

## ChickenTrack : des progrès visibles pour les entreprises françaises engagées dans le Better Chicken Commitment, mais beaucoup reste à faire.

Paris, le 26 avril 2023 – CIWF publie aujourd'hui le [rapport ChickenTrack européen 2022](#). Cet outil a pour but de suivre les progrès des entreprises engagées dans la démarche du Better Chicken Commitment ([BCC](#)), et notamment des acteurs français, largement engagés.

ChickenTrack a pour but d'encourager les entreprises engagées dans le Better Chicken Commitment (BCC) à rendre compte de manière claire et transparente des progrès réalisés au sein de leurs approvisionnements. ChickenTrack a été développé sur le même principe que l'outil [EggTrack](#), qui suit les progrès des entreprises dans leur transition hors-cage pour les œufs. Ces outils ont été conçus par CIWF pour s'assurer que les entreprises tiennent leurs engagements, pour encourager la transparence, donner de la visibilité aux producteurs engagés, et pour aider les entreprises dans leur transition.



### Des avancées concrètes en France et en Europe

En Europe, **plus de 350 entreprises se sont engagées dans le BCC à date, dont près de 120 en France.** Cette année, **ChickenTrack 2022 a examiné les progrès associés à 73 engagements pris par 60 entreprises<sup>1</sup>** et révèle qu'un reporting a été publié pour 42 % des engagements évalués, mais que plus de la moitié des engagements (58 %) ne sont pour l'instant associés à aucun reporting.

21 entreprises françaises ont été incluses dans **ChickenTrack** cette année, représentant tous les secteurs de l'agroalimentaire. Au niveau européen, **les entreprises françaises sont les plus nombreuses à rendre compte publiquement de leurs progrès** (11 sur 21, soit 43 %), et l'effort de transparence des distributeurs français est à souligner avec 6 distributeurs ayant publié un reporting.

La grande distribution française se positionne aujourd'hui en leader européen en matière d'engagements pour le bien-être des poulets de chair. En effet, la quasi-totalité des distributeurs est

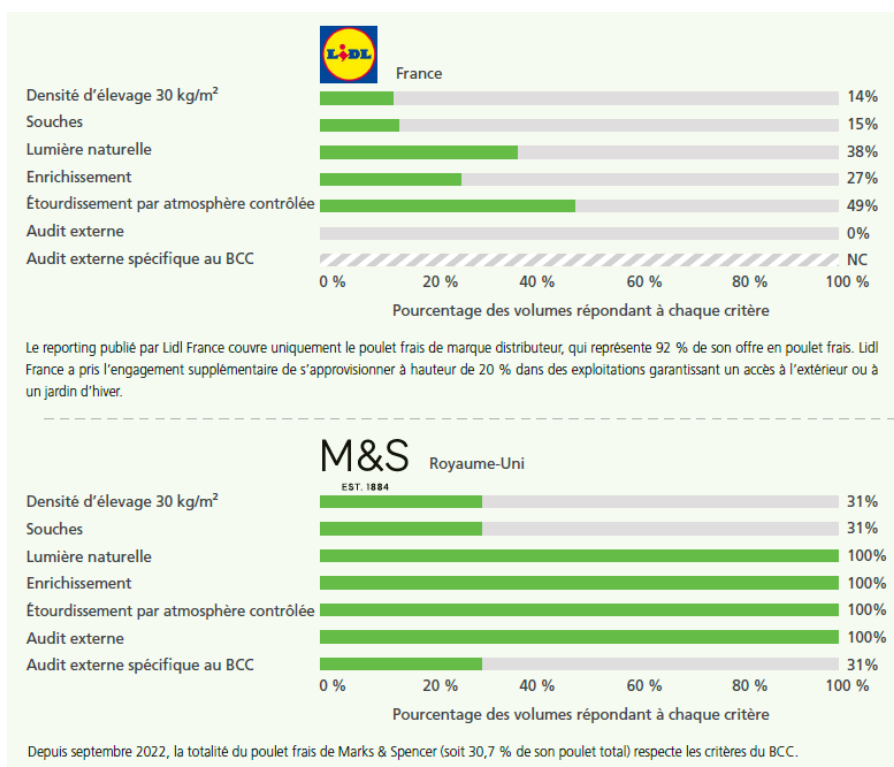
<sup>1</sup> Certaines entreprises ont pris plusieurs engagements dans différents marchés européens (par exemple Carrefour France, Italie, Pologne et Espagne) ; ainsi, le rapport porte sur 73 engagements pris par 60 entreprises.

