

Caramel
RELATIONS PRESSE



Fin juin 2019

De Janvier 2019 à fin Juin 2019,

nous avons traité les sujets suivants :

- ✓ 9 annonces de lancements de boulangeries
- ✓ 1 mail type « news » pour annoncer le lancement du sachet de farine CQLP?!
- ✓ 2 communiqués de presse annonçant les nouveaux partenaires :
 - Forest & Descréaux
 - Artésienne de Minoterie
- ✓ 1 communiqué de presse Chiffres 2018, à l'occasion de la quinzaine du commerce équitable



Deux nouveaux partenaires Agri-Éthique

Agri-Éthique signe aujourd'hui deux nouveaux partenaires : La Minoterie Forest et le Groupe Bernard (Descréaux SAS et Bernard Productions Végétales).

10^{ème} Moulin indépendant & familial de France, la Minoterie Forest existe depuis 1921. L'une de ses particularités est d'être dirigée par une majorité féminine : 59% des cadres sont des femmes dans un métier traditionnellement très masculin.

Descréaux SAS et Bernard Productions Végétales sont quant à elles des entreprises spécialisées dans la collecte, le stockage et la commercialisation de céréales et d'oléagineux aux industriels meuniers, fabricants d'aliments, etc.

Soucieux chacun des différents intervenants de la filière Blé avec une véritable approche environnementale, ces deux entreprises partenaires souhaitent aller encore plus loin dans leurs démarches en s'engageant auprès du label Agri-Éthique.



Ils nous expliquent pourquoi ils ont choisi Agri-Éthique

Karine Forest

Dirigeante de la Minoterie Forest

« C'est une démarche qui a du sens pour nous et pour plusieurs raisons : tout d'abord, apporter des réponses auprès de la filière agricole est un devoir éthique pour la Minoterie. En effet, pouvoir participer d'une manière directe ou indirecte sur les conditions de travail et de rémunérations des agriculteurs s'inscrit dans nos valeurs et nos préoccupations. A travers Agri-Éthique nous avons trouvé la solution que l'on cherchait depuis un certain temps. Aujourd'hui est le début d'un travail de fond avec nos clients artisans boulangers, nous sommes impatients de leur présenter l'ensemble de la démarche et leur demander de travailler au quotidien avec Agri-Éthique, une vraie solution pour contribuer à la filière. »



Christophe Descréaux

Président de Descréaux SAS (Groupe Bernard)

« La démarche Agri-Éthique nous a semblé une évidence car elle correspond totalement à notre engagement dans les « filières ». C'est de cette façon que nous arriverons à valoriser le travail et le savoir-faire, souvent méconnu, des différents intervenants. Dans ce partenariat, nous avons été séduits par l'idée de revenir aux fondamentaux : valoriser la production de nos agriculteurs au-dessus de leurs coûts de production pour que chacun puisse vivre de son travail. Le fait d'être en partenariat avec un meunier permet de pouvoir lui apporter ce que le consommateur demande. La démarche Agri-Éthique nous permet d'orienter les agriculteurs sur des axes de progrès que ce soit au niveau environnemental, sociétal ou écologique. »

Agri-Éthique, label de commerce équitable 100% origine France

Véritable action citoyenne. Agri-Éthique est une nouvelle forme de commerce qui repose sur la fixation du prix de la matière première agricole, sur une période donnée. C'est l'engagement réciproque et équitable entre les différents acteurs d'une même filière dont l'objectif est que chacun y gagne : producteur, transformateur, consommateur. Un label qui contribue donc à garantir le revenu des agriculteurs, préserver l'environnement pour l'avenir.

En 2019 dans le blé, la démarche qui compte de plus en plus de partenaires se développe sur comme le lait en 2017 et la viande en 2018.

AGRI-ÉTHIQUE C'EST :

FILIÈRES AGRO-ALIMENTAIRES : BLÉ, LAIT, ŒUFS, PORC

LE PRODUCTEUR → LA COOPÉRATIVE OU LE NÉGOCIE → LE TRANSFORMATEUR → LES COMMERÇANTS

plus de 600 boulangeries
18 moulins
7 industriels

14 coopératives et négoces sur la filière blé
1 coopérative sur la filière lait
1 coopérative sur la filière œufs
1 coopérative sur la filière porc

+13% de croissance vs 2016 sur les ventes des produits labellisés AE
77% en boulangeries
23% en GMS vs 15% en 2016

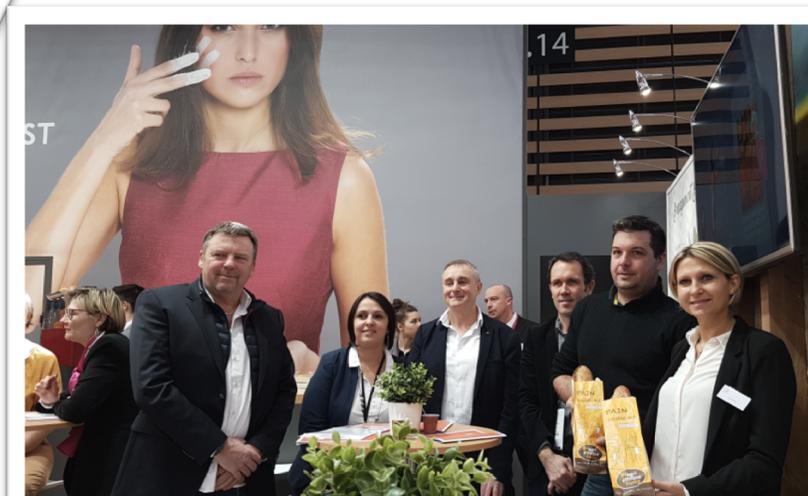
Retrouvez nous sur : www.agriethique.fr

Contact presse Caramel Rm
hélène.deboumazat@groupocaramel.com & sybil@amoz@groupocaramel.com
02 40 69 89 00

Communiqué de presse Nouveaux partenaires Minoterie Forest & Descréaux SA

Diffusion : février 2019

Sirha
LE RENDEZ-VOUS MONDIAL
DE LA RESTAURATION & DE L'HÔTELLERIE



News LANCEMENT FARINE CQLP

Diffusion : avril 2019

Bonjour,

1er label de Commerce Équitable 100% Origine France, Agri-Éthique pose aujourd'hui son label sur le sachet de **Farine** à la marque C'est qui le Patron ?! lancé en magasins mi-mars 2019.

