

MONOPRIX

Information presse

Le 28 juin 2019

Monoprix récompensée par CIWF pour son engagement à respecter le Better Chicken Commitment en faveur du bien-être des poulets de chair *

A l'occasion de la remise des Trophées du Bien-être animal 2019 organisé par CIWF, Monoprix a reçu un Poulet d'Or pour son engagement en faveur du bien-être des poulets de chair : elle devient la première enseigne française généraliste à s'engager pour le Better Chicken Commitment. Créé par 28 ONG européennes, cet appel vise à améliorer les conditions d'élevage et d'abattage des poulets de chair. D'ici 2026, ce sont 100% des approvisionnements de Monoprix en poulets de chair frais et élaborés à marque propre qui seront concernés.

LES POULETS D'OR RECOMPENSENT LES ENTREPRISES ENGAGÉES

Le Poulet d'Or est une distinction accordée par l'ONG CIWF aux entreprises qui ont une politique d'approvisionnement en poulet responsable.



C'est le 27 juin, au cours de la Cérémonie de remise des Trophées du Bien-être animal à Bruxelles, que Yvan Chamielec, chef du département Qualité Monoprix, s'est vu remettre le Poulet d'Or pour l'engagement de l'enseigne à adhérer au Better Chicken Commitment.

« Chez Monoprix, nous avons la volonté de progresser dans une réelle démarche de qualité et de respect du bien-être animal pour proposer à nos clients une offre plus responsable. Notre enseigne porte ainsi une attention particulière aux conditions de fabrication et d'élevage des produits proposés dans ses magasins, pour continuer de rendre le bon accessible à tous ! Aujourd'hui, nous sommes fiers d'être la 1^{ère} enseigne de distribution généraliste en France à nous engager plus avant encore en signant le Better Chicken Commitment afin d'améliorer significativement les standards d'élevage et d'abattage de la filière poulet de chair » déclare Yvan Chamielec.

** Poulet élevé pour l'alimentation*

Monoprix est une enseigne du GROUPE CASINO

BETTER CHICKEN COMMITMENT, UN APPEL EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE ANIMAL

Porté par 28 ONG en Europe, le Better Chicken Commitment est un appel à mieux prendre en compte le bien-être animal en faisant évoluer les conditions d'élevage et de d'abattage des poulets de chair.

Monoprix, enseigne engagée depuis de nombreuses années, a fait le choix de signer cet appel et s'engage ainsi à respecter ses critères pour 100% de ses approvisionnements en poulets de chair à marque propre d'ici 2026. Une première pour un distributeur généraliste français !

MONOPRIX

S'ENGAGE POUR LE BIEN-ÊTRE DES POULETS DE CHAIR

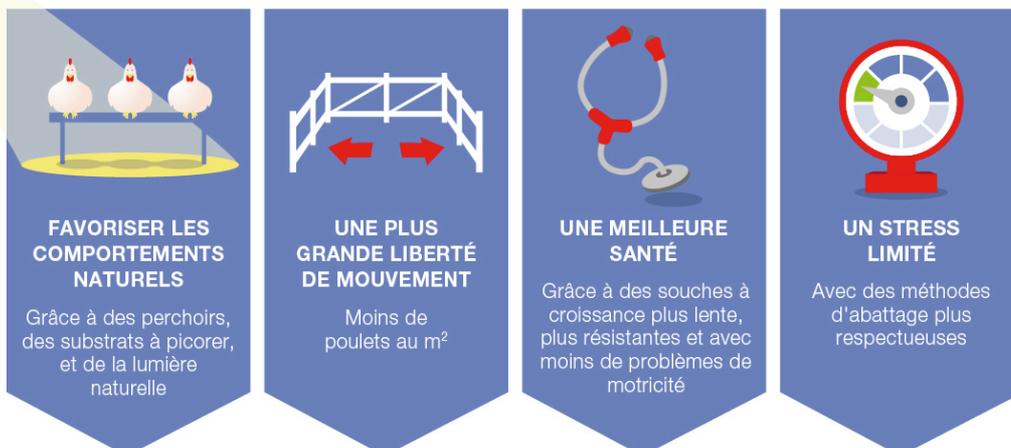
JUIN 2019

Monoprix signe le Better Chicken Commitment 2026



BETTER CHICKEN COMMITMENT 2026

Un appel à améliorer le bien-être des poulets de chair avec **des objectifs clairs**



