



POLITIQUE DU GROUPE CASINO EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE ANIMAL



MIEUX
CONSOMMER

MIEUX
MANGER | PRODUIRE

GRUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



POLITIQUE DU GROUPE CASINO EN FAVEUR DU **BIEN-ÊTRE ANIMAL**

La politique de Responsabilité Sociale, Sociétale et Environnementale du groupe Casino a pour ambition de proposer des modes de consommation responsable, et d'améliorer la durabilité de son modèle d'affaires en soutenant la confiance accordée par les principales parties prenantes avec lesquelles il entretient un dialogue constant.



LES ENJEUX

Pouvoir consommer des produits plus respectueux du bien-être des animaux du début à la fin de leur vie est une demande forte pour bon nombre de consommateurs, qui nécessite de participer à l'amélioration des pratiques d'élevage, de transport et d'abattage.

98%

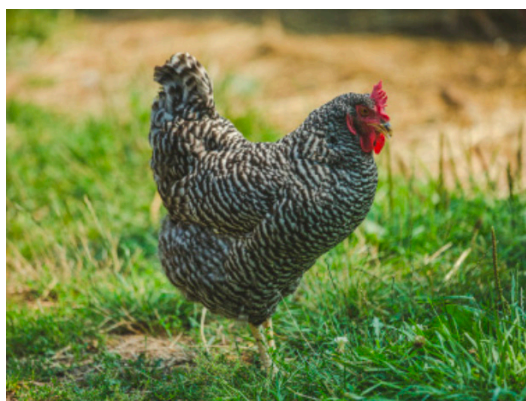
des Français considèrent le bien-être des animaux d'élevage comme **important voire très important**¹.

Le bien-être animal prend en compte la santé, l'état physique et mental de l'animal, la satisfaction de ses besoins physiologiques et de

ses attentes ainsi que la possibilité d'exprimer son comportement naturel. Les animaux sont des êtres vivants doués de sensibilité, qui peuvent ressentir des émotions négatives et positives.

Le respect de ces différents critères doit être présent **tout au long de la vie de l'animal** : depuis sa naissance jusqu'à sa mort, en passant par l'élevage et le transport.

Le terme de **protection animale** est souvent préféré pour évoquer le respect de l'animal au moment de l'abattage.



Depuis 2015,

le code civil français reconnaît les animaux comme des
« **êtres vivants doués de sensibilité** ».

¹ Sondage Statista sur la cause animale, 2015.

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE CASINO EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE ANIMAL

Le Groupe s'engage en faveur du bien-être animal au niveau de ses chaînes d'approvisionnement et de l'offre en magasins. Les équipes internes sont sensibilisées à cet enjeu et travaillent au quotidien pour intégrer davantage d'exigences garantissant un meilleur bien-être des animaux.

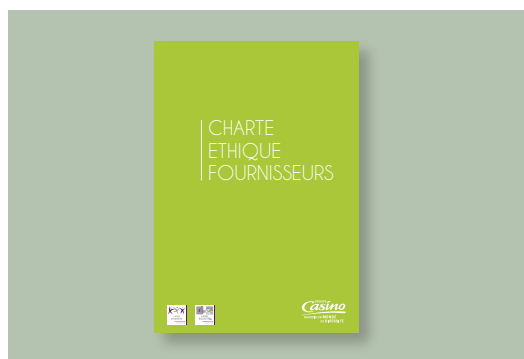
1. PROMOUVOIR LA CLAUSE BIEN-ÊTRE ANIMAL DE LA CHARTÉ ÉTHIQUE

Le Groupe demande à ses fournisseurs dans toutes les régions dans lesquels ils sont présents de garantir le bien-être animal tout au long de la vie de celui-ci. Cet engagement est inscrit au sein de la **charte éthique** du Groupe à laquelle doivent adhérer les fournisseurs à marques propres.

Le Groupe encourage ses fournisseurs à rechercher systématiquement une alternative techniquement, éthiquement et économiquement acceptable à la pratique des mutilations de routine, en particulier : castration, écornage, caudectomie, époinçage. En cas de maintien de ces pratiques, la prise en charge de la douleur doit être complète (anesthésie ou analgésie).

Pour l'élevage de porcs, le groupe Casino interdit la castration à vif * et encourage ses fournisseurs à tester différentes alternatives à la castration chirurgicale, telles que l'élevage de mâles entiers et l'immuno-castration en prenant en compte l'acceptabilité des consommateurs et l'état de l'art scientifique.

Enfin, il s'engage à ne pas recourir au clonage,



aux modifications génétiques, aux promoteurs de croissance et aux antibiotiques utilisés en tant que promoteur de croissance sur l'ensemble de ses produits issus de filières animales en France*.