AGRI-ETHIQUE existe depuis 2013, c'est un label de commerce équitable français bâti par les agriculteurs issus d'une coopérative. Ce label vient aujourd'hui garantir/certifier que la farine de la marque « C'est qui le patron » respecte la réglementation du commerce équitable et notamment la juste rémunération de l'agriculteur.

Un label qui assure à tous les clients de consommer une farine équitable !

Si vous souhaitez de plus amples informations sur ce nouveau lancement, n'hésitez pas à revenir vers moi pour organiser un entretien avec Ludovic Brindejoc, Fondateur et Directeur Général d'Agri-Éthique.

Bien cordialement,

Hélène

Hélène de Bournazel
Consultante RP
Tél. 02 40 69 89 00 // 06 66 39 93 36
48 Boulevard des Pas Enchantés
44230. Saint Sébastien-sur-Loire



9 communiqués de presse LANCEMENTS DE BOULANGERIES

Diffusion : avril - juin 2019

- Janvier 2019 - 5 boulangeries Mohamed Zerzour (Paris)
- 19 / 20 / 22 avril - 2 boulangeries L'arbre à Pain & A Rosa Di Venti (Corse)
- Lundi 29 avril - Boulangerie Diderot (Langres)
- Mardi 30 avril - Maison Roger (Dijon)
- Mercredi 15 mai - Le Fournil du Château (Domfront)
- 28-29 mai - Boulangerie Olines (Monteux), Boulangerie Affigliati (Carpentras), Boulangerie Convert (L'Isle sur la Sorgue)
- Lundi 3 juin - Fabien Bruckert (Pontailleur-sur-Saône)
- Jeudi 6 Juin - La Pause Gourmande (La Ferté Bernard)
- Vendredi 14 juin - Boulangerie Eugénie (Anglet)





Agri-Éthique dresse un bilan 2018 très positif !

Une croissance de 45% en 2018
avec 252 370 033€ euros de CA
(générés par les ventes de produits labellisés AE)

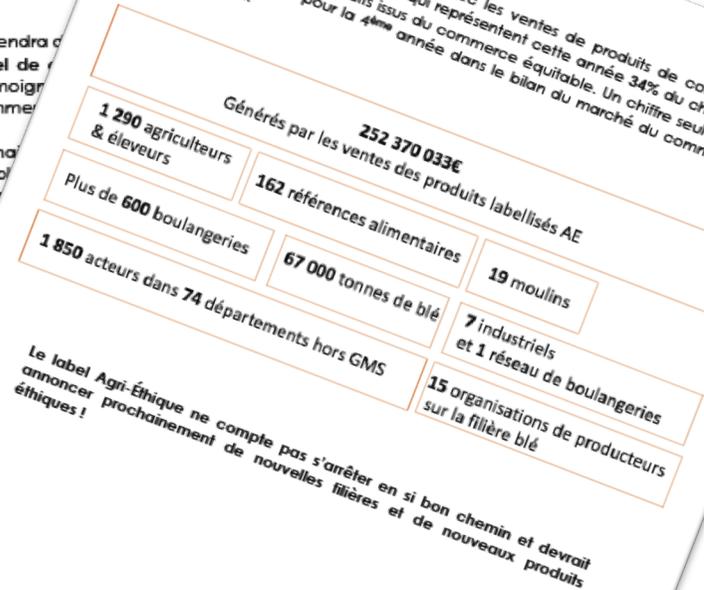
À l'occasion de la Quinzaine du commerce équitable qui se tiendra en France du 11 au 26 mai 2019, Agri-Éthique, premier label de commerce équitable 100% français, dévoile ses derniers chiffres, qui témoignent une fois de son véritable succès au sein de la filière blé notamment.

Augmentation des tonnages de blé et du nombre de partenaires du label dans de nouveaux départements, et toujours plus de produits labellisés Agri-Éthique ! Une très belle année pour cette démarche et qui a intégré en septembre dernier le Collectif Commerce Équitable avec pour objectif, celui de repenser le modèle économique de l'agriculture française.

« Nous sommes fiers de cette progression qui témoigne d'un millier d'exploitations agricoles sur le territoire français. Cette démarche, nous avons une responsabilité vis-à-vis de nos consommateurs, notamment celle de construire un label en cohérence avec nos valeurs que nous défendons : durable, éthique et responsable. Agri-Éthique est une politique d'intégration des acteurs de la filière ne se limite pas à un simple supplément, mais se concentre essentiellement sur la relation de chaque partenaire : son histoire, ses valeurs, ses engagements, ses démarches RSE, sa politique d'achat etc. » Ludovic Bouchard, Directeur Général d'Agri-Éthique.

Communiqué de presse
Agri-Éthique dresse un
bilan 2018 très positif !
Diffusion : mai 2019

Focus sur ce bilan très positif, avec les ventes de produits de commerce équitable « Origine France » qui représentent cette année 34% du chiffre d'affaires global de produits issus du commerce équitable. Un chiffre seulement pris en compte pour la 4^{ème} année dans le bilan du marché du commerce équitable.



Le label Agri-Éthique ne compte pas s'arrêter en si bon chemin et devrait annoncer prochainement de nouvelles filières et de nouveaux produits éthiques !

Contact presse Caramel RP
sybille.amour@groupecaramel.com &
helene.deboumazel@groupecaramel.com
02 40 69 89 00

Un nouveau partenaire Agri-Éthique



Agri-Éthique est heureux d'annoncer aujourd'hui l'adhésion d'un nouveau partenaire : **Artésienne de Minoterie**.

Meunerie familiale depuis 5 générations, située dans le Pas-de-Calais, Artésienne de Minoterie dessert en farine et autres mélanges de qualité les boulangers et industriels dans le Nord de la France, la Picardie et la Somme.

Artésienne de Minoterie est engagée avec **Cérésia**[®], nouveau nom du groupe coopératif Acolyance (partenaire d'Agri-Éthique depuis 2016) et Céréna, qui est spécialisé dans la collecte de céréales et oléo-protéagineux en culture conventionnelle et bio notamment, et qui couvre 8 départements en France.

Tous deux soucieux des différents intervenants de la filière blé avec une véritable approche environnementale, ils ont souhaité aller encore plus loin en s'engageant auprès du label Agri-Éthique.

