



1^{ER} RAPPORT SUR LE BIEN ETRE ANIMAL

La notion de bien-être animal est une composante de la qualité et de notre marque. Elle nous engage vis-à-vis du consommateur. Nous sommes attentifs à ce que le bien-être animal soit une des priorités prises en compte lors du développement de nos produits.

Ce premier rapport fournit une vision de nos actions et de la performance de notre offre en matière de bien-être animal. Il s'enrichira périodiquement pour couvrir, à terme, un maximum de denrées alimentaires et non alimentaires d'origine animale.

Les chiffres sont exprimés en pourcentage des ventes TTC tous formats de magasins confondus (hypermarchés, supermarchés, drive, proximité).

Les critères notés « non évalué » signifient que les moyens de maîtrise et d'évaluation sont en cours de déploiement (cahier des charges / audits / indicateurs). Ils feront l'objet d'une évaluation future.

NOTRE DEMARCHE EN TERMES DE BIEN-ETRE ANIMAL

- 1- Veiller à la prise en charge de la notion de bien-être animal selon notre [politique groupe](#)
- 2- **Inform**er le consommateur sur la provenance et le mode de production des produits, la spécificité et la plus-value des produits présentant des plus pour le bien-être animal et proposer des produits alternatifs aux productions conventionnelles.
- 3- **Valoriser les producteurs** intégrant une démarche « bien-être animal » positive par la mise en place de partenariats durables associant une filière et un distributeur, particulièrement au travers des « Filière Qualité Carrefour ».
- 4- Participer à la promotion des bonnes pratiques d'élevage, **inciter et accompagner** les changements de pratiques.
- 5- Favoriser l'information et la **formation de toutes les personnes** intervenant dans la filière de production : de l'éleveur à l'abatteur en passant par le transporteur et les bouchers.
- 6- Développer un **dialogue constructif** avec les producteurs, les associations de protection des animaux.

FAITS MARQUANTS 2020

• **Etiquetage du niveau de bien être animal des 1^{er} poulets Carrefour et trophée de l'OABA pour cette initiative,**

• **Engagement au Better Chicken Commitment et renforcement de l'enrichissement des poulaillers avec de la lumière, des perchoirs et des objets à piquer,**



• **1^{er} sexage en France de poules pondeuses par spectrophotométrie pour mettre fin à l'abattage des poussins mâles,**

• **Lauréat 2020 de la « Mention d'honneur Lapin d'or » du CIWF pour notre engagement à convertir l'élevage des lapins en cages par des enclos aménagés d'ici 2023.**



Sommaire

1. Abréviations	3
2. Les produits Carrefour	3
3. Œufs de poules, ovoproduits, œufs de cailles	4
4. Lapin	5
5. Poulet	6
6. Porc	7
7. Lait de vache	8
8. Bœuf	9
9. Saumons, truites	10
10. Cheval, zèbre, kangourou, crocodile	11
11. Carrefour Veggie	11
12. Textiles et produits d'entretien	12

1. Abréviations

AEBEA	Association Etiquetage Bien Etre Animal
BCC	Better Chicken Commitment
CIWF	Compassion In World Farming
FQC	Filière Qualité Carrefour
LS	rayon de vente en libre service
MDC	marques de Carrefour
MN	marques nationales
OABA	Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoir
RDS	Responsible Down Standard

2. Les produits Carrefour

Tous les produits aux marques de Carrefour sont encadrés par un cahier des charges précis. Des audits indépendants et/ou des analyses sont réalisés régulièrement pour s'assurer du respect de nos spécifications.

Carrefour privilégie très largement les produits animaux locaux sauf en l'absence de production disponible sur le territoire. Le recours aux stimulateurs de croissance (hormones...), au clonage ou aux animaux génétiquement modifiés est interdit.

Nos principales marques



3. Œufs de poules, ovoproduits, œufs de cailles

Objectifs : 100% d'œufs de poules élevées hors cages en 2025
 100% d'ovoproduits non issus de poules élevées en cages en 2025
 100% d'œufs de cailles élevées en volières

Performance (12 mois au 01/06/2020) :

