

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Naturalia devient la première enseigne bio en France à déployer l'Étiquette Bien-Être Animal sur ses produits

[Paris, le 28 juillet 2026] – Naturalia, enseigne spécialisée dans la distribution de produits biologiques du Groupe Casino, annonce le déploiement de l'Étiquette Bien-Être Animal sur sa gamme de poulets de chair. Cette initiative fait de Naturalia la première enseigne bio en France à intégrer cet étiquetage sur ses produits à marque propre et offre aux consommateurs la possibilité de faire des choix éclairés en rayon via une information claire, fiable et robuste sur le niveau de bien-être animal.



Une avancée majeure pour la transparence dans les magasins bio

L'Étiquette Bien-Être Animal repose sur une méthodologie scientifique, transparente et robuste permettant d'évaluer le niveau de bien-être sur toute la vie des animaux, de la naissance jusqu'à l'abattage. Cette approche permet d'aller au-delà des cahiers des charges existants, y compris celui de l'Agriculture Biologique, en apportant une **information dédiée au bien-être animal** et directement accessible au consommateur dans les rayons.

Qu'apporte l'Étiquette Bien-Être Animal en complément du label Agriculture Biologique ?

Si le label Agriculture Biologique (AB) encadre un ensemble de pratiques agricoles durables (absence d'OGM, limitation des intrants, alimentation issue de l'AB, accès extérieur etc.), ainsi qu'un niveau élevé de bientraitance animale en élevage et à l'abattoir, l'Étiquette Bien-Être Animal apporte une lecture complémentaire détaillée. Elle permet notamment :

- D'évaluer le niveau de bien-être des poulets **de la naissance jusqu'à l'abattage**, avec des critères dédiés aux parentaux¹ (9 critères), au transport (29 critères) et à l'abattage (136 critères).
- Au-delà d'exigences relatives à l'environnement des animaux, de réaliser des **observations directes sur les poulets** via l'évaluation d'indicateurs de résultat (comportement des poulets, propreté et friabilité de la litière etc.).
- D'offrir un **repère de comparaison simple** entre produits, y compris au sein d'une même catégorie bio, avec des notes pouvant varier de A à B.

Naturalia, première enseigne biologique à rejoindre la démarche d'étiquetage

Avec ce déploiement, Naturalia affirme son engagement en matière de transparence envers le consommateur au sein de la distribution spécialisée bio. Cette initiative répond à un enjeu fort : **donner à chaque consommateur les moyens de comparer les produits** sur des critères dédiés au bien-

¹ Les parentaux sont les reproducteurs de la filière poulets de chair.

être des animaux, quel que soit le point de vente, dans l'objectif de favoriser des choix éclairés et responsables.

Comme le souligne Sidonie Tagliante, Directrice marketing, communication et RSE de Naturalia : « *Nous avons la conviction que la transparence doit être un standard et non une option. Avec l'Étiquette Bien-Être Animal, nous souhaitons offrir à nos clients un repère simple, fiable et robuste, qui leur permette de mieux comprendre les conditions d'élevage, de transport et d'abattage, et de faire des choix en cohérence avec leurs attentes en matière de bien-être animal.* »

Un engagement structurant du Groupe Casino en faveur de la transparence

À l'initiative de la démarche d'étiquetage en 2017, le Groupe Casino a progressivement déployé l'Étiquette Bien-Être Animal au sein de ses enseignes, jusqu'à l'intégrer aujourd'hui dans la **majorité de son réseau de distribution alimentaire** : « *Depuis le lancement de cette démarche, notre ambition a toujours été de rendre le bien-être animal lisible et comparable pour tous. Son déploiement au sein de Casino, Monoprix, Franprix et Naturalia s'inscrit pleinement dans notre stratégie globale de durabilité, qui vise notamment à renforcer le bien-être animal, à améliorer la transparence de l'information au consommateur et à promouvoir des filières d'approvisionnement plus responsables* », indique Sandra Chartoire, directrice RSE du Groupe Casino.

Vers une généralisation de l'étiquetage dans la grande distribution ?

L'adhésion croissante des acteurs de la distribution à l'Association Étiquette Bien-Être Animal témoigne d'une volonté de structuration progressive du marché autour d'une ambition commune, celle de renforcer la transparence envers le consommateur sur le niveau de bien-être animal en rayon.



Cette première mise en œuvre dans une enseigne bio ouvre désormais la voie à une extension plus large : **quelle sera la prochaine enseigne à rejoindre la démarche et à généraliser l'affichage du bien-être animal sur ses produits ?**

Une dynamique est engagée, elle appelle désormais une accélération collective !

[A propos de l'Étiquette Bien-Être Animal] - L'Étiquette Bien-Être Animal est une initiative collective portée par de nombreux acteurs des filières et des ONG de protection animale. Son objectif est d'informer les consommateurs sur les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux et de valoriser les pratiques respectueuses du bien-être animal. Pour en savoir plus : <https://www.etiquettebienetreanimal.fr/>

Contact Presse : contact@etiquettebienetreanimal.fr - 06.11.36.57.50

[A propos de Naturalia] - Créée en 1973, marque du groupe Casino, Naturalia est la première marque de distribution spécialisée bio en région parisienne, à Nice, Marseille, Strasbourg et dans les DOM TOM. La marque est présente dans plus de 70 villes en France, au Luxembourg et en Suisse avec 220 magasins. Naturalia est le premier distributeur alimentaire certifié B Corp. L'enseigne propose jusqu'à 10.000 produits bio 93% made in France, en magasin et sur naturalia.fr.