* Fusion des sociétés ACOLYANCE et CÉRENA, sous conditions suspensives de la validation de l'autorité de la concurrence

agri
éthique
France

Ils nous expliquent pourquoi ils ont choisi Agri-Éthique

Matthieu Tartar

Directeur Général d'Artésienne de Minoterie (62)

« La démarche Agri-Éthique nous permet avant tout de cibler des exploitations pilotées par des jeunes et qui ont besoin de sécuriser une partie de leur revenu dans le temps et sur plusieurs années. On a cette responsabilité, il faut que nous les aidions. En tant que meunerie familiale, nous avons besoin d'eux, nous avons besoin de cette agriculture locale et à taille humaine ! Aujourd'hui, grâce à Agri-Éthique, nous permettons également aux consommateurs de faire le choix de consommer de manière responsable. En achetant des produits Agri-Éthique, ils agissent pour l'environnement dans les campagnes et dans la préservation d'une agriculture traditionnelle. »



Christophe Alindré

Directeur des mises en marché de Cérésia (51)

« Nous sommes un groupe coopératif agricole et viticole et c'est dans ce partage des valeurs communes que nous avons souhaité adhérer au label Agri-Éthique. Proposer à nos agriculteurs d'intégrer une nouvelle démarche, celle du commerce équitable, fait partie de notre logique de développement local. »



Agri-Éthique, 1^{er} label de commerce équitable 100% origine France

Éritable action citoyenne reconnue par la plateforme Commerce Équitable France depuis septembre 2018, Agri-Éthique est une nouvelle forme de commerce qui repose sur l'engagement réciproque et équitable entre les différents acteurs d'une même filière. En rémunérant la production agricole à sa juste valeur, en créant de la transparence à tous les niveaux, tout le monde y gagne, le producteur, le transformateur, mais aussi le consommateur qui devient acteur du commerce équitable. Un label qui contribue donc à garantir le revenu des agriculteurs, à préserver l'emploi local et à agir pour l'environnement et le bien-être animal.



Retrouvez nous sur : www.agriethique.fr

Caramel | Contact presse Caramel RP
helene.debourmazel@groupecaramel.com
RELATIONS PRESSE | 02 40 69 89 00

Communiqué de presse Nouveaux partenaires

Artésienne de Minoterie & Cérésia

Diffusion : Juin 2019

NB // Pour ce communiqué de presse, et en raison de l'actualité qui touchait Artésienne de Minoterie nous avons stoppé quelques temps les relances. L'événement prévu en septembre devrait permettre de générer des papiers en presse régionale



ANALYSE QUANTITATIVE

RP Janv. 2019 – Fin juin 2019

96 retombées presse

issues de notre communication

Web // 184 218 366 internautes

Presse écrite // 8 069 118 lecteurs

Radio // 5 720 000 auditeurs

RS // 1 431 302 internautes

Pour **199 760 786** personnes touchées

à minima

PRESSE ECRITE - 42

WEB - 39

RADIO - 12

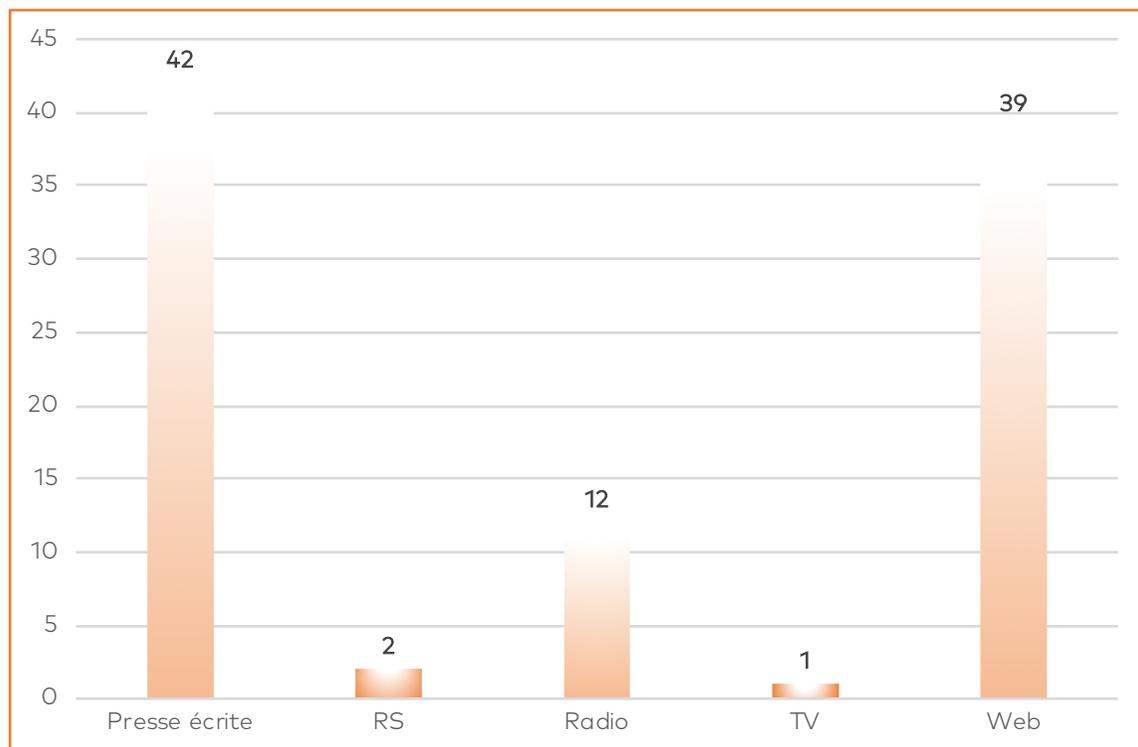
RÉSEAUX SOCIAUX - 2

TV - 1

RÉPARTITION DES SUJETS PAR TYPOLOGIE DE MÉDIA

Une reprise très homogène en terme de nombre de retombées sur le web et en presse écrite qui totalisent **84% des retombées**

=> À noter : une belle présence en radio pour ce premier semestre avec 12 passages dont 2 sur des radios nationales

