



**Contacts presse :**

CIWF France

Claire Hincelin

01 79 97 70 53 / 06 26 07 55 43

[claire.hincelin@ciwf.fr](mailto:claire.hincelin@ciwf.fr)

## SOMMAIRE

<b>COMMUNIQUE DE PRESSE</b> .....	<b>3</b>
<b>LES TROPHEES BIEN ETRE ANIMAL</b> .....	<b>6</b>
<b>LES LAUREATS FRANCAIS 2016</b> .....	<b>8</b>
<b>LISTE DE TOUS LES LAUREATS 2016</b> .....	<b>12</b>
<b>CRITERES</b> .....	<b>14</b>
Les critères Œufs d'Or .....	<b>14</b>
Les critères Poulets d'Or .....	<b>15</b>
Les critères Lapins d'Or.....	<b>16</b>
Les critères Vaches d'Or .....	<b>17</b>
Les critères Porcs d'or.....	<b>19</b>
Les critères « Reconnaissance spéciale ».....	<b>20</b>
<b>CIWF : QUI SOMMES-NOUS ?</b> .....	<b>21</b>

## **Agroalimentaire : les leaders récompensés par les Trophées du bien-être animal**

Paris, 29 juin 2016 - **CIWF, l'association internationale dédiée aux animaux d'élevage, a remis mardi 28 juin à Berlin, ses « Trophées Bien-être Animal » à 41 leaders de l'agroalimentaire pour récompenser leurs engagements en faveur du bien-être animal. 7 entreprises françaises ont été récompensées cette année dont Michel et Augustin, Monoprix, Terrena Nouvelle Agriculture et Harrys.**



Depuis 2007, CIWF récompense des grandes marques, enseignes et entreprises de l'industrie agroalimentaire et des organisations publiques pour leurs engagements en matière de bien-être animal. Cette année, la remise des trophées s'est tenue à Berlin, et a permis de récompenser 41 entreprises qui s'engagent à mettre en place des démarches de progrès relatives à leur politique d'achat d'œufs, de viande et de produits laitiers. Pour cette nouvelle édition, 43 trophées ont été remis à 14 entreprises de restauration commerciale, 17 transformateurs et producteurs et 10 distributeurs. **7 de ces lauréats sont implantés en France.** Plus de 85 millions d'animaux vont bénéficier des engagements des lauréats 2016 des Trophées Bien-être Animal.

### **Les Français récompensés pour leurs engagements sur les œufs et les poulets**

Parmi les lauréats français cette année, **Michel et Augustin, Harrys, Monoprix et La Ferme avicole Rey** (L'œuf des Pyrénées Atlantiques et L'œuf de Rey) ont reçu un Œuf d'Or. Plus aucun œuf de poule élevée en cage dans les biscuits sucrés ou salés de Michel et Augustin (et dans les produits frais à partir de cet automne), ou prochainement dans les produits Harry's, et d'ores et déjà plus aucune boîte d'œufs de poules élevées en cage vendue dans les magasins Monoprix. **Terrena Nouvelle Agriculture, René Meyer et Shiever Bi1** ont quant à eux reçu un Poulet d'Or.

[Voir le descriptif des lauréats français 2016](#)

### **Trophées du bien-être animal : les nouveautés de l'édition 2016**

Depuis 2007, CIWF a développé une approche partenariale unique avec le secteur agroalimentaire en France, en Europe mais aussi dans de nombreux pays du monde, avec des résultats d'exception, pour les animaux comme pour les entreprises. Les Trophées Bien-être Animal récompensent les entreprises qui prennent des engagements concrets en faveur du bien-être des animaux d'élevage. Ils sont déclinés en cinq catégories : **les [Œufs d'Or](#), les [Poulets d'Or](#), les [Vaches d'Or](#), les [Porcs d'Or](#), les [lapins d'Or](#).**

Cette année ont été remis **deux nouveaux Trophées** dans les secteurs de **la restauration commerciale et de la transformation** pour récompenser l'excellence dans les domaines **[de l'innovation et du marketing](#)**.

