danoise **Arla** et la coopérative néerlandaise **FrieslandCampina** sont les deux meilleurs élèves dans notre classement. Enfin, parmi les distributeurs, nous retrouvons davantage de leaders que dans les autres secteurs d'activités, avec entre autres les enseignes **Marks & Spencer** et **Waitrose** (Royaume-Uni), **Ahold** (Pays-Bas) et **Axfood** (Suède).

Pour accéder à l'intégralité des résultats dans les cinq pays européens, le rapport complet est téléchargeable à l'adresse suivante :

<http://assets.panda.org/downloads/soyreportcard2014.pdf>

CONCLUSION

L'enquête du WWF a révélé certains bons élèves qui ont pris des engagements clairs et commencé à acheter du soja responsable. Cependant, beaucoup d'autres entreprises sont à la traine et ne semblent pas encore avoir pris la mesure des enjeux associés à la culture du soja.

Rejoindre les tables rondes comme la RTRS et Proterra qui garantissent des niveaux d'exigence crédibles pour la production de soja responsable doit être la première étape et est très facilement réalisable. Malheureusement, la majorité des entreprises évaluées n'ont même pas pris cet engagement. Il est nécessaire ensuite d'aller plus loin et de s'engager sur une date butoir pour couvrir 100% de ses approvisionnements en soja responsable. Enfin, pour respecter leurs plans d'action, les acteurs de la chaîne logistique doivent mettre en place des actions concrètes, en commençant par acheter des certificats par exemple. Ces engagements doivent être pris quelle que soit la place de l'entreprise dans la filière du soja.

Dans certains pays européens, des initiatives nationales et des engagements individuels ont fait émerger des leaders dans le domaine de l'approvisionnement responsable en soja. La position de « leader » reste encore ouverte sur le marché français.

Mais les engagements individuels ne peuvent suffire, il faut que les pionniers deviennent moteurs pour entraîner d'autres groupes dans leur sillage et la création d'initiatives nationales permet d'amplifier l'impact des politiques mises en œuvre et in fine d'atteindre une meilleure traçabilité des approvisionnements.

Les utilisateurs directs et indirects de soja doivent prendre des engagements rapides car le temps presse. S'ils ne s'engagent pas à temps, ils vont manquer l'opportunité d'instaurer une chaîne d'approvisionnement en soja responsable en Europe. Pour les forêts tropicales, les savanes et les prairies d'Amérique du Sud, ainsi que pour les communautés locales, les impacts de la culture irraisonnée du soja seront irréversibles.

Il est plus que temps d'agir !



**IL EST TEMPS
D'AGIR. DES
SOLUTIONS
EXISTENT A
MOINDRES COUTS
ET FACILES A
METTRE EN
OEUVRE**

LES RECOMMANDATIONS DU WWF

Aux entreprises

- Rejoignez le RTRS et engagez-vous à vous approvisionner en soja responsable pour couvrir toutes vos utilisations directes et indirectes de soja. Fixez-vous des échéances pour atteindre vos objectifs.
- Calculez votre empreinte soja et commencez à acheter dès que possible du soja RTRS ou des produits animaux élevés avec du soja RTRS.
- Achetez des certificats RTRS pour augmenter l'offre en soja responsable à court terme et envoyer un message fort aux producteurs. Soutenez en parallèle le développement de filières « intermédiaires » (mass balance : mélange de soja certifié et non-certifié) puis ségréguées (soja certifié uniquement).
- Initiez ou rejoignez une initiative nationale en faveur du soja responsable pour créer une véritable dynamique de marché, mais prenez aussi ces engagements en votre nom propre.
- Soutenez des programmes d'aides aux producteurs de soja qui mettent en place des bonnes pratiques agricoles et obtiennent la certification.
- Si vous optez pour du soja non-OGM, soutenez le développement d'une filière de soja certifiée RTRS non-OGM. Si vous achetez du soja Proterra, exigez davantage de transparence dans la gouvernance et les méthodes d'audit.
- Réduisez au maximum le gaspillage alimentaire et prônez une consommation modérée de produits animaux.
- Etudiez les possibilités de recourir aux alternatives locales produites dans des conditions respectueuses de l'environnement.



