BOOK AGRI-ÉTHIQUE

10 JUILLET 2018

SOMMAIRE

LA MARNE AGRICOLE (01 SEPT 17)	Châlons : l'agriculture fait l'événement	10
LETTRE REFERENCE APPRO.COM (11 SEPT 17)	Recherche de valeur ajoutée à la Foire de Châlons	12
www.agrodistribution.fr (11 septembre 2017)	Foire de Châlons : Acolyance expose sa filière blé équitable	14
LA MARNE AGRICOLE (15 SEPT 17)	Acolyance lance la baguette « Agri-Éthique » en circuit court	16
LA MARNE AGRICOLE (15 SEPT 17)	L'essentiel de la semaine	18
LA FRANCE AGRICOLE (15 SEPT 17)	Acolyance s'engage dans la filière blé équitable	19
L'AGRICULTEUR DE L'AISNE (15 SEPT 17)	Acolyance s'engage dans une démarche de filière équitable	20
HORIZONS CENTRE ILE DE FRANCE ED.SEINE ET MARNE (15 SEPT 17)	Acolyance présente sa démarche Agri-éthique filière blé	21
LA DEPECHE LE PETIT MEUNIER (19 SEPT 17)	Acolyance et Moulin Lorin s'engagent dans une filière équitable	22
www.depeche.fr (18 septembre 2017)	Acolyance et Moulin Lorin s'engagent dans une filière équitable	23
L'UNION (03 OCT 17)	De la farine équitable dans la baguette	24
ARDENNAIS (03 OCT 17)	De la farine équitable dans la baguette	25
AGRO DISTRIBUTION (OCT 17)	EN CHIFFRE - 175	26
RELATIONS CULTURE (OCT 17)	La coopérative rejoint la démarche Agri-éthique	27
BETTERAVIER FRANCAIS (10 OCT 17)	Du pain "Agri-Éthique" en circuit court	28
INDUSTRIES DES CEREALES (SEPT/NOV 17)	8. La démarche Agri-Ethique se développe dans l'Est de la France	29
INDUSTRIES DES CEREALES (SEPT/NOV 17)	Le retour du sarrasin en France, mode ou tendance durable ?	30
www.pleinchamp.com (9 novembre 2017)	Agri éthique veut développer le commerce équitable Nord	34

lesmarches.reussir.fr (24 novembre 2017)	Une première filière laitière rejoint Agri-Éthique	37
LES MARCHES HEBDO (24 NOV 17)	Une première filière laitière rejoint Agri-Éthique	38
www.web-agri.fr (1 décembre 2017)	Agri-éthique lance sa nouvelle filière laitière équitable	39
PRESSE OCEAN (04 DEC 17)	Commerce équitable	41
www.alpes-et-midi.fr (7 décembre 2017)	Eygliers : mise en place d'une filière lait équitable 100% locale	42
www.ledauphine.com (9 décembre 2017)	La fromagerie de Montbardon inaugure son atelier de fabrication	43
ALPES ET MIDI (07 DEC 17)	EYGLIERS : MISE EN PLACE D'UNE FILIÈRE LAIT ÉQUITABLE 100% LOCALE	44
AGRO DISTRIBUTION (DEC 17)	Agri-éthique dans le fromage	45
OUEST FRANCE (15 DEC 17)	La Cavac se tient à l'écoute du consommateur	46
HORIZONS CENTRE ILE DE FRANCE ED.ILE DE FRANCE (15 DEC 17)	La coop Île-de-France sud fait face à la conjoncture difficile	47
VIANDE MAGAZINE (DEC 17)	Etats généraux de l'alimentation - Vers une contractualisation inversée	48
www.lsa-conso.fr (10 janvier 2018)	Un nouvel horizon pour la crémerie	50
LSA LIBRE SERVICE ACTUALITES (11 JAN 18)	Un nouvel horizon pour la crémerie - LE DOSSIER	54
CULTIVAR ELEVAGE EDITION ALSACE (JAN 18)	AGRI-ÉTHIQUE SE LANCE DANS LE LAIT	59
CULTIVAR ELEVAGE EDITION MONTBELIARDE (JAN 18)	LAIT ÉQUITABLE - AGRI-ÉTHIQUE SE LANCE DANS LE LAIT	60
REUSSIR L'AGRICULTEUR CHARENTAIS (19 JAN 18)	«Aller chercher de la valeur ajoutée partout où nous pouvons»	61
LA DEPECHE LE PETIT MEUNIER (13 FEV 18)	La rémunération des agriculteurs s'invite au salon Europain	62
L'OPINION (23/24 FEV 18)	Des aventures individuelles, une passion collective	63

www.lopinion.fr (23 février 2018)	Avec le label Agriéthic, le commerce équitable s’applique aussi aux producteurs français	69
www.planet.fr (23 février 2018)	Avec le label Agriéthic, le commerce équitable s'applique aussi aux producteurs français	70
www.lemondedesboulangers.fr (26 février 2018)	Deux nouveaux partenaires pour Agri-Ethique	71
BIOLINEAIRES (MARS/AVRIL 18)	Le commerce équitable made in France	73
CAMPAGNES ET ENVIRONNEMENT (FEV 18)	Agri-Éthique, le commerce solidaire à la française	77
CAPITAL (MAI 18)	MARGES - LES HYPERS ET LES AGRICULTEURS FONT PARFOIS LA PAIX	78
www.agri44.fr (24 mai 2018)	Agri 44	80
www.agri85.fr (24 mai 2018)	Agri85	81
www.agrapresse.fr (25 mai 2018)	Commerce équitable : Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	82
www.action-agricole-picarde.com (25 mai 2018)	Commerce équitable : Agri-Ethique affiche une croissance de 13 % en 2017	83
AGRA PRESSE HEBDO (28 MAI 18)	Commerce équitable: Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	84
LETTRE REFERENCE APPRO.COM (28 MAI 2018)	Agri-Éthique passe le cap des 1 000 producteurs	85
www.terre-net.fr (30 mai 2018)	Des résultats 2017 positifs pour la filière céréalière Agri-Éthique	86
www.agrisalon.com (30 mai 2018)	Des résultats 2017 positifs pour la filière céréalière Agri-Éthique	87
L'INFORMATION AGRICOLE DU RHONE (31 MAI 18)	Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales	88
TERRE DAUPHINOISE (31 MAI 18)	COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	89
L'AIN AGRICOLE (31 MAI 18)	COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	90
LE PAYSAN LORRAIN (01 JUIN 18)	Agri-Ethique en forte croissance	91
REUSSIR L'AGRICULTEUR CHARENTAIS	Reperes + 13%	92

(01 JUIN 18)

LA VIE AGRICOLE DE LA MEUSE (01 JUIN 18)	Agri-Ethique en forte croissance	93
LE PAYSAN VOSGIEN (01 JUIN 18)	Agri-Ethique en forte croissance	94
LE JURA AGRICOLE ET RURAL (01 JUIN 18)	Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales	95
LA MOSELLE AGRICOLE (01 JUIN 18)	Agri-Ethique en forte croissance	96
PAYSANS DE LA LOIRE (01 JUIN 18)	COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	97
LA LOIRE CETTE SEMAINE (01 JUIN 18)	COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017	98
L'AVENIR AGRICOLE (01 JUIN 18)	Les stocks de pommes au plus bas	99
OUEST FRANCE (08 JUIN 18)	« Si l'agriculture ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »	100
OUEST FRANCE (07 JUIN 18)	« Si l'agriculteur ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »	104
OUEST FRANCE (09 JUIN 18)	« Si l'agriculteur ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »	108
L'AGRICULTURE DROMOISE (31MAI 18)	Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales	111
www.capital.fr (18 juin 2018)	Le commerce équitable s'adapte aussi aux agriculteurs français	112
LSA LIBRE SERVICE ACTUALITES (28 JUIN 18)	Le petit déjeuner prend la clé des champs	115
ZEPROS METIERS SNACK & FOODS (MAI/JUIN 18)	Encore plus de commerce équitable	125
OUEST FRANCE (28 JUIN 18)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	126
www.lsa-conso.fr (28 juin 2018)	Le petit déjeuner prend la clé des champs	127
LSA LA QUOTIDIENNE (27 JUIN 18)	Le petit déjeuner prend la clé des champs	132
LSA LA QUOTIDIENNE (28 JUIN 18)	Le petit déjeuner prend la clé des champs	140
fougeres.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les	148

	éleveurs	
poitiers.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	150
saint-brieuc.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	152
douai.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	154
labaule.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	156
lemans.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	158
larochesuryon.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	160
grasse.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	162
redon.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	164
roubaix.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	166
lille.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	168
valenciennes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	170
moulins.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	172
lessablesdolonne.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	174
vitre.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	176
arras.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	178
nantes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	180
nice.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les	182

	éleveurs	
lille.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	184
toulon.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	186
menton.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	188
blois.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	190
cagnes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	192
brignoles.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	194
cherbourg.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	196
lorient.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	198
angers.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	200
niort.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	202
cagnes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	204
laseyne.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	206
marseille.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	208
quimper.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	210
lannion-perros.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	212
tourcoing.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	214
frejus-saintraphael.maville.com (29 juin	Du porc de plein air équitable pour les	216

2018)	éleveurs	
alencon.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	218
draguignan.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	220
brest.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	222
cannes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	224
hyeres.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	226
cholet.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	228
saint-malo.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	230
caen.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	232
pontivy.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	234
paris.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	236
vannes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	238
trouville-deauville.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	240
granville.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	242
guingamp.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	244
laval.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	246
dinan.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	248
rennes.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les	250

	éleveurs	
dunkerque.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	252
bethune.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	254
saint-lo.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	256
saint-nazaire.maville.com (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	258
www.ouest-france.fr (29 juin 2018)	Du porc de plein air équitable pour les éleveurs	260
LES MARCHES HEBDO (06 JUIL 18)	Une première filière porcine labellisée Agri-Éthique	262
www.agro-media.fr (9 juillet 2018)	Lancement de la 1re filière équitable de viande française - Agro Media	263

LA MARNE agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 01 SEPT 17

71E FOIRE

Châlons : l'agriculture fait l'événement

Au fil des ans, la Foire de Châlons a gagné en crédibilité. Devenue l'événement de la rentrée de l'agriculture régionale et française, elle est le rendez-vous incontournable des politiques et des décideurs. Le Groupe FDSEA sera présent dans le hall 4 ainsi que le groupe de presse agricole Réussir et La Marne Agricole.

Le Groupe FDSEA de la Marne sera à son emplacement habituel dans le hall 4.

Tous droits réservés à l'éditeur

En bref

Acolyance présente la démarche Agriéthique

Le stand Acolyance à la Foire de Châlons (n°471, allée L, hall 4) accueillera le 8 septembre à 11 heures une présentation de la démarche Agriéthique. Acolyance a signé avec le Moulin Lorin, client meunier basé à Aubérive, et Agri-Ethique France, un pacte de commerce équitable 100 % origine France. Cette démarche est portée par le groupe jeunes Cap ac' d'Acolyance. Elle correspond au principe du travailler ensemble qui anime le groupe des jeunes agriculteurs, à la défense de la filière et à la possibilité d'avoir une juste rémunération du blé sur la durée. Aujourd'hui, quatorze jeunes agriculteurs Acolyance ont déjà intégré la démarche. Renseignements : marie-pierre.dufour@acolyance.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Référence appro
L'HEBDO D'INFORMATIONS STRATÉGIQUES
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 11 SEPT 17
Journaliste : Julia Landrieu

Recherche de valeur ajoutée à la Foire de Châlons

La 71e Foire de Chalons clôt ses portes ce lundi 11 septembre après 10 jours de festivité. Bien que cet évènement s'adresse surtout au grand public, le secteur agricole a répondu à l'appel de ce rendez-vous qui attire près 250 000 visiteurs. Au cœur des échanges, la valorisation des cultures, aussi bien en optimisant les pratiques agronomiques qu'en s'engageant dans de nouvelles filières.

Acolyance à la recherche de diversification avec AgriEthique

La coopérative Acolyance a profité de la foire pour officialiser son engagement dans la démarche AgriEthique. Elle débute avec le Moulin Lorin, client meunier de la coopérative situé à Aubérive (51), et une vingtaine d'adhérents du groupe jeunes Cap ac' de la coopérative. « Nous ambitionnons de doubler, voire de tripler, les volumes d'ici à trois ans », indique Antoine Grasser, responsable commercialisation à Acolyance. Le contrat AgriEthique garantit sur trois un prix sécurisé en engageant le distributeur, le meunier et le boulanger. La coopérative mettait aussi en avant pendant ces 10 jours sa filière bio, dont la collecte a franchi la barre des 10 000 tonnes de céréales cette année. « Au détour des allées, on entend beaucoup d'agriculteurs inquiets quant à la valorisation de leurs céréales, jusqu'à même se poser la question de l'intérêt de produire certaines cultures, c'est pourquoi l'engagement dans ces filières à meilleure valeur ajoutée constitue une bonne source de diversification pour les agriculteurs », insiste Antoine Grasser.

Développer l'agriculture numérique pour Vivescia

A travers sa « route du grain », le groupe Vivescia mettait l'accent sur son implication dans l'aval de la filière céréalière. La coopérative valorisait aussi son service Atland, afin d'encourager les agriculteurs à s'engager dans l'agriculture connectée. Près d'un tiers des adhérents et des clients des filiales négoces du groupe sont équipés de ce service numérique, soit environ 2000 agriculteurs. «Notre ambition est d'aller plus loin et d' engager sur cette campagne une dynamique plus collective en faisant la synthèse des itinéraires techniques de plusieurs agriculteurs, et leur permettre, avec l'appui de leur technicien, de se comparer », indique Emmanuel Jaillant. La coopérative souhaite démocratiser cet outil pour garantir à ses clients plus de transparence et de traçabilité sur les pratiques des agriculteurs engagés dans leurs filières.

Tous droits réservés à l'éditeur

Un baptême pour la Fnams

Aux côté du Gnis Est, la Fédération nationale des agriculteurs multiplicateurs de semences (Fnams) était présente pour la première fois sur la Foire de Chalons. « Le but de ce partenariat était de porter le message sur le rôle des agriculteurs multiplicateurs et de présenter les espèces multipliées dans la région », souligne Jonathan Petry, en charge de la communication pour le Gnis Est. La multiplication de semences est un moyen de diversifier ses productions et de souvent dégager une meilleure valorisation. « Elle requiert toutefois un respect strict des cahiers des charges spécifiques à chaque espèce », nuance Jonathan Petry.

Julia Landrieu

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 11/09/2017
Heure : 19:25:41
Journaliste : Chantal Urvoy

www.agrodistribution.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Foire de Châlons : Acolyance expose sa filière blé équitable

Le 8 septembre, lors d'une conférence de presse à la Foire de Châlons, Acolyance a présenté sa démarche Agri-éthique sur son stand. A l'instar de dix coopératives françaises, elle s'est engagée à acheter à ses adhérents un volume de blé à prix équitable et fixe pour trois ans.

Laurent Chauré, adhérent Acolyance, Romain Adam, président du groupe jeunes Cap ac', Baptiste Lorin, directeur du Moulin Lorin, Antoine Grasset, directeur des mises en marché d'Acolyance et Ludovic Brindejonc, DG d'Agro-éthique. © C.#URVOY

«#On cherchait un moyen d'avoir un produit sécurisé au niveau du prix sur plusieurs années#», expliquait Antoine Grasset, directeur des mises en marché d'Acolyance. Acolyance a ainsi signé en mai dernier avec le Moulin Lorin, client meunier basé à Aubérive (Marne) et Agri-éthique France (1), un pacte de commerce de blé équitable. L'initiative intègre les agriculteurs, la coopérative, le meunier et les boulangers clients du moulin. «#Cettedémarche correspond également à la stratégie de la coopérative, à savoir développer la production et le partage de valeur sur son territoire.#»

Un blé à 175 euros par tonne

Le contrat Agri-éthique France permet ainsi de s'affranchir des effets de la trop grande volatilité du blé en assurant visibilité, sécurité et sérénité aux différents acteurs de la filière. Pour la récolte 2017, 2018 et 2019,

Tous droits réservés à l'éditeur

Acolyance achètera du blé à ses adhérents à 175#euros par tonne livrée au silo. Ce prix a été défini en prenant en compte le coût de production (environ 150#euros par tonne) auquel s'ajoute une rémunération pour l'application du cahier des charges.

«#On sait combien on va gagner à chaque fin de campagne, et que l'on va pouvoir se rémunérer#», souligne Romain Adam, président du groupe jeunes Cap ac' d'Acolyance, groupe qui a planché sur la mise en place de la démarche. Pour 2017, cela concernera 700 tonnes et une quinzaine de jeunes agriculteurs. L'objectif est d'atteindre 1 000 tonnes en 2018.

Une baguette Agri-éthique

Le Moulin Lorin revendra l'équivalent des 700 tonnes de blé en farine aux boulangers s'engageant à produire des baguettes Agri-éthique. «#En ayant une communication innovante basée sur l'humain, cettedémarche permet à mes clients de se démarquer des chaînes de boulangerie dont la stratégie est axée sur des prix agressifs,#» explique Baptiste Lorin.

Cela pourrait concerner une quinzaine de boulangeries. Les deux premières seront «#inaugurées#» en septembre et octobre à Reims et dans les environs. L'occasion pour les jeunes adhérents d'Acolyance d'expliquer aux consommateurs comment est produit ce blé équitable.

(1) Née en 2013, la démarche Agri-éthique concerne 1 000 producteurs de blé tendre (60 000 tonnes de blé pour la récolte 2017), de sarrasin et d'œufs, onze coopératives, quinze moulins, 600 boulangers et cinq industriels.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MARNE agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 SEPT 17
Journaliste : Richard Cremonini

AU FIL DE LA SEMAINE

VALORISATION Une baguette commercialisée en circuit court sur le principe du commerce équitable vient d'être lancée dans la Marne avec un meunier local. C'est la déclinaison d'une démarche nationale qui a pour nom « *Agri-Éthique* ».

Acolyance lance la baguette « Agri-Éthique » en circuit court

Payer le blé au juste prix auprès de jeunes agriculteurs. Le faire écraser par un meunier local. Vendre le pain dans des boulangeries de la région. La démarche Agri-Éthique c'est ça. En 2016, le prix de la tonne de blé Agri-Éthique était en moyenne de 30 euros au-dessus du prix moyen marché. « *Le pacte Agri-Éthique permet à l'agriculture de vivre de son travail et de maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière* », souligne Ludovic Brindejonc. Le directeur général Agri-Éthique poursuit : « *cela change la relation entre les partenaires, le prix n'est plus un sujet puisque tout le monde doit être gagnant* ». Parmi les préoccupations de ce label agriculture équitable : la qualité, le sourcing et la sensibilisation du consommateur à la démarche et aux valeurs qu'elle porte. L'histoire commence en 2013 avec la volonté de se déconnecter du marché des matières premières agricoles et d'acheter du blé tendre à prix fixe sur trois ans en se basant sur le coût de revient. « *L'agriculteur est payé à sa juste rémunération, le meunier sécurise son approvisionnement et change sa relation avec la coopérative et les boulangers, on est sur du commerce équitable français* », complète Ludovic Brindejonc.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MARNE agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 SEPT 17
Journaliste : Richard Cremonini

De g à d : Romain Adam (jeune agriculteur), Baptiste Lorin (meunier), Antoine Grasser (Acolyance) et Ludovic Brindejonc (Agri-Éthique).

Favoriser les emplois locaux

Président de du groupe des jeunes de la coopérative Acolyance, Romain Adam approuve la démarche. « *Avec cette sécurité financière j'ai les moyens de me concentrer sur la qualité, j'aime aussi l'idée de proximité avec le grand public et le fait d'être en circuit court pour favoriser les emplois locaux, grâce à Agri-Éthique, le pain des boulangeries engagées dans ma région peut désormais être préparé avec mon blé équitable* ». Quinze jeunes ont intégré la démarche pour un volume de 700 t de blé en 2017 ; ils seront une vingtaine l'an prochain pour 1 000 t de prévu.

Meunier, Baptiste Lorin apprécie le réel partage de valeur et la lisibilité sur les trésoreries que vise Agri-Éthique. Le directeur général de Moulin Lorin à Aubérive, et président du club des jeunes meuniers, communique déjà sur la provenance du blé de la région champenoise et sur la proximité avec les agriculteurs. « *Nous avons donc tout de suite été séduits par les valeurs véhiculées par Agri-Éthique car elles sont identiques aux nôtres, ce pacte solidaire et équitable offre également de la visibilité aux acteurs de la filière ainsi qu'à notre produit* », souligne Baptiste Lorin.

La baguette Agri-Ethique sera vendue dans une quinzaine de boulangeries de la région.

175 euros/t livré silo

Pour Acolyance, « *cette démarche correspond à la volonté de développer la production et le partage de valeur sur notre territoire* », explique Antoine Grasser. Le directeur des mises en marché observe que la volatilité des marchés impacte le résultat économique des agriculteurs, des coopératives et des meuniers. « *Le contrat filière Agri-Éthique assure de la sécurité et de la sérénité aux acteurs de la filière et au consommateur qui pourra facilement identifier les produits issus de cette démarche équitable* », ajoute Antoine Grasser.

Les prix pour la récolte de 2017 sont de 175 euros/t livré silo, pour un coût de revient estimé à 150 euros/t.

