

**Notre politique en matière de  
développement durable**

# **Transition protéique**

*Version 1.0 – Confident*

*Numéro du document*

*Auteur : An Wynants*

*2026/04/07*

## Contenu

- A. Contexte et objectif de cette politique .....**Error! Bookmark not defined.**
- B. Quels choix faisons-nous ? .....**Error! Bookmark not defined.**
- C. Quels sont nos objectifs concrets ? ..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Que voulons-nous changer ?.....**Error! Bookmark not defined.**
- E. Quel est le champ d'application de cette politique ? ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - Champ d'application pour les produits : .....6
  - Champ d'application pour l'organisation : .....**Error! Bookmark not defined.**
- F. Comment allons-nous suivre et évaluer cette politique ?.... **Error! Bookmark not defined.**
- G. Rapports .....**Error! Bookmark not defined.**
- H. Qui est responsable de cette politique ?..... **Error! Bookmark not defined.**

## A. Contexte et objectif de cette politique

Le débat autour de la transition protéique recouvre de multiples angles et motivations. En tant que distributeur alimentaire, nous faisons le choix clair de contribuer à la transition vers un système alimentaire plus durable. Actifs à différentes étapes de la chaîne de valeur — du sourcing à la production et à la distribution — nous disposons de nombreuses connaissances et de leviers pour y contribuer de manière cohérente et continue. Cette approche est indispensable, car chaque maillon possède sa propre réalité et sa propre dynamique.

Ensemble, nous poursuivons une mission claire : vendre davantage de produits d'origine végétale et alternatifs et encourager activement nos clients. Nous contribuons ainsi à une planète plus équilibrée et à une alimentation plus saine pour nos clients.

Al in 2021 sloten Bio-Planet, OKay, Colruyt Laagste Prijzen, Solucious en SmartWithFood zich aan bij de Vlaamse Green Deal Eiwitshift. Sindsdien gaven we actief mee handen en voeten aan de activatie van de consument én de integratie ervan in onze duurzaamheidsstrategie. In 2025 bevestigde Colruyt Group dit engagement bij de ondertekening van de hernieuwde Vlaamse Green Deal 'Eiwitshift 2.0'.

Dès 2021, Bio-Planet, OKay, Colruyt Meilleurs Prix, Solucious et SmartWithFood ont rejoint le Green Deal flamand sur la transition protéique. Depuis, nous avons activement contribué à la sensibilisation des consommateurs ainsi qu'à son intégration dans notre stratégie de durabilité. En 2025, Colruyt Group a confirmé cet engagement lors de la signature du nouveau Green Deal flamand « Transition protéique 2.0 ».

## B. Quels choix faisons-nous ?

### **Choix stratégique 1 : Nous considérons la transition protéique comme un moteur de la consommation durable**

Colruyt Group assume un rôle de précurseur affirmé dans la transition protéique. En tant que producteur et distributeur, nous encourageons activement nos clients à opérer des choix à la fois sains et responsables et les accompagnons dans cette démarche. Cette approche proactive s'inscrit pleinement dans notre objectif stratégique de promouvoir une consommation durable. Nous veillons à ce que nos clients aient en permanence accès à une offre abordable, durable et saine, avec une place accrue pour les produits d'origine végétale. Pour ce faire, ils peuvent s'appuyer sur des informations claires, telles que l'Éco-score, le Nutri-Score et les conseils de nos collaborateurs.

### **Choix stratégique 2 : nous créons une offre pertinente de produits et de services (voir [CG Police Atténuation du changement climatique dans le périmètre 3 FR.pdf](#))**

Pour développer des substituts de viande performants et des produits protéinés d'origine végétale, l'adhésion des consommateurs est essentielle. Nous faisons donc le

choix prioritaire de renforcer **l'accessibilité** des protéines végétales, tant pour les nouveaux produits que pour les références existantes (voir choix stratégique 3).

Parallèlement, nous nous attachons à **élargir et à approfondir notre assortiment**, tout en investissant dans de nouveaux produits protéinés d'origine végétale savoureux. Sous la marque de distributeur Boni, nous lançons ainsi une nouvelle sous-marque, « Boni Plan't », qui propose des références à la fois d'origine végétale et végétariennes.

Grâce à de nombreuses collaborations, nous créons des opportunités commerciales à chaque étape de la filière, contribuant ainsi à accélérer la transition protéique.

### **Choix stratégique 3 : nous augmentons l'accessibilité des protéines végétales**

Nous estimons qu'un produit est accessible lorsqu'il est à la fois abordable, savoureux, suffisamment familier et facile à trouver. Colruyt Group adopte une approche intégrée fondée sur les cinq P — produit, prix, promotion, place et *people* — afin de maximiser les chances d'adoption des alternatives végétales.