	06/2020	Commentaire
Œufs de poules (marques de Carrefour hors 1^{er} prix)		
origine France	100%	
élevage plein air et bio	87%	Accès extérieur avec parcours arborés
élevage au sol	13%	100% des bâtiments équipés d'un jardin d'hiver
élevage en cages	0%	
épointage du bec	Non évalué	
poules issues du sexage in ovo	<5%	objectif 100%
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	dont œufs FQC de poules « élevées sans traitement antibiotique pendant la période de ponte »
alimentation sans OGM <0,9% et 100% végétale, minérale et vitaminique	100%	
Toutes marques (MN, MDC, 1^{er} Prix)		
élevage en cages (œufs de poules)	16%	objectif 0% d'ici 2025
élevage au sol (œufs de poules)	12%	
élevage plein air et bio (œufs de poules)	72%	
élevage en cages (œufs de cailles)	100%	
élevage en volière (œufs de cailles)	0%	objectif 100% sur marque de Carrefour en 2020
Produits à marque Carrefour contenant des ovoproduits		
nombre de références avec ovoproduits	1312	Quel que soit le %
ovoproduits issus d'œufs sol, plein air, bio	28%	objectif 100% d'ici 2025

4. Lapin

Objectif :

100% de viande de lapin à nos marques issue d'animaux élevés sans cage, dans des enclos aménagés en 2023.

Performance (12 mois au 01/01/2020): viande fraîche – LS et TRAD

	01/2020	Commentaire
Viande de lapin (toutes marques de Carrefour dont 1^{er} prix)		
origine France	100%	
élevage en cages	>98%	
élevage en enclos	<2%	objectif 100% en 2023
Enrichissement spécifique des enclos (objet à ronger, cachette, lumière naturelle, sol confortable)	Non évalué	objectif 100% en 2023
faible densité (≥800 cm ² /lapin)	Non évalué	Objectif 100% en 2023
Alimentation sans OGM <0,9% et 100% végétale minérale et vitaminique	Non évalué	Objectif 100% en 2023
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	dont lapin FQC « sans utilisation d'antibiotique à partir du sevrage »
nombre d'abattoirs	4	
nombre d'abattoirs avec vidéo-contrôle	0	
abattage avec étourdissement	100%	
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	100%	
transport <8h	100%	réglementation
Toutes marques (MN, MDC)		
élevage sans cages	<2%	FQC / Nouvelle Agriculture / Lapin & Bien

5. Poulet

Objectifs :

100% des poulets et découpes de poulets respectent les critères du BCC en 2026

100% des produits > 50% de poulets respectent les critères du BCC en 2026

100% étiquetage des poulets à nos marques selon le référentiel AEBEA

Performance (12 mois au 01/01/2020): viande fraîche non transformée – entier et découpe – LS

	01/2020	Commentaire
Poulets et découpes de poulet (toutes marques de Carrefour dont 1^{er} prix)		
origine France	100%	
faible densité en bâtiment (<30 Kg /m ²)	31%	Objectif 100% en 2026
enrichissement spécifique des poulaillers (perchoirs, objets à piquer, lumière naturelle)	Non évalué	En cours de déploiement avec étiquetage AEBEA
élevage en plein air	31%	bio et fermier label rouge
souche à croissance lente ou intermédiaire	71%	bio, fermier label rouge et certifié
utilisation raisonnée d'antibiotique	100%	dont Poulet FQC « élevé sans traitement antibiotique »
alimentation sans OGM <0,9%	71%	
Alimentation 100% végétale, minérale et vitaminique	100%	
nombre d'abattoirs	29	
nombre d'abattoirs avec vidéo-contrôle	4	+ 4 engagés
abattage avec étourdissement préalable	100%	
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	100%	
transport <8h	100%	réglementation
Poulets et découpes de poulet (toutes marques : MN / MDC / 1^{er} prix)		
faible densité en bâtiment <30 Kg /m ²	32%	bio et fermier label rouge
élevage en plein air	32%	bio et fermier label rouge
souche à croissance lente ou intermédiaire	>54%	
Produits Carrefour à base de volaille (poulet/dinde)		
nombre de références	148	81% volaille origine France 19% volaille origine UE

En savoir plus sur la filière volaille Française et les 6 engagements de son « Pacte Ambition 2025 »

<https://www.filières-avicoles.com/actualites/lancement-du-pacte-ambition-anvol-2025-par-l-interprofession-volailles-de-chair>

6. Porc

- Objectifs :**
- Privilégier largement l'origine France,
 - Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,
 - Participer à la mise au point d'un étiquetage du niveau de bien être animal avec l'AEBEA,
 - Développer l'offre avec un niveau élevé de bien être animal,

Performance (12 mois au 01/01/2020): viande fraîche - LS - (hors chair et saucisserie)