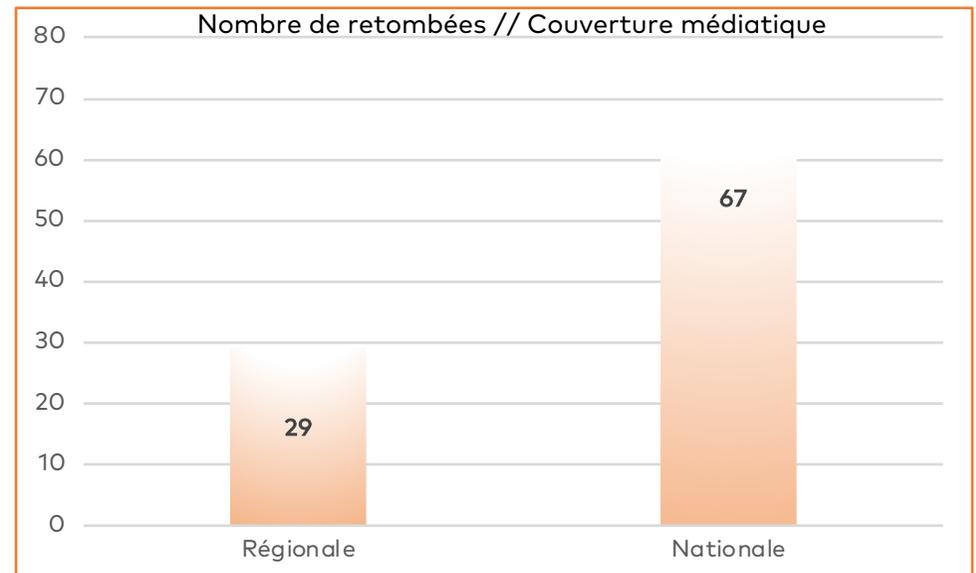
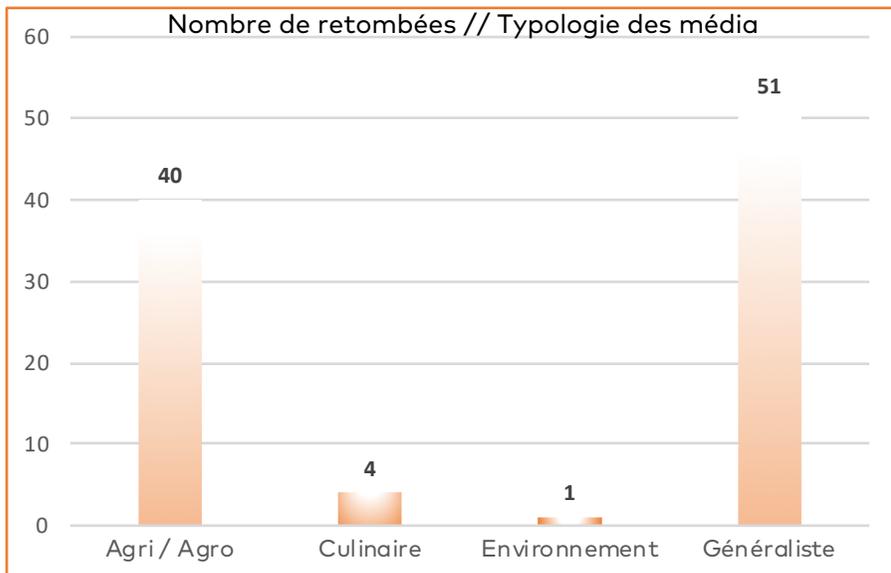
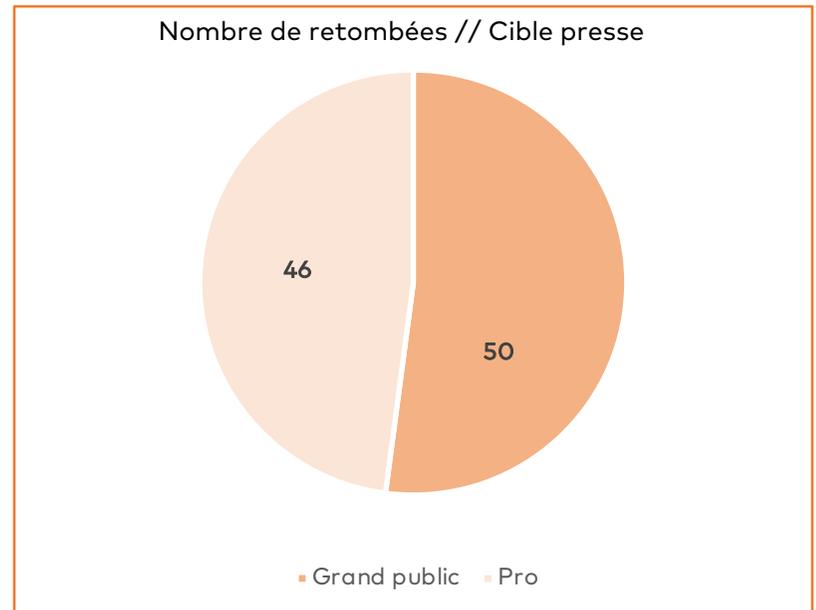


Une belle reprise de la part des média généralistes (**51 retombées**) et ceux spécialisés en agriculture ou agroalimentaire (**40 retombées**)

Une couverture médiatique majoritairement :

