



Trophées Bien-être Animal 2015

Informations sur les lauréats

- Français -

LAURÉATS DES LAPINS D'OR

BreFood GMBH

ALLEMAGNE

BreFood fournit des chaînes de distribution et des grossistes européens renommés. Le bien-être animal fait partie intégrante de son modèle commercial. En collaboration étroite avec ses producteurs en Allemagne et en Chine ainsi qu'avec des ONG, l'entreprise a mis au point de meilleures normes de bien-être pour tous les lapins de chair qui entrent dans sa chaîne d'approvisionnement, et travaille à l'élaboration d'un système similaire pour les lapines reproductrices. BreFood a précédemment remporté notre Trophée de l'Innovation en élevage de lapins pour ses efforts sur sa chaîne d'approvisionnement chinoise, et nous sommes ravis de pouvoir lui remettre un **Lapin d'Or** pour son engagement en faveur de systèmes d'élevage plus respectueux du bien-être à la fois des lapins de chair et des lapines.

Colruyt

BELGIQUE

Colruyt est le numéro un de la distribution en Belgique, avec plus de 200 magasins. Ce distributeur discount travaille à l'amélioration du bien-être des animaux d'élevage sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement depuis plusieurs années, et a déjà reçu un Œuf d'Or en 2007 pour sa décision de ne plus vendre que des œufs hors-cage dans l'ensemble de ses magasins belges. Cette année, Colruyt obtient une **Mention d'Honneur aux Lapins d'Or** pour l'extension de sa politique hors-cage à l'approvisionnement en viande de lapin commercialisée sous sa marque propre, qui garantit que tous ses lapins de chair sont élevés selon de meilleures normes de bien-être.

Kaufland
ALLEMAGNE

Kaufland est un grand distributeur allemand qui possède plus d'un millier de supermarchés en Allemagne et en Europe de l'Est. Cette chaîne s'est fortement engagée en faveur du bien-être des animaux d'élevage et a remporté plusieurs de nos trophées par le passé. En tant que lauréat du Trophée de l'Innovation en GMS 2013 pour son travail sur le développement d'un système en parcs pour les lapins, il est logique que Kaufland soit l'un des premiers à remporter notre **Mention d'Honneur aux Lapins d'Or**.

Real
ALLEMAGNE

Real est une chaîne de 300 hypermarchés à travers l'Allemagne dont les ventes atteignent 8,4 milliards d'euros. Cette chaîne propose tous les types de produits du quotidien dans un même magasin, et fait partie du groupe Metro. En 2013, en vue de proposer des produits socialement équitables et écologiquement responsables, le groupe Metro a étendu ses activités en matière d'approvisionnement durable, et Real a ajouté à sa gamme des produits portant la nouvelle mention « Für mehr Tierschutz » (« Pour une meilleure protection animale ») dans presque 200 de ses hypermarchés.

Real a reçu un Œuf d'Or pour ses œufs coquille en 2009. Aujourd'hui Real obtient une **Mention d'Honneur aux Lapins d'Or**, qui démontre son engagement à améliorer le bien-être animal pour diverses d'espèces animales.

Terrena Na - Nouvelle Agriculture
FRANCE

Terrena, coopérative leader en France qui rassemble plus de 22 000 producteurs, s'est engagée à améliorer le bien-être des animaux d'élevage sur l'ensemble de ses productions animales dans le cadre de sa marque « Na-Nouvelle Agriculture ». Au cours des deux dernières années, les producteurs de lapins de Terrena ont testé un modèle d'élevage hors-cage innovant, et l'entreprise s'engage maintenant à appliquer ce cahier des charges prenant pleinement compte du bien-être animal à toute sa production de lapins de chair sous la marque « Na-Nouvelle Agriculture » dans les cinq années à venir. Par conséquent, Terrena devient le tout premier groupement de producteurs en France à recevoir une **Mention d'Honneur aux Lapins d'Or**.

