

31 octobre 2013



## Trophées Bien-être Animal 2013 : une cérémonie réussie et placée sous le signe de la nouveau

*Compassion in World Farming (CIWF), l'ONG internationale de référence dédiée au bien-être des animaux d'élevage, remettait, le 30 octobre dernier à Paris, ses prestigieux Trophées Bien-être Animal. Cette cinquième édition, animée par la journaliste gastronomique à la BBC Sheila Dillon, était placée sous le signe de la nouveauté à bien des égards. Les distributeurs européens ont, de plus, été particulièrement mis en lumière.*

### 28 Trophées remis lors d'une cérémonie unique en Europe dont on retiendra notamment quelques "premières"

Réunissant, pour la première fois, l'ensemble des lauréats européens lors d'une cérémonie unique à Paris, la remise des Trophées Bien-être Animal 2013 a été un franc succès dont on gardera en tête plusieurs "premières". Notamment, l'enseigne française **Monoprix**, qui a été récompensée par une Mention d'Honneur dans la catégorie des Œufs d'Or, devenant ainsi le tout premier lauréat de la grande distribution française. Cette distinction vient saluer la décision du groupe de vendre exclusivement des œufs de poules élevées en plein air pour sa marque propre. La cérémonie a également accueilli son tout premier lauréat polonais avec l'entreprise **SPA Food** qui s'est vu remettre un Poulet d'Or et dont les engagements vont profiter à des millions de poulets chaque année. Enfin, le groupe **Globus** a, quant à lui, été le premier distributeur allemand à être récompensé par un Poulet d'Or.

Les Trophées Bien-être Animal récompensent depuis 2007 les entreprises qui prennent des engagements concrets en faveur du bien-être des animaux d'élevage.

Au total, **plus de 80 Trophées ont été remis en 2013** dont **28 Trophées distribués au cours de la cérémonie du 30 octobre dernier**, et ce dans cinq catégories : les **Œufs d'Or**, les **Poulets d'Or**, les **Vaches d'Or**, les **Porcs d'Or** et, nouveauté cette année, les **Trophées Distributeurs**.

Ces entreprises fraîchement récompensées rejoignent ainsi les **près de 700 lauréats** dont les efforts cumulés vont profiter à plus de **337 millions d'animaux** d'élevage chaque année.

### Des lauréats de divers pays, preuve de l'accroissement du mouvement en Europe

On retiendra également de cette édition le large éventail de pays représentés par les lauréats - France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Pays-Bas, Danemark ou encore Pologne - prouvant ainsi que le bien-être animal gagne du terrain en Europe.

Ceci fait aussi écho à la volonté de CIWF de s'ancrer plus profondément en Europe. De ce point de vue, l'année 2013 a été particulièrement décisive, avec l'installation de nouveaux

bureaux en Italie puis en Pologne. L'équipe agroalimentaire de CIWF affiche d'ailleurs clairement l'ambition d'engager le dialogue avec les leaders européens de l'agroalimentaire dans un nombre croissant de pays.

Au vu du nombre et de la diversité des entreprises récompensées lors de cette édition des Trophées Bien-être Animal, on peut affirmer que ces efforts portent déjà leurs fruits.

« Cette année a été passionnante pour notre équipe qui a su repousser ses frontières et travailler avec un nombre croissant d'entreprises en Europe et au-delà. Les Trophées témoignent de ces avancées et sont souvent le fruit d'un travail de longue haleine pour nous, aussi bien que pour les entreprises lauréates. Il reste encore beaucoup à faire, mais nous nous réjouissons d'assister à une meilleure prise en compte du bien-être animal dans un nombre de plus en plus important de pays. » commente **Tracey Jones, Directrice de CIWF Agroalimentaire.**

### La Grande Distribution mise à l'honneur avec la remise des nouveaux Trophées Distributeurs.

Jusqu'à présent uniquement décernés au Royaume-Uni, les **Trophées Distributeurs** ont, pour la première fois cette année, pris une dimension réellement européenne.