AU FINAL, DES POULETS PLUS ACTIFS, EN MEILLEURE SANTÉ ET QUI DONNENT **UNE VIANDE DE MEILLEURE QUALITÉ !**

L'appel a été créé avec des objectifs et des conditions clairs :

- Dès le choix des espèces, il est impératif de sélectionner des poulets à croissance plus lente qui pourront grandir de façon harmonieuse. Plus robustes, ces poulets réduiront les risques de maladies cardiovasculaires, de problèmes de motricité ou encore de sensibilité aux maladies et nécessiteront donc moins de soins vétérinaires.
- Les poulets grandiront ensuite dans des conditions favorisant les comportements naturels : les élevages sont moins denses qu'en conditions conventionnelles (maximum 30 kg/m²), la lumière naturelle est privilégiée, les oiseaux ont accès à des perchoirs et peuvent picorer. Aucune cage ou système à étage n'est autorisé.
- Enfin, l'abattage doit être réalisé sans cruauté.

Pour une transparence maximale, les élevages engagés font l'objet, chaque année, d'un audit externe attestant du strict respect de ces critères.

MONOPRIX, UN ENGAGEMENT CROISSANT POUR LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Depuis plusieurs années, Monoprix s'illustre en prenant des engagements forts pour la défense du bien-être animal. Depuis 2014, Monoprix s'assure de la traçabilité de son lait via la sélection de fermes françaises engagées en matière de bien-être des vaches laitières qui ont toutes accès au pâturage 3 à 6 mois dans l'année. Dès 2016, Monoprix a retiré de tous ses rayons les œufs issus d'élevage en cages.

Puis en 2018, l'enseigne a déployé au niveau national les œufs bio de la marque PouleHouse, « l'œuf qui ne tue pas la poule ». Dans le même temps, ce sont les poulets de rôtisserie qui ont bénéficié d'un cahier des charges exemplaire. Ces poulets sont désormais originaires du Sud-Ouest, 100% bio, garantis alimentés sans OGM (<0,9%) et élevés sans traitement antibiotique, 81 jours au minimum en plein air*. Sur la mode, après la suppression de l'angora en 2016, le mohair sera supprimé de toutes les collections Monoprix dès l'année prochaine.

**Conformément au mode de production biologique*

A propos de Monoprix

Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers 3 formats d'enseigne (Monoprix, monop' et Naturalia). Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2018, 5 milliards d'euros d'activités. Pionnier de la livraison à domicile développée par l'enseigne dès 1990, Monoprix réalise aujourd'hui plus de 3 millions de livraisons par an, dans plus de 150 villes en France. Après avoir créé le Click & Collect il y a plus de 3 ans, la marque innove pour toujours plus de service clients avec le Lâcher de chariot en magasin (puis livraison et paiement à domicile), 'Shop1h' (livraison à pied en moins d'1 heure), 'Shop & Give' (don alimentaire et recyclage d'ampoules et piles à domicile), Coupe-File (paiement sur smartphone sans passage en caisse), liste de courses intelligente... Le plaisir des courses sans la contrainte. Pour plus d'informations, www.entreprise.monoprix.fr

CONTACTS PRESSE :

Monoprix – Caroline Banoun-Favriel
cbanounfavriel@monoprix.fr – 01 78 99 81 57

Thomas Marko & Associés – Sylvain Camus
monoprix.corporate@tmarkoagency.com - Port. : 06 12 16 38 60

Monoprix est une enseigne du GROUPE CASINO