



Communiqué de presse

21 septembre 2021

L'Étiquette Bien-Être Animal prend de l'ampleur



Désormais présente dans les rayons de la France entière, l'Étiquette Bien-Être Animal suscite l'intérêt de plus en plus d'acteurs économiques et touche un nombre grandissant d'élevages français. Son développement s'accélère en France et elle intéresse à l'étranger. Avec ses 5 niveaux (de A à E), elle est claire et identifiée par les Français. L'association Etiquette Bien-être Animal présente aujourd'hui ses derniers partenaires, les chiffres clés de son déploiement et une vidéo inédite.

Près d'1 Français sur 3 prend en compte l'Étiquette Bien-être animal

Après son lancement en 2019, l'Étiquette Bien-Être Animal conforte petit à petit sa place dans les supermarchés français et auprès des consommateurs. Répondant à une demande forte des citoyens, de nombreux éleveurs, acteurs de l'amont et de l'aval, veulent rejoindre la démarche pour valoriser leurs productions et afficher leur transparence.

Aujourd'hui, moins de 3 ans après son lancement, l'Étiquette Bien-être Animal c'est déjà :

- Plus de trente gammes de poulets étiquetées dans les rayons
- 7 grandes enseignes de distribution (représentant plus de 60% de la distribution française) et 5 des principaux producteurs de volailles français
- 3000 éleveurs audités, soit près d'un éleveur de poulet français sur trois engagés dans la démarche
- 10% des poulets français et 50% des productions plein air.

« Nous avons envie d'afficher la transparence et l'Étiquette nous permet de valoriser le travail des producteurs français engagés. Le bien-être animal mérite plus que des mots, il doit être évalué de manière rigoureuse. La confiance de nos consommateurs le mérite » Yves de La Fouchardière, Directeur des Fermiers de Loué, pour le collègue producteur.

Et les consommateurs y sont sensibles : d'après une **enquête Omnibus réalisée par Yougov en juin 2021**¹, 29% des Français déclarent prendre en compte l'Étiquette Bien-Être Animal lorsqu'ils font leurs courses. Ils sont également 80% à affirmer être sensibles à la cause animale et plus d'un Français sur deux serait prêt à payer plus cher pour de la viande issue d'élevages respectueux du

¹ Étude Omnibus réalisée par YouGov du 25 au 28 juin 2021 auprès de 1.001 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus. <https://fr.yougov.com/news/2021/07/01/80-des-francais-sont-sensibles-a-la-cause-animale/>

bien-être animal. En 2019, dans l'enquête réalisée dans 7 pays européens par Eurogroup For Animals sur le poulet de chair, 88% des sondés en France déclarent vouloir un étiquetage qui les informe sur les standards de bien-être animal selon lesquels les poulets ont été élevés².

« C'est notre rôle à nous, distributeurs, de faire le pont entre les consommateurs prêts à acheter des produits respectueux du bien-être animal, et les producteurs prêts à renforcer l'intégration de la protection animale dans leurs pratiques » **Matthieu Riché**, Directeur de la RSE du Groupe Casino, pour le collège distributeur.

De nouveaux adhérents de poids

Depuis un an, l'Étiquette a vu des acteurs économiques français de poids s'engager dans la démarche : en 2021, **la Cooperl**, première coopérative porcine française, qui produit 25% des porcs français, **Maître Coq**, acteur majeur de la volaille française avec près d'un millier d'éleveurs et sa marque éponyme bien connue et **Groupe Michel**, premier membre associé, qui met en œuvre les audits sur l'ensemble de leurs filières, au profit d'autres marques privées. Fin 2020, ont également rejoint la démarche **Intermarché**, 4ème distributeur français, **LIDL**, distributeur européen actif sur les démarches d'étiquetage en Europe ainsi que **Herta** et **Fleury Michon**, acteurs majeurs de la transformation charcutière en France. **Franprix** et **Monoprix** auront également bientôt des produits étiquetés.



Des acteurs agroalimentaires qui misent sur une démarche harmonisée et transparente sur le sujet du bien-être animal pour faire progresser les pratiques et éclairer les consommateurs.