Le groupe Casino soutient la mise en place d'un étiquetage harmonisé du bien-être animal sur les produits.

Le groupe Casino peut décider de mettre un terme immédiat à toute relation commerciale ou à un contrat si le fournisseur contrevient aux principes énoncés dans sa Charte éthique et/ou refuse de prendre les mesures nécessaires pour résoudre les non conformités portées à sa connaissance.

** conformément à la réglementation en vigueur*

2. SENSIBILISER AUX ENJEUX DU BIEN-ÊTRE ANIMAL

Depuis 2020, le groupe Casino a créé un parcours de sensibilisation au bien-être animal pour ses collaborateurs qui permet d'expliquer les principaux enjeux des filières.

3. DÉVELOPPER L'OFFRE DE PRODUITS AVEC DE MEILLEURS STANDARDS EN FAVEUR DU BIEN-ÊTRE ANIMAL ET L'OFFRE ISSUE DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Au-delà des engagements vers l'amont des filières, le groupe Casino s'engage également auprès de ses clients en proposant une offre variée de produits carnés ou laitiers plus respectueux du bien-être animal. Cette offre s'appuie sur des cahiers des charges stricts (Label Rouge, Bio).

Une dizaine d'hypermarchés et supermarchés Casino arborent des rayons boucheries traditionnelles **proposant exclusivement de la viande issue de l'Agriculture Biologique et une trentaine avec des rayons boucheries 100% Label Rouge.**

100% des poulets proposés par Monoprix au sein de ses rayons traditionnels sont Label Rouge ou issus de **l'agriculture biologique.**

4. SOUTENIR LA MISE EN PLACE D'UN ÉTIQUETAGE DU NIVEAU DE BIEN-ÊTRE ANIMAL DES PRODUITS

Le groupe Casino a co-créé un étiquetage dédié au Bien-être animal, en partenariat avec 3 ONG de protection animale. Apposé sur les produits, cet étiquetage permet au consommateur de **pouvoir choisir des produits plus respectueux du bien-être animal.** L'ambition de cet étiquetage est d'être étendu à un maximum de produits, dans le plus grand nombre de magasins en France.

5. ACCOMPAGNER NOS FOURNISSEURS VERS DE MEILLEURES PRATIQUES

En 2019, le groupe Casino a créé l'outil **Responsables Ensemble** visant notamment à établir un état des lieux des pratiques des différentes filières animales, identifier et suivre les plan de progrès.

Cet outil est progressivement déployé pour nos produits à marques propres.





DES FILIÈRES ANIMALES QUI PRENNENT MIEUX EN COMPTE LE BIEN-ÊTRE ANIMAL

Les poules pondeuses

Depuis
2020,

100% des œufs à marque propre et à marque nationale commercialisés dans nos magasins en France sont issus de poules élevées hors cages.

En 2025, l'ensemble des produits à marques propres seront fabriqués à partir d'œufs de poules élevées hors cage.

Dès **2013**, **Monoprix** s'est engagé en faveur des poules pondeuses en **commercialisant uniquement des œufs de poules élevées en plein air sur ses marques propres**. En **2016**, l'enseigne a étendu cet engagement avec des œufs issus d'élevage hors cages aux **marques nationales également**.

En 2017, les enseignes Casino et Franprix ont suivi le pas en s'engageant à **ne plus commercialiser d'œufs de poules élevées en cages dès 2020**, pour les marques propres et les marques nationales.

Cet engagement a été étendu aux ovoproduits (c'est-à-dire aux œufs ajoutés en tant qu'ingrédient dans les produits) : **d'ici 2025, les produits à marques propres des enseignes du Groupe en France ne seront fabriqués qu'à partir d'œufs de poules élevées hors cage**.

Les poulets de chair

En 2018, l'enseigne Casino a déployé le **premier étiquetage en France sur le niveau de bien-être animal** des poulets de chair en partenariat avec 3 ONG de protection animale. Cet étiquetage permet au consommateur de connaître le degré de respect du bien-être animal tout au long de sa vie via une information positionnée sur l'étiquette poids/prix du produit. L'objectif du Groupe est d'étendre cet étiquetage sur un maximum de produits en magasins et d'augmenter à terme la part des produits notés A, B ou C en magasins. D'autres acteurs ont rejoint la démarche depuis sa création parmi lesquels des distributeurs et des organismes de production.



