

Le Groupe Casino s'engage pour le bien-être animal

Paris, le 01 juin 2017 – **Le Groupe Casino annonce ce jeudi 1er juin la formalisation d'une collaboration ambitieuse sur le bien-être animal avec les 3 ONG de protection animale CIWF, OABA et LFDA. Les 3 axes principaux de cette collaboration portent sur un projet d'étiquetage des produits proposés en rayon afin de mieux informer les consommateurs sur le bien-être animal, l'amélioration de la politique bien-être animal du groupe et l'amélioration du programme d'audits et de contrôles des abattoirs qui fournissent le groupe.**

Un projet d'étiquetage pour plus de transparence

Le groupe Casino a aujourd'hui l'ambition de définir et tester les modalités d'un projet d'étiquetage relatif au bien-être animal, avec l'aide de CIWF et des deux autres ONG partenaires, la LFDA et l'OABA. CIWF se réjouit d'être partenaire de ce projet, qui a pour objectif de permettre aux consommateurs d'avoir accès à une information plus claire sur les conditions de vie des animaux d'élevage, et ainsi de les inciter à choisir les produits les plus respectueux du bien-être animal.

Pour Amélie Legrand, Responsable des Affaires Agroalimentaires à CIWF France : *« Devant l'absence d'étiquetage obligatoire au niveau national, nous encourageons les initiatives volontaires telles que celle du groupe Casino. Les consommateurs attendent plus de transparence sur les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux. Ce projet d'étiquetage, au cœur de ce partenariat avec le groupe Casino, a pour objectif de répondre à ces attentes croissantes, tout en favorisant le développement des systèmes de production plus respectueux du bien-être animal. »*

A terme, l'objectif est d'élaborer une solution qui puisse contribuer à la mise en place d'un affichage sur le bien-être animal harmonisé en France.

CIWF milite depuis de nombreuses années pour un étiquetage obligatoire des produits carnés et laitiers selon le mode d'élevage des animaux, à l'exemple de celui qui existe pour les œufs (les codes sur la coquille indiquent si les poules ont été élevées en cage, au sol, en plein air ou en bio). [La pétition](#) lancée par CIWF demandant un étiquetage obligatoire des viandes et produits laitiers selon le mode d'élevage a déjà récolté plus de 100 000 signatures en France !

Renforcer les positions du groupe Casino sur le bien-être animal

Le groupe Casino est engagé sur le sujet du bien-être animal depuis plusieurs années déjà, notamment à travers son enseigne Monoprix qui a déjà reçu plusieurs Trophées de la part de CIWF pour récompenser ses engagements en faveur du bien-être animal. En effet, Monoprix fut la première enseigne française à cesser la vente d'œufs de poules élevées en cage sur sa marque propre puis sur tous les œufs vendus en magasin, décision récompensée par CIWF en 2013 et 2016 avec un Œuf d'Or. Monoprix fut également récompensé avec une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or par CIWF en 2014 pour son engagement à rendre l'accès au pâturage obligatoire et à suivre des indicateurs clés de bien-être animal sur tous les élevages laitiers qui l'approvisionnent en lait de consommation à marque propre.

Pour Amélie Legrand, Responsable des Affaires Agroalimentaires à CIWF France : « *CIWF échange avec le groupe Casino et notamment avec son enseigne Monoprix depuis plusieurs années déjà. La formalisation de cette collaboration autour de trois grands objectifs de travail est une étape importante qui prouve l'importance accordée au sujet du bien-être animal par le groupe Casino.* »

La force des partenariats avec les entreprises de l'industrie agroalimentaire

Avec son travail de fond auprès des enseignes de la grande distribution française et, plus largement, des acteurs de l'agroalimentaire, CIWF a pour objectif de faire du bien-être animal une part intégrante des politiques de responsabilité sociétale des entreprises. Cette approche permet de favoriser une amélioration progressive, continue et durable du bien-être animal dans leur chaîne d'approvisionnement, avec à la clé un impact positif pour les animaux d'élevage à grande échelle. Elle permet aussi une sensibilisation accrue des consommateurs grâce aux entreprises partenaires qui se font relai de ces messages et communiquent sur leurs engagements auprès de leurs clients.

Contact presse

Claire Hincelin – claire.hincelin@ciwf.fr / 01 79 97 70 53 - 06 26 07 55 43

A propos de CIWF :

Créée en 1967 par un éleveur laitier en réaction à l'intensification de l'élevage, CIWF a pour mission d'encourager des pratiques d'élevage respectueuses du bien-être des animaux et de proposer des alternatives à l'élevage intensif, viables et durables. Son approche pluridisciplinaire a mis en évidence les liens étroits existants entre bien-être animal, santé publique, sécurité alimentaire et problématiques environnementales. CIWF accompagne les acteurs de l'agroalimentaire dans leurs démarches visant à améliorer le bien-être des animaux d'élevage, en leur offrant expertise technique et en valorisant leurs engagements concrets à travers ses Trophées Bien-être Animal. Plus d'informations : www.ciwf.fr et www.agrociwf.fr