LAURÉATS DES ŒUFS D'OR
Aunt Bessie's
MONDE

Né dans le Yorkshire, où William Jackson a ouvert son premier magasin en 1851, le groupe William Jackson est une entreprise familiale de sixième génération. Sa marque Aunt Bessie's est une des marques de produits alimentaires qui connaît la croissance la plus rapide au Royaume-Uni, en mettant l'accent sur un approvisionnement durable. En plus de ses célèbres Yorkshire puddings et pommes de terre rôties, sa gamme comprend une sélection grandissante de plats familiaux et traditionnels. Déjà lauréat en 2014, Aunt Bessie's reçoit aujourd'hui officiellement un **Œuf d'Or** pour son engagement à n'utiliser dans l'ensemble de ses recettes que des œufs issus d'élevages hors-cage.

BIO vom BERG
AUTRICHE

BIO vom BERG est la seule marque de producteurs indépendante d'Europe centrale vendant des produits biologiques de montagne. Elle fournit des distributeurs très connus dans la région et connaît personnellement tous ses producteurs. Elle se voit attribuer un **Œuf d'Or** pour son utilisation exclusive d'œufs biologiques, qui garantit aux poules une vie hors-cage, en extérieur où elles profitent de l'air de la montagne !

Colruyt
BELGIQUE ET FRANCE

Colruyt est le numéro un de la distribution en Belgique, avec plus de 200 magasins. Ce distributeur discount travaille à l'amélioration du bien-être des animaux d'élevage sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement depuis plusieurs années, et a déjà reçu un Œuf d'Or en 2007 pour sa décision de ne plus vendre que des œufs issus d'élevages hors-cage dans l'ensemble de ses magasins belges. Cette année, Colruyt reçoit un nouvel **Œuf d'Or** pour son engagement à aller plus loin en s'engageant à utiliser exclusivement des œufs hors-cage dans tous les produits commercialisés sous sa marque propre en Belgique et en France.

Colruyt
FRANCE

Colruyt est le numéro un de la distribution en Belgique, avec plus de 200 magasins. Il est également très présent en France, où il possède plus de 60 magasins. Ce distributeur discount travaille à l'amélioration du bien-être des animaux d'élevage sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement depuis plusieurs années, et a déjà reçu un Œuf d'Or en 2007 pour sa décision de ne plus vendre que des œufs issus d'élevages hors-cage dans l'ensemble de ses magasins belges. Cette année, Colruyt obtient un nouvel **Œuf d'Or** pour l'extension de cette politique hors-cage à tous les œufs en coquille commercialisés dans ses magasins français.

Coop Suède
SUÈDE

Coop Suède compte environ 670 magasins et est l'unique chaîne de supermarchés suédoise en structure coopérative, Coop appartenant à un total de 3,4 millions de membres. Il est le deuxième plus grand distributeur en Suède et met fortement l'accent sur la promotion de la durabilité, y compris sur l'accessibilité financière des aliments biologiques à tous. C'est ainsi qu'il a augmenté ses ventes de produits bio de 40 % en 2014. Coop Suède est le premier distributeur suédois à obtenir un **Œuf d'Or**, pour son engagement à vendre des œufs coquille issus exclusivement d'élevages hors-cage, dans l'ensemble de ses magasins.

Ferrero
UE

Ferrero est un des plus grands fabricants de chocolat et de confiseries au niveau mondial. La haute qualité des produits proposés par Ferrero est basée sur la sélection rigoureuse des matières premières et sur un solide engagement de l'entreprise en faveur de la durabilité et de la responsabilité sociale, que résume sa vision de « partager des valeurs pour créer de la valeur ». Ferrero reçoit aujourd'hui un **Œuf d'Or** pour sa politique d'approvisionnement en œufs 100 % hors-cage à travers l'Europe.

Garrets
UE

Garrets, la plus grande entreprise de gestion de la restauration en mer, fournit des services de restauration à bord aux propriétaires et exploitants de navires. Après avoir remporté à la fois un Œuf d'Or et un Poulet d'Or en 2010 pour le marché britannique, elle s'est désormais aussi engagée à améliorer les normes de bien-être animal dans sa chaîne d'approvisionnement en œufs au niveau européen : c'est pourquoi elle reçoit cette année un **Œuf d'Or** pour sa décision de ne plus utiliser que des œufs hors-cage dans l'ensemble de ses services européens.