La baguette Agri-Éthique sera vendue dans une quinzaine de boulangeries de la région où les jeunes agriculteurs viendront à la rencontre des clients. Pour Antoine Grasser, il s'agit de redonner du lien entre le producteur et le consommateur.

Sur le plan national, près de 1 000 agriculteurs ont fait le choix du commerce équitable pour 60 000 t de blé tendre transformé en 2017. Sont engagés : 11 coopératives, 15 moulins, 5 industriels et plus de 600 boulangers. Plus de 180 millions de baguettes Agri-Éthique ont été vendues en un an.

Richard Cremonini

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MARNE agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 SEPT 17

L'essentiel de la semaine

ÉVÉNEMENT

4 La France veut supprimer le glyphosate

AU FIL DE LA SEMAINE

5 La filière tabac recherche des surfaces

6 La luzerne « emblème de l'agroécologie »

7 Grand Est : soutien à la ruralité et à l'agriculture

8 Agriculteur et mannequin pour les « bobos »

9 Gescod : solidarités et coopérations vers l'Afrique

10 Turbulence pour les villes

11 Le numérique pour un nouveau modèle

12 INAO, les producteurs en démonstration

13 Financement du foncier : la Safer innove

14 La bio à l'heure du Grand Est

15 Des vocations à susciter

16 Acolyance lance la baguette « Agri-Éthique » en circuit court

17 L'état du gibier dans la Marne

19 Bruxelles veut tirer les leçons du scandale des œufs au fipronil

COMPRENDRE

20 Portes ouvertes charolaises : 2 dates à retenir !

21 Désherbage du colza : raisonnez la post-levée sur graminées

22 Le collectif pour soi

VIE PRATIQUE

37 Les mesures fiscales « en marche » pour 2018

38 Réussir la récolte des légumineuses fourragères

39 Pas d'écran pour les enfants ?

MAGAZINE

40 La marmotte des volcans

Tous droits réservés à l'éditeur

La France Agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 97257

Date : 15 SEPT 17
Page de l'article : p.25

CHAMPAGNE-ARDENNE

Acolyance s'engage dans la filière blé équitable

La coopérative a signé un contrat avec Agri-Ethique et le Moulin Lorin, son client meunier. Elle s'est engagée à acheter à ses adhérents un certain volume de blé à 175 € par tonne, prix fixé pour trois ans. Pour 2017, 700 t et une quinzaine de jeunes agriculteurs sont concernés. L'objectif est d'atteindre 1 000 t en 2018. La farine issue de ce blé pourrait alimenter une quinzaine de boulangeries.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'agriculteur de l'Aisne
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 SEPT 17
Page de l'article : p.5

Acolyance s'engage dans une démarche de filière équitable

COOPERATION

Acolyance a signé avec le Moulin Lorin, client meunier d'Acolyance basé à Aubérive (Marne) le pacte de commerce équitable 100 % origine France, Agri-Ethique France.

Ce pacte associe les trois structures dans une démarche innovante de développement de la filière blé au niveau local. L'initiative intègre les agriculteurs, la coopérative, le meunier et les boulangers mais aussi les consommateurs en attente de qualité, de consommer local et d'une certaine éthique sociale et environnementale. Une démarche qui correspond à la volonté d'Acolyance de développer la production et le partage de valeur sur son territoire, principe vertueux de la démarche Agri-Ethique France. Dans un contexte de volatilité du marché du blé, le résultat économique des agriculteurs, des coopératives, des meuniers est impacté par la volatilité des marchés. Aussi, le contrat filière Agri-Ethique France garantit aux différents acteurs de la filière un prix fixe du blé sur trois ans. Grâce à un prix sécurisé, le contrat Agri-Éthique France s'affranchit des effets de la volatilité du blé en assurant visibilité, sécurité et sérénité aux acteurs de la filière et au consommateur. Consommateur, qui grâce au label national Agri-Ethique France pourra facilement identifier les produits finis issus de cette démarche équitable.

Agri-Ethique France a pour activités la création, l'organisation et le développement de nouvelles filières agricoles, entre différents opérateurs d'un même secteur de l'agroalimentaire, sur la base de concepts et de modèles de production et de commercialisation communs, axés notamment sur les valeurs et les fondamentaux suivants : une stabilité des prix et un partage des valeurs économiques entre les acteurs des filières, une participation au développement durable, un partage équitable de la valeur ajoutée.

Témoignage des acteurs de la démarche

Romain Adam, président du groupe jeunes Cap ac' : *«la démarche a tout de suite séduit le bureau Cap'ac. Elle correspond au principe du travailler ensemble qui nous anime, à la défense de la filière, à la possibilité d'avoir une juste rémunération sur la durée de notre production. C'est aussi l'occasion d'établir un dialogue avec les consommateurs lors des inaugurations des boulangeries qui s'inscrivent dans la démarche. Pour toutes ces raisons, nous avons fait le choix de porter la démarche auprès du groupe jeunes Cap ac'. Aujourd'hui, quatorze jeunes agriculteurs Acolyance ont déjà intégré la démarche».*

Antoine Grasser, directeur des mises en marché : *«l'engagement d'Acolyance correspond à la volonté de la coopérative de participer à des projets qui valorise les hommes et ressources présentes sur son territoire. Au-delà de la garantie de rémunération fixe, le contrat Agri-éthique France valorise la qualité des productions locales puisque les volumes engagés répondent au cahier des charges de la meunerie».*

Baptiste Lorin, directeur du Moulin Lorin : *«mon engagement, en tant que maillon central de la filière blé-farine-pain et de faciliter la rencontre entre les agriculteurs et les boulangers afin qu'ils puissent échanger sur leurs métiers, leurs pratiques et partager des valeurs et de la valeur ! De part cet engagement, ils seront à même d'apporter ensemble des réponses claires aux préoccupations des consommateurs à travers notamment des animations en boulangerie. Les deux premières boulangeries adoptant la démarche Agri-éthique seront inaugurées en septembre et octobre prochains».*

Tous droits réservés à l'éditeur

horizons

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 SEPT 17
Page de l'article : p.5

COOPÉRATIVE La démarche Agri-éthique, mise en place par la coopérative Acolyance avec un meunier local, intègre tous les acteurs de la filière.

Acolyance présente sa démarche Agri-éthique filière blé

Acolyance a signé avec le Moulin Lorin, client meunier d'Acolyance basé à Aubérive (Marne) et Agri-éthique France, un pacte de commerce équitable 100% origine France. Ce pacte associe les trois structures dans une démarche innovante de développement local de la filière blé. L'initiative intègre les agriculteurs, la coopérative, le meunier et les boulangers, mais aussi les consommateurs en attente de qualité, de consommer local et d'une certaine éthique sociale et environnementale.

Cette démarche, qui correspond à la volonté d'Acolyance de développer la production et le partage de valeur sur son territoire, principe vertueux de la démarche Agri-Ethique France, a été présentée dans le cadre de la Foire de Châlons-en-Champagne le 8 septembre.

Garantie de prix fixe

Dans un contexte de volatilité du marché du blé, le contrat filière Agri-éthique France garantit aux différents acteurs de la filière un prix fixe du blé sur trois ans. Grâce à un prix sécurisé, le contrat Agri-éthique France s'affranchit des effets de la volatilité du blé en assurant visibilité, sécurité et sérénité aux acteurs de la filière et au consommateur. Un label national Agri-Ethique France permet au consommatur d'identifier facilement les produits finis issus de cette démarche équitable.

Travailler ensemble

Cette démarche est portée par le groupe jeunes Cap ac' d'Acolyance. Elle correspond au principe du travailler ensemble qui anime le groupe des jeunes agriculteurs, à la défense de la filière et à la possibilité d'avoir une juste rémunération du blé sur la durée. C'est aussi l'occasion pour les jeunes agriculteurs d'établir un dialogue avec les consommateurs lors des inaugurations des boulangeries qui s'inscrivent dans la démarche. Aujourd'hui, quatorze jeunes agriculteurs Acolyance ont déjà intégré la démarche.

Tous droits réservés à l'éditeur

La Dépêche Le Petit Meunier
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 SEPT 17
Page de l'article : p.16
Journaliste : Karine Floquet

Acolyance et Moulin Lorin s'engagent dans une filière équitable

Acolyance (Reims, Marne) a signé, le 8 septembre, avec son client meunier Moulin Lorin (Aubérive, Marne), le pacte de commerce équitable 100 % origine France, Agri-Éthique France. Ce dernier « *garantit aux différents acteurs de la filière un prix fixe du blé sur trois ans* », indique le communiqué. Aujourd'hui, quatorze jeunes agriculteurs Acolyance ont déjà intégré la démarche. Les deux premières boulangeries adoptant la démarche Agri-Éthique seront inaugurées d'ici la fin du mois d'octobre. Quelque 700 t de blé tendre sont ainsi contractualisées pour la récolte 2017, et 1000 t pour la récolte 2018, précise la coopérative.

Karine Floquet

Tous droits réservés à l'éditeur

www.depeche.fr
Pays : France
Dynamisme : 16

Visualiser l'article

Acolyance et Moulin Lorin s'engagent dans une filière équitable

Acolyance (Reims, Marne) a signé, le 8 septembre, avec son client meunier Moulin Lorin (Aubérive, Marne), le pacte de commerce équitable 100 % origine France, Agri-Éthique France. Ce dernier « garantit aux différents (...)

Article avec accès abonné: http://www.depeche.fr/acolyance-et-moulin-lorin-s-engagent-dans-une-fili-re-quitable-art439590-1.html

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Date : 03 OCT 17
Journaliste : Julien Bouillé

Périodicité : Quotidien
OJD : 94689
Edition : Laon

De la farine équitable dans la baguette

Comment soutenir de jeunes agriculteurs confrontés au yo-yo des marchés ? Comment rapprocher les consommateurs des producteurs de blé ? Ce sont des questions qui ont prévalu au lancement d'une démarche de commerce équitable dans la filière blé-farine pain marnaise. Elle engage pendant trois ans la coopérative Acolyance (Reims) à acheter du blé, à prix fixe, à quinze agriculteurs. Il s'agit en l'occurrence de 175 euros la tonne (livré au silo), une rémunération supérieure au marché actuel. Elle permet à l'exploitant de couvrir ses coûts de production et de vivre convenablement. Ensuite, un meunier, le Moulin Lorin, à Auberive, au sud de Reims, s'engage à acheter ce blé à prix fixe aussi à la coopérative. Enfin, des boulangeries se fournissent en farine, encore à prix fixe, à Lorin et nouent chacune une relation avec un agriculteur fournisseur. Cette démarche permet de donner de nouveaux outils de communication aux boulangers Baptiste Lorin, Moulin Lorin Au travers de cette initiative qui s'inscrit dans la démarche nationale «Agri-Éthique», Acolyance trouve un moyen d'aider ses jeunes coopérateurs. «Ils ont des charges importantes et, pour s'installer, ils doivent emprunter à la banque. Or, les banques leur demandent en retour comment ils pourront rembourser avec les prix volatils et faire face à des coûts de production de 150 euros la tonne», explique Antoine Grasser, directeur de mises en marché de la coopérative. « Agri-Éthique nous permet de commencer à travailler en mettant de côté le prix pour ne s'occuper que de la qualité», témoigne Romain Adam, président du groupe jeunes Cap'ac. Les agriculteurs ne feront pas que vendre, ils doivent venir régulièrement en boulangerie pour parler de leur métier et du stade d'évolution de leurs cultures. Chaque boulangerie étant tenue d'acheter au moins 50% de sa farine blanche via la filière équitable, le prix de la baguette doit-il augmenter ? A priori non, car la farine ne pèse que 10% à 12% du coût d'une baguette, loin derrière la main-d'□uvre et les charges. En fait, Agri-Éthique, c'est surtout du marketing presque gratuit. « Cela permet de fournir de nouveaux outils de communication avec des choses vraies, humaines et palpables aux boulangers qui subissent la concurrence forte des chaînes de type Louise ou Marie Blachère qui poussent comme des champignons à Châlons et Reims», explique Baptiste Lorin, du Moulin Lorin. Les boulangeries participantes se reconnaissent aux éléments de décoration et aux sachets de pain aux couleurs d'Agri-Éthique. Julien Bouillé

0yaTVTYtBzCJgJPnG67GbxuAfo_WJYDXOHP1uqod_xxAboIA9rhhpr_0m7Sbt8m4oMWE1

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 99976
Edition : L'Union Ardennes

Date : 03 OCT 17
Journaliste : Julien Bouillé

De la farine équitable dans la baguette

Comment soutenir de jeunes agriculteurs confrontés au yo-yo des marchés ? Comment rapprocher les consommateurs des producteurs de blé ? Ce sont des questions qui ont prévalu au lancement d'une démarche de commerce équitable dans la filière blé-farine pain marnaise. Elle engage pendant trois ans la coopérative Acolyance (Reims) à acheter du blé, à prix fixe, à quinze agriculteurs. Il s'agit en l'occurrence de 175 euros la tonne (livré au silo), une rémunération supérieure au marché actuel. Elle permet à l'exploitant de couvrir ses coûts de production et de vivre convenablement. Ensuite, un meunier, le Moulin Lorin, à Auberive, au sud de Reims, s'engage à acheter ce blé à prix fixe aussi à la coopérative. Enfin, des boulangeries se fournissent en farine, encore à prix fixe, à Lorin et nouent chacune une relation avec un agriculteur fournisseur. Cette démarche permet de donner de nouveaux outils de communication aux boulangers Baptiste Lorin, Moulin Lorin Au travers de cette initiative qui s'inscrit dans la démarche nationale «Agri-Éthique», Acolyance trouve un moyen d'aider ses jeunes coopérateurs. «Ils ont des charges importantes et, pour s'installer, ils doivent emprunter à la banque. Or, les banques leur demandent en retour comment ils pourront rembourser avec les prix volatils et faire face à des coûts de production de 150 euros la tonne», explique Antoine Grasser, directeur de mises en marché de la coopérative. « Agri-Éthique nous permet de commencer à travailler en mettant de côté le prix pour ne s'occuper que de la qualité», témoigne Romain Adam, président du groupe jeunes Cap'ac. Les agriculteurs ne feront pas que vendre, ils doivent venir régulièrement en boulangerie pour parler de leur métier et du stade d'évolution de leurs cultures. Chaque boulangerie étant tenue d'acheter au moins 50% de sa farine blanche via la filière équitable, le prix de la baguette doit-il augmenter ? A priori non, car la farine ne pèse que 10% à 12% du coût d'une baguette, loin derrière la main-d'□uvre et les charges. En fait, Agri-Éthique, c'est surtout du marketing presque gratuit. « Cela permet de fournir de nouveaux outils de communication avec des choses vraies, humaines et palpables aux boulangers qui subissent la concurrence forte des chaînes de type Louise ou Marie Blachère qui poussent comme des champignons à Châlons et Reims», explique Baptiste Lorin, du Moulin Lorin. Les boulangeries participantes se reconnaissent aux éléments de décoration et aux sachets de pain aux couleurs d'Agri-Éthique. Julien Bouillé

04YkhBRS3YJi_h6wwoUsH63aeajbZCmlHFUbCup82C2fK765t_mahZy9dFSKoCspiYWJh

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRO DISTRIBUTION
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 5547

Date : OCT 17
Page de l'article : p.50

EN CHIFFRE

175

C'est le prix d'achat du blé en €/t, auquel s'est engagée la coopérative Acolyance pour les récoltes 2017 (700 t), 2018 et 2019 dans le cadre du pacte de commerce de blé équitable signé avec Agri-éthique France et le moulin Lorin, basé à Aubérive (Marne). Ce prix a été défini en prenant en compte le coût de production (environ 150 €/t) auquel s'ajoute une rémunération pour l'application du cahier des charges.

Tous droits réservés à l'éditeur

relations culture
Pays : France
Périodicité : Mensuel

Date : OCT 17
Page de l'article : p.12

ACOLYANCE

La coopérative rejoint la démarche Agri-éthique

En signant ensemble le pacte de commerce équitable Agri-éthique France, la coopérative Acolyance et le Moulin Lorin rejoignent respectivement 10 autres coopératives et 14 autres moulins déjà dans la démarche. Antoine Grasser, directeur des mises en marché au sein d'Acolyance, précise les termes de l'engagement : « *Le contrat de filière Agri-éthique France garantit aux différents acteurs un prix fixe du blé sur trois ans. Ainsi, nous garantissons un prix de 175 euros/t rendu silo sur les campagnes 2017, 2018 et 2019 aux quinze adhérents de la coopérative entrés dans la démarche pour l'instant. Cette année, 700 tonnes de blé seront traitées ainsi* ». Si l'objectif initial pour 2018 est de 1 000 tonnes, le volume pourrait plus que doubler par rapport à la première campagne compte tenu de l'engouement des premiers boulangers à qui le Moulin Lorin a proposé la démarche.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Betteravier français
Périodicité : Mensuel

Date : 10 OCT 17
Page de l'article : p.34
Journaliste : PHILIPPE CAMBRÉSY

VALORISATION

Du pain "Agri-Éthique" en circuit court

La coopérative Acolyance vient de lancer dans la Marne une baguette commercialisée en circuit court sur le principe du commerce équitable. Cette démarche s'inscrit dans le label "Agri-Éthique".

La démarche Agri-Éthique a pour objectif la stabilité des prix et le partage de la valeur entre les acteurs de la filière. À cet effet, la coopérative Acolyance, dont le siège est à Reims, a signé le 8 septembre avec un meunier de la Marne un pacte Agri-Éthique de commerce équitable 100 % origine France. Il s'agit de payer le blé au juste prix auprès de jeunes agriculteurs. Le pain sera vendu dans des boulangeries de la région.

« *Cette démarche correspond à la volonté de développer la production et le partage de valeur sur notre territoire* », explique Antoine Grasser. Le directeur des mises en marché chez Acolyance observe que la volatilité des cours a un impact sur le résultat économique des agriculteurs, des coopératives et des meuniers. « *Le contrat Agri-Éthique assure de la sécurité et de la sérénité aux acteurs de la filière et au consommateur qui pourra facilement identifier les produits issus de cette démarche équitable* », ajoute Antoine Grasser. Les prix pour la récolte de 2017 sont de 175 €/t livré silo, pour un coût de revient estimé à 150 €/t. En 2016, le prix de la tonne de blé Agri-Éthique était en moyenne de 30 € au-dessus du prix moyen marché.

Sécurité financière

Président de du groupe des jeunes de la coopérative Acolyance, Romain Adam approuve la démarche. « *Avec cette sécurité financière, j'ai les moyens de me concentrer sur la qualité, j'aime aussi la proximité avec le grand public et le fait d'être en circuit court pour favoriser les emplois locaux* ». Quinze jeunes ont intégré la démarche pour un volume de 700 t de blé en 2017, ils seront une vingtaine l'an prochain pour 1 000 t prévues.

« *Le pacte Agri-Éthique permet à l'agriculture de vivre de son travail et de maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière* », souligne pour sa part Ludovic Brindejonc. Le directeur général Agri-Éthique poursuit : « *Cela change la relation entre les partenaires, le prix n'est plus un sujet puisque tout le monde doit être gagnant* ». Parmi les préoccupations de ce label agriculture équitable : la qualité, le sourcing et la sensibilisation du consommateur à la démarche et aux valeurs qu'elle porte.

L'histoire commence en 2013 avec la volonté de se déconnecter du marché des matières premières agricoles et d'acheter du blé tendre à prix fixe sur trois ans, en se basant sur le coût de revient. « *L'agriculteur est payé à sa juste rémunération, le meunier sécurise son approvisionnement et change sa relation avec la coopérative et les boulangers. On est sur du commerce équitable français* », complète Ludovic Brindejonc.

Meunier, Baptiste Lorin apprécie le réel partage de valeur et la lisibilité sur les trésoreries que vise Agri-Éthique. Le directeur général de Moulin Lorin à Aubérive, et président du club des jeunes meuniers, communique sur la provenance du blé de la région et sur la proximité avec les agriculteurs. « *Nous avons donc tout de suite été séduits par les valeurs véhiculées par Agri-Éthique car elles sont identiques aux nôtres. Ce pacte solidaire et équitable offre également de la visibilité aux acteurs de la filière ainsi qu'à notre produit.* », souligne Baptiste Lorin.

Des animations en boulangerie permettront de redonner du lien entre le producteur et le consommateur.

PHILIPPE CAMBRÉSY

De gauche à droite : Romain Adam (président des jeunes agriculteurs Acolyance), Baptiste Lorin (meunier), Antoine Grasser (directeur des mises en marché chez Acolyance) et Ludovic Brindejonc (directeur général Agri-Éthique).

La baguette Agri-Éthique sera vendue dans une quinzaine de boulangeries de la zone de collecte Acolyance où les jeunes agriculteurs viendront à la rencontre des clients.

1 000 agriculteurs engagés

Sur le plan national, près de 1 000 agriculteurs ont fait le choix du commerce équitable Agri-Éthique pour 60 000 t de blé tendre transformé en 2017. Sont engagés : 11 coopératives, 15 moulins, 5 industriels et plus de 600 boulangers. Plus de 180 millions de baguettes ont été vendues en un an.