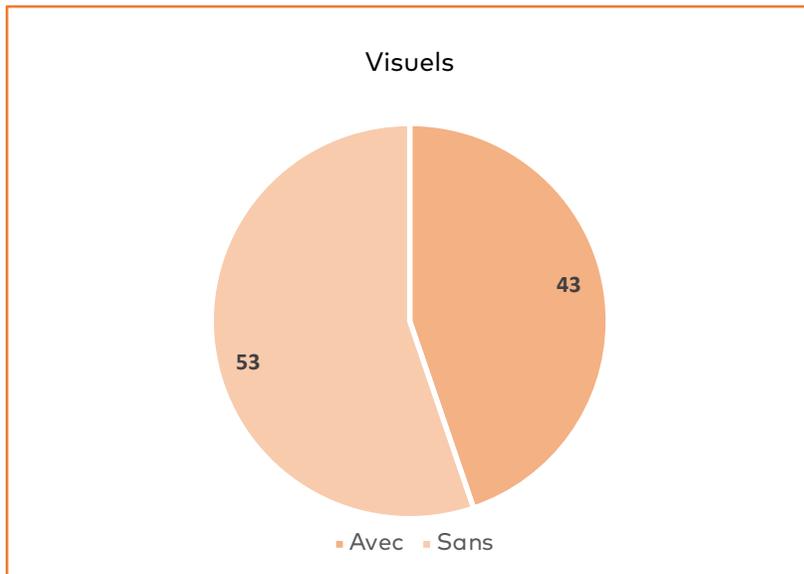
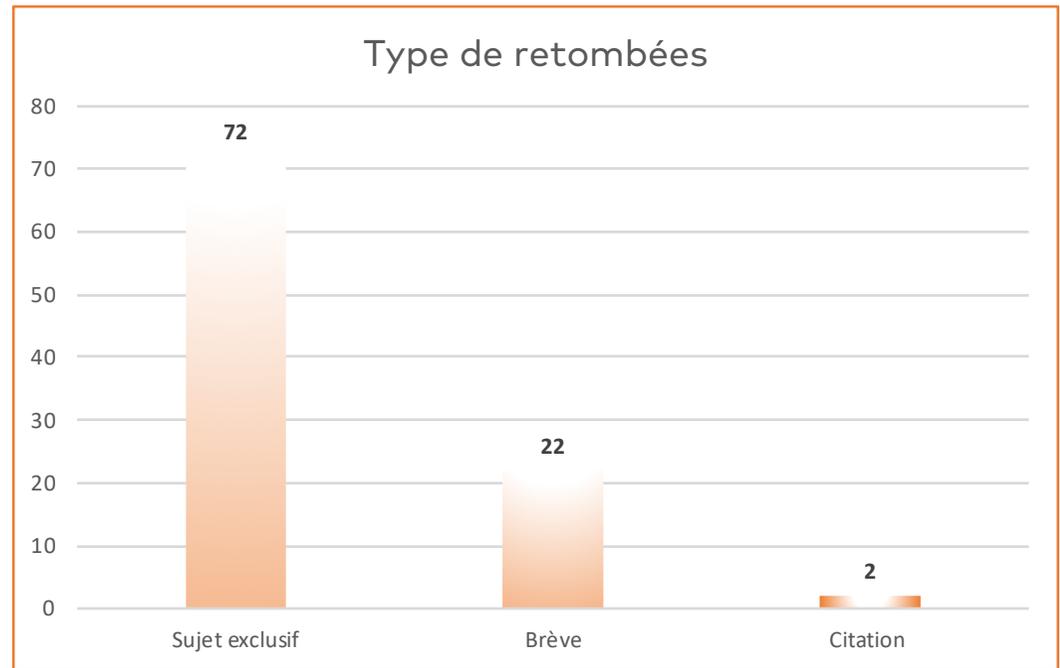
- Nationale : **70%** des retombées
- Régionale : **30%** des retombées

Une visibilité médiatique **très équilibrée** auprès du grand public (**52%**) et des professionnelles (**48%**)



Des retombées 100% positives et de qualité

Seulement 2% des retombées sont des citations simples vs 75 % qui sont des sujets exclusifs et 23% des brèves (minimum de 5 lignes)

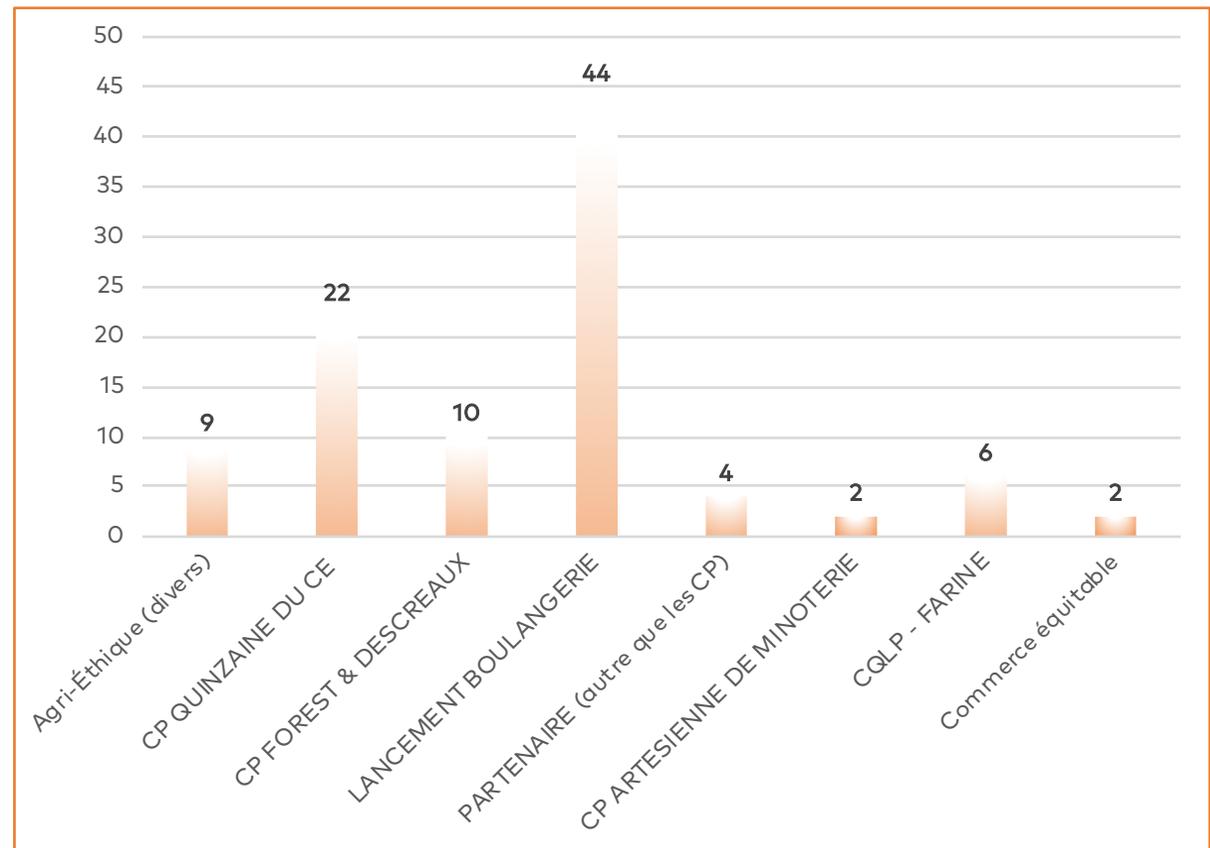


43 retombées sont illustrées par un visuel ! Logo, photos d'équipes, produits, partenaires, ...