Groupe Schiever (ATAC, Maximarché, Bi1)
FRANCE

Le groupe de distribution Schiever possède plus de 160 supermarchés dans l'Est de la France. Dans le cadre de son engagement à améliorer le bien-être des animaux d'élevage au sein de sa chaîne d'approvisionnement, le groupe vend maintenant des œufs issus exclusivement d'élevages hors-cage dans l'ensemble de ses enseignes de supermarchés ATAC, Bi1 et Maximarché, et reçoit un **Œuf d'Or** pour cette politique.

Irma
DANEMARK

Née d'une petite épicerie qui vendait des œufs à Copenhague, l'enseigne danoise Irma est la deuxième plus ancienne chaîne de supermarchés au monde. Elle compte désormais plus de 70 magasins, et devient le premier distributeur danois à recevoir un **Œuf d'Or** pour son engagement à garantir que ses produits à marque propre sont confectionnés exclusivement avec des œufs issus de poules élevées dans des systèmes hors-cage.

Kaufland
ALLEMAGNE

Kaufland est un grand distributeur allemand qui possède plus d'un millier de supermarchés en Allemagne et en Europe de l'Est. Cette chaîne s'est fortement engagée en faveur du bien-être des animaux d'élevage et a remporté plusieurs de nos trophées par le passé. Elle a notamment remporté un Œuf d'Or en 2010 pour sa décision de ne plus vendre d'œufs coquille issus d'élevages en cages dans ses magasins, et reçoit un second **Œuf d'Or** cette année pour son engagement à s'approvisionner exclusivement en ovoproduits hors-cage pour la confection de tous les produits à marque propre vendus dans ses magasins allemands.

KLM
UE

KLM est le noyau du groupe KLM, qui comprend par ailleurs les filiales en propriété exclusive KLM Cityhopper, transavia.com et Martinair. KLM a pris l'initiative de définir une approche intégrée de la responsabilité sociale d'entreprise dans le secteur du transport aérien. Ses brochures de bord concernant la nourriture servie sur ses vols ont fait mieux connaître l'approvisionnement durable et éthique pour toute une gamme de produits, et ont accru sa transparence pour ses clients. Après avoir obtenu un Poulet d'Or en 2013, KLM a continué à améliorer le bien-être des animaux sur sa chaîne d'approvisionnement en œufs, et reçoit donc cette année un **Œuf d'Or**.

Kvickly
DANEMARK

Le premier supermarché Kvickly a ouvert au Danemark en 1961. Depuis, ce distributeur discount, qui offre un vaste choix de produits, a été désigné par le ministère de la santé danois comme le meilleur endroit au Danemark où acheter une nourriture saine. Conformément à sa philosophie « Vi tager ansvar », qui signifie « nous prenons des responsabilités », l'enseigne a cessé de vendre des œufs issus d'élevages en cages dans l'ensemble de ses 81 magasins danois, ce pour quoi il reçoit un **Œuf d'Or** cette année.

McDonald's
ROYAUME-UNI & PAYS-BAS

McDonald's est la plus grande chaîne mondiale de restauration rapide. L'entreprise s'est engagée à améliorer le bien-être animal dans toutes les régions du monde et a déjà reçu un Œuf d'Or pour sa politique d'approvisionnement en œufs hors-cage pour l'ensemble de ses restaurants européens. Cette année, McDonald's Royaume-Uni et McDonald's Pays-Bas reçoivent tous deux un **Œuf d'Or** supplémentaire pour leur décision d'utiliser exclusivement des ovoproduits plein air dans tous leurs restaurants. En 2008, McDonald's a lancé au Royaume-Uni son programme d'enrichissement des parcours afin de stimuler l'utilisation des parcours par les poules pondeuses grâce à la plantation d'arbres pour fournir une couverture arborée. Tous ses producteurs ont initialement eu l'obligation de planter 5 % de couverture arborée, puis en 2014 ce pourcentage est passé à 20 %.

Migros
SUISSE

Créée en 1925, Migros est en Suisse la plus grande entreprise de distribution et le plus gros employeur privé. Outre ses différents commerces, Migros possède plus de 15 industries où est fabriquée une grande partie de ses produits alimentaires. Migros est resté une coopérative, dont une grande partie de la population suisse est membre (2 millions de personnes sur un total de 8). Migros veille à ce que les problématiques écologiques, éthiques et sociales soient traitées au sein de sa chaîne d'approvisionnement, et adopte de fortes politiques pour garantir le bien-être des animaux d'élevage de différentes espèces. Sa décision de ne plus recourir qu'à l'élevage hors-cage pour ses œufs entiers et pour ses ovoproduits date de 2011, et nous sommes heureux de récompenser Migros par un **Œuf d'Or** cette année.