Après le travail effectué sur la filière avicole, bientôt le porc

Face à la demande des consommateurs-citoyens, l'objectif est de déployer fortement l'Étiquette Bien-Être Animal, pour intégrer de nombreux élevages français et de plus en plus d'espèces. Avec plus de 60% de la distribution française engagée dans l'Étiquette Bien-Être Animal, l'association prévoit d'étiqueter 25% des poulets français, dont 75% de plein air, d'ici 2025.

² Enquête réalisée par ComRes pour le compte de Eurogroup for Animals auprès de 7090 adultes représentatifs de la population nationale âgés de 18 ans et plus, dans 7 pays de l'Union Européenne entre le 9 janvier et le 22 février 2019 <https://comresglobal.com/polls/eurogroup-for-animals-broiler-chicken-welfare-march-2019/>

« Nous souhaitons que le consommateur soit informé du niveau de bien-être animal sur une large gamme de poulet français et dès 2022, nous souhaitons offrir aux consommateurs le choix des premiers produits porcins étiquetés bien-être animal » **Louis Schweitzer**, Président de l'Association Étiquette Bien-Être Animal.

En collaboration avec le LIT Ouesterel³, un comité technique a été créé pour construire le référentiel de **la prochaine espèce étiquetée : le porc**. L'objectif est de finaliser le référentiel à la fin de l'année 2021, afin d'étiqueter les produits porcins dès 2022.

Répondant à l'ensemble des recommandations du **groupe de travail de la Commission européenne** sur la labellisation du bien-être animal (conclusions publiées en juin 2021), cette étiquette est la seule qui informe les consommateurs à la fois sur le niveau de bien-être animal et sur le mode d'élevage.

L'Étiquette Bien-Être Animal accompagne la transformation des systèmes agricoles : Suivez le mouvement!

Mis en ligne en avant-première le 21 septembre 2021, et diffusé sur les réseaux sociaux, un film présente l'étiquette sur un principe simple : il suffit de suivre le mouvement ! La transformation des systèmes agricoles est en route et cette démarche l'accompagne.

« Cette Étiquette Bien-Être Animal est un levier indispensable pour donner le pouvoir au citoyen d'agir par ses achats. Une fois informé, il peut soutenir certains modèles de production et participer à la transformation des systèmes agricoles » **Agathe Gignoux**, responsable des affaires publiques et juridiques pour CIWF France, pour le collège ONG.

Retrouvez le film ici: <https://www.youtube.com/watch?v=QHRdmvNW9sU>



Contact : Association Étiquette Bien-Être Animal (AEBEA) : contact@etiquettebienetreanimal.fr / 06.86.75.61.19

ÉTIQUETTE BIEN-ÊTRE ANIMAL  www.etiquettebienetreanimal.fr

L'Association Étiquette Bien-Être Animal (AEBEA) en quelques mots : Créée en 2019, l'Association Étiquette Bien-Être Animal est l'organisme de gestion et de contrôle de la démarche d'étiquetage du bien-être animal auprès du consommateur. Initiée par quatre organisations fondatrices (les trois ONG : LFDA, CIWF et OABA ainsi que le Groupe Casino), plusieurs autres structures ont depuis rejoint la démarche : l'ONG de protection animale WELFARM, des organisations de production de poulets de chair (Fermiers du Sud Ouest, Fermiers de Loué, Galliance et Maître Coq) et porcine (Cooperl), des organisations de la transformation (Herta et Fleury Michon) ainsi que les distributeurs Carrefour, les magasins U, Intermarché, Lidl France et les autres enseignes du groupe Casino : Franprix et Monoprix. L'Association est ouverte à tout acteur souhaitant s'engager dans la démarche d'étiquetage.

³ LIT Ouesterel = Le laboratoire d'innovation territorial « Ouest Territoires d'Élevage » porté par INRAE, l'Institut National de Recherche pour l'Agriculture, l'Alimentation et l'Environnement. Plateforme ouverte et collaborative basée sur l'expérimentation en condition réelle, pour et avec les agriculteurs, elle est dédiée aux conditions d'élevage, au bien-être et à la santé des animaux associant l'ensemble des acteurs du territoire.