De son côté, l'enseigne Monoprix a pris plusieurs engagements en faveur du bien-être animal des poulets de chair. Depuis octobre 2018, Monoprix commercialise uniquement des poulets ayant des souches de croissance intermédiaire ou lente sur l'ensemble de ses marques propres. De plus, tous les poulets vendus en rôtissoire sont issus de l'agriculture biologique.



En juin 2019, Monoprix a été la **première enseigne française à s'engager à respecter l'ensemble des critères du Better Chicken Commitment¹** d'ici 2026, pour l'ensemble de ses produits bruts et élaborés (contenant plus de 50% de poulet) à marques propres. Le Better Chicken vise à améliorer significativement les conditions d'élevage et d'abattage de l'ensemble des poulets de chair (baisse des densités, souches à croissance plus lente, enrichissement du milieu avec par exemple des perchoirs, lumière naturelle dans les bâtiments d'élevage, méthodes d'abattage plus respectueuses, ...).

Les enseignes Casino se sont engagées en novembre 2019 à ce que **d'ici 2026, 100% des poulets commercialisés² sous leurs marques distributeurs soient étiquetés niveau « C - Assez bien » ou plus, de l'étiquetage bien-être animal³, mis en place par le groupe Casino et 3 ONG de protection animale - LFDA, CIWF et OABA, engageant à limiter le transport des poulets à un maximum de 8 heures (niveau C), 6 heures (niveau B) et 4 heures (niveau A).**

¹ <https://welfarecommitments.com/europe/letter/fr>

² Cet engagement concerne l'ensemble des produits de poulets de chairs bruts à marques de distributeur Casino

³ <http://etiquettebienetreanimal.fr>

⁴ <https://www.ciwf.fr/>

En cohérence avec cet engagement, la marque Casino a signé avec le CIWF⁴, le Better Chicken Commitment¹ porté par une trentaine d'ONG de protection animale européennes afin d'améliorer les standards d'élevage et d'abattage de la filière poulet de chair (dont avoir une densité d'élevage maximale de 30kg/m², de la lumière naturelle, au moins deux mètres de perchoirs utilisables et deux substrats à picorer pour 1000 oiseaux, un système d'étourdissement par atmosphère contrôlée, etc.). Par cette signature, les enseignes Casino s'engagent à respecter les critères du Better Chicken Commitment¹ pour tous les produits bruts et élaborés (contenant plus de 50% de poulet) à marque de distributeurs Casino⁵ d'ici à 2026 au plus tard.

En février 2020, l'enseigne franprix s'est engagée à son tour à déployer l'étiquetage bien-être animal sur toutes les références de poulet de chair brut à la marque de distributeur Franprix, et à ce que 100% des références citées atteignent au minimum le niveau « C - Assez Bien », d'ici 2026. À cette occasion, l'enseigne Franprix devient elle aussi signataire du Better Chicken Commitment. Elle prend ainsi l'engagement qu'à fin 2026 au plus tard, l'ensemble de ses produits de poulets de chair brut et élaborés (contenant plus de 50% de poulet) à la marque de distributeur Franprix⁶ respectent les critères du Better Chicken Commitment¹.



⁵ Cet engagement concerne les marques de distributeur de Distribution Casino France : Casino, Terre et Saveurs, Casino Bio, Casino Délices, Tous les jours et n'inclut pas les marques nationales.

⁶ Périmètre d'application : cet engagement concerne uniquement les produits à la marque de distributeur franprix

Les vaches laitières

Dès 2014, Monoprix s'est engagé en faveur des vaches laitières en définissant un cahier des charges exigeant en matière de bien-être animal (accès aux pâturages pour toutes les vaches en été, vaches en liberté à l'étable, suivi d'indicateurs clés).

Les vaches ont accès aux pâturages de 4 à 6 mois par an. Elles ne sont pas attachées et des indicateurs du bien-être des vaches sont suivis dans tous les élevages.

Depuis 2019, Franprix commercialise sur ses marques propres uniquement des laits issus de vaches ayant accès aux pâturages (à minima 150 jours par an).

Le groupe Casino propose dans ses enseignes une large gamme de lait issu de l'Agriculture Biologique à marque Casino Bio, Franprix Bio, Monoprix Bio et à marque nationale, qui garantissent un accès aux pâturages permanent dès que les conditions météorologiques le permettent.

Le groupe Casino continue à travailler avec ses fournisseurs pour encourager l'accès aux pâturages des vaches laitières dès que cela est possible.



Les lapins

En 2017, Monoprix s'est engagé à se fournir **intégralement en élevages de lapins élevés en parcs d'ici 2022**, afin de ne plus recourir au système de production en cages. Cet engagement garantit aux lapins plus d'espace de vie, des sols plus confortables et un environnement enrichi, afin de permettre à l'animal d'exprimer les comportements naturels propres à son espèce.