aujourd'hui engagée dans le BCC pour 100% du poulet frais, surgelé et des produits transformés contenant plus de 50% de poulet vendu à marques propres. Une transition qui devra être achevée en 2026.

C'est également le secteur pour lequel la transition est la plus avancée : **Auchan** et le **Groupe Casino** déclarent ainsi avoir atteint respectivement 93 % et 100 % de conformité avec le critère « souches à croissance plus lente » pour l'ensemble de leur poulet frais à marque propre, tandis que **Carrefour France** confirme que plus de 50 % de son poulet frais à marque propre répond déjà à tous les critères en élevage du BCC.

Ces engagements sont accompagnés par l'adhésion de plus de 70 % de la grande distribution française (Auchan, Groupe Casino, Carrefour, Système U, Les Mousquetaires, Lidl) à **l'Étiquette Bien-Être Animal appliquée à la filière poulet**, dont le Niveau C est construit sur la base des critères en élevage du BCC. L'Étiquette Bien-Être animal est un moyen clair et transparent de communiquer auprès du consommateur et de l'impliquer dans la transition.

Pour **Béatrice Javary, Directrice Responsabilité et Innovation Sociale chez Auchan Retail France** : « Depuis 2019, date à laquelle l'entreprise a adhéré au BCC, Auchan propose une gamme de poulet qui intègre plusieurs critères inspirés de la démarche : la densité réduite, la lumière naturelle, les souches. Rendre compte de nos progrès dans la transition vers le BCC est une part essentielle de la démarche, et cette transparence est appréciée par les acteurs de l'amont comme par les consommateurs. Dans la continuité de cette volonté de progrès et de transparence, Auchan a récemment adhéré à l'Association Etiquette Bien-Être Animal et affichera l'étiquette Bien-Être Animal sur le poulet Label Rouge, BIO et cœur de gamme, soit une vingtaine de produits étiquetés A, B ou C, à partir du second semestre de 2023. »



Les autres secteurs de l'agroalimentaire français se sont également engagés massivement dans le BCC. **ChickenTrack 2022** met en avant les reportings publiés par KFC France pour la restauration ou encore Danone et Sodebo pour la transformation, mais il reste beaucoup à faire chez les entreprises de ces secteurs.

Quant à l'amont, il n'est pas en reste dans cette transition, puisque des acteurs clés comme Galliance et LDC en France, mais aussi 2 Sisters Food Group, Plukon ou bien Fileni (Italie) se sont aussi engagés à produire des volumes croissants de poulet répondant aux critères du BCC.

**Pour Lucille Bellegarde, Responsable des Affaires Agroalimentaires chez CIWF France :** « *Les entreprises qui s'engagent dans le BCC franchissent une première étape majeure, et nous demandons à tous les acteurs de l'agroalimentaire de s'engager. Mais un engagement seul ne suffit pas. Il est essentiel que les entreprises concrétisent leurs promesses par la mise en œuvre effective des critères du BCC, et rendent compte de leur progrès chaque année.* »

## La transition se déploie, malgré un contexte toujours très difficile

Le conflit en Ukraine, ses conséquences sur l'économie mondiale et le retour d'un contexte inflationniste, mais aussi la recrudescence d'une influenza aviaire particulièrement virulente n'ont fait que renforcer les difficultés auxquelles doivent faire face producteurs et acteurs de la filière poulet de chair. Il est encourageant de voir les entreprises progresser dans la transition vers le BCC malgré ce contexte international. Cependant, il est aussi nécessaire que les entreprises continuent à construire leurs feuilles de route pour la transition, et à rendre compte de leur avancement en toute transparence.

