



Une fédération
de distributeurs
qui appartient
à des agriculteurs.

Feuille de route bien-être animal

France Frais est une fédération de distributeurs qui appartient à des producteurs laitiers, sociétaires de la coopérative Les Maîtres Laitiers du Cotentin. Notre mission est donc de permettre aux producteurs de vivre de leur activité en respectant la nature et les animaux auxquels ils sont attachés.

Pour atteindre cette ambition exigeante, nous définissons une feuille de route qui permettra de progresser étape par étape.

Conscients des attentes sociétales, nous nous engageons activement en faveur d'une transition vers davantage de bien-être animal dans nos achats.

Fidèles à nos racines, nous avons choisi de maintenir notre ancrage français — avec au moins 90% de nos achats réalisés en France — pour accompagner nos fournisseurs et leurs éleveurs partenaires dans la transformation durable de leurs modes d'élevage plutôt que de leur imposer le changement.

En tant que distributeur, nous sélectionnons des fournisseurs engagés dans des pratiques respectueuses du bien-être animal et intégrons ces exigences dans notre politique d'achat.

Principes fondamentaux

- Respect des comportements naturels des animaux.
- Réduction des pratiques générant du stress ou de la souffrance.
- Traçabilité et transparence sur les conditions d'élevage.

Pré requis

Le questionnaire de référencement et d'évaluation des fournisseurs de France Frais comporte une exigence de respect des règles et usages définis par l'OIE (Organisation Mondiale de la Santé Animale), ainsi que des 5 principes fondamentaux : ne pas souffrir de faim ou de soif ; ne pas souffrir de contraintes physiques ; être indemne de douleur, blessure et de maladie ; avoir la liberté d'exprimer des comportements normaux ; être protégé de la peur et de la détresse.

Aux fournisseurs qui ne pourraient répondre à ces exigences, nous proposerons de travailler sur un plan de progrès. L'absence d'amélioration pourra conduire à l'arrêt des achats.

Nos axes de travail pour les prochaines années

Trois filières se distinguent dans nos activités et les échanges avec les associations de promotion du bien-être animal : les produits laitiers, les œufs et le poulet.

Nous voulons donc garantir que nos approvisionnements respectent des standards élevés de bien-être animal, en cohérence avec nos valeurs et les attentes sociétales.

Engagements pour les Bovins laitiers

Notre modèle « producteur – transformateur – distributeur » nous donne une visibilité forte sur les pratiques d'élevage laitier. Les sociétaires de la coopérative Les maîtres Laitiers du Cotentin et les organisations de producteurs Réo et Yéo sont engagés sur la Charte des bonnes pratiques d'élevage et de bien-être animal (v. 2022).

Pour renforcer la transparence sur notre chaîne d'approvisionnement, nous vérifions la conformité à la Charte :

- A court terme, sur nos marques propres.
- A moyen terme, pour l'ensemble de nos approvisionnements de produits laitiers origine France (qui représentent plus de 90% de nos achats également sur cette catégorie de produits)

Engagements pour les poules pondeuses

Objectifs

1) Tendre vers 100% de produits « hors cage » d'ici fin 2028 sur l'ensemble de nos ventes d'œufs et d'ovoproduits, malgré une structure de clientèle encore peu sensible à ce sujet.

| 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|------|------|------|-------|
| 30% | 45% | 65% | > 95% |

2) Etudier la possibilité avec les fournisseurs de produits élaborés à nos marques, d'utiliser des œufs hors cage dans les recettes qui comporte moins de 50% d'œuf.

Comment ?

- ✓ Fin des promotions sur les œufs de batterie (Code 3).
- ✓ Mise en avant dans les catalogues et outils de ventes des œufs « hors cage ».
- ✓ Nos marques propres sont au minimum au Code 2 (poules élevées au sol).
- ✓ Nous formons et animons nos équipes commerciales au bien-être animal, pour mieux conseiller nos clients dans cette transition.
- ✓ Transparence : les résultats atteints sont publiés dans notre rapport RSE annuel.

Engagements pour les poulets de chair

Sur le marché, les engagements à l'ECC – European Chicken Commitment – restent limités à certaines gammes car l'écart de coût reste difficile à absorber par les clients et les consommateurs.

Aujourd'hui, France Frais ne commercialise plus de produits contenant plus de 50% de poulet à ses marques. Les développements de nouveaux produits se feront en ECC.

Pour piloter la transition de cette filière, nous mettons en place un indicateur de conformité à l'ECC sur l'ensemble de nos ventes. Nous déterminerons des objectifs de progrès courant 2026, en cohérence avec nos clients et nos fournisseurs. Les résultats atteints seront publiés dans notre rapport RSE annuel.