Tous droits réservés à l'éditeur

Industries des Céréales
Pays : France
Périodicité : Bimestriel

Date : SEPT/NOV 17

8. La démarche Agri-Ethique se développe dans l'Est de la France

Depuis septembre, la démarche Agri-Ethique est désormais présente dans l'est de la France. « *J'ai choisi d'adhérer au pacte Agri-Ethique pour trois raisons : la sécurité financière pour les agriculteurs avec le contrat sur trois ans, la proximité avec le grand public et le fait d'être en circuit court pour favoriser les emplois locaux. Avec cette démarche, le pain des boulangeries engagées dans ma région peut désormais être préparé avec mon blé équitable* », indique Romain Adam, président du groupe jeunes Cap'ac de la coopérative Acolyance (Marne). « *Chez Moulin Lorin, nous communiquons déjà sur la provenance du blé de la région champenoise et sur la proximité avec les agriculteurs. Nous avons donc tout de suite été séduits par les valeurs véhiculées par Agri-Ethique, identiques aux nôtres. Ce pacte solidaire et équitable offre également de la visibilité aux acteurs de la filière ainsi qu'à notre produit* », explique de Baptiste Lorin directeur général de Moulin Lorin (Marne) et président du Club des jeunes meuniers.

Le modèle étant de rémunérer les maillons de la filière au "prix juste" et de s'engager sur un volume ainsi qu'un prix fixe durant trois ans. Sur 2016/2017, la démarche Agri-Ethique représente 40 000 t de blés récoltés auprès de 1000 agriculteurs Parmi les autres participants de la filière nous retrouvons 2 coopératives, 15 moulins, 600 boulangeries et 5 industriels. Notons aussi que sur la récolte 2016, près de 510 t de blé noir ont intégré le circuit de la démarche.

© AGRI-ETHIQUE

Inauguration de la première boulangerie Agri-Ethique de l'Est, à Reims.

Tous droits réservés à l'éditeur

Industries des Céréales
Pays : France
Périodicité : Bimestriel

Date : SEPT/NOV 17
Journaliste : Lucile Legaignoux

Dossier | Le retour du sarrasin

Le retour du sarrasin en France, mode ou tendance durable ?

©MIMADEZHDA/FOTOLIA

©SERGEY/FOTOLIA

©KERJANNE

Les gammes de produits à base de sarrasin se diversifient

Les démarches pour remettre le blé noir au goût du jour se multiplient. Débutées en Bretagne, dont l'image y reste associée, des initiatives pour développer la culture du sarrasin naissent dans plusieurs régions de France dans une logique de moindre dépendance aux importations. Les différents acteurs de la filière évoquent dans ce dossier les utilisations de cette polygonacée, allant de la farine aux produits de BVP. Zoom sur la renaissance de cette graine qui a tout pour plaire au consommateur.

L'IGP Bretagne entend faire la différence

« *Sur 2016/2017, nous avons récolté 3.000 t de graines de blé noir sous IGP (Indication Géographique Protégée) sur 3.300 hectares qui ont permis de produire 2.100 t de farine IGP Bretagne et nous prévoyons une quantité quasi-égale pour cette récolte* », indique Christine Larsonneur directrice de l'Association Blé Noir Tradition Bretagne (BNTB). Sur la totalité de la récolte, 10 % des graines sont certifiées sous l'IGP Bio Bretagne, volume qui a triplé depuis trois ans. Pour les agriculteurs, il est assez facile de

Tous droits réservés à l'éditeur

Industries des Céréales
Pays : France
Périodicité : Bimestriel

Date : SEPT/NOV 17
Journaliste : Lucile Legaignoux

passer de la version conventionnelle à la Bio, puisqu'il n'y a aucun traitement effectué et que le cahier des charges de l'IGP Bretagne est similaire à celui des attentes du bio. La seule différence se trouve dans le fait de la conversion de l'exploitation. Par ailleurs, le blé noir sous IGP Bretagne est rémunéré entre 600 à 700 €/t de graines aux agriculteurs. Ils le produisent en moyenne sur 8 à 9 ha. Les sarrasins sont vendus aux meuniers en incluant la livraison aux alentours de « *850 €/t environ pour le blé noir IGP Bretagne et 1.000 €/t sous IGP Bio Bretagne contre 400 €/t pour le sarrasin français*, détaille la directrice. *A l'importation, le prix « oscille entre 350 à 500 €/t en fonction du marché. C'est une aberration que les produits que nous importons soient moins chers que ce que nous sommes capables de produire en France* », s'insurge-t-elle. « *Sur le marché, nous assistons à la multiplication de la vente de produits à base de blé noir en particulier avec des origines chinoises ou des pays de l'Est qui trompent le consommateur sur les origines de provenance des denrées* », s'indigne Christine Larsonneur.

« Relancée à la fin des 80es »

La culture de blé noir cherche alors à se développer ces dernières années en France. L'association BNTB a été pionnière en relançant dès 1987 la culture dans la région. Elle regroupe 1.400 producteurs, 3 coopératives, 9 meuniers (dont deux supplémentaires en 2 ans) et 500 crêperies partenaires. Depuis 2010, les farines issues de cette filière Bretagne (incluant aussi la Loire-Atlantique) sont classées comme IGP. « *Le cahier des charges spécifique de la farine IGP Bretagne garantit une qualité sanitaire et technologique* » qui s'ajoute à sa spécificité gustative, insiste la directrice. Il n'y a aucun traitement effectué sur la culture, au stockage et lors de la fabrication de la farine. L'association et ses membres œuvrent pour faire connaître le blé noir breton ainsi que les différents produits issus de cette culture. Le lancement en GMS du nouveau produit, la galette, constituée exclusivement de farine IGP Bretagne fabriquée par la crêperie industrielle Régalette (Saint-Nolff) permettra d'augmenter la visibilité des activités de l'association BNTB. Celle-ci envisage également d'augmenter la surface cultivée en Bretagne. En 1960, il y avait 160.000 hectares de blé noir dans la région !

Une qualité à faire reconnaitre

Celtépi (Landerneau), filiale de la coopérative Triskalia récolte « *entre 2.000 à 3.000 t/an de blé noir certifiée sous IGP Bretagne, dont 25% en Bio, auprès de deux-cents producteurs* », indique le responsable du pôle céréales Michel Le Friant. Avec la mode du "sans gluten", l'IGP Bretagne

Tous droits réservés à l'éditeur

Industries des Céréales
Pays : France
Périodicité : Bimestriel

Date : SEPT/NOV 17
Journaliste : Lucile Legaignoux

© CELTEPI

© MINOTERIE COROUGE

est concurrencée par le développement d'autres blés noirs ou par diverses céréales souvent importées, qui selon l'expert, ne garantissent pas aux consommateurs les mêmes gages de qualité sanitaire. Il existerait même des leurres commerciaux. « *Pour produire du blé noir sous IGP Bretagne, le cahier des charges de l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) est bien strict pour les agriculteurs et pour les organismes stockeurs* », ajoute Michel Le Friant. C'est dans ce contexte que la coopérative s'impose une fois les graines récoltées, qu'il ne s'écoule que 48h entre le battage et la sortie des marchandises du séchoir : cela permet à l'OS de s'assurer que les produits possèdent de faibles teneurs en levures et moisissures. Pour l'OS, cette méthode implique de diminuer le débit de l'outil industriel. De plus, une analyse est réalisée sur chacune des cellules IGP Bretagne de l'OS pour contrôler la présence des alcaloïdes (atropine et scopolamine), démarche facturée 250 €/cellule contrôlée. Des analyses aux champs sont également effectuées pour les mêmes alcaloïdes. « *Pour l'agriculteur, cela représente un surcoût de 172 €/t pour la production d'un sarrasin sous IGP Bretagne semé en culture principale (la conduite culturale, les cotisations et charges liées à l'organisme ODG justifient ce prix...)* », complète le spécialiste. Du côté des OS, le surcoût pour travailler cette marchandise (évalué également en fonction du coût logistique puisqu'il ne faut pas mélanger un sarrasin IGP Bretagne avec d'autres produits...) s'élève entre 90 à 100 €/t. Au total, pour les transformateurs, il faut débourser environ 270€/t de plus que pour les autres origines. Ces dernières années, les autres sarrasins d'origines française, chinoise et polonaise coûtaient entre 600 à 650 €/t de graine pour le transformateur, mais leur prix est retombé à 400€/t. « *Une telle différence de prix peut faire fuir les meuniers et inciter à acheter des marchandises d'autres provenances de l'Hexagone ou de l'export* », se désole le spécialiste.

« Le Bio s'en sort le mieux »

Or « *les graines de sarrasins chinoises sèchent le long des routes et les origines polonaises avec du glyphosate. Pensez-vous qu'elles soient conformes aux attentes sanitaires des consommateurs ?* » interroge-t-il. « *Nous devons expliquer la différence et mettre en avant l'IGP Bretagne, en particulier avec notre plan de contrôle* », alerte Michel Le Friant. « *Il est urgent de combattre les leurres marketing, ce n'est parce qu'il y a une bigouden sur l'emballage que cela est forcément fabriqué avec des matières premières bretonnes* », ajoute le spécialiste. Seule la culture IGP Bio Bretagne se porte bien et ce malgré son surcoût. L'unique façon que l'association a trouvé pour pérenniser la culture IGP Bretagne avec un cahier des charges rigoureux sur une variété, La Harpe, c'est de garantir un prix plus haut aux producteurs afin de légitimer les 270 €/t de surcoût et d'inciter les meuniers à consommer ce sarrasin. « *Il est nécessaire que les meuniers défendent les valeurs de la marchandise auprès de leurs clients* », explique Michel Le Friant. Ce dernier et les autres membres de BNTB ont remonté les difficultés rencontrées par la filière aux députés européens, au Certipaq (Organisme Certificateur

Tous droits réservés à l'éditeur

Associatif spécialisé dans le contrôle des signes officiels) et à l'INAO.

Les débouchés se multiplient pour les meuniers

« *Sur 2016/2017 nous avons écrasé 4.000 t de blé noir et nous constatons une progression en moyenne de 10 % des volumes broyés chaque année* », indique Lionel Guerret, le responsable de la Minoterie Corouge (Réguiny) dont l'entreprise est également membre de l'association BNTB. Près de 60% des farines de sarrasin fabriquées au moulin sont issues de graines françaises contre 40 % il y a trois ans. « *Nous souhaitons travailler au maximum avec des origines françaises or cela pourra être envisageable uniquement si les variétés importées sont semées en quantité suffisante sur l'Hexagone avec des prix compétitifs à la clé* », complète le spécialiste. La production sous IGP Bretagne représente 1 % de son volume total de farine de blé noir, avec une légère progression cette année en raison d'une petite demande des industriels. Les crêperies de dégustation constituent le principal débouché. Quant à la farine bio, elle représente 13 % du total avec des tonnages qui ont doublé sur trois ans. « *Nous constatons que les consommateurs apprécient fortement les produits de BVP fabriqués à base de farine de sarrasin bio* », ajoute Lionel Guerret. La Minoterie Corouge valorise du sarrasin bio esssentiellement breton mais travaille aussi avec une filière canadienne de blé noir conventionnel. Par ailleurs, le moulin a intégré la démarche Agri-Ethique depuis trois ans. Un quart de la production totale de ses farines de sarrasin entre dans ce circuit. Le modèle de la filière étant de rémunérer les différents acteurs de la filière au "prix juste" et de s'engager sur un volume ainsi qu'un prix fixe durant trois ans. Notons que sur 2016 /2017 près de 510 t de graines de blé noir ont rejoint la démarche Agri-Ethique soit une augmentation de 24 % par rapport à la campagne précédente. En termes de nouveautés, les plus demandées par les clients du Moulin Corouge sont des prémixes pour les galettes, des farines de blé noir dédiées à la fabrication des biscottes, des craquelins et des biscuits. « *Tout est à faire dans le blé noir nous n'avons pas de règles bien définies comme pour le blé* », précise Lionel Guerret. « *Souvent les clients ne savent pas de quels critères (acidité, viscosité) ils ont besoin exactement et nous devons chercher ensemble des solutions pour adapter nos farines.* » Le moulin envisage prochainement de développer une filière sans gluten avec un protocole très spécifique.

Les produits finis à base de sarrasin se développent rapidement

Nous observons une diversification des denrées à base de sarrasin pour sortir de la galette c'est notamment le cas des produits traiteur de la société Sarra (pour Sarrasin) en région parisienne. « *J'ai décidé de proposer autre chose que de la galette en la revisitant et en proposant des finger foods : Maki, samossa, wrap, chips…* », explique le dirigeant Hubert Niveleau également maître crêpier de formation. Il utilise uniquement des farines IGP Bretagne pour confectionner ses produits. Le Moulin Roncin et le Moulin Axiane de Maure

© KERJANNE

de Bretagne lui fournissent ses farines. « *J'ai fait le choix de travailler avec ce type de farine puisque je considère que le goût et la régularité font toute la différence par rapport aux origines étrangères* », ajoute l'expert. Passionné par la culture du sarrasin et de ses produits dérivés, le professionnel a même procédé à sa propre production « *potagère* » en Bretagne, qui lui a permis de récupérer 300 kg de farine en 2016. Il a d'ailleurs renouvelé l'opération cette année et espère collecter une quantité équivalente. « *Il s'agit plus d'utiliser cette farine pour effectuer des tests et surtout de faire cela pour le plaisir* », ajoute le crêpier. Par ailleurs, il a ouvert en septembre un restaurant dans la capitale avec des menus qui évolueront au fil de la journée et un ingrédient d'honneur bien évident : le sarrasin !

« Boosté par la demande de sans gluten»

L'atelier de pâtisserie KerJeanne situé à Belz (Morbihan) s'approvisionne également en farine auprès d'un membre de l'association BNTB, le Moulin Bertho (Guéhenno). « *En 2016 nous avons utilisé 125kg de farine de sarrasin et nous estimons une progression d'utilisation de 30% pour cette année* », précise Anne Dumaire, gérante. Cette dernière interprète cette hausse comme le reflet de la mode des produits sans gluten. La société KerJeanne confectionne en moyenne 230 kg de biscuit à base de sarrasin par an. Les produits se déclinent de la pâtisserie bretonne (Breizh Eddu) aux galettes, palets bretons jusqu'au cake aux fruits secs. Pour ce dernier, « *il a fallu trouver une recette nous permettant de faire en sorte que le cake se tienne puisque la pâte manquait de liant généralement apporté par la farine de blé. Nous avons donc trouvé un équilibre en y ajoutant des morceaux de noix de pécan et d'abricot afin d'éviter que le produit ne s'émiette lorsque nous le tranchons* », explique Anne Dumaire. La recette du cake a d'ailleurs été reprise par BNTB. C'est pour vous dire le succès ! C'est également la typicité gustative des produits à base de blé noir qui a incité la « *pâtissière* » à s'orienter vers l'utilisation de la farine de sarrasin. Pour continuer à démocratiser l'utilisation de cet ingrédient, la société surfe aussi sur de nouvelles applications comme le bonbon au chocolat avec une ganache au blé noir. Notons que l'entreprise n'utilise pas de conservateur et essaie au maximum de se fournir localement. Anne Dumaire envisage de communiquer sur la filière dans son magasin, par exemple en citant les noms des producteurs avec qui elle travaille. Elle continuera surtout à animer les réseaux sociaux. **Lucile Legaignoux**

Tous droits réservés à l'éditeur

www.pleinchamp.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Agri éthique veut développer le commerce équitable Nord

Ludovic Brindejonc, directeur général d' Agri éthique France.

Depuis quatre ans, Agri éthique France vise à garantir un prix "juste" aux agriculteurs. Cette démarche solidaire existe déjà sur le blé et les œufs, mais Ludovic Brindejonc, directeur général, souhaite l'étendre à d'autres produits, à commencer par le beurre. L'esprit d'Agri éthique concorde tout à fait avec les états généraux qui sont en cours…

Quelle est la genèse d'Agri éthique France ?

Ludovic Brindejonc : Cette démarche est née en juin 2013, à l'initiative de la coopérative Cavac en Vendée. Nous avons tout d'abord travaillé au niveau local pour bâtir cette **démarche de commerce équitable**. Nous avons ensuite proposé ce schéma à d'autres acteurs, pour d'autres territoires. Aujourd'hui, Agri éthique regroupe 1000 agriculteurs, 11 coopératives, 15 moulins, 700 boulangers et 5 industriels. Cette démarche a été mise en place sur la filière du blé tendre, du blé noir, sur les œufs (coquilles et ovo produits) et d'autres projets sont en cours sur la viande.

Comment est partie l'idée ?

L.B : Début 2010, je prenais en charge l**a démarche RSE*** de la coopérative Cavac. Nous avons d'abord examiné les trois piliers de la RSE –économique, social, environnemental - et nous nous sommes aperçus

Tous droits réservés à l'éditeur

que la volatilité des matières premières avait un impact négatif pour l'ensemble des acteurs. Nous avons donc cherché des solutions. Nous avons décidé de partir du **coût de production** pour proposer un prix fixe à nos agriculteurs sur trois ans. Nous avons proposé ces volumes à nos meuniers, des boulangers se sont aussi engagés dans cette démarche. Finalement toute la filière s'est engagée dans ce que nous appelions un **« contrat durable »**. Plus tard, j'ai rencontré les acteurs du commerce équitable Nord-Sud qui sont regroupés dans une plateforme. Cela a été une belle rencontre, ils cherchaient à monter un dispositif de commerce équitable nord –nord. Agri éthique en était un !

Quel volume de blé tendre français est vendu en commerce équitable ?

L.B : Le volume global est de 60 000 tonnes en blé tendre. C'est une goutte d'eau par rapport à la filière blé, farine, pain. Par contre, dans le domaine du commerce équitable, c'est extrêmement significatif. Ce secteur démarre, on en est vraiment au balbutiement. Cette démarche doit être expliquée au consommateur. En France, 22 associations militent pour le commerce équitable. Le consommateur a conscience que lorsqu'il achète des prix bas, cela tue son emploi. Le commerce équitable permet d'adhérer à une communauté, ce qui lui plaît beaucoup.

Vous êtes donc parti du pilier économique. Cela a-t-il permis des avancées sociales ou environnementales ?

L.B : Fixer le prix, c'est le nerf de la guerre. En partant sur des contrats à trois ou à cinq ans, cela apaise les relations. Les producteurs bénéficient d'une meilleure visibilité et de plus de temps pour parler d'environnement et de social. Ils sont plus sereins et ils peuvent évoluer dans leurs pratiques.

Le commerce équitable doit profiter au plus grand nombre. Comme le volume n'est pas suffisant aujourd'hui, nous essayons de nous orienter vers **les jeunes agriculteurs**, pour les aider dans leur installation. Avec Agri éthique, 6500 emplois sont préservés sur l'ensemble de la filière. C'est un modèle économique, parallèle au marché, qui fonctionne et qui est durable.

Sur le plan environnemental, il existait déjà un mille feuilles de cahiers des charges dans le domaine des céréales, donc nous n'avons pas voulu en créer de nouveau. L'idée consiste à impliquer l'agriculteur sur un socle minimum et à le faire évoluer vers **des cahiers des charges plus pointus** ou du bio.

Les agriculteurs sont-ils mieux payés ?

L.B : Le prix est différent d'une région à l'autre. Agri éthique doit s'assurer via un contrôle réalisé par une tierce partie que l'agriculteur est payé **au juste prix**. En moyenne, l'agriculteur est payé autour de 175 euros la tonne pour un blé tendre. On dépasse donc le prix du marché de 30 à 40 euros.

Comment le consommateur peut-il identifier les produits Agri éthique ?

L.B : Dans les boulangeries, nous avons décliné des outils de communication : autocollant, sachet baguette, flyer… Pour les industriels, ils apposent un logo sur le produit. La démarche existe sur le blé, sur les œufs… Nous pensons aussi au beurre ! Pour cela, nous devons trouver des acteurs.

Le commerce équitable est-il une niche ou a-t-il vocation à se développer ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L.B : Le modèle actuel n'est pas viable, donc je suis convaincu que le commerce équitable va se développer. J'ai lu que 60 % des ordres sur les marchés Euronext sont réalisés par des algorithmes. Cela me gêne qu'on puisse spéculer sur de la nourriture.

Votre démarche concorde avec les premières conclusions rendues lors des états généraux de l'alimentation. Pensez-vous que votre modèle puisse devenir la norme ?

L.B : J'ai été convié à certaines conférences des états généraux. Si nous partons vraiment sur des **contrats de trois ou cinq ans qui tiennent compte des coûts de production**, les propositions émanant des états généraux auront rejoint notre démarche. Mais construire une filière, cela demande du temps. Il faut que tous les acteurs aient atteint une certaine maturité. Étant donné les difficultés que nous avons pu rencontrer, cela ne se fera pas du jour au lendemain. La culture de la négociation existe toujours, nous sommes encore sur une niche. Pour que le commerce équitable devienne la norme, cela va demander quelques années.

*Responsabilité sociétale des entreprises

Tous droits réservés à l'éditeur

Les MARCHES

Date : 24/11/2017
Heure : 11:04:51
Journaliste : Alice Flores

lesmarches.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Une première filière laitière rejoint Agri-Éthique

La Fromagerie de Montbardon transforme le lait de la Coopérative laitière des Alpes du Sud. © DR
Après le froment, le blé noir et les ovoproduits, une nouvelle filière vient de rejoindre la démarche Agri-Éthique, le lait, grâce à l'implication de la Coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon. L'engagement porte sur les 700 000 litres de lait de la coopérative qui sont transformés par la Fromagerie de Montbardon en 70 tonnes de fromages, arborant tous le logo Agri-Éthique. *« Nous collectons au total 4 millions de litres de lait par an, en zone de montagne. Une grande partie de ce lait est envoyée chez Sodiaal et 700 000 litres fournissent la Fromagerie de Montbardon, qui a installé son nouvel atelier en janvier dernier dans les locaux de la coopérative »* , explique Daniel Aye, directeur de la Coopérative laitière des Alpes du Sud.