2016 est aussi l'année des premières fois. La première fois que CIWF a remis des trophées à des acteurs d'Afrique du Sud. (Chilean hen farmer et Pablo Albarren d'Ecoterra ont reçu un Œuf d'Or). La première fois qu'un Œuf d'Or est remis à un élevage d'œufs de cailles (entreprises Clarence Court, UK). Et la première fois que l'Italie reçoit un Porc d'Or. En Italie, tout comme en France, la coupe des queues, le meulage des dents et la castration sans anesthésie sont encore une routine très pratiquée, tout comme l'élevage en enclos bondés, sans enrichissements, ou encore l'usage de cages de mise bas pour les truies. L'engagement pris par Fumigalli et Primavera marque donc un grand pas en avant pour le bien-être animal dans le pays. CIWF espère que la mise en lumière de leurs engagements encouragera d'autres acteurs à suivre le même chemin.

Pour Hélène O'Donnell, chargée des affaires agroalimentaires pour CIWF France « Les avancées majeures et investissements des entreprises lauréates prouvent que l'industrie peut et doit encourager l'innovation vers plus de bien-être animal et qu'elle peut grâce à cela se faire une place sur le marché. Ces trophées montrent aussi qu'un réel changement est en place dans l'industrie agroalimentaire pour améliorer le bien-être des animaux d'élevages. »

**[Le Trophée du Marketing 2016 a été décerné à McDonald's Royaume-Uni pour deux initiatives](#)** : leur spot de publicité « Tree » pour les poules pondeuses et leur campagne [Good to know](#) (Bon à savoir). La publicité « tree » fait entrer le consommateur dans une ferme pour lui montrer les bénéfices directs liés à la plantation d'arbres dans les élevages de poules pondeuses (baisse du taux de mortalité, réduction du picage, augmentation de la qualité des œufs). **[Le Trophée de l'innovation a lui été remis au groupe néerlandais Plukon](#)** pour leur « Windstreek Stable » – des engagements multiples pour les poulets incluant des races à croissances lentes, plus d'espace, de la lumière naturelle.... Leur système permet de plus une meilleure qualité de l'air dans les élevages, une litière de qualité et de basses émissions de CO<sub>2</sub>. Leurs couveuses utilisent

80% d'énergie en moins qu'un système traditionnel. Et la deuxième place du Trophées de l'innovation a été remis à [Terrena pour son application Tibena](#) qui vise à améliorer le bien-être des porcs (et désormais des poulets).

Enfin, **le Trophée "reconnaissance spéciale"** remis aux entreprises qui font preuve d'innovations, d'engagements ou de réalisations notables dans le domaine du bien-être animal a été décerné à **Whole Foods Market aux USA, en partenariat avec Global Animal Partnership (GAP)** pour leur engagement vers la production de poulets à croissance lente et à de meilleures conditions d'élevages.

Hélène O'Donnell a déclaré : « Ces politiques et nouvelles pratiques ont un impact direct sur plus de 85 millions d'animaux chaque année. C'est énorme, mais n'oublions pas que ce n'est que le haut de l'iceberg. CIWF est très fière de ce que ces Trophées permettent d'accomplir, mais il reste beaucoup à faire pour que les entreprises comprennent que le bien-être animal est un impératif éthique et commercial ».

**Chaque année, plus de 342 millions d'animaux vont profiter des engagements cumulés des lauréats à travers le monde.**

### Contact presse

Claire Hincelin – [claire.hincelin@ciwf.fr](mailto:claire.hincelin@ciwf.fr) - 01 79 97 70 53 - 06 26 07 51

Retrouvez nous sur



### A propos de CIWF

*Créé en 1967 par un éleveur laitier en réaction à l'intensification de l'élevage, CIWF a pour mission de promouvoir le bien-être des animaux d'élevage et de mettre fin à l'élevage industriel, par le biais d'activités de plaidoyer, de campagnes et de partenariats. CIWF met en évidence les liens étroits existants entre bien-être animal, santé publique, sécurité alimentaire et problématiques environnementales. [www.ciwf.fr](http://www.ciwf.fr)*

## PRESENTATION DES TROPHEES BIEN-ÊTRE ANIMAL

Depuis sa création en 2007, l'équipe agroalimentaire de CIWF a développé une approche partenariale unique en travaillant avec les entreprises agroalimentaires afin d'encourager et de récompenser l'engagement, la transparence, la performance et l'innovation dans le domaine du bien-être animal.

Chaque année, plus de 342 millions d'animaux bénéficient des engagements de nos lauréats des Trophées Bien-être Animal.

Soutenus par ces Trophées, les acteurs de l'agroalimentaire récompensés marquent ainsi leur engagement vers une chaîne alimentaire plus éthique et durable.