Depuis fin 2020, tous les lapins à marque Monoprix sont élevés en parcs.

L'enseigne s'engage à limiter la durée de transport des lapins à 4h, ainsi qu'à procéder à un étourdissement systématique avant abattage.

L'enseigne Casino a développé plusieurs filières de production : elles garantissent une contractualisation de plusieurs années avec les producteurs tout en s'adossant à des exigences spécifiques en matière d'élevage, portant entre autres sur le bien-être animal :



La filière de **génisses**
dans le Massif Central ¹



La filière de **génisses**
de nos régions ²



La filière de **d'agneaux**
dans le Massif Central ³

¹ 4 mois de pâturages minimum.

² 4 mois de pâturages minimum.

³ Densité par loge et nombre total d'animaux par bâtiment limités, suivi des paramètres d'ambiance.

SOUTENIR L'OFFRE DE PRODUITS BIO EN MAGASINS



Les cahiers des charges de l'**agriculture biologique garantissent un niveau d'exigence élevé en matière de bien-être animal**. Toutes les enseignes du Groupe oeuvrent au maximum pour porter le déploiement de ce cahier des charges en magasins sur l'ensemble des filières de productions animales, notamment via leur marque propre Casino Bio, Monoprix Bio, Monoprix Bio Origines, Franprix Bio.

L'ambition du Groupe est de soutenir la part des produits bio en magasins et des produits les plus respectueux du bien-être animal.





DÉVELOPPER L'OFFRE DE PRODUITS ISSUS D'ANIMAUX ÉLEVÉS SANS TRAITEMENTS ANTIBIOTIQUES

Recours raisonné aux antibiotiques

L'enseigne Casino propose à ses clients plusieurs gammes de poulet, de porc, de crevettes, d'œufs de poules élevées en plein air et de saumon élevés **sans recours à des traitements antibiotiques**.

Eviter le recours à ces traitements **nécessite un soin et une attention plus importants vis-à-vis des animaux** tout au long de leur vie. Un tel engagement implique donc un respect strict du bien-être animal afin d'éviter toute nécessité de traitement. Le groupe Casino s'engage à ne pas utiliser d'antibiotiques en prophylaxie et métaphylaxie en routine pour :

- les poulets à marque Casino (Casino Terre & Saveurs, Casino, Casino Bio) et Monoprix
- les saumons et crevettes à marque Casino Terre & Saveurs
- les saumons, bars et truites du rayon marée à marque Monoprix
- le jambon cuit à marque Monoprix, etc... La démarche d'élevage sans traitements antibiotiques du porc concerne toute la durée de vie de l'animal. De son côté, l'enseigne Monoprix propose aussi une gamme de produits d'animaux élevés sans traitements antibiotiques : saumon, bar et truite du rayon marée, poulets et jambon cuit.



Engagements pour le textile

En France, nos enseignes ne commercialisent pas de **fourrure**.

Engagement sur la détergence

Les produits de détergence Monoprix Je Suis Vert sont certifiés Leaping Bunny (<https://www.leapingbunny.org/>), un label garantissant que de nouveaux tests animaux ne seront pas menés.



L'INFORMATION AU CONSOMMATEUR : UN ÉLÉMENT CLÉ POUR FAIRE ÉVOLUER LES PRATIQUES

Choisir ses produits de façon éclairée nécessite d'avoir une **information fiable sur les produits en magasins**. Convaincu qu'il existe une demande croissante des clients pour ce type d'information sur le bien-être animal, le groupe Casino s'est engagé dans le déploiement d'un **étiquetage des produits spécifique au bien-être animal**.

Il s'agit d'une **initiative pionnière en France** : jusqu'alors, aucun étiquetage dédié au bien-être animal n'existait sur les produits en France ; seul un étiquetage sur les modes d'élevage était disponible pour les œufs vendus en magasins, sans pour autant qu'il puisse systématiquement être corrélé avec un niveau de bien-être animal.



Pour porter cette démarche d'étiquetage du bien-être animal, le Groupe s'est associé en mai 2017 à **3 ONG**, expertes du bien-être et de la protection animale en France : le **CIWF**, la **LFDA** et l'**OABA**. **Welfarm** a rejoint le groupe ONG en 2019.



Après un travail de plus de 18 mois, les premiers produits étiquetés sont sortis dans les magasins en décembre 2018, pour commencer sur les poulets à marque Casino Terre & Saveurs®.