Article avec accès abonné : http://lesmarches.reussir.fr/une-premiere-filiere-laitiere-rejoint-agri-ethique

Tous droits réservés à l'éditeur

Une première filière laitière rejoint Agri-Éthique

Avec 700 000 l de lait et 70 t de fromages, la Coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon revendiquent une démarche de commerce équitable.

Après le froment, le blé noir et les ovoproduits, une nouvelle filière vient de rejoindre la démarche Agri-Éthique, le lait, grâce à l'implication de la Coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon. L'engagement porte sur les 700 000 litres de lait de la coopérative qui sont transformés par la Fromagerie de Montbardon en 70 tonnes de fromages, arborant tous le logo Agri-Éthique. *« Nous collectons au total 4 millions de litres de lait par an, en zone de montagne. Une grande partie de ce lait est envoyée chez Sodiaal et 700 000 litres fournissent la Fromagerie de Montbardon, qui a installé son nouvel atelier en janvier dernier dans les locaux de la coopérative »*, explique Daniel Aye, directeur de la Coopérative laitière des Alpes du Sud.

DR

> La Fromagerie de Montbardon transforme le lait de la coopérative des Alpes.

Avec Agri-Éthique, les acteurs rejoignent une démarche de commerce équitable, avec un prix rémunérateur et un engagement sur trois ans. Plutôt que de faire bénéficier *a posteriori* les producteurs des bénéfices dégagés, la coopérative choisit de changer de posture, en proposant un prix du lait plus élevé, quitte à ce que son résultat net annuel soit plus faible. *« Pour 2017, la première année de l'atelier, nous étions à 400 euros la tonne en prix de base. Mais nous souhaitons voir ce prix progresser sur les trois prochaines années, tout en augmentant la qualité du lait »*, indique Daniel Aye. Après le fromage, la démarche Agri-Éthique lance désormais un appel aux fabricants de beurre. *« Cela nous permettrait de proposer davantage de produits transformés entièrement issus d'ingrédients Agri-Éthique »*, souligne Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique.

Alice Flores

Tous droits réservés à l'éditeur

www.web-agri.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Agri-éthique lance sa nouvelle filière laitière équitable

Après les contrats de blé, Agri-Éthique s'engage au niveau de la filière laitière grâce au contrat de 700 000 litres de lait avec la coopérative laitière des Alpes et la fromagerie Montbardon (05).

La fromagerie de Montbardon, désormais engagée dans la filière Agri-Éthique, commercialise ses fromages de façon équitable. (©Agri-Éthique)

Le pacte **Agri-Éthique**, d'abord connu pour ses contrats de blé équitables, se lance désormais dans la **filière laitière**. La marque vient de signer un premier contrat de 700 000 litres de lait avec la coopérative laitière des Alpes du Sud et la fromagerie Montbardon.

Le pacte blé lancé en juin 2013 ayant soutenu près de 6 500 emplois sur le territoire français, Agri-Éthique espère en faire de même au niveau de la filière laitière. Au vu du contexte économique compliqué, la marque s'engage plutôt dans la durée pour rémunérer le lait français à sa juste valeur et ainsi proposer des **produits laitiers équitables**, comme le fromage. Le pacte repose alors sur trois fondamentaux : économique (prix sécurisé pendant trois ans), sociétal (le prix fixe permet de stabiliser les emplois de chaque maillon de la filière) et environnemental (accompagnement des agriculteurs dans la mise en place d'actions agricoles innovantes et écoresponsables).

Tous droits réservés à l'éditeur

Daniel Aye, gestionnaire de la coopérative des Alpes du Sud témoigne : « Pour nous, signer le pacte Agri-Éthique c'est faire le pari fou de ne pas attendre d'avoir de bons résultats pour **rémunérer** à leur juste valeur nos producteurs. A travers cet engagement, nous décidons d'agir en amont pour créer un cercle vertueux et grâce à Agri-Éthique nous pouvons nous engager durablement auprès de nos agriculteurs de montagne, qui souffrent particulièrement du contexte actuel. Avec ce pacte nous cherchons également à trouver un écho auprès de nos consommateurs en leur faisant comprendre que derrière chaque produit qu'ils achètent, il y a des gens qui travaillent et qui méritent d'être rémunérés à leur juste valeur. »

Agri- Éthique ne compte pas s'arrêter en si bon chemin et vise désormais d'autres filières alimentaires comme les œufs, le beurre ou encore la viande.

Tous droits réservés à l'éditeur

PRESSE OCEAN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 32810
Edition : Nantes, Nantes Nord

Date : 04 DEC 17

SAINT-HERBLAIN. Soixante boulangeries solidaires dans le département

Commerce équitable

Alexandra Bothereau, Bruno Mérit, meunier, Nicolas Mullet, agriculteur, Céline et David Mullet, propriétaires du « Plaisir Gourmand ».

« Le plaisir gourmand » est l'une des cinq nouvelles boulangeries solidaires de Loire-Atlantique.

Elle sont désormais cinq de plus avoir signé le pacte Agri-Ethique, démarche de commerce équitable 100 % origine France.

« *Grâce à Agri-Ethique, je suis certain de l'origine de notre farine, et je sais que je fais travailler les agriculteurs de notre région* », souligne David Mallet, boulanger du magasin « Le plaisir gourmand ».

Plus de 600 boulangeries signataires dans toute la France

Pour Nicolas Mullet, producteur de blé et engagé dans cette démarche d'agriculture raisonnée, « *cela nous permet d'être déconnectés du marché mondial du blé, trop fluctuant et souvent spéculatif, en ayant un prix du blé fixé au plus juste pendant 3 ans* ».

De l'agriculteur, en passant par les coopératives et les minoteries et jusqu'aux boulangeries, Agri Ethique accompagne toute la filière pour garantir le revenu des agriculteurs, préserver l'emploi local et agir pour l'environnement. Acheter du pain issu du commerce équitable, plus solidaire, c'est, pour Alexandra Bothereau, chargée de développement, « *faire le choix de pérenniser la filière agroalimentaire française qui profite à tous* ».

Depuis 2013, Agri-Ethique, ce sont 1 000 agriculteurs engagés, 11 coopératives signataires, 15 moulins partenaires, plus de 600 boulangeries dans toute la France. En Loire-Atlantique, 60 boulangeries ont signé le pacte Agri-Ethique, reconnu et certifié « commerce équitable 100 % France ».

Contact www.agriethique.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

www.alpes-et-midi.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Eygliers : mise en place d'une filière lait équitable 100% locale

La Fromagerie de Montbardon, désormais implantée à Eygliers, devient le pivot d'une démarche équitable impulsée par Agri-Éthique. Objectif : rémunérer le lait au juste prix de production et dans la durée. Huit éleveurs du Guillestrois-Queyras et de l'Embrunais sont associés au dispositif, via la Coopérative Laitière des Alpes du Sud.

Article avec accès abonné : http://www.alpes-et-midi.fr/article/eygliers-mise-place-filiere-lait-equitable-100-locale

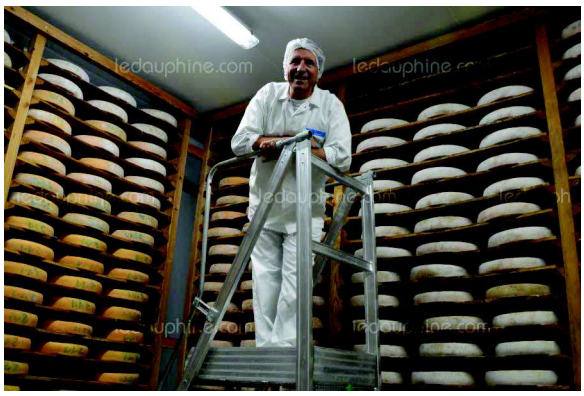
Tous droits réservés à l'éditeur

ledauphine.com

www.ledauphine.com
Pays : France
Dynamisme : 1333

Visualiser l'article

La fromagerie de Montbardon inaugure son atelier de fabrication



Les fromages sont mis à l'affinement sur des clayettes en mélèze de pays.

Le nouvel atelier de fabrication de fromage Queyras Traditions a été inauguré le 21 novembre, à Eygliers, dans le secteur de la gare. Cette société, qui fabrique les fromages de la marque “La fromagerie de Montbardon”, a transféré sa production du hameau queyrassin de Montbardon à Eygliers.

Jusqu'à présent, Queyras Traditions, dirigée par Éric Randu, regroupait huit producteurs dont le lait servait de matière première. La création de ce nouvel atelier s'accompagne d'un partenariat avec la coopérative laitière des Alpes du Sud, qui a investi 280 000 euros dans le projet, afin de produire en plus grande quantité.

Une démarche éthique
D'une surface de 300 m², l'atelier de production emploi six personnes et a transformé en 2017 entre 500 et 600 000 litres de lait de chèvre et de vache.

En 2018, ce sont 700 000 litres de lait qui y seront transformés pour réaliser 70 tonnes de fromages, soit une vingtaine de variétés. Elles sont fabriquées et affinées sur place, sauf les tommes grises et tommes de montagne qui sont affinées dans les caves de l'ancienne fromagerie de Montbardon.

Les différents partenaires de cette structure ont signé le pacte Agri-Ethique et s'engagent ainsi dans la durée pour rémunérer le lait des producteurs à sa juste valeur, grâce à un prix sécurisé sur trois ans.

La fromagerie propose des fromages équitables. Et la coopérative laitière des Alpes du Sud est la seule coopérative laitière française engagée dans une telle démarche.

Tous droits réservés à l'éditeur

ALPES et midi
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 07 DEC 17
Page de l'article : p.9
Journaliste : Viviane Guérard

EYGLIERS : MISE EN PLACE D'UNE FILIÈRE LAIT ÉQUITABLE 100% LOCALE

La Fromagerie de Montbardon, désormais implantée à Eygliers, devient le pivot d'une démarche équitable impulsée par Agri-Éthique. Objectif : rémunérer le lait au juste prix de production et dans la durée. Huit éleveurs du Guillestrois-Queyras et de l'Embrunais sont associés au dispositif, via la Coopérative Laitière des Alpes du Sud.

Agri-Éthique : le commerce équitable Made in France

L'idée du label Agri-Éthique est simple : appliquer en France les principes du commerce équitable, en garantissant aux agriculteurs une rémunération à sa juste valeur et dans la durée, en s'affranchissant de la volatilité des cours mondiaux. Depuis 2013, cette démarche est appliquée avec succès sur le blé : elle concerne aujourd'hui près d'un millier d'agriculteurs produisant 55 000 tonnes de blé, transformé dans une quinzaine de moulins en une farine « agri-éthique » utilisée dans près de 600 boulangeries.

Dans cette cuve de 2 700 L se fabriquent raclette et tomes. Deux autres cuves de 2 000 et 1 000 L sont utilisées pour les bleus et les fromages de chèvre

Fort de ce succès, le label a souhaité s'étendre à la filière lait et c'est la Fromagerie de Montbardon qui a été choisie pour inaugurer cette initiative. « *Nous avons trouvé auprès de cette fromagerie des valeurs correspondant à notre démarche* » explique Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. L'affaire s'est montée en quelques mois seulement et aujourd'hui le « pacte lait » est conclu : 700 000 litres de lait seront achetés au prix de 400 euros/tonne, alors que le cours du marché est actuellement à 340-350 euros/tonnes. Le gain pour les éleveurs associés est donc substantiel, d'autant que ce prix équitable est garanti pour une durée de 3 ans, ce qui assure visibilité, sécurité et sérénité aux agriculteurs.

La Fromagerie de Montbardon au cœur du dispositif

En janvier 2017, la Fromagerie de Montbardon s'est installée à Eygliers : l'atelier du Queyras, créé en 1975, était devenu trop étroit et n'était plus aux normes. La modernisation et l'agrandissement aurait coûté trop cher. Éric Randu, le gérant, a donc décidé de « descendre » dans la vallée, une position géographique nettement

Depuis janvier 2017 la fromagerie de Montbardon a installé son atelier de production à Eygliers

L'affinage des Raclettes se fait sur des rayonnages en bois de mélèze

Ludovic Brindejonc et Eric Randu présentent la filière « lait équitable et local »

plus favorable pour la production et la commercialisation.

La Fromagerie de Montbardon (qui conserve son nom historique) loue désormais un bâtiment appartenant à la Coopérative Laitière des Alpes du Sud, qui a pris en charge les travaux de rénovation du local, tandis que la fromagerie a investi 180 000 euros dans de nouveaux équipements.

Pour Éric Randu, le label Agri-Éthique vient concrétiser une pratique préexistante : « *Nous avons toujours essayé de nous engager à notre niveau, en étant transparent sur la provenance, la qualité et le prix des produits, en travaillant en circuits courts, en réduisant les emballages. Signer le pacte Agri-Éthique, c'est officialiser ces engagements quotidiens.* »

La Coopérative Laitière des Alpes du Sud et les éleveurs : La CLAS collecte près de 4 millions de litres de lait auprès d'une quarantaine de producteurs. Pour Daniel Aye, son responsable administratif, la démarche Agri-Éthique « *permet de rémunérer les producteurs à leur juste valeur, sans attendre d'avoir de bons résultats ; il permet d'agir en amont et de créer un cercle vertueux.* »

Portant sur 700 000 litres de lait, le contrat Agri-Éthique concerne donc près de 20% des volumes traités par la CLAS. Les producteurs associés au dispositif en livrant leur lait à la Fromagerie de Montbardon sont : Sébastien Devars à Saint-Clément-sur-Durance / Philippe Gérard à Saint-Crépin / Jean-Luc Brun à Risoul / Éric Tholozan à Châteauroux-les-Alpes / Gilles Garnier à Saint-André-d'Embrun / Maryse Perotti à Embrun / Hervé Barthelon à Embrun / Éric Randu et son frère à Château-Ville-Vieille.

Cherchez le label bleu... Les fromages de Montbardon portent désormais le label Agri-Éthique, de petites étiquettes bleu pâle, qui vous permettront de vous régaler en toute bonne conscience. Car le consommateur est l'ultime maillon de cette chaîne équitable qui implique éleveurs, transformateur et distributeurs.

Viviane Guérard

La Fromagerie de Montbardon en chiffres : 500 000 L de lait (dont 60 000 L de lait de chèvre) traités en 2017 à Eygliers, contre 300 000 L précédemment dans l'atelier du Queyras. L'objectif est d'atteindre rapidement les 700 000 L, volume qui permettra d'amortir les investissements.

Une fabrication 100% au lait cru : Environ 30 T de produits finis pour une vingtaine de références, avec comme produits phares le bleu du Queyras (toujours affiné dans les caves de Montbardon), la raclette et les tomes. 6 employés – l'installation à Eygliers a permis l'embauche de 2 salariés supplémentaires : 3 cuves de fabrication d'une capacité de 2 700 L pour la raclette, 2 000 L pour le bleu, 1 000 L pour le chèvre ; 20 km de tuyauterie parcourent la fromagerie.

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRO DISTRIBUTION
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 5547

Date : DEC 17
Page de l'article : p.52

Agri-éthique dans le fromage

■ La démarche Agri-éthique s'étend à la filière lait, concrétisée par une première contractualisation avec la coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie Montbardon. Le pacte porte sur 700 000 l de lait, ce qui signifie qu'en 2018, 100 % de la production fromagère de la coop sera équitable, soit 70 t de fromages Agri-éthique.

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france

Périodicité : Quotidien
OJD : 749258
Edition : Toutes éditions

Date : 15 DEC 17
Journaliste : Xavier BONNARDEL.

Vendée

La Cavac se tient à l'écoute du consommateur

La coopérative vendéenne investit 40 millions en deux ans sur ses points forts : diversité des productions, filières de qualité et usines branchées sur les marchés à valeur ajoutée.

Repères

Résultats dans le vert
En 2016-2017, la coopérative agricole vendéenne Cavac a engrangé une moisson **« historiquement basse, de moins de 20 % »**, en raison d'une météo catastrophique, souligne Jacques Bourgeais, son directeur général. Autre point noir : l'enlisement des producteurs de lapins dans la crise, en raison d'une consommation en chute libre. Malgré ces difficultés, le groupe Cavac boucle sa campagne 2016-2017 sur un bénéfice net de 5,6 millions d'euros sur un chiffre d'affaires en léger retrait de 896 millions d'euros.

Une stratégie de valeur ajoutée
Ce résultat **« satisfaisant »** témoigne de la robustesse de la Cavac face aux aléas économiques et climatiques. Sa stratégie repose sur la diversification de ses activités, la recherche de valeur ajoutée *via* des filières « qualité » en adéquation avec les attentes du consommateur. Les 17 millions d'euros investis en 2016-2017 et les 23 millions d'euros programmés pour 2017-2018 musclent ces atouts.

Archives Ouest-France

Le blé « Agri éthique » fait partie des filières de qualité développées par la Cavac pour augmenter la rémunération de ses producteurs en lien avec les attentes des consommateurs.

Contrat avec Barilla
La coopérative a investi deux millions dans un portique de chargement, sur le port des Sables-d'Olonne où transite la moitié de sa collecte céréalière. La Cavac dessert de façon optimale ses clients européens et internationaux. **« Nous avons signé un contrat de 20 000 tonnes de blé dur avec les pâtes Barilla,** annonce Jérôme Calleau, président de la Cavac. **Les deux tiers de nos productions végétales font l'objet de contrat. »**
Autre investissement de poids programmé pour 2018 : un centre de grains d'une capacité de 38 000 t à Aizenay.

Usine de nutrition animale
À Fougeré en 2018, grâce à des investissements substantiels, cette usine sera en mesure de fabriquer toutes les gammes de minéraux pour ruminants. Elle travaillera les graines oléagineuses et protéagineuses (lin, pois, féverole, lupin...) pour répondre aux attentes du consommateur qui demande des viandes, du lait et des œufs riches en oméga-3.

Le boom des légumes secs
Il y avait une place à prendre sur ce marché porteur, dominé par les importations. La Cavac l'a pris, à partir de son activité historique de la mogette vendéenne label rouge. Elle s'est diversifiée sur la lentille, le haricot rouge, le pois chiche, jouant la carte bio à hauteur de 30 % de ses surfaces.

« L'objectif est d'atteindre d'ici trois ans les 10 000 tonnes de légumes secs, soit 10 % du marché français », résume Jean-Luc Caquineau, président de la branche légumes secs. 4,5 millions seront investis pour augmenter les capacités de stockage et d'ensachage de l'usine de tri de Mouilleron-le-Captif.

L'essor du bio
Il se produit à tous les étages de la Coop : légumes, œufs, volailles de chair, porc. Exemple : l'usine Bioporc, de La Châtaigneraie, transforme désormais chaque semaine 340 porcs, trois fois plus qu'en 2014. Grâce à quatre millions d'euros investis, l'usine Biofournil du Puiset-Doré (Maine-et-Loire) est capable de produire 10 millions de pains bio par an, dont des pains bio surgelés. Autre succès : la filiale Biomatériaux, spécialisée dans la fibre de chanvre, vogue avec énergie (+ 40 %) sur le marché de l'isolation thermique.

Xavier BONNARDEL.

Tous droits réservés à l'éditeur

horizons
Centre Île de France

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17
Page de l'article : p.4
Journaliste : MARINE GUILLAUME

AU FIL DE LA SEMAINE

COOPÉRATIVE En assemblée générale, la coopérative Île-de-France sud a retracé les impacts négatifs de la récolte catastrophique de 2016. Plusieurs mesures ont été adoptées pour faire face à cette conjoncture difficile.

La coop Île-de-France sud fait face à la conjoncture difficile

Le constat est sans appel : 2016 a été une année noire pour l'agriculture, marquée par une collecte catastrophique, à la fois en quantité et en qualité, en raison de conditions météorologiques défavorables. Malgré tout, c'est dans un climat plutôt serein que s'est déroulée l'assemblée générale de la coopérative Île-de-France sud, jeudi 7 décembre à Étampes (Essonne). « Face à cette situation, qui a fortement impacté le revenu des producteurs, la coopérative a mis en place plusieurs plans de mesures spécifiques pour ses adhérents, destinés à financer le cycle de production, mais aussi à améliorer la performance des exploitations par le renforcement de l'accompagnement technico-économique », a d'abord expliqué le directeur de la coopérative, Hervé Courte. Plus en détail, la collecte - toutes graines confondues - est en retrait de 35 % allant de pair avec une diminution des activités d'agrofourniture de 22,4 %. « Notre réactivité et notre capacité d'adaptation nous ont toutefois permis d'obtenir de bonnes performances même si le résultat est légèrement déficitaire », a souligné le président Thierry Sirou : « Cet exercice 2016/2017 a été très compliqué mais nous avons réussi à compenser les pertes de chiffre d'affaires en réduisant les frais d'exploitation et l'entretien. Face à des revenus en berne, il a été plus important que jamais pour la coopérative de ne pas faire peser sur ses offres des marges supplémentaires, mais au contraire de garantir une bonne valorisation des céréales et une compétitivité de nos fournitures d'intrants ».