A travers ces trophées nous récompensons les entreprises et les organisations publiques qui s'engagent à mettre en place des démarches de progrès relatives à leur politique d'achat d'œufs, de viande et de produits laitiers et nous les aidons à répondre aux conditions d'éligibilité aux Trophées.

Les Trophées des **Œufs d'Or** récompensent depuis 2007 les entreprises et acteurs publics qui s'approvisionnent en œufs hors-cage. Depuis, nous avons continué à développer les Trophées Bien-être Animal avec les **Poulets d'Or** en 2010, les **Vaches d'Or** en 2011, les **Porcs d'Or** en 2012 et les **Lapins d'Or** en 2015.

Nous remettons aussi les **Trophées Distributeurs** tous les deux ans, sur la base des résultats de notre **Enquête Grande Distribution** bisannuelle.

*Trophées « Reconnaissance Spéciale »*

Les **Trophées « Reconnaissance Spéciale »** sont remis aux entreprises qui font preuve d'innovations, d'engagements ou de réalisations notables dans le domaine du bien-être animal.

Deux **NOUVEAUX Trophées** en 2016 dans les secteurs de la **restauration commerciale** et de la **transformation** : ceux-ci récompenseront l'excellence dans les domaines **de l'innovation et du marketing**.

Le lauréat du **Trophée de l'Innovation** aura élaboré et mis en œuvre avec succès un projet ayant un impact positif et significatif sur le bien-être des animaux d'élevage. Par exemple, le projet pourra s'être attaché à la résolution d'un problème spécifique de bien-être dans le cadre des pratiques d'élevage actuelles, ou bien au développement d'un système entièrement nouveau. Le projet, qui devra également démontrer sa réussite commerciale et son potentiel de mise à l'échelle, aura déjà été mis en œuvre dans la pratique (c'est-à-dire qu'il aura dépassé le stade de la recherche).

Le lauréat du **Trophée du Marketing** aura mené une campagne marketing ayant eu un réel impact, communiqué sur un problème de bien-être animal important ou promu des produits plus respectueux de ce bien-être, et touché un large public. La campagne aura été menée sur une durée significative et aura donné des résultats précis.

**Ces trophées récompensent des entreprises de transformation ou de restauration commerciale de taille ou de renommée suffisante, dont le projet d'innovation/de marketing aura mis en œuvre au cours des 24 derniers mois.**

## TROPHEES BIEN ETRE ANIMAL 2016

### PRESENTATION DES LAUREATS FRANCAIS



ÇA VA MIEUX  
QUAND C'EST Moelleux

#### Harry's

**Trophées :** Oeuf d'Or

**Catégorie :** ovoproduits (liquides ou en poudre)

**Statut :** engagement



Crée en France en 1970, la marque Harry's fait partie du groupe Barilla. Harry's est leader sur le marché du pain de mie en France et un acteur important du marché du petit déjeuner. Aujourd'hui, le groupe Barilla est leader mondial sur le marché des pâtes et leader en Europe sur les sauces prêtes à l'emploi et produits boulangers. Avec le développement de son programme « Good for you, Good for the planet », le bien-être animal est devenu un axe majeur de la politique de Barilla. Dans le cadre de ce programme, le Groupe a commencé à exclure les œufs de poules élevées en cage en 2011, et le déploiement de cet engagement sur sa marque française fait désormais du groupe Barilla un acteur excluant à 100% les œufs de poules élevées en cage dans toutes ses opérations européennes.



#### Michel et Augustin

**Trophée :** Œuf d'Or

**Catégorie :** ovoproduits

**Statut :** engagement



« A la Bananeraie ? Nous sommes une étrange tribu, sensibles à de nombreuses causes et animée par l'envie de faire sourire le monde en concoctant des recettes ultra gourmandes, à partir d'ingrédients simples et de grande qualité.

Sur la question des œufs de poule, nous avons déjà fait un GRAND pas.

Depuis fin mai 2016, 100% de nos biscuits sucrés ou salés seront produits avec des œufs plein air ou des œufs de poules élevées au sol ! » A l'automne, ce sera aussi le cas pour les produits frais.

# MONOPRIX

## **Monoprix**

**Trophée :** Œufs d'or

**Catégorie :** œufs entiers ou en coquille

**Statut :** politique actuelle



Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers ses 6 enseignes. Filiale du groupe Casino, Monoprix possède plus 600 magasins et compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2015, 5 milliards d'euros d'activités.