Sur la base d'une enquête confidentielle portant sur la gestion du bien-être animal et diffusée au cours de l'année auprès de divers distributeurs européens, quatre Trophées ont été remis :

- le **Trophée du Meilleur Distributeur**,
- le **Trophée de la Meilleure Performance en GMS**,
- le **Trophée de l'Innovation en GMS**,
- et le **Trophée de la Communication en GMS**.

Le groupe **Marks & Spencer** s'est démarqué en repartant avec non pas un, mais deux de ces Trophées : le **Trophée du Meilleur Distributeur** et le **Trophée de la Meilleure Performance en GMS**, pour avoir obtenu les meilleurs scores à l'Enquête Grande Distribution, parmi les enseignes participantes.

**Mark Atherton-Ranson, Responsable approvisionnement et bien-être animal chez Marks & Spencer**, témoigne :

« Chez Marks & Spencer, le bien-être animal a toujours fait partie des valeurs de l'enseigne et nous travaillons uniquement avec des fournisseurs qui partagent nos engagements. Mettre en place de telles normes peut être un vrai défi, qui nous donne cependant l'opportunité de faire avancer le bien-être animal et de répondre à la demande de nos consommateurs. Marks & Spencer travaille avec CIWF depuis plus d'une décennie et l'Enquête Distributeurs a été un outil essentiel pour nous permettre de renforcer notre politique de bien-être animal et fournir à nos clients ce qu'ils attendent. »

Le distributeur britannique **Sainsbury's** a remporté, quant à lui, le **Trophée de la Communication en GMS** pour ses activités remarquables de promotion du bien-être animal auprès de ses clients, tandis que l'enseigne allemande **Kaufland** s'est vu remettre le **Trophée de l'Innovation en GMS**.

Ce Trophée remis à Kaufland a été d'autre part l'occasion d'attirer l'attention sur **l'élevage de lapins**. Alors que l'élevage de lapins en cages est très largement prédominant en

Europe, Kaufland a su développer, en collaboration avec ses fournisseurs, un cahier des charges pour un élevage de lapins hors-cage plus respectueux de leur bien-être. L'enseigne, qui vend d'ailleurs exclusivement de la viande de lapins élevés sous ces conditions, a reçu le Trophée de l'Innovation en GMS pour son travail unique avec ses fournisseurs, qui a permis de démontrer que l'élevage de lapins hors-cage est un modèle de production durable et viable à échelle commerciale.

La présentatrice **Sheila Dillon** commente ainsi la cérémonie : « *J'ai été impressionnée par la diversité des entreprises récompensées et le large éventail de pays qu'elles représentent. De la Pologne au Royaume-Uni, en passant par l'Allemagne, la France et l'Italie, cela montre réellement que les grandes entreprises européennes prennent maintenant le bien-être animal au sérieux. Cela a été largement facilité par le travail de CIWF, pour qui j'ai une grande admiration. Ils œuvrent pour les animaux d'élevage, mais les sentiments et la valeur qu'ils prêtent à cette cause ne viennent jamais biaiser leurs arguments. Les Trophées aident à démontrer qu'il est possible de vouloir améliorer le sort des animaux d'élevage tout en acceptant les réalités de l'industrie agroalimentaire et le besoin d'être commercialement viable.* »

### Focus sur les lauréats français à date

Cette année, les lauréats français sont l'enseigne de grande distribution **Monoprix** (Mention d'Honneur aux Œufs d'Or), la chaîne de restauration rapide **Chipotle Mexican Grill** (Porc d'Or) et l'entreprise de charcuterie **Tradition de Vendée** (Mention d'Honneur aux Porcs d'Or).

Depuis 2007, **37 Trophées** ont été remis à des entreprises et organisations pour leurs engagements spécifiquement **en France**. En voici quelques exemples : *Amora, Lesieur, Les 2 Vaches, IKEA, Traou Mad, Lotus, Le Pain Quotidien, le Club Med*, ou encore les villes de *Marseille* ou *Saint-Etienne*.

Les engagements de ces 37 lauréats français profitent à plus de **36 millions d'animaux** chaque année.

A ceux-ci s'ajoute un nombre important d'entreprises qui ont une présence en France et dont les engagements, pris à échelle européenne ou parfois même mondiale, s'y appliquent aussi. C'est le cas de *McDonald's, Subway*, les pâtes *Barilla*, les biscuits *Mulino Bianco* ou encore les glaces *Ben&Jerry's* pour n'en citer que quelques uns.