Démarche Agri-éthique

Malgré cette conjoncture peu favorable, la coopérative Île-de-France sud va de l'avant. Elle a, par exemple, défini une nouvelle orientation de la politique commerciale (capitaliser sur la fidélité, valoriser le stockage à la ferme, optimiser la logistique rendu client et développer de nouvelles options commerciales), poursuivi ses investissements de modernisation dans les silos de Maisse (Essonne) et Garancières-en-Beauce (Eure-et-Loir) et s'est engagée dans la démarche Agri-éthique. « Ce dispositif permet de valoriser les productions grâce à un partenariat avec l'ensemble des acteurs d'une filière et des prix garantis pour trois ans. Pour cette collecte 2016, quatre-vingt-neuf adhérents ont souscrit à Agri-éthique ainsi que trente boulangers et les moulins Fouché de La Ferté-Alais (Essonne). Mille cinq cents tonnes de blé tendre ont été collectées, avec une moyenne de dix-sept tonnes par producteur, rémunérée 180 euros/tonne base juillet ». Pour la prochaine campagne, cent adhérents ont choisi de suivre l'aventure et trois mille tonnes de blé tendre sont engagées.

Développement du bio

Le directeur de la coopérative a ensuite proposé un rapide bilan de 2017. « Le blé de force, l'orge de printemps et la betterave ont largement eu leur place dans les assolements contrairement aux blé tendre, colza et pois qui sont en recul », a expliqué Hervé Courte. La coopérative a également enregistré une hausse de 35 % de la demande en semences certifiées, corrélée avec les aides débloquées par la région Île-de-France pour en permettre l'achat. Enfin, la coopérative a annoncé le renforcement de son accompagnement à l'agriculture biologique face à l'augmentation des surfaces et du nombre de conversion depuis 2016. Un animateur agriculture bio a été désigné dans l'équipe et le site de Garancières fait l'objet d'un investissement important pour augmenter la capacité de stockage et la gestion de lots à fort taux d'impuretés. Huit cents tonnes supplémentaires pourront être stockées à la moisson 2018 par les vingt-et-un producteurs bio adhérents à la coopérative qui cultivent trois mille hectares.

À Étampes (Essonne), le 7 décembre. La coopérative Île-de-France sud a tenu son assemblée générale sous la présidence de Thierry Sirou (au milieu).

MARINE GUILLAUME

Tous droits réservés à l'éditeur

VIANDEMAGAZINE
Pays : France
Périodicité : Trimestriel

Date : DEC 17
Page de l'article : p.4-5
Journaliste : Alice Flores

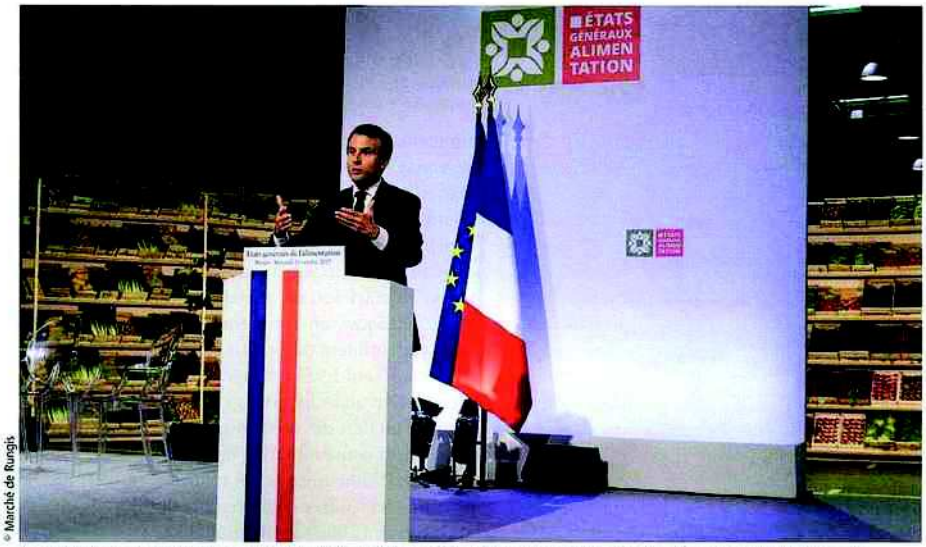
Etats généraux de l'alimentation

Vers une contractualisation inversée

Emmanuel Macron souhaite que les agriculteurs, via les organisations de producteurs commerciales, soient à l'origine des contrats, de manière à construire le prix à partir des coûts de production. Les acteurs de l'amont se sont donc engagés dans une charte à renforcer ces OP. Retour sur ces principaux chantiers.

C'était le 11 octobre dernier à Rungis, un mois et demi après le lancement officiel des ateliers du premier chantier des états généraux de l'Alimentation sur la création et la répartition de la valeur, le président de la République Emmanuel Macron annonçait sa volonté de mettre en place « *une contractualisation rénovée avec un contrat qui serait proposé par les agriculteurs et non plus par les acheteurs* », dans le but d'enrayer la chute des prix pour le monde agricole. Une contractualisation devant se faire sur une base pluriannuelle, de l'ordre de trois à cinq ans. « *Nous modifierons la loi pour inverser cette construction du prix* », avait-il prévenu. Pour accompagner ce changement de paradigme, le chef de l'État préconise le renforcement des organisations de producteurs, afin que les agriculteurs puissent peser davantage dans les négociations commerciales. « *Je sais les réticences que peuvent avoir certains. Je constate le fait que ces pratiques de regroupement ne sont pas systématiques. C'est une erreur […] vous devez aussi prendre vos responsabilités et vous regrouper beaucoup plus rapidement, beaucoup plus massivement autour de ces organisations de producteurs* », déclarait-il. Pour cela, Emmanuel Macron a prévenu qu'il conditionnerait certains dispositifs d'aide à la taille des organisations de producteurs commerciales et qu'il les professionnaliserait pour qu'elles puissent collectivement fixer les prix et les volumes à négocier avec les acheteurs. Afin d'aider les organisations de producteurs à fixer leurs prix, le président de la République veut que soient définis des indicateurs de marché, des coûts de production et des contrats types par filière.

> « *Vous devez aussi prendre vos responsabilités et vous regrouper beaucoup plus rapidement* », a enjoint Emmanuel Macron.



© Marché de Rungis

Le président de la République a prévenu qu'il conditionnerait certains dispositifs d'aide à la taille des organisations de producteurs commerciales et qu'il les professionnaliserait, lors d'un discours à Rungis, le 11 octobre dernier.

Signature d'une charte d'engagements

Après ce premier point d'étape officiel des états généraux de l'Alimentation, au lancement des négociations commerciales et alors qu'aucune évolution législative n'était prévue avant le premier semestre 2018, les représentants de la production, de la coopération agricole, des entreprises agroalimentaires et de la distribution se sont réunis le 14 novembre pour signer la charte d'engagements « pour une relance de la création de valeur et pour son équitable répartition au sein des filières agroalimentaires françaises ». Parmi eux, l'APCA, la Confédération paysanne, Coop de France, la Coordination rurale, la FNSEA et les Jeunes Agriculteurs. L'ensemble des signataires de la charte s'est engagé à promouvoir une contractualisation fondée sur la construction des prix à partir de l'amont, en prenant en compte les coûts de production dans un contexte de marchés mondiaux concurrentiels. Les acteurs de la production se sont eux spécifiquement engagés à se regrouper davantage dans des organisations de producteurs « *structurées, efficientes et transparentes, qui facilitent la mise en œuvre effective de relations commerciales équilibrées, notamment grâce aux possibilités offertes en matière de négociation collective des contrats* ».

Des plans de filières conduits par les interprofessions

Pour impliquer l'ensemble des acteurs professionnels à repenser l'organisation de leurs filières, le président de la République leur a demandé de travailler à l'élaboration de plans de filières, fixant différents objectifs. Ces travaux, coordonnés par les interprofessions, doivent être finalisés pour la fin de l'année. À l'occasion de son assemblée générale annuelle, le 1er décembre dernier, l'Union des groupements de producteurs de

Tous droits réservés à l'éditeur

VIANDEMAGAZINE
Pays : France
Périodicité : Trimestriel

Date : DEC 17
Page de l'article : p.4-5
Journaliste : Alice Flores

© Marché de Rungis

Pour l'UGPVB, « réunir tous les éleveurs en une seule coopérative comme au Danemark ou aux Pays-Bas en porcs n'est pas une garantie de prospérité ».

viande de Bretagne (UGPVB) est revenue sur les principaux enjeux de ces états généraux de l'Alimentation. Elle a fait savoir dans le rapport d'orientation de son président Michel Bloch qu'elle comptait « *sur l'État pour fournir un cadre juridique sécurisé et encourager tous les distributeurs à traduire, financièrement, leurs déclarations* ». « *C'est dans cet esprit constructif que nous sommes engagés au sein d'Inaporc pour proposer un contrat de filière* », a-t-elle ajouté. Concernant les organisations de producteurs, l'UGPVB espère que les lignes bougeront pour le droit de la concurrence, notamment « *par le renforcement du pouvoir de marché de la production organisée* ».

> « Les OP agissant avec transfert de propriété [...] ne doivent pas agir sous la menace d'une autorité de la concurrence », selon l'UGPVB.

Les réserves de l'UGPVB

« *Les OP agissant avec transfert de propriété [...] ne doivent pas agir sous la menace d'une autorité de la concurrence, ou d'un ministère de l'Économie toujours enclin à initier des procédures à l'encontre de la production dans le domaine de la concurrence* », déclare-t-elle, ajoutant que « *réunir tous les éleveurs dans une seule coopérative comme au Danemark ou aux Pays-Bas en porcs n'est pas une garantie de prospérité pour les éleveurs* » même s'il « *y aura sans doute encore des rapprochements* ».

Coop de France participe activement aux états généraux de l'alimentation et à la mise en œuvre pratique de ses conclusions. « *Nous participons aux discussions qui entourent cette évolution de la contractualisation pour faire valoir le fait que l'engagement, dans une coopérative répond déjà à cette attente* », confie Pascal Viné, délégué général de Coop de France.

Le cas particulier des coopératives

« *Le contrat tel qu'il est aujourd'hui défini dans la coopération n'est pas de nature commerciale. Les coopérateurs s'engagent à fournir leur production à la coopérative, qui elle-même s'engage à prendre la production des coopérateurs, et ce sur une base pluriannuelle. Le système de rémunération se fonde sur un prix de base, fixé par le conseil d'administration de la coopérative. Le conseil d'administration intègre les enjeux liés aux coûts de production. À ce prix s'ajoute un système de ristourne ou de complément, fixé en assemblée générale. Le prix payé au producteur correspond donc à la somme de ces différentes contributions. Cela rend difficile la mise en œuvre en tant que telle d'un contrat par l'amont, puisque nous ne sommes pas dans la même relation qu'un producteur avec une entreprise privée* », explique-t-il.

La mise en place d'indices sur les coûts de production, demandée par Emmanuel Macron pour objectiver la formation des prix dans chaque filière, concerne les coopératives comme les autres entreprises. « *Il est probable que le gouvernement étende ces indices, sûrement interprofessionnels, à l'ensemble des filières. Ces indices seront alors intégrés par les conseils d'administration des coopératives. La formation des prix est explicitée pour chaque adhérent dans le règlement intérieur de la coopérative* », commente Pascal Viné.

Alice Flores

UN EXEMPLE DE CONTRACTUALISATION

Agri-Ethique va constituer une filière viande équitable

Créé initialement sur le blé, le pacte Agri-Ethique, qui engage toute une filière sur plusieurs années pour que chacun reçoive une rémunération juste, devrait prochainement concerner le secteur viandes. « *Nous avons des contacts avec plusieurs professionnels dans le porc et la viande bovine* », confie Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Ethique. « *Nous sentons une véritable volonté de contractualiser, mais c'est particulièrement compliqué à mettre en place dans la viande, car il faut trouver plusieurs acteurs d'un même métier pour respecter l'équilibre carcasse* ».

Tous droits réservés à l'éditeur

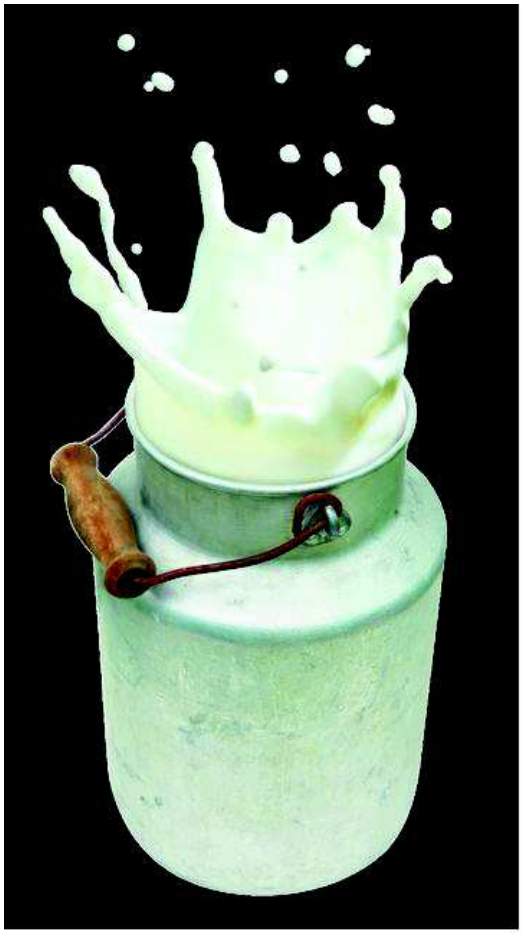
Date : 10/01/2018
Heure : 14:51:32
Journaliste : CAMILLE HAREL

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Un nouvel horizon pour la crémerie

Après des années difficiles, les industriels ont décidé de développer un nouveau lait dit de pâturage, plus qualitatif que le conventionnel. Une démarche qui a pour objectif de garantir un revenu supérieur aux producteurs et d'assurer le bien-être animal. Une nouvelle norme ?



Le contexte

La filière laitière a connu plusieurs crises au cours des années 2016 et 2017, engendrant différentes valorisations des matières : poudre en déclin, beurre en hausse, pénurie de lait bio …
Les industriels et producteurs travaillent pour s'affranchir de ces aléas.
De nouveaux cahiers des charges pour la collecte laitière sont ainsi mis en place pour proposer des produits qualitatifs et garantir un revenu supérieur aux producteurs.
Chiffres clés :

17,3 Mrds € : Le CA de la crémerie, à + 0,7 %
- 0,8 % : L'évolution en volume
Dont :

Tous droits réservés à l'éditeur

Ventes en valeur en milliards d'euros, et évolutions valeur et volume en %, des sous-catégories de la crémerie

Beurre-œufs-lait : 5,1 Mrds € à + 1,3 % et - 2,6 % en volume
Fromages : 6,1 Mrds € à + 1,3 % et + 0,5 % en volume
Ultrafrais : 6,1 Mrds € à - 0,5 % et - 0,6 % en volume
Source : Iri , CAM à fin octobre 2017, tous circuits GMS

Les années 2016 et 2017 n'ont pas été de tout repos dans l'univers laitier. Les problèmes de matière première ont été au centre des débats. Déjà, sur les approvisionnements, avec une dérégulation de la collecte liée aux conditions météorologiques, provoquant des évolutions de cours orientées à la baisse dans un premier temps, puis à la hausse. Si cette situation tend à se rééquilibrer, un autre dérèglement a touché le marché : le beurre. Avec une demande mondiale importante, ajoutée aux soucis de collecte, les cours se sont envolés, provoquant des arbitrages de la part des industriels qui ont préféré la valorisation sur les marchés mondiaux au détriment de la grande distribution. Un choix qui a provoqué des pénuries en linéaires. « Durant les derniers mois, il y a eu de grands écarts de valorisation sur les composants du lait. Une situation très problématique pour le producteur », indique Benoît Rouyer, économiste au Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel).

Ces aléas de plus en plus fréquents et les conditions de vie précaires dans lesquelles se trouvent les éleveurs ont poussé les industriels à réfléchir à des solutions alternatives au conventionnel. Chacun a donc travaillé à développer un « nouveau lait ». Si, à ce jour, aucun label officiel n'a encore été déposé, tous s'emploient à l'appeler de la même manière : le lait de pâturage. Avec ce produit, les industriels essayent de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs sur le bien-être animal, la juste rémunération des producteurs, le sans-OGM… « Il y a une prise en compte des demandes sociétales qui va se répercuter dans l'offre des produits laitiers en 2018 », ajoute Benoît Rouyer.

Élaboration de cahiers des charges

De nombreux industriels se sont lancés. Le premier en lice : Lactel , avec L'Appel des Prés, du lait de consommation demi-écrémé. « Le recul des volumes et la guerre des prix nous poussent à travailler des montées en gamme et à valoriser nos produits », explique Étienne Verdier , directeur du développement des ventes de Lactel (Lactalis). Ainsi, un cahier des charges élaboré en interne a été mis en place pour créer cette nouvelle filière : lait provenant d'exploitations à moins de 50 km du site de production de Vitré (35), alimentation du bétail produite sur l'exploitation et garantie sans OGM, 10 ares pour chaque vache et un pâturage garanti de deux cents jours par an. Et un lait acheté 10 centimes de plus le litre. À ce jour, Lactel, qui compte faire évoluer ce cahier des charges, travaille avec 25 producteurs sur ce concept.

Initiative similaire pour la coopérative française Sodiaal dans le cadre de son plan stratégique #Value, qui court jusqu'en 2025. Pour accélérer sa croissance, elle va mettre l'accent sur la valeur, à volumes constants, en réorientant nettement son mix vers des produits premium. « Sur le lait de consommation, le marché est en baisse de 4 à 5 % en valeur et en volume. Il est urgent d'évoluer et de revaloriser le lait payé aux producteurs », insiste Jorge Boucas, directeur général de Sodiaal. Ainsi, pour son pôle lait-crème-beurre, un label de qualité est en train d'être créé autour du pâturage des vaches, de l'alimentation non OGM, du bien-être animal et de la rémunération équitable des producteurs… Les premiers produits vont arriver en magasins dès le deuxième trimestre 2018. « On veut que ce type de lait représente, à terme, 40 % de nos volumes, à marque et en marque de distributeurs », souligne Jorge Boucas.

Tous droits réservés à l'éditeur

Sur le fromage, Bel a également annoncé un projet d'ampleur. À partir de ce mois de janvier, les produits de marques Leerdammer et Mini Babybel sont fabriqués à partir d'un lait de pâturage (des vaches dans les prés cent cinquante jours par an et une alimentation sans OGM). Au fur et à mesure, toutes les marques du portefeuille seront concernées par cette collecte. Bel signera donc la fin du lait conventionnel dans sa production. Cette stratégie, qui court sur cinq ans, vise à accompagner les 1 000 producteurs du groupe dans cette pratique. Ces derniers verront leur lait valorisé d'environ 22 € les 1 000 litres. Si cet approvisionnement est pour le moment encore externalisé, le groupe précise que les discussions sont ouvertes avec les producteurs afin de savoir qui souhaite se convertir.

Toujours plus qualitatif

Mais ces puissants industriels, qui bénéficient de gros moyens pour relever un tel challenge, ne sont pas les seuls à s'intéresser à ces nouvelles pratiques. Des petits faiseurs se sont également lancés dans l'arène. Conscients que ces méthodes sont propices au développement des producteurs laitiers français et à la valorisation du marché, ils ont mis en place des projets. Ainsi, la PME Prospérité Fermière a œuvré sur son programme Via Lacta, pour une filière d'exigence et de qualité. « Le cahier des charges, certifié par le WWF, a été écrit par les agriculteurs. Il met en avant une alimentation sans OGM, des vaches élevées en pâture avec 1 500 m² pour chacune, le respect du bien-être animal et un prix rémunérateur pour le producteur de 15 € en plus les 1 000 litres », précise Sandrine Delory, directrice générale de Prospérité Fermière-Ingredia. Les produits (crème, lait et poudre) sont référencés depuis octobre 2017 chez Gamm vert sous la marque Prospérité.

Un débouché pour les PME

Enfin, Agri-Éthique, un pacte de commerce équitable qui travaille déjà sur le blé, s'est associé avec la Coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon, afin de créer une filière sur le fromage. « Les petites exploitations familiales, avec des volumes restreints, situées dans des zones de montagne, ont besoin de débouchés. Notre concept consiste à se détacher des marchés pour avoir un prix fixe des matières premières à trois ans et créer un système équitable et rémunérateur pour le producteur », détaille Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. Si, à ce jour, l'initiative ne touche que sept producteurs pour 700 000 litres de lait par an, elle pourrait se développer en fonction des débouchés.

Des changements de cap significatifs chez les industriels, qui se donnent les moyens de valoriser le marché. Certains, à l'instar de Bel, vont abandonner le conventionnel, mais d'autres continueront de jouer sur les différents tableaux. « Le lait classique ne va pas disparaître. Les produits doivent satisfaire tous les consommateurs », estime Jorge Boucas. Chez Lactel, la question se pose. « On glisse de plus en plus vers les produits qualitatifs, qui vont devenir une norme », remarque Étienne Verdier. Si généralisation il y a, les producteurs vont devoir prendre massivement ce virage et oublier le conventionnel, mais non sans coût. Car ces nouvelles méthodes nécessitent en moyenne six mois de conversion, surtout en ce qui concerne le sans-OGM. La réflexion sur le choix des matières premières s'avère donc nécessaire.