	01/2020	Commentaire
Viandes fraîches et découpes de porc (toutes marques de Carrefour)		
origine France	100%	
truies élevées en groupes	100%	Réglementation UE
maternité en liberté	Non évalué	
élevage avec litière	5,6%	Bio et fermier plein air
élevage avec contact extérieur (ouvert/courette)	5,6%	Bio et fermier plein air
élevage avec parcours plein air	1,4%	Fermier plein air
Densité $\geq 1,3$ m ² /porc <110 kg (+ 100% d'espace)	5,6%	Bio et fermier plein air
Densité $\geq 0,80$ m ² /porc <110 kg (+ 23% d'espace)	8%	Label rouge
Densité $\geq 0,65$ m ² /porc <110 kg Réglementation UE sur le bien être des porcs	85,6%	FQC
enrichissement spécifique des porcheries (matériaux manipulables, lumière naturelle)	Non évalué	
castration avant 7 jours avec analgésie et/ou antalgique	64,9%	FQC / label rouge / bio / plein air
sans castration à vif	34%	Objectif 100% sans castration à vif
meulage des dents et raccourcissement des queues	Non évalué	
utilisation raisonnée d'antibiotique	99,2%	FQC / bio / label rouge / plein air (non évalué sur autres marques) Dont porc FQC « <i>élevé sans traitement antibiotique à partir du sevrage</i> »
alimentation sans OGM <0,9%	89,8%	FQC / bio
nombre d'abattoirs	13	
nombre d'abattoirs équipés de vidéo-contrôle	5	
abattage avec étourdissement	100%	
audit protection animale à l'abattoir (protocole OABA)	77%	
Produits de charcuterie aux marques de Carrefour		
nombre de références	177	75% de porc origine France 25% de porc origine UE

Rq : Pour nos approvisionnements de viandes fraîches et de charcuteries, nous n'exigeons pas la castration. Pour faciliter l'arrêt de la castration à vif, nous accompagnons nos partenaires selon la technique qu'ils souhaitent utiliser.

7. Lait de vache

- Objectifs :**
- Privilégier largement l'origine France,
 - Soutenir la pratique du pâturage annuel et les systèmes herbagers,
 - Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,

Performance (12 mois au 01/01/2020): LS

	01/2020	Commentaire
Lait de vache UHT (Toutes marques de Carrefour dont 1^{er} prix)		
origine France	100%	
élevage avec accès saisonnier au pâturage	55,4%	FQC, Bio, Montagne
enrichissement spécifique des stabulations (brosses, litière ou tapis de sol, lumière naturelle)	Non évalué	
vaches non attachées	Non évalué	
utilisation raisonnée d'antibiotiques	Non évalué	
diagnostic bien être animal	Non évalué ⁽¹⁾	Amélioration continue vers 100% au niveau supérieur
alimentation sans OGM <0,9%	25,9%	FQC, Bio
Lait de vache UHT (Toutes marques MN / MDC / 1^{er} prix)		
élevage avec accès saisonnier au pâturage	30% ⁽²⁾	
Produits laitiers aux marques de Carrefour		
beurre	49 références	67% lait origine France 33% lait origine UE
crème	51 références	80% lait origine France 20% lait origine UE
yaourt	90 références	92% lait origine France 8% lait origine UE
fromages	256 références	84% lait origine France 16% lait origine UE
desserts lactés >50% lait	97 références	97% lait origine France 3% lait origine UE

⁽¹⁾ Les bonnes pratiques vis-à-vis de l'écornage, la propreté des animaux, le couchage, les aires d'exercices, les boiteries, l'accès à l'eau.... ne font pas l'objet d'indicateurs spécifiques. Ces points seront intégrés dans le « diagnostic bien être animal en élevage ». La coupe des queues est une pratique inexistante en France et ne fait pas l'objet d'un indicateur de suivi.

⁽²⁾ Notre évaluation du pâturage saisonnier se base sur les cahiers des charges ou des pratiques avérées. Cette évaluation sous estime la proportion réelle du pâturage en France qui est de l'ordre de 80% selon le rapport RSE de la profession laitière.

En savoir plus sur les performances et engagements RSE de la filière laitière Française :

<https://backend.franceterredelait.fr/wp-content/uploads/2020/09/Rapport-RS-Version-num%C3%A9rique.pdf>

8. Bœuf

Objectif : Privilégier largement l'origine France,
Soutenir la pratique du pâturage annuel et les systèmes herbagers,
Garantir la bien traitance des animaux à toutes les étapes,