Prêt A Manger
ÉTATS-UNIS

Lors de son ouverture au Royaume-Uni en 1986, Prêt s'est donné pour mission de proposer une nourriture fraîche, saine et naturelle dans chacun de ses restaurants à service rapide. Depuis, Prêt a acquis une présence mondiale : il exploite maintenant plus de 350 restaurants dans le monde entier. Prêt a adopté une démarche exemplaire au Royaume-Uni en matière de bien-être animal, et est en train d'élargir ses engagements dans un secteur de ses activités en croissance, à savoir le marché américain. Prêt s'approvisionne actuellement en œufs coquille issus exclusivement d'élevages hors-cage pour tous ses restaurants américains. À noter que Prêt est la première chaîne de restauration aux États-Unis à recevoir un **Œuf d'Or**.

Qizini
PAYS-BAS

Qizini fabrique des produits de commodité depuis 1997, avec pour philosophie d'être une entreprise agroalimentaire respectueuse. Sa politique de durabilité repose sur quatre principes : l'utilisation de produits durables, la chasse au gaspillage alimentaire, la réduction de l'impact climatique et la reconnaissance de l'importance des gens. En remportant un **Œuf d'Or**, Qizini est incontestablement en passe de remplir ses objectifs de durabilité. Il s'est engagé à remplir nos critères relatifs aux œufs d'ici à 2019, mais sa gamme « Love Range » les remplit déjà.

Real
ALLEMAGNE

Real est une chaîne de 300 hypermarchés à travers Allemagne dont les ventes atteignent 8,4 milliards d'euros. Cette chaîne propose tous les types de produits de tous les jours dans un même magasin, et fait partie du groupe Metro. En 2013, en vue de proposer des produits socialement équitables et écologiquement responsables, le groupe Metro a étendu ses activités en matière d'approvisionnement durable, et Real a ajouté à sa gamme des produits portant la nouvelle mention « Für mehr Tierschutz » (« Pour une meilleure protection animale ») dans presque 200 de ses hypermarchés. Real a obtenu un Œuf d'Or pour ses œufs coquille en 2009. Il contribue maintenant à promouvoir la transparence des étiquetages en spécifiant la méthode d'élevage sur les ovoproduits, 85 % de ses produits mentionnant déjà la méthode d'élevage. Real reçoit un **Œuf d'Or** pour son engagement à ne plus utiliser dans ses produits que des œufs issus d'élevages hors-cage.

St Michel
FRANCE

St Michel est une célèbre marque française de biscuits, fabriqués avec des ingrédients naturels et simples. Celle-ci a décidé d'entamer un travail sur le bien-être des animaux d'élevage dans le cadre de ses objectifs de durabilité, en commençant par se fournir en œufs plein air pour sa gamme « Cocottes ». Cette année, la marque St Michel a décidé d'aller plus loin et s'est engagée à utiliser des œufs issus exclusivement d'élevages en plein air, pour toutes ses gammes de biscuits. C'est ce qui lui permet de recevoir un **Œuf d'Or**.

Whole Foods Market
MONDE

Whole Foods Market est le premier distributeur américain à recevoir un **Œuf d'Or** pour son approvisionnement exclusif en œufs hors-cage à la fois pour les œufs coquille et les ovoproduits. Cette politique s'applique également à ses magasins britanniques et canadiens et n'est qu'un exemple du rôle de leader que joue Whole Foods Market dans le domaine du bien-être des animaux d'élevage.

LAURÉATS DES POULETS D'OR

Gran Selezione Pollo dal Piemonte (ValVerde)

ITALIE

ValVerde est une entreprise familiale italienne qui élève des poulets de chair depuis plus de trois générations. ValVerde a d'abord démontré son engagement en faveur du bien-être animal l'an dernier, en s'engageant à remplir les critères des Poulets d'Or sur l'ensemble de son offre. L'entreprise a ensuite franchi une nouvelle étape dans sa prise en compte du bien-être animal avec sa nouvelle marque Gran Selezione, pour laquelle elle reçoit aujourd'hui un deuxième **Poulet d'Or**. La marque de ValVerde Gran Selezione améliore la vie des poulets de chair non seulement en utilisant une moindre densité de peuplement et un environnement enrichi, mais aussi en employant des races à croissance plus lente.