## La liste complète des Lauréats 2013

### Mention d'Honneur aux Œufs d'Or

*Monoprix (France)*

### Œufs d'Or

Globus (Allemagne)

Gü Puds (Monde)

Iglo Foods Group (Monde)

Jamie Olivier (Monde)

Johma Foodservice (Pays-Bas)

Kaufland Restaurants (Allemagne)

### Poulets d'Or

Globus (Allemagne)

Jamie Olivier (Monde)

Johma Foodservice (Pays-Bas)

KLM Royal Dutch Airlines (Pays-Bas)

SPA Food (Pologne)

### Mentions d'Honneur aux Vaches d'Or

Campina (Pays-Bas)

Philadelphia (Royaume-Uni / Irlande / Belgique / Pays-Bas / Luxembourg)

Unox (Pays-Bas)

### Porcs d'Or

Brookfield Farm (Royaume-Uni)

*Chipotle Mexican Grill (France)*

Jamie Olivier (Monde)

### Mentions d'Honneur aux Porcs d'Or

Antonius (Danemark)

Den Go'e Gris (Danemark)

IKEA (Italie)

McDonald's (Royaume-Uni)

Primavera (Italie)

*SARL Cousin - Tradition de Vendée (France)*

### Trophées Distributeurs

Trophée de l'Innovation en GMS : Kaufland (Allemagne)

Trophée de la Communication en GMS : Sainsbury's (Royaume-Uni)

Trophée de la Meilleure Performance en GMS : Marks & Spencer (Royaume-Uni)

Trophée du Meilleur Distributeur : Marks & Spencer (Royaume-Uni)

## Informations complémentaires sur les Lauréats 2013



### Œufs d'Or

*CIWF récompense, avec ses Œufs d'Or, les entreprises européennes qui s'approvisionnent exclusivement en œufs ou ovoproduits issus d'élevages de plein air ou au sol, ou qui s'y engagent dans un délai maximum de cinq ans.*

*Les engagements pris par les lauréats des Œufs d'Or depuis 2007 vont ainsi permettre d'améliorer les conditions de vie de plus de 30 millions de poules pondeuses chaque année.*

### **Monoprix (France)**

Leader du commerce de centre-ville, Monoprix est présent dans plus de 200 villes en France avec plus de 450 magasins. Dans le cadre de sa politique d'achats durables et éthiques, Monoprix a décidé de ne vendre, sous sa marque propre, que des œufs issus de poules élevées en plein air. Monoprix est le premier distributeur français à prendre une telle décision et, en tant que tel, à être récompensé par une **Mention d'Honneur aux Œufs d'Or** par CIWF. Cet engagement profite à près de 120 000 poules pondeuses chaque année.

### **Globus (Allemagne)**

Globus est un important groupe indépendant de la grande distribution en Allemagne, qui avait déjà reçu un Œuf d'Or en 2009 pour son engagement à s'approvisionner exclusivement en œufs hors-cage. L'enseigne est de nouveau récompensée cette année pour son engagement à s'approvisionner en ovoproduits issus d'élevages hors-cage pour l'ensemble de ses produits à marque propre et de boulangerie.

### **Gü Puds (Monde)**

Aujourd'hui, on estime qu'un dessert Gü est mangé quelque part dans le monde toutes les deux secondes. Les desserts Gü, qui font désormais partie de l'entreprise Noble Foods, ont reçu un Œuf d'Or pour l'engagement de la marque à opter pour un approvisionnement en œufs issus d'élevages en plein air d'ici 2018.

### **Iglo Foods (Monde)**

Iglo Foods est un groupe leader sur le marché des surgelés en Europe, tant en termes de ventes que de reconnaissance de la marque. Les marques du groupe comprennent notamment Bird's Eye et Findus, dont les produits sont fabriqués et commercialisés dans onze pays. Iglo a reçu un Œuf d'Or pour son engagement à s'approvisionner en œufs issus d'élevages hors-cage pour l'ensemble de ses marques et produits.

