

LABEL ÉTHIQUE ANIMALE

APPEL À CANDIDATURE



Dans le cadre de l'élaboration du premier label « éthique animale » en France dont le lancement est prévu fin 2026, l'Agence de conseil Symbiocène, pionnière sur la question, lance un appel à candidature aux entreprises pour prototyper le référentiel pilote.

Le label sera détenu par une association à but non lucratif d'intérêt général et délivré par un organisme tiers indépendant.

Objectifs du label éthique animale

1.

Élaborer un référentiel permettant de standardiser de hauts critères normatifs, pour rendre plus opérative la prise en compte de la condition animale dans les entreprises.

2.

Améliorer les pratiques de communication afin de réduire les risques d'animal welfare washing. Contribuer à une meilleure information des consommateur-trices.

3.

Développer des indicateurs fiables pour mesurer les impacts, évaluer l'efficacité des plans d'action et définir une trajectoire réaliste pour améliorer la condition animale.

Bénéfices pour les entreprises pilotes



Bénéficier à l'avant-garde et à prix modéré d'une évaluation sur la base du référentiel pilote, marchepied pour être un des premiers candidats à la labellisation.



Renforcer sa démarche autour de l'éthique animale en bénéficiant d'une évaluation et d'une expertise de pointe sur cet enjeu.



Bénéficier au travers de l'audit d'un plan d'action clair pour avancer sur la question animale.



Etre identifiée en tant qu'entreprise pionnière en matière d'éthique animale en France.



Anticiper la régulation liée aux contraintes réglementaires & éthiques (CSRD, critères appels d'offres publics/privés).



Réduire sa dépendance aux animaux en stimulant l'innovation quels que soient le marché et l'activité.

Un référentiel globalisé

Le label éthique animale est un référentiel globalisé unique et pionnier qui permet de rassembler plusieurs aspects aujourd'hui déconnectés les uns des autres pour les articuler dans une démarche plus robuste : la zoonclusivité .

Le bien-être animal

Climat

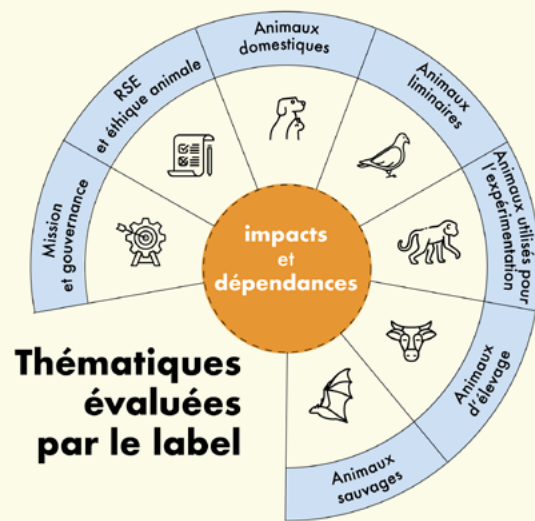
One health

La biodiversité

Les produits vegan

Le référentiel ne se concentre pas seulement sur la réduction de la souffrance et des impacts négatifs mais développe l'idée de l'animal en tant que « partie prenante » de l'entreprise.

Sa particularité est de **permettre aux entreprises de favoriser ses impacts positifs** en développant de nouvelles approches en faveur des animaux. Il s'inspire des travaux universitaires les plus avancés en matière de condition animale.



140 questions pour penser la condition animale en entreprise



Pourquoi intégrer l'éthique animale dans une stratégie RSE ?

La condition animale est un enjeu de société qui ressort comme prioritaire aux yeux des consommateur-trices et qui commence à s'installer durablement dans le paysage réglementaire et le reporting européen.

80%

des français-es affirment être sensibles à la cause animale

(IFOP, les français et la condition animale, 2023).

52%

des citoyen·nes de l'UE cherchent des labels portant sur le bien-être animal lors de leurs achats

(EuroGroup For Animal, 2020).

37%

des consommateur-trices sont prêt.es à prioriser les marques accordant plus d'importance au bien-être des animaux dans le secteur de la mode

(Etude internationale YouGov 2021).

1/4

des français-es citent la cause animale parmi les 3 enjeux de société prioritaires à leurs yeux

(Enquête Harris Interactive, 2021).

79%

des grands groupes alimentaires se sont engagés à atteindre des objectifs précis sur cette question

(Selon le classement 2020 du « Business Benchmark on Farm Animal Welfare »).

Seule une approche systémique et programmatique permettra aux entreprises de s'inscrire dans une démarche de progrès et dans une trajectoire ambitieuse, visant à améliorer de manière significative la condition de tous les individus au sein des populations animales.



Symbiocène

Conseil en éthique animale

L'appel à candidature est ouvert jusqu'au 31 décembre 2025.

Pour candidater, écrivez-nous à

contact@agence-symbiocene.com

www.agence-symbiocene.com