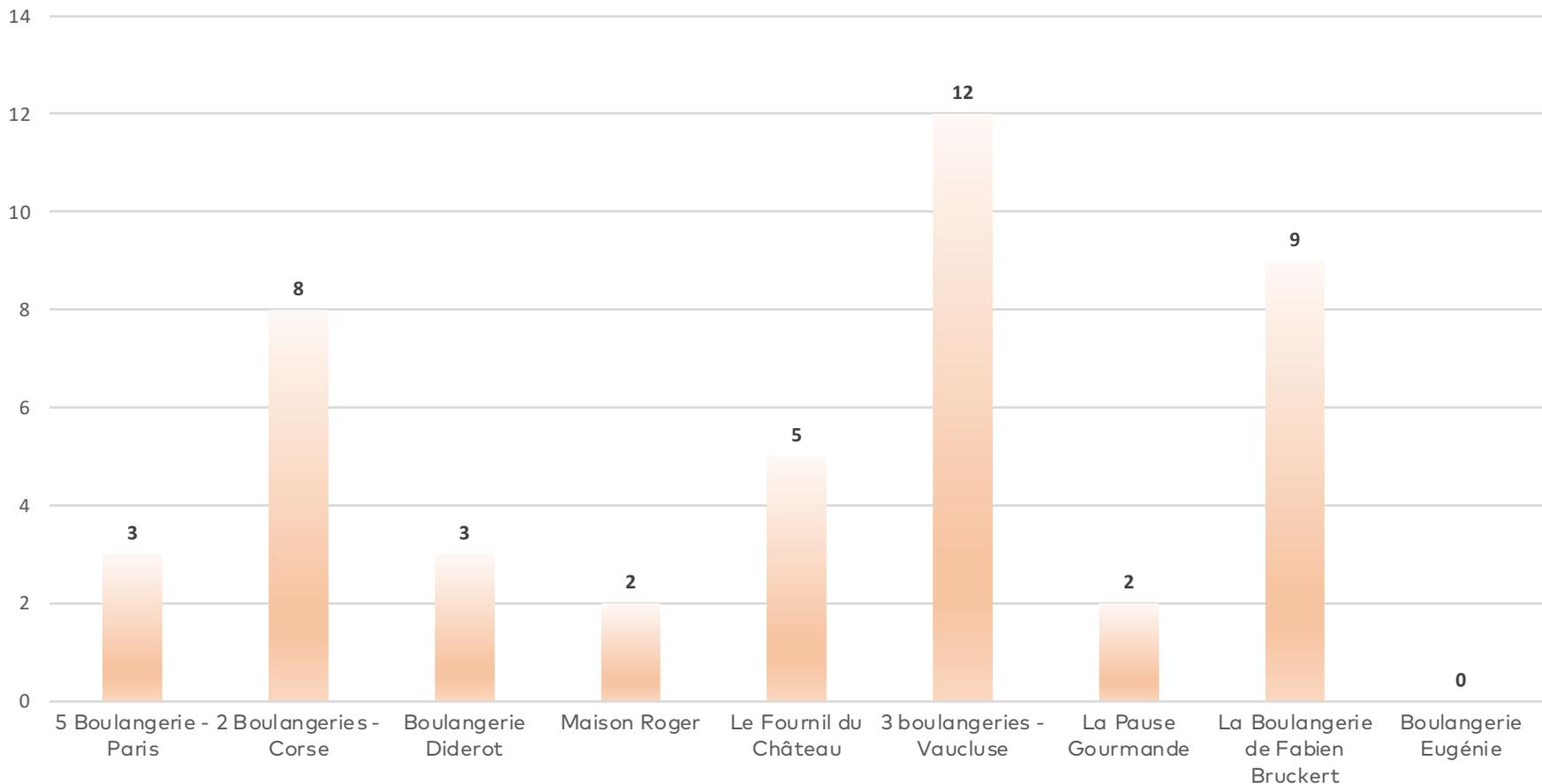
Quels sujets ?

- De très beaux sujets sur les **nouvelles boulangeries partenaires** ont été publiés dans les médias régionaux concernés par ces lancements (presse / Web / Radio & 1 TV)
- Le **CP chiffres 2018** a également suscité beaucoup d'intérêt auprès des médias à l'occasion de la Quinzaine du Commerce Équitable avec **22 retombées**



Quelles boulangeries ?

9 CP de nouvelles boulangeries partenaires ont été envoyés et cumulent 43 retombées



NOS CONCLUSIONS...

Un très bon 1^{er} semestre en RP pour Agri-Éthique dont l'actualité a fortement intéressée les média. Des prises de parole de qualité et une connaissance du label toujours plus accrue de la part des journalistes !

En comparant avec le bilan de l'année précédente, arrêté fin juillet 2018 (130 retombées et une audience de 131 670 469 personnes), nous pouvons donc conclure que sur cette même période analysée, nous avons touché des média à plus forte audience et dont la portée s'étend davantage au niveau national : 28 retombées en 2018 vs 67 dans les média nationaux en 2019. La différence en terme de nombre de retombées s'explique également en 2018 par la reprise sur les sites Maville.com qui a généré 57 retombées. À noter, que nous avons bloqué cette année sur l'Argus les retombées Maville.com afin de ne pas utiliser tout votre crédit d'unités pour ces reprises dont nous ne pouvons avoir l'audience.

Un bilan donc très positif et qualitatif, qui met en exergue la notoriété du label Agri-Éthique et son importance pour tous les acteurs des filières !

Best of des retombées Lancements en boulangeries, un succès en local !

corse-matin

L'Arbre à pain, première boulangerie à adhérer au label Agri-éthique



Le 10 septembre 2013, la boulangerie "L'Arbre à Pain" de Bastia a été la première à adhérer au label Agri-éthique. À gauche, les bénévoles de l'association "L'Arbre à Pain" et à droite, les clients de la boulangerie. Photo: Agri-éthique

ouest france

Le Fournil du château rejoint le label agri-éthique



Le Fournil du Château de Brest a rejoint le label Agri-éthique. À gauche, les bénévoles de l'association "L'Arbre à Pain" et à droite, les clients de la boulangerie. Photo: Agri-éthique

La Provence

La boulangerie Affigliati intègre le label Agri-éthique

Le boulanger de Serres a été sélectionné aux côtés de deux autres artisans du pain en Vaucluse. Objectif: garantir un prix fixe aux agriculteurs



Le boulanger de Serres a été sélectionné aux côtés de deux autres artisans du pain en Vaucluse. Objectif: garantir un prix fixe aux agriculteurs

LE BIEN PUBLIC

PONTAILLER-SUR-SAONE Artisanat Un pain qui garantit un prix juste pour l'agriculteur



Un pain qui garantit un prix juste pour l'agriculteur

03 80 47 87 69 BOULANGERIE



Tous les acteurs du label Agri-Éthique (agriculteurs, établissements Bresson, Moulin de Paroy) réunis autour de Fabien Brucher, boulanger à Pontailleur-sur-Saône. Photo: L'AFP

Le Parisien

V° - XV°
LE LABEL Agri-éthique fait aussi son nid en ville: trois nouvelles boulangeries parisiennes, dans le V° et le XV° viennent de rejoindre ce label lancé en 2013 pour favoriser un commerce solidaire. Imaginé sur fond de crise économique et environnementale, Agri-éthique vise à garantir à la fois les revenus des agriculteurs, à préserver l'emploi dans les régions et soutenir les pratiques écoresponsables. C'est aussi bon pour le blé, et la farine qu'utilisent désor-

■ Pour le pain plus solidaire, rendez-vous au 50, rue de l'Amiral-Roussin (XV°), 147, avenue Félix-Faure (XV°) et 49, boulevard Saint-Germain (V°).

corse-matin

Un label Agri-Ethique accordé à la boulangerie A Tramuntana



Aquila Leonetti et sa fille Julie de la boulangerie A Tramuntana ont reçu le label Agri-éthique.