Bel mise sur le lait de pâturage

D'ici à quelques mois, les produits fromagers du portefeuille de Bel seront fabriqués à partir d'un lait de pâturage (cent cinquante jours par an à l'extérieur et alimentation sans OGM). Dès janvier, Leerdammer et Mini Babybel sont concernés et les autres marques suivront. Cette stratégie, qui court sur cinq ans, vise à accompagner les 1 000 éleveurs dans cette pratique. Outre l'aspect qualitatif apporté aux consommateurs,

Tous droits réservés à l'éditeur

cette démarche a pour vocation de valoriser la production. Les éleveurs, dont le lait est payé en moyenne 322 € les 1 000 litres, bénéficieront d'une prime mensuelle de 22 € par 1 000 litres.

Un nouveau cahier des charges pour Lactel

Le leader du lait de consommation, Lactel, créé un nouveau standard avec sa marque L'Appel des Prés. Il s'agit de la mise en place d'une filière avec une collecte qui répond à un nouveau cahier des charges plus exigeant : un lait dont la provenance n'excède pas 50 km de l'usine et une alimentation du bétail, à 60 % composée d'herbage, qui doit être produite sur l'exploitation et garantie sans OGM. Par ailleurs, chaque vache doit bénéficier de 10 ares et pâturer deux cents jours par an. Pour le moment, environ 25 producteurs font partie de ce programme qui les rémunère 10 centimes d'euros en plus par litre.

Des initiatives chez les petits faiseurs

Dans le même esprit que les leaders, la coopérative laitière Ingrédia a lancé une démarche pour sa collecte qui garantit un lait sans OGM, une surface de pâturage de 15 ares accessible au moins cent soixante-dix jours par an, le respect du bien-être animal et une prime de 15 € les 1 000 litres pour les producteurs engagés. La gamme (lait de consommation, crème et poudre), est vendue sous la marque Prospérité dans les magasins Gamm vert.

Autre approche chez Agri-Éthique, qui propose des fromages équitables en lançant une filière avec la Coopérative des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon. 700 000 litres de lait ont été contractualisés auprès de sept producteurs. Agri-Éthique garantit une juste rémunération aux éleveurs, fixe un prix stable de matière première et agit pour l'environnement avec une démarche écoresponsable.

Sodiaal créé un label de qualité

Dans le cadre de son nouveau plan stratégique, Sodiaal veut revaloriser le lait de consommation. Ainsi, la coopérative lance un label de qualité dont les critères sont en adéquation avec les attentes sociétales : pâturages, alimentation sans OGM, bien-être animal. Elle a donc décidé de mettre l'accent sur la valeur, à volumes constants, en réorientant son mix vers des produits premium. Une enveloppe de 230 millions d'euros supplémentaires sera allouée aux investissements, à laquelle s'ajoutent les 80 à 100 millions annuels.

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA
lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 11 JAN 18
Page de l'article : p.1,38,40,42
Journaliste : CAMILLE HAREL

COMMERCE & CONSOMMATION

LSA

JEUDI 11 JANVIER 2018 N° 2489 – 6,90 EUROS

DANS LES COULISSES D'HEMA

L'enseigne alimentaire phénomène d'Alibaba

Page 8

Une loi et des projets après les États généraux de l'alimentation
LES STRATÉGIES p. 20

Matelas sur internet ou en magasin : la bataille du sommeil
LES STRATÉGIES p. 24

La check-list pour commencer à vendre en ligne en Europe
LES MÉTIERS p. 36

Un nouvel horizon pour la crémerie
LE DOSSIER p. 48

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA
lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 11 JAN 18
Page de l'article : p.1,38,40,42
Journaliste : CAMILLE HAREL

Un nouvel horizon pour la crémerie

Après des années difficiles, les industriels ont décidé de développer un nouveau lait dit de pâturage, plus qualitatif que le conventionnel. Une démarche qui a pour objectif de garantir un revenu supérieur aux producteurs et d'assurer le bien-être animal. Une nouvelle norme ?

Les années 2016 et 2017 n'ont pas été de tout repos dans l'univers laitier. Les problèmes de matière première ont été au centre des débats. Déjà, sur les approvisionnements, avec une dérégulation de la collecte liée aux conditions météorologiques, provoquant des évolutions de cours orientées à la baisse dans un premier temps, puis à la hausse. Si cette situation tend à se rééquilibrer, un autre dérèglement a touché le marché : le beurre. Avec une demande mondiale importante, ajoutée aux soucis de collecte, les cours se sont envolés, provoquant des arbitrages de la part des industriels qui ont préféré la valorisation sur les marchés mondiaux au détriment de la grande distribution. Un choix qui a provoqué des pénuries en linéaires. *« Durant les derniers mois, il y a eu de grands écarts de valorisation sur les composants du lait. Une situation très problématique pour le producteur »*, indique Benoît Rouyer, économiste au Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel).

Ces aléas de plus en plus fréquents et les conditions de vie précaires dans lesquelles se trouvent les éleveurs ont poussé les industriels à réfléchir à des solutions alternatives au conventionnel. Chacun a donc travaillé à développer un « nouveau lait ». Si, à ce jour, aucun label officiel n'a encore été déposé, tous s'emploient à l'appeler de la même manière : le lait de pâturage. Avec ce produit, les industriels essayent de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs sur le bien-être animal, la juste rémunération des producteurs, le sans-OGM… *« Il y a une prise en compte des demandes sociétales qui va se répercuter dans l'offre des produits laitiers en 2018 »*, ajoute Benoît Rouyer.

LE CONTEXTE

- **La filière laitière a connu plusieurs crises au cours des années 2016 et 2017,** engendrant différentes valorisations des matières : poudre en déclin, beurre en hausse, pénurie de lait bio…
- **Les industriels et producteurs travaillent pour s'affranchir** de ces aléas.
- **De nouveaux cahiers des charges pour la collecte laitière** sont ainsi mis en place pour proposer des produits qualitatifs et garantir un revenu supérieur aux producteurs.

Élaboration de cahiers des charges

De nombreux industriels se sont lancés. Le premier en lice : Lactel, avec L'Appel des Prés, du lait de consommation demi-écrémé. *« Le recul des volumes et la guerre des prix nous poussent à travailler des montées en gamme et à valoriser nos produits »*, explique Étienne Verdier, directeur du développement des ventes de Lactel (Lactalis). Ainsi, un cahier des charges élaboré en interne a été mis en place pour créer cette nouvelle filière : lait provenant d'exploitations à moins de 50 km du site de production de Vitré (35), alimentation du bétail produite sur l'exploitation et garantie sans OGM, 10 ares

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 11 JAN 18
Page de l'article : p.1,38,40,42
Journaliste : CAMILLE HAREL

pour chaque vache et un pâturage garanti de deux cents jours par an. Et un lait acheté 10 centimes de plus le litre. À ce jour, Lactel, qui compte faire évoluer ce cahier des charges, travaille avec 25 producteurs sur ce concept.
Initiative similaire pour la coopérative française Sodiaal dans le cadre de son plan stratégique #Value, qui court jusqu'en 2025. Pour accélérer sa croissance, elle va mettre l'accent sur la valeur, à volumes constants, en réorientant nettement son mix vers des produits premium. *« Sur le lait de consommation, le marché est en baisse de 4 à 5 % en valeur et en volume. Il est urgent d'évoluer et de revaloriser le lait payé aux producteurs »*, insiste Jorge Boucas, directeur général de Sodiaal. Ainsi, pour son pôle lait-crème-beurre, un label de qualité est en train d'être créé autour du pâturage des vaches, de l'alimentation non OGM, du bien-être animal et de la rémunération

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 11 JAN 18
Page de l'article : p.1,38,40,42
Journaliste : CAMILLE HAREL

DR

Bel mise sur le lait de pâturage

D'ici à quelques mois, les produits fromagers du portefeuille de Bel seront fabriqués à partir d'un lait de pâturage (cent cinquante jours par an à l'extérieur et alimentation sans OGM). Dès janvier, Leerdammer et Mini Babybel sont concernés et les autres marques suivront. Cette stratégie, qui court sur cinq ans, vise à accompagner les 1 000 éleveurs dans cette pratique. Outre l'aspect qualitatif apporté aux consommateurs, cette démarche a pour vocation de valoriser la production. Les éleveurs, dont le lait est payé en moyenne 322 € les 1 000 litres, bénéficieront d'une prime mensuelle de 22 € par 1 000 litres.

Un nouveau cahier des charges pour Lactel

Le leader du lait de consommation, Lactel, créé un nouveau standard avec sa marque L'Appel des Prés. Il s'agit de la mise en place d'une filière avec une collecte qui répond à un nouveau cahier des charges plus exigeant : un lait dont la provenance n'excède pas 50 km de l'usine et une alimentation du bétail, à 60 % composée d'herbage, qui doit être produite sur l'exploitation et garantie sans OGM. Par ailleurs, chaque vache doit bénéficier de 10 ares et pâturer deux cents jours par an. Pour le moment, environ 25 producteurs font partie de ce programme qui les rémunère 10 centimes d'euros en plus par litre.

DR

équitable des producteurs… Les premiers produits vont arriver en magasins dès le deuxième trimestre 2018. *« On veut que ce type de lait représente, à terme, 40 % de nos volumes, à marque et en marque de distributeurs »*, souligne Jorge Boucas.

Sur le fromage, Bel a également annoncé un projet d'ampleur. À partir de ce mois de janvier, les produits de marques Leerdammer et Mini Babybel sont fabriqués à partir d'un lait de pâturage (des vaches dans les prés cent cinquante jours par an et une alimentation sans OGM). Au fur et à mesure, toutes les marques du portefeuille seront concernées par cette collecte. Bel signera donc la fin du lait conventionnel dans sa production. Cette stratégie, qui court sur cinq ans, vise à accompagner les 1 000 producteurs du groupe dans cette pratique. Ces derniers verront leur lait valorisé d'environ 22 € les 1 000 litres. Si cet approvisionnement est pour le moment encore externalisé, le groupe précise que les discussions sont ouvertes avec les producteurs afin de savoir qui souhaite se convertir.

« Il y a une prise en compte des attentes sociétales avec de nouvelles offres produits qui vont voir le jour dans l'univers laitier en 2018. Avec l'objectif de valoriser l'ensemble des maillons. »

Benoit Rouyer, économiste au Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel)

Toujours plus qualitatif

Mais ces puissants industriels, qui bénéficient de gros moyens pour relever un tel challenge, ne sont pas les seuls à s'intéresser à ces nouvelles pratiques. Des petits faiseurs se sont également lancés dans l'arène. Conscients que ces méthodes sont propices au développement des producteurs laitiers français et à la valorisation du marché, ils ont mis en place des projets. Ainsi, la PME Prospérité Fermière a œuvré sur son programme Via Lacta, pour une

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 11 JAN 18
Page de l'article : p.1,38,40,42
Journaliste : CAMILLE HAREL

Des initiatives chez les petits faiseurs

Dans le même esprit que les leaders, la coopérative laitière Ingrédia a lancé une démarche pour sa collecte qui garantit un lait sans OGM, une surface de pâturage de 15 ares accessible au moins cent soixante-dix jours par an, le respect du bien-être animal et une prime de 15 € les 1 000 litres pour les producteurs engagés. La gamme (lait de consommation, crème et poudre), est vendue sous la marque Prospérité dans les magasins Gamm vert.

© PROSPÉRITÉ-FERMIÈRE INGREDIA

Autre approche chez Agri-Éthique, qui propose des fromages équitables en lançant une filière avec la Coopérative des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon. 700 000 litres de lait ont été contractualisés auprès de sept producteurs. Agri-Éthique garantit une juste rémunération aux éleveurs, fixe un prix stable de matière première et agit pour l'environnement avec une démarche écoresponsable.

DR

Sodiaal créé un label de qualité

Dans le cadre de son nouveau plan stratégique, Sodiaal veut revaloriser le lait de consommation. Ainsi, la coopérative lance un label de qualité dont les critères sont en adéquation avec les attentes sociétales : pâturages, alimentation sans OGM, bien-être animal. Elle a donc décidé de mettre l'accent sur la valeur, à volumes constants, en réorientant son mix vers des produits premium. Une enveloppe de 230 millions d'euros supplémentaires sera allouée aux investissements, à laquelle s'ajoutent les 80 à 100 millions annuels.

filière d'exigence et de qualité. *« Le cahier des charges, certifié par le WWF, a été écrit par les agriculteurs. Il met en avant une alimentation sans OGM, des vaches élevées en pâture avec 1 500 m² pour chacune, le respect du bien-être animal et un prix rémunérateur pour le producteur de 15 € en plus les 1 000 litres »*, précise Sandrine Delory, directrice générale de Prospérité Fermière-Ingredia. Les produits (crème, lait et poudre) sont référencés depuis octobre 2017 chez Gamm vert sous la marque Prospérité.

Un débouché pour les PME

Enfin, Agri-Éthique, un pacte de commerce équitable qui travaille déjà sur le blé, s'est associé avec la Coopérative laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie de Montbardon, afin de créer une filière sur le fromage. *« Les petites exploitations familiales, avec des volumes restreints, situées dans des zones de montagne, ont besoin de débouchés. Notre concept consiste à se détacher des marchés pour avoir un prix fixe des matières premières à trois ans et créer un système équitable et rémunérateur pour le producteur »*, détaille Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. Si, à ce jour, l'initiative ne touche que sept producteurs pour 700 000 litres de lait par an, elle pourrait se développer en fonction des débouchés.

Des changements de cap significatifs chez les industriels, qui se donnent les moyens de valoriser le marché. Certains, à l'instar de Bel, vont abandonner le conventionnel, mais d'autres continueront de jouer sur les différents tableaux. *« Le lait classique ne va pas disparaître. Les produits doivent satisfaire tous les consommateurs »*, estime Jorge Boucas. Chez Lactel, la question se pose. *« On glisse de plus en plus vers les produits qualitatifs, qui vont devenir une norme »*, remarque Étienne Verdier. Si généralisation il y a, les producteurs vont devoir prendre massivement ce virage et oublier le conventionnel, mais non sans coût. Car ces nouvelles méthodes nécessitent en moyenne six mois de conversion, surtout en ce qui concerne le sans-OGM. La réflexion sur le choix des matières premières s'avère donc nécessaire.

CAMILLE HAREL

Tous droits réservés à l'éditeur

CULTIVAR ELEVAGE EDITION ALSACE
Pays : France
Périodicité : Mensuel

Date : JAN 18
Page de l'article : p.14

QUOI DE NEUF

LAIT ÉQUITABLE

AGRI-ÉTHIQUE SE LANCE DANS LE LAIT

Agri-Éthique inaugure une nouvelle filière avec la Coopérative Laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie Montbardon. Ce sont 700 000 litres de lait qui ont été contractualisés dans un premier temps. Alors que le contexte économique est actuellement compliqué pour la filière lait, la coopérative laitière des Alpes du sud avec 6 éleveurs de son secteur et la fromagerie Montbardon ont décidé de s'engager dans la durée pour rémunérer le lait français à sa juste valeur et ainsi proposer des produits laitiers équitables, comme le fromage. Comme le souligne Daniel Aye, directeur de la coopérative, « signer le pacte Agri-Éthique c'est faire le pari fou de ne pas attendre d'avoir de bons résultats pour rémunérer à leur juste valeur nos producteurs. À travers cet engagement, nous décidons d'agir en amont pour créer un cercle vertueux et grâce à Agri-Éthique nous pouvons nous engager durablement auprès de nos agriculteurs de montagne, qui souffrent particulièrement du contexte actuel ». En 2018, 100 % de la production fromagère « Montbardon » sera équitable, soit 70 tonnes de fromages Agri-Éthique.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cultivar MONTBÉLIARDE
LE MAGAZINE DES PRODUCTEURS DE MONTBÉLIARDE
Pays : France
Périodicité : Mensuel

Date : JAN 18
Page de l'article : p.14

QUOI DE NEUF

LAIT ÉQUITABLE

AGRI-ÉTHIQUE SE LANCE DANS LE LAIT

Agri-Éthique inaugure une nouvelle filière avec la Coopérative Laitière des Alpes du Sud et la Fromagerie Montbardon. Ce sont 700 000 litres de lait qui ont été contractualisés dans un premier temps. Alors que le contexte économique est actuellement compliqué pour la filière lait, la coopérative laitière des Alpes du sud avec 6 éleveurs de son secteur et la fromagerie Montbardon ont décidé de s'engager dans la durée pour rémunérer le lait français à sa juste valeur et ainsi proposer des produits laitiers équitables, comme le fromage. Comme le souligne Daniel Aye, directeur de la coopérative, « signer le pacte Agri-Éthique c'est faire le pari fou de ne pas attendre d'avoir de bons résultats pour rémunérer à leur juste valeur nos producteurs. À travers cet engagement, nous décidons d'agir en amont pour créer un cercle vertueux et grâce à Agri-Éthique nous pouvons nous engager durablement auprès de nos agriculteurs de montagne, qui souffrent particulièrement du contexte actuel ». En 2018, 100 % de la production fromagère « Montbardon » sera équitable, soit 70 tonnes de fromages Agri-Éthique.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'AGRICULTEUR Charentais
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 JAN 18
Page de l'article : p.7
Journaliste : CATHERINE LONGUEVILLE

Questions à ...

Jérôme Calleau

Président de la coopérative Cavac

«Aller chercher de la valeur ajoutée partout où nous pouvons»

Comment se caractérise l'exercice 2016/2017?
La récolte 2016 a été calamiteuse avec une baisse de 20 % de la collecte de céréales et des prix bas. Mais nous avons aussi perçu des signaux positifs par rapport à 2016 avec une augmentation du prix du porc, une amélioration pour le lait de vache, même si la hausse du prix n'est pas à la hauteur de ce que les éleveurs peuvent en attendre. Et puis 2017 aura été marquée par de belles récoltes.

Quelles sont les productions et les activités qui tirent leur épingle du jeu?
Les productions de légumes et certaines productions de semences se tiennent bien. Les activités en filiales, telles Biofournil, Bioporc ou Olvac progressent et constituent de vrais leviers de croissance. Leur contribution atténue la baisse du résultat économique de la coopérative, qui s'est détérioré depuis trois ans. Nos choix sur ces activités se révèlent aujourd'hui positifs. L'objectif est bien de valoriser les matières agricoles et d'aller capter de la valeur ajoutée hors des sentiers battus plutôt que de faire des productions de masse banalisées.

Jérôme Calleau

Quelles productions allez-vous développer? Et quels sont vos projets ?
Nous observons une forte demande pour les légumes secs du fait de l'engouement des consommateurs pour les légumineuses et les protéines végétales, de même que pour les productions françaises. De ce fait, la coopérative va se doter dès cette année de 5000 tonnes de stockage supplémentaire sur la station de Mouilleron-le-Captif (85). Jusque-là, la France importait surtout ses légumes secs d'Amérique du Sud. Nous avons sur cette activité, conclu un accord avec Lunor, filiale de la coopérative Capseine en Seine-Maritime, pour produire et conditionner des légumes secs. Nous allons aussi accompagner nos sociétaires pour répondre à la forte demande en produits bio. Ceci étant, notre forte dynamique en bio ne doit pas occulter tous nos sociétaires qui travaillent en agriculture non-bio et qui représentent 90 % de nos activités.
Nous avons investi 17 millions d'euros sur l'exercice écoulé. Parmi ces investissements, on notera du stockage de céréales sur Fougeré, le changement du portique de chargement du silo portuaire des Sables d'Olonne, une extension de l'usine Biofournil.

La contractualisation intégrant les coûts de production reste l'un des objectifs des États généraux de l'alimentation. Comment comptez-vous vous y prendre?
Nous développons la filière Agriéthique en blé tendre, en œufs de consommation... Cette démarche est une forme vraiment vertueuse de contractualisation entre l'agriculteur, le transformateur et le distributeur. Pour autant, il faut être réaliste, nous aurons du mal à la décliner sur l'ensemble des productions. Tous les acteurs, et notamment le dernier maillon, ne sont pas forcément prêts à franchir ce pas. Mais nous ne ménageons pas notre peine pour le développer sur d'autres segments de marché.

PROPOS RECUEILLIS PAR CATHERINE LONGUEVILLE LA VENDÉE AGRICOLE

Tous droits réservés à l'éditeur

La Dépêche Le Petit Meunier
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 13 FEV 18
Page de l'article : p.3
Journaliste : Karine Floquet

La rémunération des agriculteurs s'invite au salon Europain

Le contrôle vise à auditer annuellement les partenaires par un organisme certificateur indépendant, Certipaq. Cette démarche de commerce équitable est basée sur la fixation du prix de la matière première pour trois ans, afin de rémunérer la production agricole à sa *« juste valeur »*, explique Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. *« Le prix garanti permet de couvrir les charges du producteur et de lui générer une rémunération*, poursuit-il. *Grâce à ce prix sécurisé, Agri-Éthique s'affranchit des effets de la volatilité des matières premières en assurant visibilité, sécurité et sérénité à l'agriculteur. »* La Minoterie Trottin est l'une des dernières sociétés à avoir signé le pacte Agri-Éthique, au côté du négociant SA Jeusselin (cf. ci-dessous). Quant à la Minoterie Girardeau, ce sont

© Karine Floquet

Le blé CRC entre dans la fabrication de la baguette de tradition Label Rouge.