Fort d'un engagement de plus de 25 ans dans le développement durable, Monoprix a l'ambition de permettre à ses clients de mieux consommer, de réduire son empreinte écologique tout en œuvrant au bien-vivre de ses collaborateurs et en créant du lien social dans les centres-villes. Monoprix a pour objectif d'accompagner ses clients vers une consommation responsable, conjuguant qualité, plaisir et efficacité avec respect de l'environnement et de l'équité sociale. Depuis le 11 avril 2016, plus aucun œuf coquille issu de poule élevée en cage n'est vendu dans les Monoprix.



## **René Meyer**

**Trophée :** Poulet d'Or

**Catégorie :** Poulet frais et surgelé, ingrédients

**Statut :** engagement



La société René MEYER, entreprise familiale fondée vers la fin du 19<sup>ème</sup> siècle et située en France dans le Kochersberg, au cœur de l'Alsace et des Houblonnières, s'est lancée dans une démarche d'amélioration durable des conditions d'élevage des volailles de son cycle de production. L'entreprise d'une trentaine de salariés, qui réalise un chiffre d'affaire annuel de 4 millions d'Euros, a redéfini, en partenariat avec les éleveurs de la région, un modèle d'élevage innovant axé sur une meilleure prise en compte du bien-être animal. Une partie de ses éleveurs a d'ores et déjà fait édifier de nouveaux bâtiments et adaptés leurs exploitations à ces nouvelles exigences. L'entreprise s'est engagée à faire moderniser les élevages en fonction de son nouveau cahier des charges, basé sur le bien-être animal, pour l'intégralité de sa production d'ici la fin de l'année 2017. Soucieuse d'intégrer l'enjeu moral du bien-être animal dans son activité de production, la société René MEYER s'est tout naturellement engagée dans les trophées du Poulet d'Or, afin de conforter son implication dans cette voie.



### **Terrena Nouvelle Agriculture**

**Trophée :** poulet d'Or

**Catégorie :** poulet frais

**Statut:** engagement



La Nouvelle Agriculture® est née en 2008 de la volonté d'agriculteurs de l'Ouest de la France de retisser ce lien avec le consommateur. Avec l'appui de leur coopérative Terrena, ils ont décidé de faire évoluer leurs pratiques afin de produire mieux avec moins d'intrants non renouvelables. Ce modèle de production agricole, innovant et transparent, garantit l'origine et la qualité des produits, en visant le meilleur rapport qualité / prix pour les consommateurs.

La Nouvelle Agriculture® s'appuie sur un socle technologique solide et sur des innovations, fruit de la recherche Terrena, testées et validées dans leurs exploitations par une centaine d'agriculteurs précurseurs appelés « Sentinelles de la terre ». Ces solutions ont d'ores et déjà su convaincre 3 000 agriculteurs, qui les utilisent au quotidien.

Depuis 8 ans, Terrena a investi plus de 20 millions d'euros pour proposer à ses adhérents ces solutions innovantes, plus respectueuses de l'écosystème et du bien-être des animaux.

Avec un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros, 14 000 salariés et près de 22 000 adhérents en 2015, le groupe coopératif Terrena est l'un des acteurs majeurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Terrena fait partie intégrante du bassin agricole de l'ouest de la France, l'un des principaux d'Europe. Son cœur de territoire couvre les départements de Loire-Atlantique, du Maine-et-Loire, des Deux-Sèvres et de la Vienne. Terrena s'engage pour un pacte nouveau entre agriculture et société, en amont, au service de l'agriculteur, en proposant des solutions pour produire plus et mieux avec moins et en développant une Agriculture Écologiquement Intensive (AEI) et en aval, avec La Nouvelle Agriculture.