### **Johma Foodservice (Pays-Bas)**

Société néerlandaise, Johma Foodservice fournit salades et solutions culinaires pour la restauration et la grande distribution. Ses produits sont vendus, aussi bien dans les établissements scolaires, les restaurants d'entreprises, les services de restauration événementielle, que dans les entreprises de vente à emporter et les boutiques spécialisées. L'entreprise reçoit un Œuf d'Or pour son engagement à opter pour des œufs de plein air pour la confection de l'ensemble de ses produits.

### **Restaurants Kaufland (Allemagne)**

Kaufland est un leader de la grande distribution allemande, avec plus de 1000 supermarchés en Allemagne et en Europe de l'Est. La chaîne de supermarchés démontre un important engagement en matière de bien-être animal et a déjà remporté un Œuf d'Or en 2010 pour avoir pris la décision de ne vendre que des œufs hors-cage dans ses magasins allemands. Kaufland remporte un nouvel Œuf d'Or cette année pour sa politique d'approvisionnement en œufs exclusivement issus d'élevages hors-cage au sein de ses cafétérias et cantines.



### **Poulets d'Or**

*Ces Trophées sont remis aux entreprises qui s'engagent à s'approvisionner en poulets issus d'élevages répondant à certaines conditions de bien-être animal, telles que la densité de peuplement, le rythme de croissance et l'enrichissement du milieu.*

*Les Poulets d'Or valorisent depuis 2010 les engagements de nombreuses entreprises européennes au profit de plus de 300 millions de poulets chaque année.*

### **Globus (Allemagne)**

Le groupe distributeur allemand Globus, en plus de ses deux Œufs d'Or déjà reçus (voir ci-dessus), devient également le premier distributeur allemand à recevoir un Poulet d'Or cette année pour son engagement à s'approvisionner exclusivement en poulets issus d'élevages plus respectueux du bien-être animal.

### **Johma Foodservice (Pays-Bas)**

La société néerlandaise Johma Foodservice, en plus de son Œuf d'Or reçu cette année (voir ci-dessus), reçoit également un Poulet d'Or pour son engagement à s'approvisionner exclusivement en poulets répondant au cahier des charges hollandais Beter Leven (niveau 1), standard européen numéro un en matière de bien-être animal.

### **KLM (Pays-Bas)**

Le groupe KLM - Air France a pour objectif d'établir des normes en matière de RSE (responsabilité sociétale des entreprises) dans le secteur du transport aérien. Dans ce cadre, KLM Royal Dutch Airlines souhaite s'approvisionner en produits responsables pour confectionner les repas proposés à ses clients. L'entreprise a ainsi pris la décision de s'approvisionner exclusivement en poulet frais issus d'élevages plus respectueux du bien-être animal sur l'ensemble de ses vols en Europe de l'Ouest, ce qui lui permet de remporter un Poulet d'Or cette année.

### **SPA Food (Pologne)**

SPA Food est un important transformateur polonais de viande de volaille. L'entreprise a fait preuve de réel leadership en s'engageant à s'approvisionner exclusivement en poulets provenant d'élevages plus respectueux du bien-être animal. SPA Food est ainsi la première entreprise polonaise à être récompensée par un Poulet d'Or.



## Vaches d'Or

*Ces Trophées, lancés en 2011, sont remis aux entreprises qui s'engagent pour l'amélioration des conditions d'élevage des vaches laitières et de leurs veaux. Il est également possible de concourir à une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or pour les entreprises qui s'engagent à développer un programme d'actions concrètes pour les vaches laitières OU pour leurs veaux.*

*A ce jour, plus de 310 000 vaches et veaux laitiers vont bénéficier des engagements des lauréats des Vaches d'Or.*

### **Campina** (Pays-Bas)

Friesland Campina est l'une des plus grandes coopératives laitières du monde avec 14 132 élevages laitiers membres aux Pays-Bas, en Allemagne et en Belgique. L'entreprise a développé un programme de qualité et d'achats durables nommé « Focus Planet » qui inclue des critères de bien-être animal et offre une prime pour la mise au pâturage des vaches laitières. Leur marque Campina est récompensée par une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or pour ses engagements en faveur du bien-être des vaches laitières.