### **Choix stratégique 4 : nous stimulons nos clients en restant très proches d'eux. Nos collaborateurs sont nos meilleurs ambassadeurs.**

Forts de nos nombreuses années d'expérience dans la distribution, nous analysons les motivations spécifiques des différents groupes cibles afin de favoriser des changements de comportement à la fois efficaces et durables. Nous intervenons à des moments clés, lorsque les consommateurs sont réceptifs à de nouveaux choix. En complément des actions marketing classiques, nous misons sur l'expérience et le vécu, notamment à travers des dégustations, des ateliers, des conférences et des contenus inspirants. Colruyt Group Academy constitue à cet égard un partenaire précieux. Nos collaborateurs jouent un rôle essentiel en tant qu'ambassadeurs de la transition protéique, en offrant des explications claires et un accompagnement adapté.

## **C. Quels sont nos objectifs ?**

### **Objectif principal :**

*Chaque année, nous enregistrons une croissance moyenne de 3,8 % des ventes de produits d'origine végétale enrichis ainsi que de produits issus du groupe central végétal.*

Nous concentrons nos efforts plus spécifiquement sur un « groupe cible protéique », c'est-à-dire un groupe central végétal spécifique constituant une alternative complète aux protéines animales. Nous complétons cette approche par des bonnes pratiques visant à accélérer la transition, telles que l'enrichissement de produits et de repas en protéines végétales. Chaque enseigne de distribution s'y engage pleinement.

## Objectifs tactiques

Nous traduisons concrètement nos ambitions et notre objectif principal en objectifs tactiques :

1. Nous atteignons et consolidons notre position de leader du marché en matière de protéines végétales vendues en Belgique.
2. D'ici 2028, notre **marque propre BONI devient et demeure la marque de référence** (« top of mind ») pour les « produits d'origine végétale, tels que les alternatives aux produits laitiers et à la viande », par rapport aux autres marques de distributeur.
3. Nous identifions le potentiel de **nouvelles sources de protéines** et le traduisons en une offre de produits concrète.
4. Nous visons à accroître le taux de pénétration en offrant à différents groupes de consommateurs un accès à des solutions variées de protéines végétales, adaptées à **chaque niveau de prix**.
5. Nous informons, mobilisons et motivons, de manière crédible et positive, un maximum de parties prenantes autour de la transition protéique, afin de favoriser un **changement de comportement**.

## D. Que voulons-nous changer ?

Nous renforçons l'accessibilité de nos produits et services tout en développant notre assortiment. À cet égard, nos **produits de marques de distributeur** jouent un rôle moteur.

Nous assurons un suivi rigoureux de nos actions et de nos objectifs stratégiques. Pour ce faire, nous mettons en place un **product hub performant**, où analyses et actions s'appuient sur des données de durabilité fiables. Celles-ci sont pleinement intégrées dans nos processus et notre gouvernance.

Nous progressons en continu, notamment grâce à des **projets d'apprentissage ciblés** au sein de nos enseignes. Dans le cadre du projet Tetra 2027, un programme de subvention flamand (VLAIO), Okay participera à une étude consacrée aux « stratégies de communication autour des dimensions de durabilité et de santé des produits alimentaires ». Celle-ci pourra inclure le développement et la validation des labels de la face avant de l'emballage, l'utilisation des couleurs ainsi que des campagnes sur les réseaux sociaux, afin d'aider l'industrie alimentaire à communiquer de manière plus ciblée avec les consommateurs et à favoriser des changements de comportement à la fois efficaces et durables.

## E. Quel est le champ d'action de cette politique ?

### Champ d'application pour les produits :

Le « groupe cible protéique » qui contribue à une alimentation équilibrée comprend trois grandes catégories de produits :

#### 1. **Groupe central d'origine végétale** défini par la méthodologie Ei-Meet Vlaanderen

Il s'agit de produits d'origine végétale qui se substituent aux produits d'origine animale et qui sont généralement riches en protéines. Le groupe central d'origine végétale comprend notamment les légumineuses, les fruits à coque, les pignons, les graines et leurs dérivés, les salades à tartiner et dips d'origine végétale, les alternatives végétales à la viande, à la charcuterie et au poisson, ainsi que les alternatives végétales aux produits laitiers.

Certains produits à plus faible teneur en protéines, comme les boissons à base d'avoine ou certains fromages végétaliens, sont néanmoins inclus, car ils constituent des alternatives végétales pertinentes. L'accent mis sur ce groupe central permet de détecter plus rapidement les évolutions des comportements de consommation.

