

DROIT DES ANIMAUX

Burger King s'avance

Burger King, la deuxième plus grosse chaîne de hamburgers au monde, exigera dans les mois qui viennent que 10 % de ses approvisionnements en porc proviennent de fermes qui ont éliminé les cages de mises bas. D'ici la fin de l'année, elle espère faire passer ce chiffre à 20 %.

Deux pour cent des approvisionnements en œufs de la compagnie devront également provenir d'élevages non confinés. La compagnie privilégiera également les abattoirs de poulets qui, avant d'abattre, endorment les animaux à l'aide d'un mélange d'argon, de gaz carbonique et d'air, au lieu des habituels chocs électriques. Cette méthode, considérée plus «humaine», reste encore marginale dans les abattoirs.

Burger King compte intensifier ce type d'achats à mesure que les producteurs ajusteront leurs méthodes d'élevage et que le produit sera disponible à des prix plus compétitifs.

Éliminer les cages

Les changements s'appliquent aux fournisseurs d'Amérique du Nord, incluant le Canada. Burger King y achète plus de 40 millions de livres d'œufs (18 000 t) et 35 millions de livres de porc (16 000 t) à chaque année. En Amérique du Nord, les méthodes d'élevage traditionnelles veulent que les poules soient placées en batterie, c'est-à-dire gardées dans des cages superposées sur trois ou quatre étages. Les truies gestantes sont confinées en

cages pour la gestation. Burger King souhaite influencer ces méthodes afin que les poules puissent circuler librement dans les poulaillers et que les truies aient accès à des enclos.

Bien que les objectifs initiaux de Burger King soient modestes, les spécialistes de l'industrie alimentaire et les défenseurs des animaux affirment que l'initiative risque de faire boule de neige dans l'industrie. En janvier, Smithfield Foods, le plus grand transformateur de viande de porc au monde, a annoncé que les prochaines décennies verront l'élimination progressive des cages de confinement dans les porcheries. « La décision de Smithfield d'abandonner les cages dans les maternités porcines a créé un remous dans l'industrie », affirme Temple Grandin, professeur en sciences animales à l'Université du Colorado. Le professeur Grandin agit à titre d'expert au sein de plusieurs compagnies, dont McDonald et Burger King. « Quand les gros bonnets bougent, toute l'industrie bouge. »

Négociation de prix

La décision de Burger King est étonnante puisque la compagnie maintenait

plutôt une image dissidente face aux revendications de groupes tels que *Humane Society* et PETA. Mais le fait que la compagnie se soit elle-même dotée d'un bureau d'éthique en traitement animal, il y a six ans, explique la réouverture des discussions. Elle soutient vouloir être à l'avant-garde des demandes des consommateurs.

Convertir les porcheries en aires ouvertes est relativement simple, pensent les experts. Dans le cas des poulaillers, la conversion est coûteuse puisque cela implique une réduction considérable de la densité animale par bâtisse. Les produits provenant d'animaux élevés à aires ouvertes seront plus coûteux. Cependant, l'échelle d'augmentation des prix reste à établir puisque Burger King négocie encore avec les fournisseurs. Selon la compagnie, ce ne sont pas les clients de Burger King qui assumeront les frais. ↘

Source : The New York Times, le 28 mars 2007