**La démarche du BCC représente le plus grand changement en matière de bien-être des poulets de chair en Europe depuis plus d'une décennie.** Le nombre croissant d'engagements pris dans tous les secteurs de l'agroalimentaire en France et en Europe est un premier pas positif et crucial pour faire des critères du BCC les standards de demain, **mais le temps presse**. Il reste beaucoup à faire pour respecter l'échéance de 2026 : les troupes parentaux doivent être constitués et agrandis, des contrats doivent être signés, les offres de produits doivent être modifiées et le consommateur doit être acteur lui aussi de cette transition pour qu'elle soit un succès.

**Le prochain rapport ChickenTrack continuera de suivre les progrès des entreprises engagées en France et en Europe.**

## Notes

- Le rapport **ChickenTrack 2022** est disponible [ici](#).
- Le [Better Chicken Commitment](#) est une démarche portée par plus de 30 ONG en Europe, dont CIWF, et qui demande aux acteurs de l'agroalimentaire de s'engager d'ici à 2026 sur les critères suivants pour 100% de la viande de poulet (frais, surgelé, transformé) dans leurs approvisionnements :
  - le respect de la réglementation européenne quelque soit le pays de production
  - plus d'espace pour les oiseaux (densité réduite à 30 kg/m<sup>2</sup>)
  - l'enrichissement des bâtiments avec l'apport de perchoirs, de substrats de picage et de lumière naturelle
  - l'utilisation de souches à croissance plus lente, dont l'intérêt pour le bien-être animal a été démontré.
  - l'utilisation de méthodes d'abattage plus respectueuses
  - la mise en place d'audits externes certifiant la mise en place de tous les critères avant l'échéance de 2026

## Chiffres clés

- Sur les 73 engagements suivis par **ChickenTrack** :
  - **31 (42 %)** ont rendu compte de leurs progrès ;
  - **27 (37 %)** ont rendu compte de leurs progrès par critère ;
  - **4 (5 %)** ont rendu compte de leurs progrès par rapport à l'ensemble des critères du BCC ;
  - **42 (58 %)** n'ont pas rendu compte de leurs progrès.
- **ChickenTrack** suit les progrès publiés pour chacun des 6 critères du BCC, ce qui permet de distinguer l'avancement par thématique et de relever les différences suivantes :
  - Densité d'élevage (le critère pour lequel le plus grand nombre de reportings ont été publiés), un progrès moyen de 33 % pour les entreprises françaises
  - Changement de souches, un progrès moyen de 41 % pour les Français, contre 21 % en moyenne en Europe
  - Apport de lumière naturelle, un progrès moyen de 37 % pour les entreprises françaises
  - Enrichissement du milieu, un progrès moyen de 41 % pour les entreprises françaises
  - Abattage plus respectueux, un progrès moyen de 33 % seulement, contre 54 % en moyenne en Europe

## 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 met en évidence les liens étroits existants entre bien-être animal, santé publique, sécurité alimentaire et problématiques environnementales. CIWF accompagne les acteurs professionnels de la production à la distribution dans leurs démarches visant à améliorer le bien-être des animaux d'élevage, en leur offrant une expertise technique et en valorisant leurs engagements concrets à travers ses Trophées Bien-être Animal.*

Plus d'informations : [www.ciwf.fr](http://www.ciwf.fr) et [www.agrociwf.fr](http://www.agrociwf.fr)

## Contacts presse

**CIWF France** : Laetitia DINAULT : [laetitia.dinault@ciwf.fr](mailto:laetitia.dinault@ciwf.fr) / 06 26 07 55 43