

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 11 décembre 2017

Stratégie RSE
Le bien-être animal, un engagement durable
entre Elior Group et ses fournisseurs

Avec plusieurs milliers de fournisseurs à ses côtés, Elior Group travaille chaque jour à cuisiner et servir des repas variés, équilibrés et respectueux de l'environnement à près de 5,5 millions de convives dans 16 pays. Dans une démarche de responsabilité collective, et en réponse à l'ODD 2¹ (éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable), Elior Group a décidé de s'engager et d'exiger de ses fournisseurs des pratiques d'élevage reconnues comme plus respectueuses du bien-être animal.

Considérant le bien-être animal comme un élément déterminant pour la santé des animaux et un maillon essentiel d'une chaîne d'approvisionnement durable, Elior Group l'a inscrit comme une priorité dans sa stratégie RSE, le [Positive Foodprint Plan](#). Ainsi, Elior Group prend position en faveur du bien-être des animaux, en protégeant leur santé et leur confort, d'un point de vue aussi bien physique que psychologique.

Actions du Groupe en faveur du bien-être animal au Royaume-Uni et en France

Pour Elior Group, les mets élaborés quotidiennement par ses équipes doivent contribuer au bien-être de ses convives et leur apporter les éléments nutritionnels essentiels tout en étant respectueux de l'environnement et de l'écosystème de la chaîne alimentaire.

Afin d'améliorer la prise en compte du bien-être animal, Elior Group a créé des outils à destination de l'ensemble de ses parties prenantes. En janvier dernier, Elior France et le CIWF ont signé un partenariat visant à formaliser des exigences spécifiques de bien-être animal par filière en construisant des outils adaptés et en sensibilisant les équipes et les partenaires. Une session de formation à destination des collaborateurs et des auditeurs experts a été organisée autour des enjeux spécifiques à chaque filière animale.

En France, le Groupe a obtenu 84 % d'engagement de la part de ses fournisseurs en produits carnés et ovoproduits, après avoir intégré dans sa grille d'audit un nouveau volet dédié au bien-être animal.

Au Royaume-Uni, Elior a développé en étroite collaboration avec le CIWF une politique d'achats axée sur le bien-être animal et l'approvisionnement local. 36 % de ses œufs en coquille proviennent d'ores et déjà d'élevages en plein air.

¹ ODD : les objectifs de développement durable des Nations unies

Axes prioritaires pour Elior Group à partir de 2018 et à horizon 2025

Les fournisseurs du Groupe doivent s'engager à adopter des pratiques d'élevage reconnues comme plus respectueuses du bien-être animal et suivre les cinq libertés du Farm Animal Welfare Committee (FAWC) :

- Ne pas souffrir de la faim ou de la soif,
- Ne pas souffrir d'inconfort,
- Ne pas souffrir de douleurs, de blessures ou de maladies,
- Ne pas éprouver de peur ou de détresse,
- Pouvoir exprimer les comportements naturels propres à l'espèce.

À partir de 2018, cette position s'applique à tous les fournisseurs dans le monde et à toutes les espèces concernées par les achats d'Elior Group. À horizon 2025, le Groupe s'est engagé à supprimer les œufs de poules élevées en cage et à s'approvisionner auprès de fournisseurs œuvrant pour l'amélioration des conditions d'élevage des poulets de chair. Elior Group s'engage ainsi plus précisément à travailler avec les acteurs de la filière pour faire baisser les densités d'élevage, améliorer l'environnement des animaux, utiliser des races de poulet à croissance plus lente, et plus globalement faire progresser les techniques d'élevage, de transport et d'abattage vers une meilleure prise en compte du bien-être animal

Par ailleurs, afin de répondre aux préoccupations de chaque partie prenante, chaque marché devra réaliser une cartographie de toutes ses chaînes d'approvisionnement afin d'identifier les défis et opportunités qui se présentent et de pouvoir progressivement prendre des engagements spécifiques par espèce et renforcer ses exigences pays par pays.

De plus, chaque entité du Groupe s'engage à sensibiliser l'ensemble de ses équipes achats, en mettant à leur disposition des outils de reporting, des systèmes de gestion solides et des procédures de contrôle et d'audit, internes ou externes. Les sujets liés aux antibiotiques, à l'élevage, au transport et à l'abattage des animaux sont prioritaires.

Afin de s'assurer de la prise en compte du bien-être animal, Elior Group est conscient de la nécessité de tisser des liens de confiance constructifs avec ses fournisseurs, de comprendre leurs enjeux et de les accompagner dans cette absolue nécessité du respect du bien-être animal.

Philippe Guillemot, directeur général d'Elior Group : « *Changer tout un écosystème prend du temps. Nos engagements sont ambitieux, et il est donc indispensable de s'appuyer sur les expériences de chacun. En effet, nous devons nous assurer que nos volontés d'engagements et celles de chacun des maillons de la chaîne soient d'abord comprises, réalisables et mesurables. C'est la raison pour laquelle le CIWF nous accompagne et nous aide à chaque étape* ».

Amélie Legrand, responsable des affaires agroalimentaires à CIWF France : « *Nous sommes fiers de pouvoir accompagner Elior Group dans sa démarche de progrès et nous nous réjouissons de leurs engagements ambitieux en faveur du bien-être animal, notamment dans les filières œufs et poulets. C'est grâce à des engagements comme celui-ci que notre système alimentaire pourra devenir plus durable, en privilégiant des modes de production moins intensifs, en phase avec les attentes sociétales montantes sur le bien-être des animaux d'élevage* ».

[Retrouvez ici nos engagements en faveur du bien-être animal](#)

À propos d'Elior Group

Créé en 1991, Elior Group, un des leaders mondiaux de la restauration et des services, est aujourd'hui le restaurateur de référence dans le monde de l'entreprise, de l'enseignement et de la santé, ainsi que dans l'univers du voyage. Désormais présent dans 16 pays, le Groupe a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 6 422 millions d'euros. Ses 127 000 collaborateurs accueillent chaque jour 5,5 millions de clients dans 25 000 restaurants et points de vente. Leur mission est de prendre soin de chacun grâce à des solutions de restauration et des services personnalisés pour une expérience consommateur innovante. Particulièrement attentif à sa responsabilité sociétale, Elior Group est adhérent au Global Compact des Nations unies depuis 2004, dont il a atteint le niveau *advanced* en 2015. L'exigence professionnelle de ses équipes, leur engagement quotidien pour la qualité et l'innovation, et leur attachement à proposer un moment privilégié s'expriment dans la signature « Time savored ».

Pour plus de renseignements : <http://www.eliorgroup.com> Elior Group sur Twitter : [@Elior_Group](https://twitter.com/Elior_Group)

Contacts presse

Anne-Isabelle Gros – anne-isabelle.gros@eliorgroup.com / +33 (0)1 71 06 70 58

Anne-Laure Sanguinetti – anne-laure.sanguinetti@eliorgroup.com / +33 (0)1 71 06 70 57

Contact investisseurs

Marie de Scorbiac – marie.descorbiac@eliorgroup.com / +33 (0) 1 71 06 70 13