### **Ferme avicole Rey**

**Trophée :** Œuf d'Or

**Statut :** politique actuelle

**Catégorie :** œufs entiers ou en coquille



« La SARL Ferme Avicole Rey a été créée en 2001. Elle commercialise ses œufs sous les marques "L'œuf des Pyrénées Atlantiques" et "L'œuf de Rey". Notre structure, sensible aux conditions d'élevage, s'est positionnée exclusivement sur une production d'œufs alternatifs : plein air, Label Rouge et bio. Privilégiant le circuit court, notre volonté est de proposer à nos clients, aux consommateurs, une qualité, une fraîcheur de produits et une traçabilité sérieuse et efficace, tout en préservant le bien-être animal. »

Patrice Haillet, gérant de la SARL Ferme Avicole Rey



**SCHIEVER**  
une autre idée de la grande distribution

**Schiever - Bi1**

**Trophée :** Poulet d 'Or

**Catégorie :** poulet frais

**Statut :** politique actuelle



Schiever, est présent en France et à l'international, forte de 10 enseignes et de 160 magasins, où plus de 7 000 collaborateurs cultivent chaque jour une autre idée de la grande distribution. Celle-ci repose sur un relationnel différenciant : plus proche, plus respectueux et plus engagé !

[www.schiever.com](http://www.schiever.com)

Les magasins Schiever Bi1 proposent des poulets plein air, abattus à 82 jours et nourris exclusivement à base d'alimentation végétale avec 100 % de végétaux, vitamines et minéraux (dont 75 % de céréales).

Concernant le bien-être animal :

Schiever porte une attention particulière aux conditions de fabrication et d'élevage des produits proposés dans ses magasins. C'est pourquoi, Schiever a créé en 1996 la première filière qualité bi1.

Celle-ci s'est construite autour de la viande bovine et s'appuie sur un partenariat unique avec plus de 2 300 éleveurs et groupements d'éleveurs dans le respect d'un cahier des charges spécifique. De plus, la viande est issue exclusivement de Bourgogne Franche-Comté. Cela implique des trajets réduits pour les animaux. En effet, les abattoirs sont également situés en Bourgogne Franche-Comté. Enfin, Schiever n'autorise pas l'abattage rituel pour les animaux destinés à ses magasins.

## **Trophées du Bien-être animal 2016 Liste des lauréats**

### **Good Egg Award Winners**

Ecoterra (Chile)  
Greene King (UK)  
Five Guys (UK)  
Mitchells & Butlers (UK)  
Pret (UK)  
Gourmet Burger Kitchen (UK)  
Rema 1000 (NO)  
Clarence Court (UK)  
McDonald's (AUS)  
McDonald's (NZ)  
Pret (US)  
Aramark (US)  
Happy Egg Co. (US)  
Compass (US)  
Procuratio (DE)  
REWE (DE)  
Aldi Nord (DE)  
Tchibo (DE)  
Monoprix (FR)  
Harry's (FR)  
Michel Augustin (FR)

### **Good Chicken Award Winners**

Ella's Kitchen (UK)  
Capestone Organic (UK)  
Jumbo Supermarkten B.V. (NL)  
Migros (CH)  
Terrena Nouvelle Agriculture (FR)  
René Meyer (FR)  
Schiever (FR)

### **Good Dairy Award winners**

Rachel's (UK)  
Pret (UK)

### **Good Dairy Commendation winners**

KLM Royal Dutch Airlines (NL)  
Bel Portugal (PT)

### **Good Pig Award winners**

Cook (UK)  
Primavera (IT)  
Fumagalli Industria Alimentari S.p.A. (IT)

**Good Sow Commendation winners**

Marcos (ES)

Madeo Tenuta Corone (IT)

**Good Rabbit Award winners**

Real (DE)

Coop Switzerland (CH)

Kani-Swiss (CH)

**Good Rabbit Commendation winners**

REWE (DE)

**Best Innovation Award 2016**

Plukon Food Group (NL)

**Best Marketing Award 2016**

McDonalds (UK)

**Special Recognition Award 2016**

Wholefoods Market / Global Animal Partnership (US)

## CRITERES DES TROPHEES

### LES ŒUFS D'OR



#### Contexte

- L'interdiction des cages de batterie conventionnelles est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2012 [Directive européenne 1999/74/CE].
- Dans certains pays le taux de non-conformité est élevé : les organisations responsables de la restauration collective doivent s'assurer qu'elles n'achètent pas d'œufs issus de ces systèmes.
- Les cages « aménagées » sont jugées inacceptables sur le plan du bien-être animal.
- Des définitions européennes sont en place pour les systèmes au sol, en plein air et biologiques, plus respectueux du bien-être des animaux.