#### 2. **Produits d'origine végétale enrichis dans lesquels la composante animale est (partiellement) remplacée par une alternative végétale.**

(Produits frais et surgelés)

Il s'agit de produits dans lesquels au moins 10 % de la composante animale est volontairement remplacée par une alternative végétale, sans altérer la nature du produit. En adaptant les recettes, nous réduisons les émissions à la source, ce qui constitue un levier puissant pour atteindre notre objectif climatique pour le scope 3.

Il reste toutefois essentiel que ces produits s'intègrent dans un repas complet, afin de garantir une valeur nutritionnelle suffisante. C'est notamment le cas des mélanges de viande hachée ou de plats populaires comme les « boulettes à la sauce tomate ».

#### 3. **Alternatives responsables**

Il s'agit de produits pour lesquels le producteur mise délibérément sur l'aspect végétal ou réduit l'impact CO<sub>2</sub>, mais qui n'appartiennent pas au groupe central d'origine végétale (par exemple, une pâte à tartiner chocolatée végane).

Dans la méthodologie Ei-Meet, certaines catégories de produits sont exclues du champ d'application en raison de leur faible valeur nutritionnelle (produits sucrés, salés ou gras). Les variantes végétales au sein de ces catégories sont toutefois prises en compte, car elles contribuent de manière pertinente à la transition protéique et à la durabilité, malgré leur appartenance à des groupes de produits moins sains. On peut notamment

citer les desserts d'origine végétale ou les tartinades salées végétales. La condition reste que l'alternative présente effectivement un impact CO<sub>2</sub> inférieur à celui du produit d'origine.

### Champ d'application pour l'organisation :

Les unités opérationnelles suivantes de Colruyt Group sont incluses dans le champ d'application :

- Colruyt Meilleurs Prix
- Okay
- Bio-Planet
- Collect & Go
- Solucious
- Fine Food Meat
- Farming
- Colruyt Group Academy

## F. Comment allons-nous suivre et évaluer cette politique ?

Nous évaluons les progrès réalisés par rapport à nos objectifs en matière de transition protéique à l'aide de l'indicateur suivant :

L'augmentation en pourcentage, par rapport à l'exercice précédent, du poids net vendu du groupe central d'origine végétale et du groupe cible protéique.

Ce « **groupe cible protéique** » se compose de :

- Le groupe central d'origine végétale défini par EI-MEET.
- À titre d'exception, nous incluons également des alternatives végétales qui ne relèvent pas du champ d'application de la méthodologie EI-MEET, mais qui contribuent néanmoins à réduire l'impact CO<sub>2</sub> (comme le choco végane).
- Les produits hybrides/mélangés dans lesquels la composante animale est (partiellement) remplacée par une alternative végétale.

## G. Rapports

Les progrès de la transition protéique sont rapportés chaque année dans le rapport annuel de Colruyt Group, y compris le rapport de durabilité, sous la rubrique Atténuation du changement climatique et conformément au cadre politique [Climat Périmètre 3](#).

Par ailleurs, l'évolution de l'indicateur est **suivie trimestriellement** par des représentants des différentes unités opérationnelles concernées. Au-delà de cet indicateur, chaque unité opérationnelle présente également une mise à jour de sa feuille de route lors de son conseil de portefeuille, incluant les actions et projets en cours.

Dans le cadre du Green Deal flamand pour la transition protéique, nous continuons également à suivre, de manière informelle, **le ratio entre protéines végétales et animales sur l'ensemble des tickets de caisse des unités opérationnelles concernées**. Pour ce faire, nous utilisons la **méthodologie EI-MEET du Gouvernement flamand**, afin de mesurer et de suivre notre progression avec précision.

## H. Qui est responsable de cette politique ?

La mise en œuvre de la politique relative à la transition protéique a été confiée au **Business Lead**, qui en assume la responsabilité. Jo Willemyns, COO Food Retail, endossera ce rôle et définira les changements ainsi que les actions nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.

Le **Service Center Sustainability**, sous la direction du Sustainability Officer de Colruyt Group, est chargé d'assurer le reporting nécessaire et de veiller à l'efficacité de la mise en œuvre de la politique. La responsabilité finale de l'exécution de la politique globale de durabilité de Colruyt Group incombe au **comité de direction**, sous la direction du CEO.

Toutes les unités opérationnelles incluses dans le champ d'application de cet objectif ont décliné cette politique en objectifs concrets et en plans d'action. Elles bénéficient d'un soutien du groupe sous la forme d'informations, d'un suivi et d'analyses.