Dès le début, l'objectif a été de définir un étiquetage fiable, fondé sur l'expertise d'ONG indépendantes, et adossé à des **contrôles externes sur toutes les étapes de la vie de l'animal**. Par exemple, la durée de transport est limitée à 4h maximum pour les poulets étiquetés A et à 6h maximum pour les poulets étiquetés B. Cet étiquetage a eu dès lors l'ambition de se déployer sur n'importe quel produit en France voire en Europe, au-delà des magasins Casino. Il a pour vocation de s'étendre à d'autres filières animales.

Pour porter ce déploiement et pour permettre à de nouveaux acteurs de se rallier à cette démarche, l'**Association Etiquette Bien-Être Animal** a été créée en février 2019, dont le groupe Casino est membre. Des réunions de travail régulières avec l'ensemble des membres de l'association permettent de faire avancer la démarche. A ce titre, de nouveaux produits sous d'autres marques que celles de Casino sont déjà étiquetés en magasins.

Depuis 2020, l'étiquetage bien-être animal a été déployé sur les poulets à marques Casino, Casino Bio, Terres & Saveurs, Monoprix Bio origines, Monoprix Bio, Monoprix Gourmet et Franprix.

En savoir plus : www.etiquettebienetreanimal.fr



Plus de
90 %

des français sont intéressés par un étiquetage des modes d'élevages sur la viande et les produits laitiers¹. Ils souhaitent notamment que cet étiquetage intègre des informations relatives à l'alimentation des animaux, à leur hébergement ainsi qu'à la prise en compte du bien-être animal.

¹ Sondage INC CNA 2018 sur l'étiquetage des modes d'élevage.





UNE RECONNAISSANCE EXTERNE DES ENGAGEMENTS DU GROUPE



L'engagement du Groupe vis-à-vis du bien-être animal est évalué chaque année par le **BBFAW** (Business Benchmark on Farm Animal Welfare)¹.



En 2020, le Groupe a obtenu le **niveau 3**, se positionnant parmi **les meilleurs distributeurs français** dans ce classement. En 2022, il a obtenu le **niveau 4**.

Les engagements du Groupe en faveur du bien-être animal ont été récompensés à plusieurs reprises lors des **Trophées Bien-Etre Animal** qui ont été remis par le **CIWF** à différentes enseignes :

Casino a été lauréat du **prix Daniel Tixier de la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC en juin 2019** pour sa démarche d'étiquetage du bien-être animal. L'enseigne a également reçu un **trophée LSA « La conso s'engage » en septembre 2019** pour cette même initiative.

Dans le cadre des **Grands Prix ESSEC** du Commerce Responsable, le groupe Casino a reçu, début **février 2020**, le prix « **Services et Information au Bénéfice du Consommateur** » pour son étiquetage bien-être animal.

¹ Le BBFAW est un classement mondial des entreprises agroalimentaires selon leur niveau de transparence, leur politique et leur performance sur le bien-être animal.



Monoprix 2014



Monoprix 2016



Monoprix 2017



groupe Casino 2017



Casino 2019



Monoprix 2019



Franprix 2019



Franprix 2019



Franprix 2020

NOS POLITIQUES



Politique du groupe Casino
en faveur du Bien-être animal



Politique RSE
du groupe Casino



Politique du groupe Casino
en faveur de la réduction
de l'impact environnemental
des emballages



Politique du groupe Casino
en faveur du climat,
de la biodiversité et de
l'environnement



Politique nutrition santé
du groupe Casino



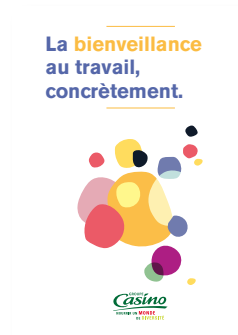
Politique pêche-aquaculture
du groupe Casino



Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes



Engagements du groupe Casino en faveur de la promotion de la Diversité



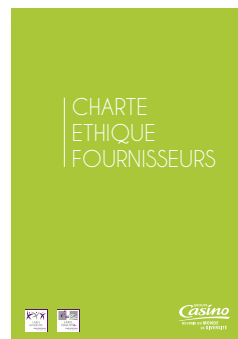
La bienveillance au travail, concrètement.



Document d'Enregistrement Universel 2022



Plan de vigilance 2022



Charte éthique fournisseurs



Rapport Annuel GPA 2022



Rapport de Développement Durable Éxito 2022

groupe-casino.fr

 @Groupe_Casino

 Groupe Casino

 groupecasino

UN PAS
de plus

Retrouvez nos actions sur [#unpasdeplus](https://twitter.com/Groupe_Casino)

Direction RSE groupe Casino - Janvier 2024

