

# Rapport de performance

## Bien-être animal 2023



# Respect de nos engagements

En tant que distributeur, **il est de notre responsabilité de nous assurer que nos fournisseurs adoptent des pratiques respectueuses de la planète, des humains, mais aussi des animaux.** Ces ambitions se traduisent dans les différentes politiques d'achats responsables qui guident notre stratégie d'enseigne.

Plus que jamais le **bien-être animal (BEA)** est au cœur des attentes sociétales des Français. En effet, les habitudes alimentaires et de nombreux produits que nous vendons reposent en grande partie sur des ingrédients d'origine animale. D'ailleurs, la consultation des parties prenantes que nous réalisons tous les ans a classé le BEA comme **enjeu matériel majeur** de notre Responsabilité Sociétale des Entreprises, témoignant de l'importance de sujet au sein de notre société.

En mars 2022, au Salon International de l'agriculture, nous avons officialisé le lancement de notre première **Politique BEA multi-filières**. Sa construction est née de **l'ensemble des travaux et engagements** pris les années précédentes, ainsi que de **nombreux échanges et groupes de travail** que nous avons menés avec nos **fournisseurs, des éleveurs partenaires, des coopératives, des experts techniques et des ONGs reconnues.**

**Guidés par les cinq Libertés fondamentales pour le BEA**, nous avons pris la décision de **co-construire** cette Politique en y incluant des **engagements BEA concrets** associés à des plans d'action spécifiques pour améliorer les pratiques au sein des filières nous approvisionnant.

A travers ces plans d'action, nous avons souhaité travailler à **l'amélioration des conditions d'élevage, de transport et d'abattage** des animaux en incluant les filières dans la démarche.



*« Pour nous, le BEA est indissociable du bien-être de l'éleveur. En effet, il ne faut pas oublier qu'un animal en bonne santé et dont le bien-être est pris en compte est aussi une garantie pour l'éleveur, le transformateur, le distributeur, et pour le client, d'avoir un produit de bonne qualité. Le BEA est dans l'intérêt de chaque maillon de la chaîne, de l'élevage à l'assiette, où chacun a son rôle à jouer. C'est pourquoi nous ne demandons pas seulement à nos partenaires de développer des pratiques responsables, mais il est essentiel pour nous de les accompagner en définissant ensemble une transition ambitieuse qui préserve les équilibres économiques et sociaux de la filière. »*

**Michel Biero, Vice-président, Lidl France.**



## Les 10 engagements de Lidl pour le Bien-être animal

- 1. Former et accompagner les acteurs des filières sur le bien-être animal**
- 2. Améliorer les conditions d'élevage des animaux reproducteurs**
- 3. Prendre en compte le bien-être des animaux dès leur plus jeune âge**
- 4. Favoriser les espèces à croissance modérée ou lente**
- 5. Limiter au maximum les mutilations routinières**
- 6. Lutter contre l'antibiorésistance**
- 7. Améliorer les conditions d'élevage en bâtiment**
- 8. Promouvoir la liberté de mouvement et un accès à l'extérieur**
- 9. Limiter le stress et l'inconfort des animaux lors du transport et de l'abattage**
- 10. Définir un cadre d'évaluation du BEA commun à tous les élevages et contrôler la mise en œuvre des engagements**



# Poules pondeuses





## Poules pondeuses

Ces données sont mesurées sur le périmètre des produits vendus à marque distributeur.

Part des produits à marque distributeur : **100% pour les œufs coquille et ± 85% pour les ovoproduits**

INDICATEUR	2022	2023	EVOLUTION (pts)	OBJECTIF
Part des références d'œufs frais de poules élevées hors cage (%)	78%	85%	<b>+7</b>	<b>100% d'ici 2025</b>
Part des ovoproduits composés d'œufs frais de poules élevées hors cage (%)	100%	100%	<b>✓</b>	<b>100%</b>
Part des poules élevées dans des systèmes de cage de type combi (%)	0%	0%	<b>✓</b>	<b>0%</b>

# Poulets de chair





## Poulet de chair

Ces données sont mesurées à l'aide des volumes achetés par l'enseigne sur le périmètre des produits des gammes permanente et promotionnelle (**nouvellement inclus en 2023**) de poulet frais, entier et découpé à marque distributeur.

La part des produits transformés contenant plus de 50% de poulet et répondant aux critères de l'ECC n'a pas été mesurée, car très peu de produits (<5) sont concernés et leur présence en supermarché n'est pas toujours constante sur une année. L'intégration de cet indicateur est étudiée.

### **Part de produits à marque distributeur : ± 90%**

INDICATEUR	PRECISIONS	PERFORMANCE 2021 <sup>1</sup>	PERFORMANCE 2022	PERFORMANCE 2023	EVOLUTION (pts)
				<i>Périmètre du reporting élargi en 2023 afin d'inclure l'ensemble des volumes de poulets livrés (incluant les promotions). Cette modification entraîne une impossibilité de comparaison entre l'année N et les années N-1 et N-2.</i>	
<b>Part des poulets élevés à une densité inférieure ou égale à 30kg/m<sup>2</sup> (%)</b>		12%	13,45%	<b>8%</b>	NA
<b>Part des poulets de souches à croissance intermédiaire et lente (%)</b>	Souches validées par la RSPCA	12%	13,45%	<b>8%</b>	NA
<b>Part des poulets ayant accès à la lumière naturelle (%)</b>	Intensité lumineuse minimale : 50 lux	46%	49%	<b>57%</b>	NA
<b>Part des poulets élevés dans un environnement enrichi (%)</b>	Environnement enrichi : au moins deux mètres de perchoirs utilisables et deux substrats de picage pour 1 000 oiseaux	22%	25,25%	<b>34%</b>	NA
<b>Part des poulets ayant accès au plein air (%)</b>		12%	13,45%	<b>7%</b>	NA

<sup>1</sup> A la suite d'une actualisation des données par un de nos fournisseurs, les données 2021 ont été corrigées et modifiées.

<b>Part de poulets étourdis systématiquement avant abattage</b>	100%	100%	<b>100%</b>	NA
<b>Part des poulets étourdis avant abattage par atmosphère contrôlée (%)</b>	58%	56%	<b>68,1%</b>	NA
<b>Part de fournisseurs respectant l'exigence de visite de contrôle en élevage au moins une fois par an</b>			<b>100%</b>	NA
<b>Part de fournisseurs remontant annuellement des d'indicateurs relatifs au milieu et conditions de vie des animaux</b>			<b>100%</b>	NA



## Contact

### Lidl France

Centre des Services Opérationnels

1, rue de Hanovre

CS 21313

92298 Châtenay-Malabry Cedex

**Mail :** [enrouteversdemain@lidl.fr](mailto:enrouteversdemain@lidl.fr)

**Site web :** [corporate.lidl.fr](http://corporate.lidl.fr)

### Avis de droit d'auteur

Le contenu de ce document (y compris les textes, les graphiques, les photos, les logos etc.) ainsi que le document lui-même sont protégés par le droit d'auteur. Ce document et/ou son contenu ne peuvent être transmis, modifiés, publiés, traduits ou reproduits sans l'autorisation écrite de Lidl.