Qizini

PAYS-BAS

Qizini fabrique des produits de commodité depuis 1997, avec pour philosophie d'être une entreprise agroalimentaire respectueuse. Sa politique de durabilité repose sur quatre principes : l'utilisation de produits durables, la chasse au gaspillage alimentaire, la réduction de l'impact climatique et la reconnaissance de l'importance des gens. En remportant un **Poulet d'Or**, Qizini est incontestablement en passe de remplir ses objectifs de durabilité. Il s'est engagé à remplir nos critères relatifs aux poulets d'ici à 2019, mais sa gamme « Love Range » les remplit déjà.

Whole Foods Market

ROYAUME-UNI

Whole Foods Market est né à Austin au Texas, lorsque quatre entrepreneurs locaux ont décidé que l'industrie des produits naturels était prête pour un format supermarché. Depuis l'ouverture de son premier magasin aux Etats-Unis en 1980, Whole Foods Market a traversé l'Atlantique et ouvert 9 magasins au Royaume-Uni. Sa philosophie n'a pas changé et il vend exclusivement du poulet plein air issu d'animaux à croissance plus lente, qui disposent d'un parcours extérieur et de davantage d'espace. C'est pourquoi il remporte un **Poulet d'Or**.

WIESENHOF Privathof – Geflügel

ALLEMAGNE

Sur trois générations, Wiesenhof est passé d'un petit magasin de proximité à la première marque allemande de volaille et un grand nom de l'industrie de la volaille. En 2011, Wiesenhof a lancé la marque Privathof, qui est certifiée par la Deutsche Tierschutzbund (la Fédération allemande pour le bien-être des animaux) avec le label « Für Mehr Tierschutz », ce qui signifie « pour une meilleure protection animale ». Avec Privathof, Wiesenhof garantit de meilleures normes de bien-être pour les poulets, ayant développé cette marque en collaboration avec des scientifiques de l'Institut du bien-être animal, de l'élevage et de l'hygiène des animaux à l'Université Ludwig Maximilian de Munich, ainsi qu'avec les experts de diverses ONG dédiées au bien-être animal. Avec cette marque de poulet, Wiesenhof assure la garantie que les animaux ont une croissance plus lente, davantage d'espace, et des bâtiments enrichis avec des perchoirs et de bottes de paille, ce pourquoi la marque reçoit un **Poulet d'Or**.

LAURÉATS DES VACHES D'OR

Blade Farming

ROYAUME-UNI

Blade Farming fait partie du groupe ABP Food, une des plus grandes entreprises européennes de transformation, qui traite environ un million de bovins par an. Unique au Royaume-Uni, Blade Farming a mis au point la seule chaîne d'approvisionnement en bœuf véritablement intégrée. Avec plus de 20 000 têtes de bétail, c'est aussi une des plus grandes exploitations bovines au Royaume-Uni, la demande de bœuf produit par Blade augmentant d'année en année. Blade Farming reçoit une **Mention d'Honneur aux Vaches d'Or** (catégorie veaux) pour sa garantie d'un élevage plus respectueux du bien-être des veaux.

Groupe Jamie Oliver

ROYAUME-UNI

Le groupe Jamie Oliver possède des restaurants dans le monde entier, y compris au Brésil, au Canada et en Australie. Ceux-ci incluent Jamie's Italian, la chaîne de grills Barbecoa et l'école de cuisine Recipease, pour ne nommer qu'eux. Jamie Oliver lui-même continue d'être une force positive de changement au plan mondial en tant que chef, militant et ambassadeur. L'an dernier, Jamie a apporté son adhésion au Protocole de Milan, qui contribue à sensibiliser l'opinion à l'urgence de relever les défis liés à la mise en place d'un système alimentaire mondial véritablement durable. Récemment, il a aussi mis sur pied une campagne mondiale intitulée « Food Revolution Day » pour l'inclusion d'une éducation alimentaire pratique obligatoire dans les programmes scolaires. Le groupe Jamie Oliver avait déjà été récompensé par un Œuf d'Or, un Poulet d'Or et un Porc d'Or. Il reçoit aujourd'hui une **Vache d'Or** pour son engagement à se fournir en lait produit selon de meilleures normes de bien-être animal, pour tous ses restaurants britanniques.

