

Carrefour lance la première blockchain alimentaire d'Europe

© 19/03/2018 |  Terre-net Média

Le groupe Carrefour, engagé dans une profonde transformation, a annoncé mardi que la première blockchain alimentaire en Europe, permettant la traçabilité du poulet d'Auvergne, serait étendue à huit autres produits d'ici fin 2018.

La **blockchain** est une technologie de stockage et de transmission de données, transparente et sécurisée, dont une des principales applications est la création de cryptomonnaies.

Déjà appliquée au poulet d'Auvergne « **Filière Qualité Carrefour** », vendu à un million d'unités chaque année, cette blockchain sera « déployée à huit autres filières animales et végétales comme les œufs, le fromage, le lait, l'orange, la tomate, le saumon et le steak haché », précise le groupe français de grande distribution dans un communiqué.

Dans le cas du poulet par exemple, le consommateur, via un QRCode présent sur l'étiquette, pourra visualiser sur son smartphone le parcours de l'animal jusqu'au rayon de son supermarché : lieu et mode d'élevage, nom de l'éleveur, alimentation reçue (nourri aux céréales et aux soja français, sans OGM...), absence de traitement (sans antibiotique...), labels, lieu d'abattage...

Appliquée au secteur alimentaire, explique Carrefour, « elle permet à chaque acteur de la chaîne d'approvisionnement (producteurs, transformateurs et distributeurs) de renseigner les informations de traçabilité qui les concernent et ce pour chaque lot ».

Il s'agit d'une « première européenne qui garantit aux consommateurs une transparence totale sur la traçabilité de nos produits », selon Laurent Vallée, secrétaire général et responsable de la qualité et de la sécurité alimentaire pour le groupe Carrefour cité dans le communiqué.

Les bénéfices de la blockchain appliquée aux filières alimentaires sont nombreux, note Carrefour : « pour les consommateurs, elle répond à un besoin de transparence de plus en plus grand ; pour les éleveurs, elle leur permet de valoriser leur production et leur savoir-faire ». Enfin, pour l'enseigne, « elle permet de partager avec tous ses partenaires une base de données sécurisée et de garantir aux clients une sécurité alimentaire renforcée ».

Le groupe Carrefour, qui perdu 500 millions d'euros en 2017, a annoncé le 23 janvier dernier un vaste plan de transformation, qui comprend notamment une réduction de ses coûts, via des suppressions d'emploi et un plan de départs volontaires, ainsi que des investissements dans le numérique.

Le distributeur, qui s'est fixé un objectif de 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le commerce en ligne alimentaire, a également décidé de miser sur une refonte de son offre de produits frais, et notamment bio, en particulier via ses marques propres.