#### Conditions d'éligibilité pour les Œufs d'Or

- Ne pas s'approvisionner en œufs ou ovoproduits issus d'élevages en cages (qu'il s'agisse de cages conventionnelles ou « aménagées »)
- Avoir intégré par écrit le critère d'achat « hors-cage » dans son cahier des charges

#### Catégories des Œufs d'Or :

1. Œufs entiers ou coquille
2. Ovoproduits

#### Nous récompensons trois types d'approvisionnement en œufs hors-cage :

- Biologique (Code 0)
- Plein air (Code 1)
- Au sol (Code 2)

## LES POULETS D'OR



### Contexte

- Les poulets de chair sont protégés par la directive européenne 2007/43/CE.
- Des définitions légales européennes sont en place pour les systèmes biologiques, en plein air et extensifs en bâtiment.
- Les principales préoccupations relatives au bien-être animal sont la densité d'élevage, les taux de croissance élevés et le manque d'enrichissement du milieu.

### Conditions d'éligibilité pour les Poulets d'Or

- Une densité d'élevage moins élevée – densité d'élevage maximale inférieure ou égale à  $30\text{kg/m}^2$ 
  - Des poulets à croissance plus lente
    - Rythme de croissance génétique maximal inférieur ou égal à 50g/jour.
    - Ou un plan actif de suivi de la locomotion
- Un enrichissement du milieu
  - Accès à un parcours extérieur OU lumière naturelle, bottes de paille, perchoirs, objets à piquer pour les élevages en bâtiment
  - Ombre et abris à l'extérieur pour les élevages en plein air ou biologiques

### Les labels et mentions suivants garantissent que le produit répond à ces conditions :

- Agriculture Biologique
- Poulets Label Rouge
- Poulets AOC
- Poulets portant la mention « Fermier »

### Catégories des Poulets d'Or :

- Poulet frais
- Poulet surgelé
- Poulet transformé et ingrédients

## LES LAPINS D'OR



### Contexte

En Europe 99% des lapins sont élevés en cage. À ce jour, plus de 1,6 million de lapins bénéficient déjà chaque année de meilleures conditions de vie grâce aux engagements pris par notre lauréat au « **Trophée de l'Innovation en GMS** » remis en 2012 au distributeur allemand Kaufland, ainsi qu'au « **Trophée de l'Innovation en élevage de Lapins** » que nous avons attribué en 2014 au grossiste allemand **BreFood**.

### Conditions d'éligibilité relatives aux lapins en engraissement :

- Espace disponible / Sols confortables
  - Enrichissement de l'environnement
  - Pas d'utilisation systématique d'antibiotiques
  - Minimum de 800 à 1 500 cm<sup>2</sup> par lapin, selon la taille du groupe et la législation nationale
- Longueur d'enclos minimale de 1,8 m / Aucune restriction de hauteur

### Conditions d'éligibilité relatives aux lapines reproductrices

- Logement en groupes
  - Lapines en groupe; logement individuel permis Durant la période d'allaitement
  - Mesures préventives pour limiter les problèmes d'agression (par exemple groupes stables, possibilités d'échapper aux autres)
  - Enclos sans restriction de hauteur
- Sols confortables
- Enrichissement de l'environnement
  - Matériaux de nidification / Plate(s)-forme(s)
  - Objets çà ronger, cachettes et foin ou paille
  - Transition lumineuse progressive et lumière naturelle dans les nouveaux bâtiments
- Pas d'utilisation systématique d'antibiotiques

### Les différents trophées :

- Mention d'Honneur aux Lapins d'Or, si vous pouvez répondre aux critères d'éligibilité relatifs aux lapins en engraissement, ou si vous pouvez répondre aux critères d'éligibilité relatifs aux lapines reproductrices
- Trophée Lapin d'Or, si vous pouvez répondre aux critères d'éligibilité relatifs aux lapins en engraissement et aux lapines reproductrices.

### Catégories des Lapins d'Or :

Viande de lapin fraîche / Viande de lapin surgelée / Produits transformés et ingrédient

## LES VACHES D'OR



### Contexte

- Le bien-être des vaches laitières est peu protégé par la législation européenne.
- Les veaux laitiers sont protégés par la Directive 2008/119/CE du Conseil.
- Il existe de multiples problèmes de bien-être touchant à la fois les vaches laitières et les veaux laitiers.