McDonald's

FRANCE

McDonald's est la plus grande chaîne mondiale de restauration rapide. L'entreprise s'est engagée à améliorer le bien-être animal dans toutes les régions du monde et a déjà reçu un Œuf d'Or pour sa politique d'approvisionnement en œufs hors-cage pour l'ensemble de ses restaurants européens. Cette année, McDonald's France reçoit une **Mention d'Honneur aux Vaches d'Or** pour sa politique d'approvisionnement en lait issus d'élevages garantissant l'accès au pâturage pour toutes les vaches laitières et où les indicateurs clés de bien-être animal sont suivis, et ce pour tous les desserts lactés (milk shakes, glaces, yaourts) vendus dans ses restaurants français.

LAURÉATS DES PORCS D'OR

Denhay

ROYAUME-UNI

Denhay Farms Ltd a été créé en 1952 dans le Sud-Ouest de l'Angleterre. Une de ses marques, « Denhay », produit des jambons secs et fumés avec du porc issu exclusivement d'élevages britanniques en plein air et ayant obtenu l'accréditation « RSPCA Freedom Food ». On trouve Denhay dans les magasins Sainsbury's et Waitrose et en ligne chez Ocado. Denhay reçoit un **Porc d'Or** pour ses politiques d'approvisionnement favorisant le bien-être des porcs et des truies.

Dingley Dell Pork

ROYAUME-UNI

Dingley Dell Pork est un élevage porcin de troisième génération au Royaume-Uni. Dingley fournit des entreprises de restauration, des boucheries, des hôtels et des restaurants. Grâce à ses partenaires dans l'abattage, la transformation et la fabrication, Dingley Dell est en mesure de fournir toute une gamme de viande de porc fraîche et de salaisons aux grands chefs et aux entreprises agroalimentaires au Royaume-Uni, dans les îles anglo-normandes, en Belgique, à Macao, à Hong Kong, à Singapour et à Dubai. Pour son engagement à élever à la fois ses porcs à l'engraissement et ses truies selon de meilleures normes de bien-être, Dingley Dell remporte un **Porc d'Or** cette année.

Fumagalli Industria Alimentari

ITALIE

Fumagalli est un grand producteur de porcs italien qui gère directement l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, de la génétique des animaux jusqu'aux produits finis. La production de Fumagalli est exportée partout dans le monde et fournit des distributeurs tels que Waitrose au Royaume-Uni ou encore Winterbotham Darby. La grande importance que l'entreprise a toujours accordée au bien-être animal est aujourd'hui saluée par CIWF avec une **Mention d'Honneur aux Porcs d'Or** (catégorie truies), qui récompense l'engagement de Fumagalli à améliorer le bien-être des truies qui entrent dans sa chaîne d'approvisionnement.

Whole Foods Market

ÉTATS-UNIS

Whole Foods Market est la première entreprise américaine à recevoir une **Mention d'Honneur aux Porcs d'Or** (catégorie truies) pour sa viande de porc fraîche. Elle interdit le confinement des truies en cases ou cages individuelles à aucun moment de leur vie et impose qu'elles bénéficient d'un environnement enrichi, sans quoi la viande de porc ne peut être vendue dans ses magasins. Nous félicitons Whole Foods Market du maintien de sa position de leader, ainsi que de son engagement continu en faveur du bien-être animal et de la transparence au sein de sa chaîne d'approvisionnement.

Whole Foods Market

ROYAUME-UNI

Whole Foods Market possède neuf magasins au Royaume-Uni. Il y vend du porc issu exclusivement d'élevages en plein air et répondant à des normes strictes de bien-être animal, ce qui lui permet de recevoir un **Porc d'Or**.

