

LES ŒUFS DE POULES ÉLEVÉES EN CAGE : C'EST FINI CHEZ MONOPRIX !

Alors que 2/3 des œufs vendus en France proviennent d'élevages en cage, Monoprix fait le choix de retirer définitivement les œufs de catégorie 3 (œufs de poules élevées en cage) de ses rayons, à compter du 11 avril 2016.

Le groupe prend les devants avec cette initiative pionnière dans la grande distribution, prouvant une nouvelle fois son engagement en faveur du bien-être animal.

Monoprix retire de ses rayons l'intégralité de ses références d'œufs issus d'élevages de poules en cage toutes marques confondues.

Cette décision de passer au 100 % hors cage s'inscrit dans la continuité de l'engagement de Monoprix, qui prouve depuis plusieurs années sa volonté de progresser dans une démarche de qualité et de bien-être animal :

- **En avril 2013**, Monoprix s'engage, sur sa marque propre, à ne plus proposer d'œufs issus d'élevage en cage en faisant le choix du 100% plein air.
- **En 2014**, le groupe Monoprix va encore plus loin en faveur du bien-être animal en faisant de la traçabilité du lait qu'il vend une priorité. Ainsi les fermes françaises sélectionnées sont engagées dans une démarche d'amélioration continue.
- **En septembre 2015**, Monoprix Gourmet supprime les œufs issus d'élevage de poules élevées en cage pour les pâtes d'Alsace et la mayonnaise.

La Commission européenne a rendu public le 15 mars 2016 les résultats de l'Eurobaromètre « l'attitude des européens face au bien-être animal ». Il met en évidence que 94 % des citoyens européens pensent que la protection du bien-être des animaux d'élevage est importante.

C'est au quotidien que Monoprix s'engage en faveur du Développement durable en encourageant ses fournisseurs à une production plus responsable et en proposant à ses consommateurs des produits plus justes, plus sains et plus savoureux. « *La qualité est un des piliers de l'engagement au quotidien de Monoprix au service de ses clients. Le groupe porte ainsi une attention particulière aux conditions de fabrication et d'élevage des produits proposés dans ses magasins. Soucieux de respecter son contrat pour la qualité de vie quotidienne, Monoprix est engagé dans une démarche de progrès, en étroite collaboration avec ses fournisseurs* », explique Karine Viel, responsable Développement durable chez Monoprix.

UNE INITIATIVE PIONNIÈRE PARTAGÉE AVEC SES CLIENTS

Acteur du changement, Monoprix accompagne cette décision d'une démarche de sensibilisation auprès des consommateurs. Celle-ci se veut à la fois ludique et pédagogique. La décision de ne vendre plus que des œufs issus d'élevages 100% hors cage sera partagée avec ses clients via une brochure explicative et un affichage en magasin.

Monoprix a aussi imaginé un dispositif innovant en informant pour la première fois de sa démarche sur les réseaux sociaux (Twitter et Facebook) avec une journée de conversation live dédiée au sujet, le 15 avril.

Avec le hashtag **#ServiceAvantVente**, les consommateurs pourront poser toutes leurs questions autour des œufs au compte Twitter **@Monoprix**.

A propos de Monoprix :

Monoprix est leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers ses 6 enseignes. Filiale du groupe Casino, Monoprix possède plus de 600 magasins et compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2015, 5 milliards d'euros d'activités.

Contacts presse Monoprix :

Marion Denonfoux - 01 78 99 95 97 mdenonfoux@monoprix.fr

Contacts presse Agence :

Publicis Consultants - 01 44 82 47 34 monoprix.presse@consultants.publicis.fr