300 boulangers artisanaux et un industriel (La Boulangère) qui ont intégré la démarche, pour un volume de farine de près de 15 000 t, sur un total de 200 000 t annuelles. *« Si la démarche Agri-Éthique concerne principalement nos blés conventionnel et CRC, elle démarre sur le segment du blé bio et du sarrasin »*, confie Bertrand Girardeau.

Karine Floquet

Tous droits réservés à l'éditeur

Spécial Céréales

Des aventures individuelles, une passion collective

Avant-garde

Plus de 70 millions de tonnes de céréales sont produites chaque année en France. Près de la moitié de ces céréales sont exportées, pour une valeur de 6 milliards d'euros en moyenne, soit l'équivalent, en rythme de croisière, de deux Airbus A320 par semaine. Une filière forte qui est aussi un terrain d'expérimentation fantastique pour créer une agriculture plus efficace, plus respectueuse de l'environnement et plus collective !

Emmanuelle Ducros

UNE FERME DIGITALE POUR UNE AGRONOMIE AU PROFIT DE TOUS

LE LABORATOIRE est immense et à ciel ouvert. La ferme expérimentale de Boigneville (Essonne), ce sont 150 hectares de grandes cultures destinées aux tests de solutions agronomiques innovantes, gérés par l'Institut du végétal Arvalis. L'association, financée pour moitié par les agriculteurs et pour moitié par des fonds privés, évalue et développe de nouvelles solutions pour améliorer les performances techniques, environnementales et économiques des fermes. « Nous sommes le "60 millions de consommateurs" des agriculteurs. Nous agrégeons des projets issus de start-up, des nouvelles méthodes, des robots, raconte Delphine Bouttet, responsable de la Digiferme. Ici, 140 à 160 personnes testent en conditions réelles des images satellitaires, des capteurs, des modèles de traitement des données dans le but de donner aux agriculteurs des outils exploitables au quotidien. » C'est ici qu'est né Mileos, un protocole destiné à protéger les pommes de terre contre le mildiou, grâce à des capteurs. Ici que l'on apprend à traiter seulement les morceaux de parcelles qui le nécessitent, afin de réduire les intrants. Ici aussi que l'on expérimente le biocontrôle, la lutte contre les maladies des plantes grâce à des organismes vivants. « En allant plus vite sur le terrain, on démocratise les effets de la recherche », conclut Delphine Bouttet.

NICOLE CORNIEC

DELPHINE BOUTTET responsable de la Digiferme

Tous droits réservés à l'éditeur

SIPA PRESS

Tous droits réservés à l'éditeur

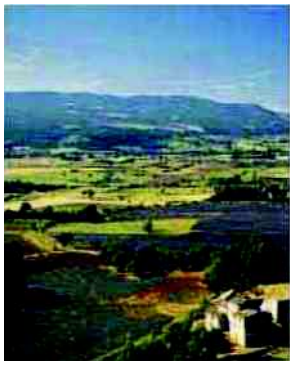
FORMER LES LEADERS COOPÉRATIFS DE DEMAIN

LA SCARA est une de ces grandes coopératives de la champagne céréalière. Ses 662 adhérents produisent en moyenne 200 000 tonnes de céréales chaque année (blé, maïs, colza, orge et même du tournesol), pour un chiffre d'affaires annuel de 74 millions d'euros. Problème : dans une aussi vaste coopérative, les agriculteurs sont vite isolés. « Nous avons décidé de créer un club de jeunes agriculteurs pour faire émerger les futurs leaders de la coopérative », explique Emilie Duclos, responsable du projet Club atout jeunes. La promotion 2017 rassemble ainsi treize jeunes volontaires qui suivront treize jours de formation sur un an et demi. « Confrontation avec des experts, visites de sites industriels, voyage d'étude à l'étranger, échanges des bonnes pratiques... On parle beaucoup des défis à venir et de la façon d'y répondre collectivement », explique Emilie Duclos. C'est aussi une façon de résoudre un des problèmes majeurs des coopératives : faire évoluer la gouvernance pour permettre aux agriculteurs de bien se réapproprier l'outil coopératif, de créer un réseau de responsables bien formé et conscient des enjeux. Le mouvement est en train de faire des émules dans d'autres coopératives françaises.

DR

LE « TINDER DES TERRES AGRICOLES »

COMME SOUVENT, c'est lorsque l'on est confronté à un problème dans son quotidien qu'une solution imaginative émerge. Mickaël Jacquemin, agriculteur dans la Marne, se désespérait de parcourir jusqu'à 50 km pour aller cultiver et observer certaines de ses parcelles situées loin de son domicile. « Une aberration à un moment où nous cherchons à développer une agriculture plus durable, respectueuse de l'environnement et de la société. C'est du temps, de l'énergie et des pneus perdus, la tentation de disperser plus de produits phytosanitaires de façon préventive et beaucoup d'agacement pour les automobilistes coincés derrière mon tracteur », résume-t-il. Fin 2016, il lui semble pertinent d'utiliser la puissance d'Internet pour mettre les agriculteurs en relation afin de procéder à des échanges de parcelles. En duo avec un développeur, il crée echangeparcelle.fr, une sorte de Tinder des terres agricoles permettant à chacun de trouver des terres plus près de chez lui. Un algorithme propose même des plans à plusieurs pour des échanges en cascade. Un gros succès : 17 000 hectares sont proposés à l'échange et près de 350 accords ont déjà eu lieu ! « Il y a un potentiel important, commente Mickaël Jacquemin. Selon plusieurs sondages, jusqu'à 80 % des agriculteurs se disent prêts à une telle démarche. » Le site marche très bien, dans toute la France. Gratuit pour les utilisateurs, il est financé par la publicité de juristes, de techniciens agricoles, etc. Paradoxe, Mickaël Jacquemin, lui, n'a pas (encore) trouvé parcelle à son pied.


SIPA PRESS

Tous droits réservés à l'éditeur

DANS L'AUDE, LES PETITS RUISSEAUX FONT LA GRANDE RÉSERVE

PAS FACILE de cultiver le sol du Lauragais. Dans cette zone tournée vers le blé dur, un grain destiné à la fabrication de pâtes alimentaires, les rendements étaient très bas jusqu'aux années 1970. En fin de cycle, au moment où ils grossissaient - en mai, juin et juillet -, les épis étaient privés d'eau. « C'était dommage alors, que quelques mois plus tôt, à la fin de l'hiver, on voyait passer en abondance l'eau de la fonte des neiges », raconte Jean-François Monod, un agriculteur de la région. C'est son grand-père qui a eu l'idée de fédérer les cultivateurs dans une démarche collective de gestion de l'eau. Celle-ci a abouti à la construction du barrage de la Ganguise. Dans une vallée inhabitée, un lac artificiel contenant 44 millions de m3 d'eau a ete cree. Et cette réserve, gérée par une organisation collective, a tout changé : on a pu varier les cultures sur cinq mille hectares, exploités par deux cent cinquante paysans. Maïs, haricots à cassoulet... On a aussi créé une base nautique qui fait la joie des touristes, créer un soutien d'étiage pour permettre aux poissons de la Garonne de survivre l'été et même garantir la navigation sur le Canal du Midi. Cette démarche collective s'est aussi traduite par de plus petites retenues pour récupérer l'eau des collines, qui bénéficient ainsi à des groupements d'agriculteurs. « La gestion raisonnée d'une ressource inépuisable, certes, mais épuisable à certains moments de l'année, ne bénéficie pas seulement aux agriculteurs mais aussi à tous les citoyens », conclut Jean-François Monod.

JEAN-FRANÇOIS MONOD
agriculteur

DR

Tous droits réservés à l'éditeur

DES SACS BIODÉGRADABLES POUR SE METTRE AU COMPOST

LE SMICVAL est une collectivité territoriale du sud-ouest de la France, chargé de la collecte et e la valorisation des déchets du nord de la Gironde et d'une partie de la Dordogne... A mille lieues du monde céréalier ? Pas tant que cela. En 2002, l'organisme fut un des pionniers de la valorisation des déchets organiques. Reste de repas, plantes, épluchures... Soit près de 30 à 40 % du contenu de nos poubelles ! « Nous avons envisagé une stratégie claire de valorisation circulaire de ces déchets. Ils viennent de la terre, il faut qu'ils y retournent », lance Nicolas Sénéchau, directeur général de la collectivité.

NICOLAS SÉNÉCHAU
directeur général
de SmicVal

DR

Pour cela, il a fallu sensibiliser les usagers et surtout leur donner les moyens de trier efficacement. « Nous avons mis à leur disposition des sacs biodégradables à base d'amidon de maïs ou de fécule de pomme de terre, précise-t-il. Nous observons que les usagers sont ainsi très impliqués et que les erreurs de tri n'excèdent pas 1 % à 2 %. » Pour l'heure, 50 000 habitants sont associés à la démarche sur un bassin de population de 200 000 personnes. Ce sera le double d'ici à 2020.

Et que deviennent les 1 500 tonnes de biodéchets chauffés et traités pour en faire du compost ? Elles vont fertiliser les champs des environs mais aussi les vignes de Saint-Emilion ou de Pomerol... « Cela ne coûte pas plus cher qu'un recyclage classique et c'est très vertueux, se félicite Nicolas Sénéchau, d'autant que cela a pour effet d'améliorer parallèlement le tri de tous les autres types de déchet ! »

APPLIQUER LE COMMERCE ÉQUITABLE AUX PRODUCTEURS FRANÇAIS

C'EST EN 2012, au sein de la Cavac, une coopérative agricole de Vendée rassemblant des céréaliers, des maraîchers, des éleveurs, qu'est née l'idée de décliner en France le concept du commerce équitable connu dans les relations nord-sud, au travers notamment d'un label comme Max Havelaar. « Nous souhaitions déconnecter les agriculteurs de la volatilité des cours des matières premières et nous leur avons proposé d'acheter des volumes de blé à prix fixe sur trois ans, en incluant coûts de production et marge », explique Ludovic Brindejonc, chargé de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) au sein de la coopérative. Une opération gagnante pour toute la filière : visibilité et stabilité pour les producteurs, approvisionnements sécurisés (en particulier pour le blé bio) pour les meuniers et artisans boulangers susceptibles de mieux parler aux consommateurs. « Le rapport a changé. On parle moins prix et plus qualité, cahier des charges, se félicite Ludovic Brindejonc. 35 % du blé et 15 % du blé bio répondent ainsi à des critères exigeants, ce qui incite tout le monde à faire progresser les pratiques. » Désormais, 1 000 agriculteurs sont inscrits dans cette démarche baptisée Agriéthic, qui s'est étendue au sarrasin, aux œufs, au lait... Et dépasse les frontières de la Cavac, puisque des coopératives de toute la France ont dupliqué le modèle.

LUDOVIC BRINDEJONC
chargé de la
responsabilité sociale
et environnementale
à la Cavac

DR

Tous droits réservés à l'éditeur

DES FERMES PILOTES POUR LIMITER LES PRODUITS PHYTOSANITAIRES

ON LES APPELLE les « fermes Dephy ». Un mot-valise incluant les notions de défi et de phytosanitaire... Leur but : travailler à éliminer au maximum les intrants des cultures, dont les consommateurs se méfient de plus en plus. Dans les Hauts-de-France, Stéphanie Vanderaeghe est chargée de cette mission des fermes Dephy pour le compte du réseau Négoce nord-est. Il y a 127 de ces fermes cobayes dans la région, sur trois mille en France. Stéphanie Vandehaeghe se concentre sur les onze qui pratiquent les grandes cultures. « C'est une des actions phare du plan Ecophyto, détaille Stéphanie Vanderhaege. Il s'agit de rassembler et de fédérer les efforts d'agriculteurs volontaires pour mettre en pratique des essais dans leurs champs. On n'invente rien mais on remet au goût du jour des méthodes agronomiques parfois oubliées. On fait des "faux semis", pour occuper la terre avant les vraies semailles et éviter la prolifération des mauvaises herbes. On décale la date des semis. On bine, on adapte les variétés. On implante aussi des bandes fleuries entre les champs pour aider les animaux auxiliaires comme les scarabées à se multiplier... Ils mangent limaces voire des graines d'adventices, des plantes indésirables. »

DR

Retours d'expériences, adaptation aux conditions particulières : « Les réseaux Dephy sont surtout une source d'inspiration pour permettre à chacun de trouver les solutions qui lui conviennent », se réjouit Stéphanie Vanderhaeghe.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'Opinion

Date : 23/02/2018
Heure : 10:11:55
Journaliste : Emmanuelle Ducros

www.lopinion.fr
Pays : France
Dynamisme : 23

Visualiser l'article

Avec le label Agriéthic, le commerce équitable s'applique aussi aux producteurs français

Ludovic Brindejonc (Cavac)
© DR

C'est en 2012, au sein de la Cavac, une coopérative agricole de Vendée rassemblant des céréaliers, des maraîchers, des éleveurs, qu'est née l'idée de décliner en France le concept du commerce équitable connu dans les relations nord-sud, au travers notamment d'un label comme Max Havelaar. «Nous souhaitions déconnecter les agriculteurs de la volatilité des cours des matières premières et nous leur avons proposé d'acheter des volumes de blé à prix fixe sur trois ans, en incluant coûts de production et marge», explique Ludovic Brindejonc, chargé de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) au sein de la coopérative.

Une opération gagnante pour toute la filière : visibilité et stabilité pour les producteurs, approvisionnements sécurisés (en particulier pour le blé bio) pour les meuniers et artisans boulangers susceptibles de mieux parler aux consommateurs. «Le rapport a changé. On parle moins prix et plus qualité, cahier des charges, se félicite Ludovic Brindejonc. 35 % du blé et 15 % du blé bio répondent ainsi à des critères exigeants, ce qui incite tout le monde à faire progresser les pratiques.» Désormais, 1 000 agriculteurs sont inscrits dans cette démarche baptisée Agriéthic, qui s'est étendue au sarrasin, aux œufs, au lait… Et dépasse les frontières de la Cavac, puisque des coopératives de toute la France ont dupliqué le modèle.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.planet.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Avec le label Agriéthic, le commerce équitable s'applique aussi aux producteurs français

C'est en 2012, au sein de la Cavac, une coopérative agricole de Vendée rassemblant des céréaliers, des maraîchers, des éleveurs, qu'est née l'idée de décliner en France le concept du commerce équitable connu dans les relations nord-sud, au travers notamment d'un label comme Max Havelaar. «Nous souhaitions déconnecter les agriculteurs de la volatilité des cours des matières premières et nous leur avons proposé d'acheter des volumes de blé à prix fixe sur trois ans, en incluant coûts de production et marge», explique Ludovic Brindejonc, chargé de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) au sein de la coopérative.

Une opération gagnante pour toute la filière : visibilité et stabilité pour les producteurs, approvisionnements sécurisés (en particulier pour le blé bio) pour les meuniers et artisans boulangers susceptibles de mieux parler aux consommateurs. «Le rapport a changé. On parle moins prix et plus qualité, cahier des charges, se félicite Ludovic Brindejonc. 35 % du blé et 15 % du blé bio répondent ainsi à des critères exigeants, ce qui incite tout le monde à faire progresser les pratiques.» Désormais, 1 000...
Lire la suite sur L'Opinion

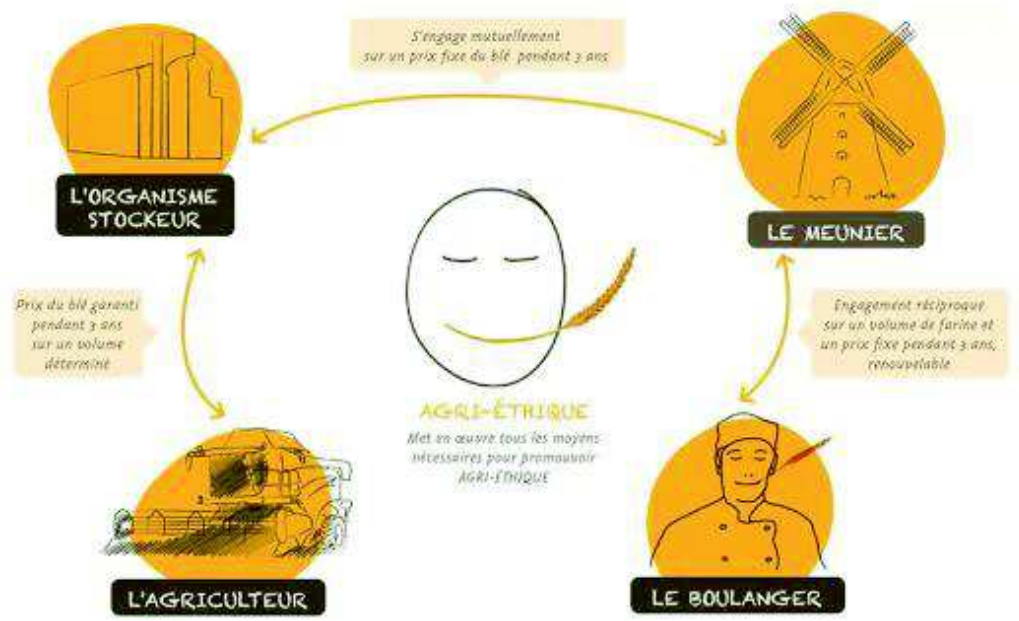
Tous droits réservés à l'éditeur

LE MONDE DES Boulangers

www.lemondedesboulangers.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Deux nouveaux partenaires pour Agri-Ethique



Le label Agri-Éthique démarre 2018 en signant le "pacte blé" avec deux nouveaux partenaires : la minoterie Trottin et le négociant Jeusselin.

La **minoterie Trottin** et le **négociant Jeusselin** ont rejoint la démarche Agri-Ethique, en signant pour 3 500 tonnes de blé éthique sur la récolte 2018/2019/2020.

"Dans les mois à venir, on peut donc s'attendre à voir de nouvelles boulangeries rejoindre le pacte de commerce équitable", indique Agri-Ethique, qui espère par la même occasion renforcer sa présence dans le département de la Sarthe.

Une démarche gagnant-gagnant

Plus de trois ans après son lancement, Agri-Ethique peut se targuer d'avoir préservé 6 500 emplois sur le territoire français. Agri-Éthique est une démarche innovante reposant sur trois engagements : économique, social et environnemental. Avec Agri-Éthique, chaque acteur de la filière agro-alimentaire s'engage sur un volume, un prix et une durée contractuelle de trois ans.

Le PDG de Jeusselin, Gilles Jeusselin, a salué ce nouveau partenariat, qui lui permet de "solidifier une démarche familiale". "Nous fournissons la famille Trottin depuis deux générations, et nous voulions, avec cet engagement permettre à nos producteurs de s'associer à une démarche gagnant-gagnant", explique-t-il. "J'ai repris la graineterie familiale avec mes frères en 1993, elle avait été créée en 1950 par notre père et aujourd'hui, Agri-Éthique nous permet de formaliser ce que nous faisons depuis déjà 30 ans ! Ainsi, à travers ce pacte nous fixons les règles de bonne pratique. En plus de dire ce que l'on fait et de faire ce que l'on dit, nous l'écrivons, ce qui rend l'engagement d'autant plus fort. Grâce à cette filière équitable et durable nous

Tous droits réservés à l'éditeur

espérons nous protéger d'une éventuelle crise. Nous allons commencer par mettre cela en place avec 20 agriculteurs et sur 20 hectares dans un premier temps, puis nous l'étendrons au fur et à mesure."

Le directeur d'Agri-Éthique, Ludovic Brindejonc, rappelle quant à lui qu'Agri-Ethiques est une démarche de commerce équitable qui s'adresse aussi aux consommateurs. "Via son achat, il permet à l'agriculteur de vivre de son travail et maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière. Agri-Éthique change la relation entre les partenaires. Le prix n'est plus un sujet puisque tout le monde doit être gagnant, parmi nos préoccupations : la qualité, le sourcing et la sensibilisation du consommateur à nos valeurs...".

www.agriethique.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le commerce équitable
made in France

Longtemps réservé aux échanges Nord-Sud, le commerce équitable investit désormais le Made in France. Dans un contexte de crise agricole invitant à repenser les modes de production et de commercialisation, ce concept vertueux offre une réponse à la fois sociale et économique, et revient aux fondamentaux mêmes des valeurs historiques de la bio pour une production agricole nourricière qui profite à tous.

Fondé sur l'instauration d'échanges solidaires visant à soutenir le développement des petits paysans, le commerce équitable propose une alternative aux inégalités inhérentes au commerce conventionnel et à l'agriculture industrielle.
En 2015, les décrets d'application de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire de 2014 signent une avancée historique en permettant d'user de la terminologie « Commerce Équitable » sur des produits français. Que dit la loi ?
« *Le prix versé par l'acheteur et défini au contrat doit permettre : de couvrir les coûts de production, de verser une rémunération suffisante pour satisfaire les besoins fondamentaux et améliorer le niveau de vie des travailleurs ainsi que de leurs familles, de dégager une marge permettant aux travailleurs de réaliser les investissements nécessaires à l'amélioration de l'efficacité de leur outil de production et de commercialisation de leurs produits.* »

En résumé, voici les 6 points clefs de la définition légale du commerce équitable :

- des producteurs organisés dans des structures à gouvernance démocratique,
- un engagement commercial pluriannuel,
- un prix rémunérateur établi sur la base de l'identification des coûts de production et une négociation équilibrée,
- l'octroi d'un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs de dynamisation dans les filières et les territoires,
- la traçabilité des filières et l'information transparente des consommateurs,
- la sensibilisation et l'éducation des consommateurs aux modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables.