### **Philadelphia** (Royaume-Uni / Irlande / Belgique / Pays-Bas / Luxembourg)

La création de l'emblématique marque de fromage à tartiner Philadelphia revient à un producteur laitier new-yorkais en 1872. Mondelez International vend maintenant les produits Philadelphia dans plus de 80 pays à travers le monde. Philadelphia est récompensée pour ses engagements en faveur du bien-être des vaches laitières avec une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or, couvrant le Royaume-Uni, l'Irlande, la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg.

### **Unox** (Pays-Bas)

La marque néerlandaise Unox fut fondée en 1937 et fait partie d'Unilever depuis 2001. Sa gamme de produits continue de s'étendre et comprend notamment des saucisses fumées et des soupes. Ayant déjà reçu un Poulet d'Or en 2012, Unox reçoit cette année un second Trophée, avec une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or, pour son engagement à n'utiliser que du bœuf (race laitière) issu d'élevages plus respectueux du bien-être animal d'ici 2018.



## Porcs d'Or

*Ces Trophées récompensent les entreprises dont le cahier des charges prend en compte le bien-être des porcs et des truies reproductrices. Il est possible de se voir remettre une Mention d'Honneur pour un engagement portant sur le bien-être des porcs OU des truies reproductrices.*

*Il s'agit du Trophée le plus récent (2012) et déjà 1,4 millions de porcs et de truies reproductrices vont bénéficier des engagements de nos lauréats.*

### **Antonius** (Danemark)

Le groupe danois Danish Crown est une entreprise agroalimentaire internationale dont les marques se retrouvent à travers le monde. Sa marque Antonius a été créée en 1976 et nommée ainsi en référence au nom du saint patron du porc, Saint Anthony. Le concept d'Antonius se concentre sur la qualité de la viande et sur le bien-être animal, considérant les deux notions inextricablement liées. Les porcs sont élevés avec plus d'espace dans de meilleures conditions de bien-être. L'entreprise s'est de plus engagée à s'assurer, qu'à partir de 2017, toutes les truies ne seraient plus logées, à aucun moment, en cases de gestation individuelles. Pour ses engagements en faveur du bien-être des truies, la marque Antonius reçoit une Mention d'Honneur aux Porcs d'Or.

### **Brookfield Farm** (Royaume-Uni)

Brookfield Farm est spécialisée dans l'élevage de veaux, porcs et bœufs dans l'Ouest du Royaume-Uni et accorde une grande importance au bien-être animal. L'entreprise a reçu une Mention d'Honneur aux Vaches d'Or en 2010 pour son élevage de veaux et reçoit cette année un Porc d'Or pour ses engagements en faveur du bien-être des porcs et des truies reproductrices.

### **Den Go'e Gris** (Danemark)

Autre marque du groupe Danish Crown, Den Go'e Gris est récompensée par une Mention d'Honneur aux Porcs d'Or pour partager les mêmes engagements que la marque Antonius.

### **Chipotle** (France)

Chipotle, la chaîne américaine de restauration mexicaine rapide, est souvent saluée pour le principe « Cuisine et intégrité » qu'elle applique à la sélection de ses ingrédients de base. Chipotle gère aujourd'hui plus de 1 300 restaurants à travers les États-Unis ainsi que quatre à Londres et un récemment ouvert à Paris. Les efforts de l'entreprise pour utiliser des ingrédients non seulement frais, mais qui proviennent également de cultures durables et d'élevages respectueux des animaux, de la terre et des producteurs, sont aujourd'hui reconnus. Chipotle a ainsi fait le choix de viande de porc issue exclusivement d'élevages en plein air avec des garanties de bien-être animal, ce pourquoi l'entreprise se voit décerner un Porc d'Or cette année.

### **IKEA** (Italie)

IKEA s'est toujours engagé à servir dans ses restaurants une nourriture de haute qualité, sûre, saine et durable. Le bien-être animal est une partie très importante du programme de développement durable de l'entreprise et un facteur de choix important des produits d'origine animale. Cette année, IKEA Italie reçoit une Mention d'Honneur dans la catégorie des Porcs d'Or pour ses engagements à proposer exclusivement du jambon issu d'élevages plus respectueux du bien-être des truies reproductrices.