### Vaches d'Or

**Pour être éligible, il est nécessaire de remplir les conditions relatives aux vaches laitières ET aux veaux laitiers.**

### Mention d'Honneur aux Vaches d'Or

**La Mention d'Honneur est attribuée aux organisations qui remplissent les conditions d'éligibilité relatives aux vaches laitières OU aux veaux laitiers.**

### Conditions relatives aux vaches laitières - Intrants

- Une politique d'accès au pâturage
  - Les bovins ne doivent pas être maintenus en stabulation permanente pendant la saison de pâturage.
  - L'accès au pâturage doit figurer dans le cahier des charges.
  - Le lait ne doit pas provenir d'élevages laitiers de taille excessive où l'accès au pâturage est impossible ou fortement limité en raison de la taille de l'exploitation.
- Pas de stabulations entravées (animaux à l'attache)

**Note : Les produits laitiers issus de l'Agriculture Biologique en France répondent généralement à ces conditions.**

### Conditions relatives aux vaches laitières - Indicateurs

Les indicateurs de bien-être animal doivent inclure :

- Les boiteries (ex : le score de locomotion)
- Le taux de réforme (exprimé en pourcentage de réformes)

- Les mammites (le nombre de cas cliniques relativement à la taille du troupeau)
- L'état d'engraissement (la note d'état d'engraissement)

Nous recommandons également de prendre en compte :

- Le confort des vaches en stabulation (ex : le nombre de vaches couchées dans les stalles)
- Le comportement du troupeau (ex : la distance de fuite)

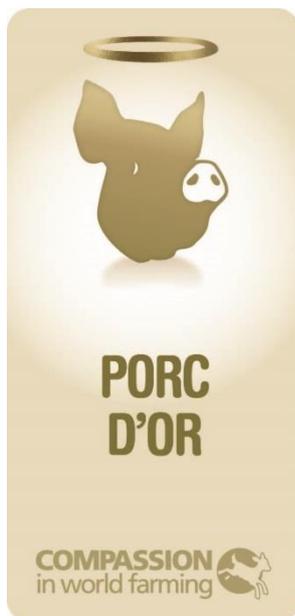
### Conditions relatives aux veaux laitiers

- Tous les veaux doivent être élevés dans des systèmes plus respectueux de leur bien-être (logement en groupe, aire de repos confortable avec litière, alimentation adaptée et source de fibres appropriées à volonté.
- Du colostrum de bonne qualité doit être fourni dans les six premières heures qui suivent la naissance
- La durée de transport doit être limitée à 8 heures (chargement et déchargement compris) ; une durée de transport minimale.

### Catégories des Vaches d'Or :

- Lait liquide
- Beurre et crème
- Fromage
- Yaourts, glaces et autres desserts lactés
- Poudre de lait et autre ingrédient laitier
- Viande de veau ou de bœuf issu du troupeau laitier

## LES PORC D'OR



### Contexte

Les truies reproductrices et les porcs à l'engraissement sont protégés par la législation européenne [Directive 2008/120/CE du Conseil].

Les principales préoccupations relatives au bien-être animal sont :

- Le confinement et l'espace disponible par animal
- L'apport de matériaux manipulables adéquats et de litière
- Les opérations douloureuses

### Porcs d'Or

**Pour être éligible, il est nécessaire de remplir les conditions d'éligibilité relatives aux truies reproductrices ET aux porcs à l'engraissement.**

### Mention d'Honneur aux Porcs d'Or

**La Mention d'Honneur est attribuée aux organisations qui remplissent les critères d'éligibilité relatifs aux truies reproductrices OU aux porcs à l'engraissement.**

### Conditions relatives aux truies reproductrices

- Pas de confinement en cases individuelles pendant la période de gestation (= logement en groupe)
- Pas de confinement en cages de mise-bas pendant la période d'allaitement ; Un programme actif de suivi et d'amélioration de la mortalité pré-sevrage doit être en place.
- Apport de matériaux manipulables adéquats et de litière (ex. paille ou équivalent) à tous les stades de production des truies reproductrices.

### Conditions relatives aux porcs à l'engraissement

- Pas de coupe de la queue : un programme actif de suivi et un plan d'action d'urgence en cas de morsures à la queue doivent être en place.
- Pas de coupe/meulage des dents : un programme actif de suivi des lésions faciales des porcelets et aux mamelles des truies doit être en place.
- Pas de castration chirurgicale
- Apport de matériaux manipulables adéquats et de litière à tous les stades de production des porcs.