Aux consommateurs

- Demandez aux distributeurs et aux marques de s'engager à s'approvisionner en soja responsable à tous les niveaux de leur chaîne d'approvisionnement.
- Achetez des produits animaux de marques qui se sont engagées à acheter du soja responsable.
- Pour les animaux nourris sans OGM, demandez que ce soit avec du soja certifié RTRS non-OGM ou Proterra.
- Réduisez votre consommation de produits animaux. Pour la plupart des pays de l'OCDE, cela revient à avoir un régime alimentaire plus proche des recommandations nutritionnelles des organismes de santé.
- Réduisez le gaspillage alimentaire en adaptant vos achats à votre consommation réelle, n'achetez et ne cuisinez que ce dont vous avez besoin.



ZOOM SUR LES OPTIONS D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE RTRS

Le soja certifié ségrégué et « Identity preserved » (IP)

Comme son nom le suggère, ce soja certifié est, dans ce modèle, physiquement séparé du soja non-certifié depuis l'usine de trituration jusqu'à l'utilisateur final. Le soja « Identity preserved » peut-être retracé jusqu'au niveau de l'exploitation agricole où il a été produit.

L'intérêt de ces deux options réside dans l'implication plus importante des entreprises tout au long de la chaîne d'approvisionnement (elles doivent en effet avoir une vision relativement fine de leurs approvisionnements). Ces options permettent aussi de garantir que le soja qui est utilisé ne participe pas à la déforestation.

Pour les approvisionnements en non-OGM, c'est le schéma obligatoire pour garantir la non-contamination entre OGM et non-OGM.

Ces modes d'approvisionnement sont cependant coûteux car les flux de soja certifié et non-certifié doivent être séparés tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Mass balance (équilibre des masses)

Cette option autorise les acteurs à mélanger le soja certifié et non-certifié tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Chaque entreprise gérant du soja RTRS en « mass balance » est uniquement autorisée à vendre le même volume de soja mélangé en « mass balance » que le volume certifié acheté à l'origine.

L'intérêt de cette option est qu'elle est moins coûteuse que le soja RTRS ségrégué car les acteurs n'ont pas à séparer les flux soja certifié et non-certifié. Cependant, les volumes finaux ne contenant pas 100% de soja certifié, les utilisateurs ne peuvent pas être certains de la durabilité de leurs approvisionnements.

Achat de certificats (“book and claim”)

Il s’agit d’un système d’échange de certificats séparé des flux physiques de soja. Les entreprises de distribution ou agro-alimentaires achètent du soja conventionnel via un fournisseur identifié. Elles peuvent ensuite acquérir des certificats via une plate-forme d’échange en ligne pour chaque tonne de soja qu’elles ont achetée. Le coût du certificat va ensuite directement financer les producteurs de soja certifié et eux uniquement.

L’intérêt de cette option réside avant tout dans son coût modeste, puisque l’achat de certificat se révèle beaucoup moins coûteux que la séparation physique. Elle permet aussi aux utilisateurs de soja –pour lesquels il n’existe pas de chaînes d’approvisionnement dédiées- d’acheter des certificats pour aider à la production de soja RTRS, encourager les producteurs dans leur démarches et accroître l’offre pour diminuer les coûts logistiques associés aux deux démarches évoquées précédemment.

Cependant, une entreprise utilisant cette option peut toujours utiliser du soja issu de cultures participant à la déforestation et permet aux acteurs de la chaîne d’approvisionnement de continuer à s’approvisionner de manière non durable. La plupart des entreprises utilisent aujourd’hui ce système qui ne doit constituer qu’une première étape indispensable, mais non une fin en soi, le risque étant de s’exposer aux accusations de *green-washing* pour les entreprises concernées.





© Jan Gilhuis/solidaridad

Enquête soja

BIOCAPACITÉ

Il faut 1,5 an à la Terre pour régénérer les ressources renouvelables que les humains utilisent et le CO₂ généré comme déchet en un an

BIODIVERSITÉ

La biodiversité, les écosystèmes et les services écosystémiques – notre capital naturel – doivent être préservés en tant que fondements de notre bien-être à tous

LES BONS CHOIX

Vivre dans les limites écologiques exige des modes de consommation et de production globaux en équilibre avec la biocapacité de la Terre

PARTAGE ÉQUITABLE

Une gouvernance des ressources équitable est essentielle pour réduire et partager l'utilisation des ressources



Notre raison d'être

Arrêter la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.

www.wwf.fr

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature
(Formerly World Wildlife Fund) ® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks/
"WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées.
WWF France, 1, carrefour de Longchamp, 75016 Paris.