LAURÉATS DES TROPHÉES DISTRIBUTEURS 2015

Waitrose

ROYAUME-UNI

Le distributeur britannique Waitrose s'assure de l'origine, des méthodes de production et du contenu de ses aliments vendus dans plus de 320 magasins à travers le pays. Il n'est donc pas surprenant que Waitrose remporte notre **Trophée du Meilleur Distributeur** en 2015. Waitrose a obtenu des scores remarquables dans l'Enquête Grande Distribution 2015 de CIWF, démontrant sa performance dans le domaine du bien-être des animaux d'élevage (porcs, vaches laitières et veaux, poules pondeuses et poulets de chair), ainsi que pour son approche globale du bien-être animal en termes de recherche, de communication et de politique de groupe. Son ambition permanente d'être le meilleur et d'assurer le bien-être des animaux dans ses approvisionnements fait de lui un véritable leader dans ce domaine en Europe.

Coop

SUISSE

Le groupe Coop opère dans les secteurs de la distribution, du commerce de gros et de la production. Au total, le groupe possède environ 2 000 magasins de détail en Suisse et 115 librairies-services de gros en Suisse et dans d'autres pays européens. Coop Suisse fait figure de leader dans le domaine du bien-être des animaux d'élevage depuis de nombreuses années, grâce à ses politiques et engagements forts pour l'amélioration des normes de bien-être dans toute sa chaîne d'approvisionnement. Coop Suisse s'implique également dans de nombreux projets de recherche et étudie des solutions innovantes aux problèmes de bien-être animal les plus pressants. Le groupe reçoit cette année le **Trophée de l'Innovation en GMS** pour ses travaux remarquables sur l'utilisation d'une race de poulet à double fin, les mâles et les femelles pouvant tous deux être élevés pour les productions respectives de viande et d'œufs. A travers cette initiative, Coop Suisse s'attaque à l'une des questions les plus polémiques dans l'industrie des poules pondeuses, à savoir l'élimination des poussins mâles à la naissance.

Colruyt

BELGIQUE

Colruyt est le numéro un de la distribution en Belgique, avec plus de 200 magasins. Ce distributeur discount travaille à l'amélioration du bien-être des animaux d'élevage sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement depuis plusieurs années : il a déjà mis en place de fortes politiques, notamment d'approvisionnement en œufs hors-cage et en lapin produit selon de meilleures normes de bien-être, et pris la décision d'interdire la castration pour tous les porcs qui entrent dans sa chaîne d'approvisionnement. Il a également fait preuve d'une excellente transparence et d'approches innovantes pour sensibiliser ses clients à ces questions de bien-être animal : c'est pourquoi il remporte cette année le **Trophée de la Communication en GMS**.

LAURÉAT DU TROPHÉE « SPECIAL RECOGNITION »

Knorr

MONDE

Avec des ventes annuelles dépassant 4 milliards d'euros et des produits vendus dans 87 pays dans le monde, la marque Knorr est aujourd'hui la marque mondiale d'Unilever la plus vendue, notamment grâce à ses produits les plus emblématiques comme les bouillons cubes et les soupes. Il est important pour Knorr d'assurer la qualité de ses produits de la ferme à l'assiette, et la marque a pris l'engagement ambitieux de s'approvisionner en denrées agricoles brutes d'origine exclusivement durable d'ici à 2020, dans le cadre du programme « Vie Durable » d'Unilever.

CIWF travaille en étroite collaboration avec Unilever et avec la marque Knorr depuis 2013 sur la mise au point de normes mondiales pour son approvisionnement en viande. Knorr veut manifester envers les animaux élevés par ses fournisseurs de viande la même attention et le même égard que ceux que les consommateurs attendent de ses producteurs de légumes. La marque veut être fière de parler de son attention et de son égard pour le traitement des animaux, de la même manière qu'elle parle de son amélioration de la subsistance des éleveurs, et pense qu'il est important que ses clients se sentent rassurés sur l'origine de sa viande, le traitement des animaux et sa capacité à fournir de la qualité pour chacun de ses ingrédients. Ce **Trophée « Special Recognition »** (« Reconnaissance Spéciale ») récompense la détermination, le leadership et le ferme engagement que Knorr a démontrés en entamant un long travail pour améliorer le bien-être animal dans sa chaîne d'approvisionnement à l'échelle mondiale.