**Les mentions suivantes garantissent que le produit répond à certaines de ces conditions :**

- Porc biologique
- Porc fermier élevé en liberté Label Rouge
- Porc fermier élevé en plein air Label Rouge
- Porc sur paille

## Catégories des Porcs d'Or :

- Viande de porc fraîche
- Bacon, jambon fumé et saucisses
- Jambons secs/cuits et viandes en tranches
- Produits transformés et ingrédients

## NOUVEAUX TROPHEES POUR 2016

En 2016, CIWF a ouvert deux nouvelles catégories de trophées aux entreprises de **transformation** et de **restauration commerciale** :

- un Trophée de l'Innovation
- un Trophée du Marketing

Le lauréat du **Trophée de l'Innovation** aura élaboré et mis en œuvre avec succès un projet ayant un impact positif et significatif sur le bien-être des animaux d'élevage. Par exemple, le projet pourra s'être attaché à la résolution d'un problème spécifique de bien-être dans le cadre des pratiques d'élevage actuelles, ou bien au développement d'un système entièrement nouveau. Le projet, qui devra également démontrer sa réussite commerciale et son potentiel de mise à l'échelle, aura déjà été mis en œuvre dans la pratique (c'est-à-dire qu'il aura dépassé le stade de la recherche).

Le lauréat du **Trophée du Marketing** aura mené une campagne marketing ayant eu un réel impact, communiqué sur un problème de bien-être animal important ou promu des produits plus respectueux de ce bien-être, et touché un large public. La campagne aura été menée sur une durée significative et aura donné des résultats précis.

**Ces trophées récompenseront des entreprises de transformation ou de restauration commerciale de taille ou de renommée suffisante, dont le projet d'innovation/de marketing aura mis en œuvre au cours des 24 derniers mois.**



## **CIWF, QUI SOMMES-NOUS ?**

Notre mission est de promouvoir le bien-être des animaux d'élevage au niveau mondial et de mettre fin à l'élevage industriel, par le biais d'activités de plaidoyer, de campagnes et de partenariats.

### **CIWF, une ONG qui milite pour un élevage respectueux des animaux, des hommes et de la planète**

Compassion in World Farming (**CIWF**) a été créée en 1967 à l'initiative d'un éleveur britannique, Peter Roberts, en réaction à l'intensification de l'élevage et à ses conséquences sur le bien-être animal.

**CIWF** s'est donnée pour mission d'encourager les pratiques d'élevage respectueuses du bien-être animal et de proposer des alternatives à l'élevage intensif viables et durables. Son approche se veut également pluridisciplinaire et met en évidence les liens entre bien-être animal, santé publique, sûreté alimentaire et problématiques environnementales.

### **CIWF, une ONG internationale de référence.**

Basée en Grande-Bretagne, l'organisation est implantée dans plusieurs pays d'Europe et du Monde (France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Etats-Unis...). **CIWF** est l'organisation internationale de référence dédiée au bien-être des animaux d'élevage. Sa reconnaissance s'appuie sur son approche mesurée, scientifique et professionnelle.

### **Des professionnels au service du bien-être animal.**

L'équipe de recherche de **CIWF** travaille avec les chercheurs du monde académique et étudie la littérature scientifique afin de suivre les avancées dans le domaine du bien-être des animaux d'élevage, en quête de solutions.

Cette équipe de recherche fournit conseils techniques et expertise de haut niveau sur le sujet du bien-être des animaux de ferme et est régulièrement sollicitée par les acteurs du monde politique, agricole et agroalimentaire afin de fournir conseils et recommandations en la matière. De nombreux rapports scientifiques sont régulièrement publiés en différentes langues.

### **CIWF informe et mobilise.**

À travers le monde, **CIWF** mène des campagnes de sensibilisation afin de promouvoir une agriculture durable, plus respectueuse des animaux.

Enfin, **CIWF** a pour mission de placer le bien-être animal au cœur de l'industrie agroalimentaire. **CIWF** a développé une approche partenariale unique avec le secteur agroalimentaire européen,

encourageant et reconnaissant les progrès à travers de prestigieux Trophées et soutenant les initiatives qui représentent de tangibles bénéfices pour les animaux de ferme.

**Contacts presse CIWF France**

Claire Hincelin : 01 79 97 70 53 / 06 26 07 55 43 - [claire.hincelin@ciwf.fr](mailto:claire.hincelin@ciwf.fr)  
[www.ciwf.fr](http://www.ciwf.fr)