« Nous sommes avant tout soucieux du bien-être des gens avec qui nous travaillons, et pour que la filière se porte bien, il est indispensable de mettre en place des engagements équitables entre l'agriculteur et le boulanger », estime ainsi Mohamed Zemour, l'un des nouveaux labellisés parisiens.

La Voix de la Haute-Marne

La photo de la semaine de la semaine



Langres, lundi 29 avril, Fabienne et Eric Munier de la boulangerie Diderot ont organisé une animation à l'occasion de leur adhésion à Agri-éthique, label de commerce équivalent français. Pascal Gremeret, agriculteur, et le Moulin Nicot sont partenaires.

france bleu vaucluse

Lancement boulangerie // 4 passages sur France Bleu Vaucluse

LANGRES
Lundi 29 avril, Fabienne et Eric Munier de la boulangerie Diderot ont organisé une animation à l'occasion de leur adhésion à Agri-éthique, label de commerce équivalent français. Pascal Gremeret, agriculteur, et le Moulin Nicot sont partenaires.

france bleu bourgogne

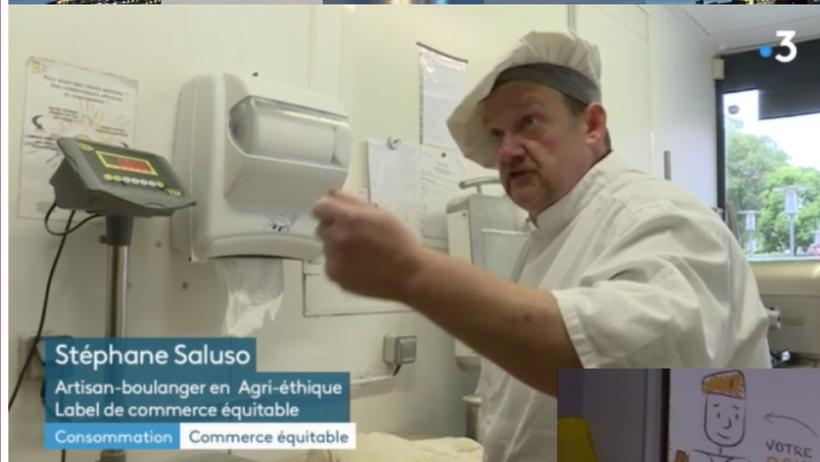
Lancement boulangerie // 6 passages sur France Bleu Bourgogne

1 reportage en TV sur France 3 Côte d'Azur

Jeudi 23 mai 2019

Interview de Stéphane Saluso,
artisan boulanger labellisé Agri-Éthique

322 000 spectateurs en moyenne



Best of des retombées

Agri-Éthique : les chiffres 2018

Les MARCHÉS

LE MÉDIA DE L'ALIMENTAIRE

Commerce équitable

Ventes en hausse de 45 % pour Agri-Ethique en 2018

Créé en juin 2013, le label Agri-éthique a enregistré une croissance de 45 % en 2018 avec 252 millions d'euros de chiffre d'affaires, indique Agri-Ethique France à l'occasion de la Quinzaine du commerce équitable. Aujourd'hui le label concerne 1 290 agriculteurs et éleveurs, 19 moulins, 7 industries et un réseau de boulangeries, plus de 600 boulangeries pour 67 000 tonnes de blé et 162 références alimentaires labellisées. Un bilan positif alors que le commerce équitable origine France a vu ses ventes progresser de 34 % l'an dernier, selon les chiffres de Commerce équitable France. « Nous sommes fiers de cette progression qui témoigne de notre soutien à



plus d'un millier d'exploitations agricoles sur le territoire français », commente Ludovic Brindejone, fondateur et directeur général d'Agri-Ethique qui a intégré en septembre dernier le collectif Commerce équitable France. Si 76 % du chiffre d'affaires du label est réalisé en boulangeries, Agri-Ethique développe de nouvelles filières et compte pour 13 organisations de producteurs engagés sur la filière blé, une OP sur la filière lait, une OP sur la filière œuf, et une OP en porc. « Le label ne compte pas s'arrêter en si bon chemin et devrait annoncer prochainement de nouvelles filières et de nouveaux produits éthiques », promet Agri-Ethique.

Nathalie Marchand



Europe 1

Raphaëlle
Duchemin



La Quinzaine du Commerce Équitable a généré deux interventions très qualitatives de Ludovic Brindejone sur Europe 1 (1 300 000 auditeurs) et France Info (4 880 000 auditeurs) !

Best of des retombées – Divers



LE DOSSIER

8 FILIÈRES BÉNÉFIQUES POUR LES PRODUCTEURS

ALORS QUE BON NOMBRE D'AGRICULTEURS PEINENT À JOINDRE LES DEUX BOUTS, CERTAINS CIRCUITS LEUR ASSURENT UNE JUSTE RÉMUNÉRATION.

En deux ans, 85 millions de litres vendus. Un succès incontestable pour le lait « C'est qui le patron ? », qui mise sur une juste rémunération des éleveurs. La marque est née pour répondre à la crise laitière quand, en juin 2016, les producteurs s'insurgèrent : comment vivre avec 290 euros par tonne de lait ? Si le prix est remonté depuis (333 euros en 2017), il reste inférieur aux 306 euros qui permettraient à un éleveur de vivre décemment, selon l'interprofession. La loi agricole et alimentation prévoit des mesures pour « payer le juste prix ». En attendant, des initiatives éclairent déjà l'horizon : les laits « C'est qui le patron ? » et « Les éleveurs vous disent merci », par exemple, garantissent une rémunération supérieure à la moyenne.

