



3 marques qui s'engagent pour le bien-être animal



Faim, soif, inconfort, blessures, détresse... La prise en compte du bien-être animal dans l'élevage industriel est au coeur de nos préoccupations. On veut plus de transparence sur les conditions d'élevage, notamment à travers un système d'étiquetage simple et clair. On n'hésite pas à manger moins de viande, mais payer plus cher si c'est un gage de qualité et de pratiques plus éthiques. Une prise de conscience qui incite aujourd'hui les éleveurs à améliorer leur mode de production. Zoom sur 3 marques qui s'engagent pour le bien-être animal.

Poulehouse® : l'œuf qui ne tue pas la poule

Saviez-vous que 98% des Français mangent des oeufs ? Le problème, c'est que manger des oeufs ça tue des poules. C'est pourquoi Poulehouse® a décidé de développer un mode de production responsable et sans abattage pour assurer la protection de ces animaux d'élevage. Il faut savoir que dans l'industrie agroalimentaire traditionnelle, seules les poules sont gardées à la naissance. On tue donc les mâles puisqu'ils ne sont pas "utiles" dans le processus de ponte. Les poules effectuent ensuite leur "travail" de pondeuses pendant 18 mois, puis elles sont envoyées automatiquement à l'abattoir (même si, en temps normal, leur espérance de vie peut aller jusqu'à 10 ans).

"L'œuf qui ne tue pas la poule", ce sont des partenariats engagés avec des producteurs bio ou plein air pour ne plus envoyer les poules à la réforme et éviter les mauvais traitements. Ils peuvent soit les garder, soit les confier à un éleveur spécialisé dans les vieilles poules, soit les envoyer au refuge des Poulehouse® jusqu'à leur mort naturelle.

La marque va encore plus loin en essayant d'acheter dès que possible des poussins femelles issus de sexage IN OVO (c'est-à-dire dont on a déterminé le sexe bien avant l'éclosion de l'œuf pour éviter toute souffrance inutile). Les partenaires s'engagent également à arrêter l'épointage (section de tout ou partie bout du bec

[Visualiser l'article](#)

pour éviter que les poules ne se blessent entre elles) et sont, de leur côté, mieux rémunérés. La prise en charge des gallinacés est réintroduite dans le prix de l'oeuf. C'est donc le consommateur, vous, qui aide à sauver les poules.

À retrouver dans les rayons des grandes surfaces et en magasin bio.

Lapin & Bien® : des lapins élevés SANS cage

Lapin & Bien® est le fruit d'une ambition commune de rompre avec l'élevage conventionnel et de mieux répondre aux attentes des consommateurs. Partagée par le géant Loeul & Piriou et les coopératives Terrena et Cavac, l'idée de ce collectif est de proposer un élevage alternatif qui respecte le bien-être animal et offre de meilleures conditions de travail aux éleveurs.

Plus concrètement, l'association Éleveurs et Bien s'engage à s'approcher au mieux des conditions de vie naturelles des lapins en aménageant de grands enclos de 12 M2 au lieu de cages de 4 M2. Les bêtes sont nourries avec une alimentation 100 % végétale (suivant la démarche Bleu-Blanc-Coeur) et sans OGM. Lapin & Bien® se sont également des lapereaux nés en France (Bretagne, Pays de Loire et Nouvelle Aquitaine), une traçabilité totalement transparente sur les étiquettes et des éleveurs engagés, suivis et épaulés par le collectif pour s'investir au mieux dans le projet.

On peut retrouver leurs produits depuis janvier 2020 dans les étales des grandes surfaces.

Veau Plaisirs® : l'élevage de veaux sur paille

La marque Veau Plaisirs® a été créée par l'EURL Joly, éleveurs d'animaux de ferme depuis des générations. Cette entreprise agricole s'attache à faire perdurer une méthode d'élevage traditionnelle soucieuse du bien-être animal.

Leurs engagements ? Travailler en local et limiter les transports au minimum requis pour réduire le stress des bêtes et garantir une viande de qualité. Donner une alimentation essentiellement lactée adaptée aux veaux, sans OGM et fabriquée en France. Élever leurs animaux en liberté sur paille et dans des bâtiments agricoles tempérés pour un repos confortable.

Veau Plaisirs® propose des partenariats gagnant-gagnant pour inciter les éleveurs à rejoindre le réseau et participer à la promotion d'une production engagée. Des accords existent avec les moyennes et grandes distributions ainsi que certaines boucheries locales dans lesquelles on peut retrouver leurs produits.