### **McDonald's** (Royaume-Uni)

McDonald's est la plus grande chaîne mondiale de restauration rapide. Ses précédents engagements visant à améliorer le bien-être animal comprenaient notamment l'utilisation exclusive d'œufs issus d'élevages hors-cage dans tous ses restaurants en Europe. McDonald's franchit aujourd'hui une nouvelle étape au Royaume-Uni en s'engageant pour le bien-être des truies au sein de ses opérations. Interdisant les cases de gestation, les cages de mise-bas et en fournissant aux truies matériaux manipulables et litière tout au long de leurs vies, l'entreprise reçoit ainsi une Mention d'Honneur dans la catégorie des Porcs d'Or.

### **Primavera** (Italie)

Primavera a été fondée en 1996 et fut l'une des premières marques à commercialiser de la viande de porc biologique en Italie. De la naissance à l'abattage, son cahier des charges prend en compte le bien-être des animaux. Pour ses engagements en faveur du bien-être des truies, l'entreprise reçoit cette année une Mention d'Honneur aux Porcs d'Or.



### **SARL Cousin - Tradition de Vendée (France)**

La SARL Cousin - Tradition de Vendée est une entreprise artisanale de charcuterie dont les produits sont vendus au rayon traditionnel, à la coupe, des grandes surfaces, et élaborés exclusivement avec de la viande issue d'élevages de porcs en plein air. Les engagements de cette entreprise pour le bien-être animal, et plus particulièrement pour les truies reproductrices, lui permettent d'obtenir une Mention d'Honneur aux Porcs d'Or.

### **Jamie Olivier (Monde)**

Jamie Olivier est l'une des personnalités de la télévision les plus aimées au monde et l'une des plus célèbres exportations du Royaume-Uni. Il allie son enthousiasme professionnel à de grandes causes en participant notamment à sensibiliser le public sur des questions telles que le bien-être animal. Jamie Olivier remporte un Œuf d'Or pour son engagement à n'utiliser que des œufs issus d'élevages hors-cage dans l'ensemble de ses restaurants et points de vente au niveau international, un Poulet d'Or pour son engagement à se fournir exclusivement en poulets issus d'élevages plus respectueux du bien-être animal au sein de ses établissements internationaux et un Porc d'Or pour la viande de porc fraîche, le bacon et les saucisses utilisées dans ses opérations au Royaume-Uni.

**Visuels, interviews et informations complémentaires disponibles sur demande.**

### **Contacts presse :**

#### **Stéphanie Martin**

Contact presse  
CIWF Agroalimentaire  
[smartin.communication@yahoo.fr](mailto:smartin.communication@yahoo.fr)  
+ 33 (0)6 20 50 02 24

#### **Amélie Legrand**

Chargée des Affaires Agroalimentaires  
CIWF France  
[amelie@ciwf.fr](mailto:amelie@ciwf.fr)  
0039 38 96 69 93 34

### **CIWF Agroalimentaire**

Créée en 1967 par un éleveur laitier en réaction à l'intensification de l'élevage, CIWF est aujourd'hui reconnue comme l'ONG internationale de référence dédiée au bien-être des animaux d'élevage. Grâce à son approche partenariale unique, CIWF travaille avec de nombreux leaders de l'agroalimentaire en Europe et au niveau international. Cette collaboration est basée sur la recherche de solutions bénéficiant à tous et la valorisation des démarches de progrès.

CIWF propose gratuitement aux entreprises :

- des Trophées prestigieux récompensant les politiques d'achat ou les engagements à s'approvisionner en produits issus d'une agriculture durable et respectueuse du bien-être animal ;
- la construction de partenariats durables afin d'accompagner les démarches de progrès ;
- expertise et conseils gratuits sur le bien-être animal ;
- des ressources dédiées en marketing et communication ;
- un accès à un vaste réseau de contacts internationaux et à des opportunités commerciales.

Pour plus d'informations sur CIWF agroalimentaire: [www.agrociwf.fr](http://www.agrociwf.fr)

Pour en savoir plus sur les Trophées Bien-être Animal : [www.agrociwf.fr/trophees](http://www.agrociwf.fr/trophees)