DES PRIX PLUS JUSTES ET DES CONTRATS SUR PLUSIEURS ANNÉES
« Se regrouper dans des structures à gouvernance démocratique permet aux agriculteurs de renforcer leur pouvoir face aux acheteurs », relève Fanny Lange, experte au cabinet Deloitte Développement Durable. L'objectif ? Obtenir des prix rémunérateurs basés sur les coûts de production et, dans l'idéal, des contrats pluriannuels, gage de stabilité, ainsi que des primes pour financer des projets collectifs. « C'est le principe du commerce équitable : né des échanges avec les pays du Sud, il se développe avec les producteurs français », précise l'experte. Comment s'y retrouver dans les rayons ? Guetter les labels comme « Bio Partenaire » ou « Fair for Life ». Ces démarches sont reconnues par l'Association Commerce Équitable France. Des initiatives locales améliorent aussi le quotidien des agriculteurs, telles les Amap, associations de consommateurs signant avec eux des contrats en direct.

LE COMMERCE ÉQUITABLE À LA FRANÇAISE

Les 700 produits « Ensemble », marque du distributeur Biocoop, remplissent tous les critères du commerce équitable origine France, des achats contractualisés sur trois ans à la constitution d'un fonds de développement de 1% des ventes (820 000 euros en 2018). Les 20 groupements de producteurs bio, sociétaires de la coopérative Biocoop, décident de sa répartition pour financer des projets collectifs : conseils techniques, communication, achat de matériel...

Une gamme bio et respectueuse

Griffes Moulin comptait zéroiser ses cultures de fruits rouges. Mais, en 2013, il crée Terr'éc, un collectif de trois paysans des monts du Lyonnais qui, depuis mai 2018, confectionne confitures et coulis dans son atelier. « Transformer soi-même sa production permet de mieux la valoriser », souligne Stéphanie Comar, cofondatrice d'Éthiquable, qui distribue désormais les produits de Terr'éc. À l'origine spécialiste du commerce équitable Nord-Sud, Éthiquable a lancé en 2011 sa gamme « Paysans d'ici, 100% française, bio et équitable (35% du prix de la confiture de groseilles revient aux producteurs). Les contrats de trois ans ont permis à Terr'éc d'obtenir des prêts pour construire l'atelier. Et grâce à la prime de développement reversée par Éthiquable (1% du chiffre d'affaires), ils renforcent la qualité et la traçabilité de leurs produits.



- 1 Enseigner les consommateurs à reconnaître les produits bio et respectueux.
 - Marque contrôlée par un distributeur indépendant.
 - Aliments produits en France.
- 2 Paysans d'ici (Éthiquable)
 - Charte de 24 critères d'agriculture biologique.
 - Démarche respectueuse de l'environnement (produits biologiques).
 - Des fermes familiales, certifiées bio, dans une démarche agro-écologique.
- 3 Bio Partenaire
 - Milite depuis sa création en 2002 pour un commerce équitable France. Plus de 600 produits, certifiés bio labellisés. Des filières créées en France : plantes médicinales, farines, tomates, viti... Prix fixés en accord avec tous les membres.
- 4 Agri-Éthique
 - Label équitable initié par une coopérative agricole sur le bio.
 - 1 130 agriculteurs français impliqués dans les filières Bœuf, lait, œufs et porc.
- 5 C'est qui le patron ?
 - Initiative de consommateurs pour renforcer les liens avec les agriculteurs.
 - Gamme de produits rémunérant les producteurs au juste prix.



ENQUÊTE
Manger français mieux, marketing
La mention "produit en France" fleurit dans tous les rayons des supermarchés. Est-ce vraiment une assurance de meilleure qualité ? Nous avons enquêté auprès des producteurs, des industriels et des distributeurs.

L'origine, un vrai plus pour les Français
67% des Français ont répondu que l'origine est un vrai plus pour eux.

73%
de consommateurs ont répondu que l'origine est un vrai plus pour eux.

pour manger ou réalité?

Équité s'en mêle
Pour une pièce de poulet, le prix payé par le consommateur est de 100%. Le prix payé par le producteur est de 30%. Le prix payé par le producteur est de 30%.

1 Enseigner les consommateurs à reconnaître les produits bio et respectueux.

2 Paysans d'ici (Éthiquable)

3 Bio Partenaire

4 Agri-Éthique

5 C'est qui le patron ?



Agri-Éthique poursuit sa conquête



Agri-Éthique pose son label sur le sachet de farine à la marque C'est Qui le Patron ? lancé en magasins mi-mars.

MEUNERIE ▶ La farine à la marque C'est Qui le Patron ?! produite par Bellot Minoteries, lancée en magasins mi-mars, porte aussi le label Agri-Éthique France.

La farine de la marque C'est Qui le Patron ?! lancée en magasins mi-mars porte le label Agri-Éthique France. Ce label, créé en 2013, garantit que le produit respecte la réglementation du commerce équitable et notamment la juste rémunération de l'agriculteur. En septembre 2018, Agri-Éthique a d'ailleurs intégré le collectif Commerce Équitable France.

Quatre filières
Agri-Éthique compte aujourd'hui 45 références alimentaires issues de quatre filières : bœuf, œuf et porc. Le blé rassemble quatre coopératives et négociants, pour une récolte de

67 000 tonnes en 2018-2019. Au total, le label atteint 173 575 000 euros de ventes au consommateur final en 2017, soit une croissance de 13% par rapport à 2016. Les ventes sont réalisées à 77% en boulangeries et 23% en GMS, contre 5% en 2016. En juin 2018, Agri-Éthique a lancé la filière porcine. Créée en Vendée, elle compte dix-neuf sites d'élevage, quatre-vingt éleveurs et l'entreprise Tradition de Vendée, ainsi que l'organisme de défense et de gestion Vendée Qualité, détenteur des cahiers des charges. Le label Agri-Éthique devrait annoncer prochainement de nouvelles filières et de nouveaux produits éthiques.

The background is a solid dark red color. In the top-left corner, there is a white decorative swirl that starts from the left edge and curves downwards and to the right, ending in a small white circle. In the bottom-right corner, there is a cluster of several white decorative swirls of varying sizes, some ending in small white circles. The word "MERCI !" is centered in the middle of the page in a white, bold, sans-serif font.

MERCI !

*La présente recommandation reste la propriété du Groupe Caramel.
Toute exploitation ou utilisation du contenu est interdite.*