Performance (12 mois au 01/01/2020): Viande fraîche – découpée et hachée - LS

	01/2020	Commentaire
Marques de Carrefour Viande fraîche – découpée et hachée - LS		
origine France	100%	
élevage avec accès saisonnier au pâturage	58,2%	FQC, Bio, LR
enrichissement spécifique (brosses, litière végétale, lumière naturelle)	Non évalué	
vaches non attachées	Non évalué	
utilisation raisonnée d'antibiotiques	58,2%	FQC, Bio, LR
diagnostic bien être animal	Non évalué	Amélioration continue vers 100% au niveau supérieur
alimentation sans OGM <0,9%	Non évalué	
nombre d'abattoirs	23	
nombre d'abattoirs équipés de vidéo-contrôle	3	
abattage avec étourdissement	61,8% ⁽¹⁾	100% sur FQC, Bio, Reflets de France
audit protection animale à l'abattoir (selon protocole OABA ou protocole interprofessionnel)	91%	
Marques de Carrefour à base de boeuf		
Plats cuisinés/traiteur	107 références	94% bœuf origine France 6% bœuf origine UE
Viandes hachées fraîches et surgelées		100% origine France

⁽¹⁾ En l'absence d'une traçabilité obligatoire du mode d'abattage, notre évaluation de la proportion d'abattage avec étourdissement se base uniquement sur les cahiers des charges précisant ce point. La proportion est sous évaluée par rapport aux pratiques du secteur.

En savoir plus sur la performance globale et les engagements RSE de la filière bovine Française :

https://www.interbev.fr/wp-content/uploads/2020/05/interbev_rso_bd_sans_coupe_planches.pdf

9. Saumons, truites

Performance (12 mois au 01/01/2020): Produits Frais – entiers/découpés - non transformés - LS et TRAD

	2020	Commentaire
Saumon frais non transformé – entier et découpe (Marques de Carrefour)		
Origine Norvège	100%	
enclos en milieu naturel (pleine mer)	100%	
densité ≤ 20 kg/m ³	11,8%	bio
densité ≤ 25 kg/m ³	82,9%	FQC (certification ASC)
alimentation sans OGM <0,9% et sans produits d'animaux terrestre	94,7%	FQC et Bio
utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	
étourdissement avant abattage (par percussion ou électronarcose)	100%	
Truites fraîches non transformées – entière et découpe - (Marques de Carrefour)		
Origine France	100%	
Densité ≤ 25 kg/m ³	16,7%	bio
Utilisation raisonnée d'antibiotiques	100%	
alimentation sans OGM <0,9% et sans produits d'animaux terrestre	100%	
Etourdissement avant abattage (par percussion ou électronarcose)	>39%	

Pour en savoir plus sur la politique pêche et aquaculture responsable de Carrefour.
<https://www.carrefour.com/fr/rse/engagements/peche-aquaculture-responsables>

Pour en savoir plus sur la pisciculture Française
<https://www.poisson-aquaculture.fr/les-poissons-daquaculture/charte-qualite/>

10. Cheval, zèbre, kangourou, crocodile

Carrefour ne commercialise pas de viande de cheval, zèbre, kangourou ou crocodile à ses marques.

En 2020, en l'absence de garanties suffisantes sur les conditions d'élevage, de transport, d'abattage (dont chasse) et de traçabilité, Carrefour France a décidé de ne plus commercialiser de viandes de kangourou, zèbre ou crocodile proposées par certaines marques.

11. Carrefour Veggie

Performance (12 mois au 01/01/2020):

	01/2020	Commentaire
Carrefour Veggie		
Nombre de produits	71	
Certification V-label	100%	
V-label « végane »	32 (45%)	
V-label « végétarien »	39 (55%)	si œufs ou ovoproduits, élevage plein air uniquement

Indépendamment de la margarine, des desserts et boissons végétales déjà existantes à différentes marques de Carrefour, nous avons été la première enseigne Française à lancer une marque végétarienne en 2015.

En l'absence de réglementation sur les appellations « végétarienne », Carrefour s'appuie sur les règles du V-label qui exigent l'absence d'ingrédients, d'additifs ou d'auxiliaires technologiques issus des animaux (hormis le lait, les œufs et le miel pour les produits végétariens). Les ingrédients issus de noix de coco proviennent de filières tracées ne recourant pas à l'exploitation des singes.

Une évaluation de tous les produits aux marques de Carrefour contenant de la noix de coco est en cours pour obtenir une garantie de non exploitation des singes.

12. Textiles et produits d'entretien

Les textiles aux marques de Carrefour n'utilisent pas de fourrures animales ou de laine issue de lapins Angora. Les plumes et duvets sont issus d'exploitations certifiées RDS.

Par ailleurs, Carrefour est très engagé dans la structuration de filières de coton bio et responsable.

<https://www.carrefour.com/fr/newsroom/coton-tex-bio-juste-remuneration-et-tracabilite-depuis-la-graine>

Les tests de produits d'entretien sur les animaux sont interdits.