A cet effet, la Commission de Concertation du Commerce (3C), installée le 11 avril 2016 par Martine Pinville, Secrétaire d'État à l'économie sociale et solidaire, au commerce, à l'artisanat et à la consommation, est chargée de reconnaître les systèmes de garantie et les labels de commerce équitable. Ce cadre vise à limiter l'usage abusif du terme « commerce équitable » et à faciliter le travail de contrôle de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF). L'administration, qui organise chaque année des enquêtes dans le cadre d'un programme national, a notamment dans le collimateur les pratiques commerciales trompeuses. C'est pourquoi les entreprises usant du terme « commerce équitable » (qu'elles soient engagées dans les échanges Nord-Sud comme Nord-Nord) doivent pouvoir apporter la preuve d'en respecter les principes fondateurs. En cas de pratique commerciale trompeuse constatée, la DGCCRF dispose d'un arsenal de suites administratives ou civiles afin d'enjoindre les professionnels à cesser tout agissement illicite. Dans les cas les plus graves (suites pénales), les entreprises encourent jusqu'à 2 ans d'emprisonnement et une amende maximale de 300 000 €.

Le prix versé par l'acheteur doit permettre de :

- **Couvrir les coûts de production**
- **Verser une rémunération suffisante pour satisfaire les besoins fondamentaux et améliorer le niveau de vie des travailleurs ainsi que de leurs familles**
- **Dégager une marge permettant aux travailleurs de réaliser les investissements nécessaires à l'amélioration de l'efficacité de leur outil de production et de commercialisation de leurs produits.**

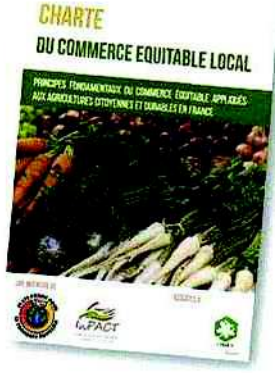
Décret n°2015-1157 relatif à l'article 94 de la loi ESS paru le 19/09/2015 au JO et entré en vigueur au 01/10/2015

Tous droits réservés à l'éditeur

Le but de la loi est d'offrir un cadre aussi exigeant au commerce équitable Nord-Nord que Nord-Sud. Commerce Équitable France (ex-PFCE : Plate-Forme pour le Commerce Équitable), le principal collectif des acteurs du secteur, en rappelle la genèse : « *Le mouvement du commerce équitable Nord-Sud avait largement avancé sa réflexion sur le projet politique, les outils et les impacts lorsque le sujet de commerce équitable Made in France a pris de l'ampleur dans les années 2010. Le mouvement était donc prêt à envisager un élargissement de la démarche aux filières des pays du Nord. La PFCE a lancé un appel à la communauté paysanne qui se projetait dans l'avenir pour mener conjointement une réflexion sur les conditions d'application des outils du commerce équitable en France. De là est née la Charte élaborée par la PFCE, la FNAB et InPACT, qui propose une transposition des principes du commerce équitable à une agriculture citoyenne et durable en France. Trois volets constituent les piliers de la démarche : les principes fondamentaux du commerce équitable (relation économiques sur le long terme, prix minimums stables et garantis, etc.), les engagements pour une agriculture durable et citoyenne, la transparence et la communication auprès des consommateurs. Fort de ces expériences et travaux, le secteur a pu aborder l'élaboration d'un texte législatif dans le cadre de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire, dite loi Hamon de juillet 2014, qui consacre un article spécifique au commerce équitable. Point d'orgue des travaux engagés par le secteur depuis plusieurs années, ce travail avec les pouvoirs a permis de valoriser les fondamentaux du commerce équitable et de rendre leur application possible au Sud comme au Nord. Les acteurs se sont également saisis de ces outils pour construire sur le terrain des partenariats de commerce équitable avec des agriculteurs français : le commerce équitable Made in France constitue aujourd'hui un secteur économique avec des produits proposés dans différents circuits de distribution* ».

Les 14 principes fondamentaux de la Charte Nationale du Commerce Équitable Local

L'engagement dans une relation commerciale équitable et responsable
1. Un prix transparent et rémunérateur
2. Une démarche de transparence sur les prix et les marges au sein de la filière
3. Un partenariat commercial sur du long terme
4. Une relation non-exclusive qui préserve l'autonomie des producteurs
5. Un projet de développement partagé
6. Une filière éco-responsable
7. Des conditions de travail dans le respect de la dignité humaine.



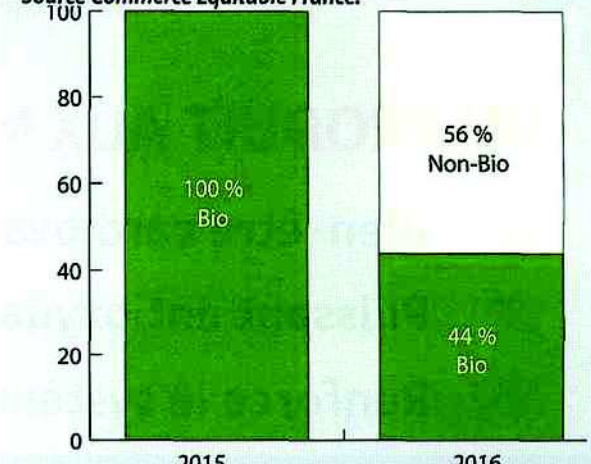
L'engagement pour une agriculture citoyenne et durable l'engagement pour le changement des pratiques commerciales
8. Une agriculture citoyenne et territoriale
9. Des pratiques agricoles durables, autonomes et transparentes, qui s'appuient sur des modes de production biologique et/ou agro-écologique paysans
10. Une organisation de producteurs à taille humaine et démocratique
11. Une production basée sur les ressources et spécificités locales

L'engagement pour le changement des pratiques commerciales
12.Transparence et communication vis-à-vis des consommateurs
13.Sensibilisation et éducation des consommateurs
14.Plaidoyer à destination des décideurs économiques et politiques

Les chiffres du commerce équitable origine France

En 2016, 40 millions de produits issus des filières françaises de commerce équitable ont été vendus en France (275 millions d'euros de ventes), c'est + 155 % qu'en 2015. Cela représente 1 150 références produits (1 050 alimentaires et 100 en cosmétique), 4 500 producteurs et transformateurs (3 500 fermes et 100 PME) et 1 250 points de distribution. 44 % de la production est bio. Côté distribution, les achats de produits équitables made in France se font majoritairement dans les commerces de proximité (boulangeries non-bio avec la filière blé et farine agri-éthique) ou la vente en ligne (52,89 %) suivies des boutiques bio (43,71 %) et loin derrière en GMS (3,4 %).

Source Commerce Équitable France.



PART DE LA BIO DANS LE COMMERCE ÉQUITABLE
Filières françaises

Tous droits réservés à l'éditeur

Des labels et des démarches privés

Les produits du commerce équitable origine France sont reconnus par deux labels privés, Biopartenaire et Faire For Life, et trois chartes internes, « *Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur* » de Biocoop, « *Paysans d'ici* » d'Ethiquable et Agri-Éthique (non bio).

Actuellement, Biopartenaire labellise 10 filières équitables 0 % bio. Cela représente 31 groupements de producteurs, collecteurs ou transformateurs et 615 exploitations agricoles en France pour plus de 800 produits alimentaires et cosmétiques. Le label Biopartenaire repose sur 7 engagements :

- être en conformité avec la réglementation bio,
- contractualiser des engagements réciproques ans la filière,
- assurer un revenu juste au producteur,
- dynamiser l'économie locale par un programme de développement concerté,
- instaurer un dialogue continu et de la solidarité entre partenaires,
- s'engager dans une politique sociale et environnementale de progrès,
- réserver les produits labellisés aux circuits respectant ses principes de partenariat.

Les engagements sont contrôlés par Ecocert et pourront l'être, dès le mois de mars, par un nouveau référentiel mis en place par Biopartenaire, « FIABLE » (Filière attestée biologique, loyale et équitable). « *Ce référentiel est plus adapté au contexte français, à la grande structuration et diversité des organisations agricoles, il est aussi plus accessible aux TPE/PME* », précise Pierre Gaubert, délégué général Labellisation de Biopartenaire.

Les produits labellisés Biopartenaire sont distribués en très grande majorité (près de 90 %) en magasins spécialisés bio et, pour partie restante, en petit, moyen et grand export et en épicerie fine ciblés produits du terroir. Biopartenaire ne permet pas que les produits portant son label soient commercialisés en GMS.

Le label Fair For Life, qui a fusionné avec « *Équitable, Solidaire, Responsable* » (ESR) d'Ecocert en juillet dernier, concerne principalement des produits bio et quelques matières premières non certifiés biologiques (« *cultivées dans le respect de pratiques agricoles durables définies dans le standard* », indique Ecocert). Ces produits sont distribués dans les magasins spécialisés et en GMS. Avant fusion, ESR labellisait 30 opérateurs de commerce équitable pour 45 millions d'euros de ventes (Source Commerce Équitable France).

Outre les labels, les principaux acteurs du commerce équitable origine France sont des démarches privées. Pionnier dans le secteur (24 % de son chiffre d'affaires est issu du commerce équitable international et national), Biocoop commercialise 600 produits alimentaires équitables français depuis 2000 sous la marque « *Ensemble, solidaires du producteur au consommateur* » (84 millions d'euros de ventes en 2015). Près de 2 300 fermes - 15 groupements de producteurs 100 % bio - sont impliquées dans cette démarche basée sur 7 engagements reposant sur un cahier des charges établi par Biocoop et impliquant des critères pour l'ensemble de la chaîne (des producteurs aux magasins du réseau), contrôlés en externe par Ecocert.

La SCOP Ethiquable décline aussi du made in France depuis 2011 via la marque « Paysans d'Ici » vendue en GMS. La marque regroupe une douzaine d'organisations et 571 producteurs en France pour un chiffre de ventes d'1 million d'euros en 2015. La SCOP a établi sa propre charte (24 critères élaborés en interne) incluant notamment un partenariat sur une durée minimum de 3 ans renouvelable, un prix pour le producteur défini par concertation entre les partenaires et qu'au moins 40 % du prix payé par le consommateur revienne aux producteurs.

Les acteurs non-bio

La filière Agri-éthique et sa « baguette équitable » (mais non bio) est devenue un poids lourd du secteur. Initiée en 2013, cette démarche de la filière blé rassemble 11 coopératives, 700 agriculteurs, 15 moulins, 600 boulangeries et 5 industriels. 40 000 tonnes de blé ont été produites et commercialisées en 2015.

Des rendez-vous pour le grand public

Encore émergent, le commerce équitable made in France a bénéficié de deux outils de communication à destination du grand public, l'an dernier. Il était au cœur de la 7e campagne « Manger bio et local c'est l'idéal » (co-organisée notamment par la FNAB) et l'une des thématiques abordées lors de dernière Quinzaine du Commerce Équitable. Il le sera de nouveau lors de la prochaine édition, du 12 au 27 mai.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les chiffres du commerce solidaire made in France témoignent de l'engagement en bio. Sur 4 500 producteurs engagés, près de 3 000 sont en agriculture biologique. Il faut noter toutefois que ce chiffre est trusté par Biocoop qui représente près de 80 % des ventes de produits français bio et équitables. « *Acheter bio, c'est un premier niveau, acheter bio et équitable, c'est le second pallier. On assiste à une période de bouillonnement avec des initiatives qui émergent de toute part. Il y a une vraie attente du consommateur qu'un produit bio soit équitable et inversement, on attend donc de beaux développements à venir de produits bio équitables* », souligne Julie Maisonhaute, en charge des filières françaises pour Commerce Équitable France.

Développer le bio local et équitable apparaît de plus en plus comme une valeur d'avenir avec, à la clé, des échanges économiques durables pour les agriculteurs et un outil de différentiation sur le marché pour les magasins spécialisés.

En dehors des acteurs principaux du secteur, des initiatives émergent à l'image des Épiceries alternatives 2.0 qui allient souvent bio, circuit local et valeurs solidaires (cf. *Bio Linéaires* n° 69 et 71 et page 17 du présent numéro). Même si chaque démarche n'implique pas de fait les autres. Pour éviter les amalgames, il est utile de rappeler les spécificités de ces concepts aux valeurs proches mais aux significations différentes. La confusion entre circuit court et local est la plus répandue auprès des consommateurs,qui assimilent souvent les deux en les associant à une notion de proximité. Si c'est le cas du circuit local qui, comme son nom l'indique, implique une production à proximité du bassin de consommation (même s'il n'existe pas de réglementation française autour de la distance requise), le circuit court, lui, suppose au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Il est important de rappeler que ces circuits ne bénéficient pas de réglementation. Par ailleurs, si les principaux acteurs économiques du commerce équitable sont des démarches privées, il existe aussi quelques démarches publiques comme à Rennes ou dans les Pays de la Loire. Afin d'encourager des achats publics solidaires, Commerce Équitable France a mis au point un guide pratique à destination des collectivités et des acheteurs publics.

Ce que dit la définition légale du commerce équitable

Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable. Chaque entreprise intervenant dans ces filières est en mesure de produire des informations relatives à la traçabilité des produits. Les entreprises faisant publiquement état de leur appartenance au commerce équitable participent à des actions de sensibilisation et d'éducation à des modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables.

Loi n°2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises (Article 60) amendée par la loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire (Article 94)

Toutefois, il est une question qu'on peut se poser. Comment garantir le commerce équitable ?

Comme le rappelle « *Le Guide des labels de commerce équitable* » (engagés dans les échanges Nord-Sud), « *Une fois les cahiers des charges définis, la deuxième étape consiste à mettre en place un système de vérification de la conformité des pratiques aux principes établis dans le référentiel. Ce système repose généralement sur le recours aux services des professionnels de la garantie que sont les organismes de certification* ». Il en est de même pour le commerce équitable Nord-Nord, pour lesquels les contrôles sont aussi en vigueur (lire plus haut) par des organismes certificateurs externes dans la plupart des cas.

Laura Duponchel

Références : Commerce Équitable France, Biopartenaire, Ecocert, FNAB, loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, loi sur l'économie sociale et solidaire du 31 juillet 2014 et ses décrets d'application en 2015, décret du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable, décret du 19 octobre 2015 relatif à la commission de concertation du commerce.

Tous droits réservés à l'éditeur

DOSSIER

Agri-Éthique, le commerce solidaire à la française

Lancée en juin 2013 sur le blé, la filière Agri-Éthique a bien grandi. Le concept séduit et s'étend même à d'autres productions comme le sarrasin, les œufs, le lait… et bientôt la viande. Ce pacte éthique rémunère équitablement chaque partenaire de la filière, en faisant la part belle aux productions locales.

Logos, affiches, vidéos… permettent de communiquer sur la démarche.

Fédérer

À l'origine du projet, la Cavac, une coopérative agricole vendéenne. L'idée : fédérer autour d'un pacte tous les partenaires d'une même filière pour garantir à tous une répartition équitable et juste de la valeur ajoutée. Mieux, en s'approvisionnant localement, la filière Agri-Éthique maintient l'emploi à l'échelle d'un territoire tout en préservant le paysage et la biodiversité. Très vite, le concept séduit et fait des émules. « *Au démarrage, en 2013, 200 agriculteurs signent la charte. Ils sont aujourd'hui plus de 1 000,* souligne Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-Éthique, désormais filiale du groupe Cavac. *Nous nous sommes vite aperçus que le concept était transposable à toutes les productions. Après le blé tendre, la démarche s'est étendue au sarrasin en 2015, aux œufs en 2016, au lait en 2017 et, d'ici à septembre 2018, ce devrait être au tour de la viande.* »

Un engagement de trois ans

De telles initiatives créent un lien entre les producteurs et les consommateurs, de plus en plus avides de connaître l'origine des produits qu'ils achètent. « *Ils sont également très sensibles au fait de participer, via leur acte d'achat, à une juste rémunération des agriculteurs* », poursuit-il. Adhérer à Agri-Éthique, c'est jouer la carte de la transparence et accepter de s'engager. En signant le pacte, les partenaires s'engagent pour trois ans : c'est la durée pendant laquelle le prix de la céréale est fixe. « *Grâce à un prix sécurisé, Agri-Éthique s'affranchit des effets de la volatilité des matières premières en assurant visibilité, sécurité et sérénité à l'agriculteur* », poursuit Ludovic Brindejonc. Un atout qui rassure et séduit. **Anne Gilet**

Agri-Éthique, c'est :

1 000 agriculteurs engagés via 11 coopératives agricoles,
60 000 tonnes de blé collectées,
15 moulins,
600 boulangeries artisanales,
5 industriels,
Un pacte pour le blé tendre, le sarrasin, les œufs, le lait et bientôt la viande.

« Le sentiment de porter le même maillot que l'agriculteur »

Nicolas Becam, boulanger à Angers (Maine-et-Loire).

Parmi les premiers à signer la charte Agri-Éthique, Nicolas Becam, boulanger à Angers, s'est de nouveau engagé pour trois ans en 2017. « *À la base, ce fut une réelle envie personnelle d'entrepreneur, cette idée d'appartenir à une filière, de porter le même maillot, de l'agriculteur à l'industriel. À vrai dire, je communique peu sur le sujet auprès de mes clients. Quelques vidéos, qui passent en boucle dans mes magasins, expliquent la démarche, mais rien de plus. L'idée n'est pas de vendre plus mais de vendre mieux. En m'engageant sur un prix d'achat de la farine sur trois ans, je stabilise mes coûts de revient : c'est très rassurant. Aujourd'hui, la farine Agri-Éthique représente 85 % des tonnages utilisés dans mes six boulangeries.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

Capital

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 203141

Date : MAI 18
Page de l'article : p.76-77
Journaliste : ZELIHA CHAFFIN

DOSSIER QU'EST-CE QU'ON MANGE CE SOIR ?

MARGES

LES HYPERS ET LES AGRICULTEURS FONT PARFOIS LA PAIX

On connaissait le commerce équitable façon café de Colombie. Désormais, on se préoccupe aussi du revenu de nos paysans. Les circuits courts se multiplient. Exemple avec le lait.

LA PREUVE SUR LE PACKAGING Sur cette brique de lait de la marque d'Intermarché figurent la photo de l'éleveur et la rémunération qui lui revient.

Les grossistes et la grande distribution qui imposent leurs prix au rabais et leurs exigences, Alain Cottebrune en a soupé. Depuis une quinzaine d'années, il vend ses produits en direct dans son petit magasin, La Verdura, installé à Saint-Vaast-la-Hougue, dans le Cotentin, à quelques kilomètres de sa ferme de 50 hectares. 1 euro le kilo de pommes de terre, 1,50 euro le chou-fleur ou la botte de radis, que du bio… «L'avantage n'est pas toujours énorme, mais je maîtrise mes prix et je sais où vont mes produits», raconte l'agriculteur.

LE RAS-LE-BOL DU NORMAND n'est pas une exception. Très mal rémunérés (un sur trois touche moins de 350 euros par mois), les agriculteurs sont de plus en plus nombreux à faire le pari du commerce équitable pour gagner leur vie : plus de 21% des exploitations agricoles travaillent ainsi en circuit court. Ventes à la ferme, magasins de producteurs, drives fermiers, réseaux d'Amap, plates-formes Internet, marques équitables, les initiatives se multiplient, portées par le regain d'intérêt des consommateurs pour une alimentation plus saine, tracable et locale.

Ce mouvement n'a pas échappé à la grande distribution, qui ouvre désormais ses portes à des labels d'un genre nouveau. Carrefour ou Auchan, par exemple, référencent Paysans d'ici, marque créée par la Scop Ethiquable : farines, légumineuses, confitures, jus de fruits bio et autres. «En moyenne, 49,80% du prix revient au producteur», explique le cofondateur Rémi Roux. Une démarche similaire à celle mise en place par l'enseigne Biocoop, dont la gamme Ensemble, solidaire avec les producteurs, représente aujourd'hui 12% de ses ventes et fait vivre 2 700 exploitations. Dans la région lilloise, l'enseigne O'tera (4 magasins) a, depuis dix ans, supprimé les intermédiaires. En rayon, elle affiche pour chaque produit sa ferme d'origine et le prix auquel il lui a été payé. «Nous n'avons pas augmenté nos marges depuis notre lancement, et chaque magasin est libre de choisir ses fournisseurs», explique Guillaume Steffe, le directeur général.

Pour reprendre la main, les agriculteurs n'hésitent plus également à se lancer eux-mêmes. C'est le cas par exemple des producteurs de lait qui se regroupent pour créer leurs propres marques, comme Faire France, pionnière sur le marché. Toutes rémunèrent l'éleveur au-dessus des prix du marché et du prix moyen du coût de production du litre de lait (environ 33 centimes). Mais on observe de sérieux écarts, comme le montre notre enquête. Un Intermarché, avec sa force de frappe, fait mieux qu'En direct des éleveurs, qui a dû investir dans la construction de sa laiterie.

LA COOPÉRATIVE d'agriculteurs vendéenne Agri-Ethique a, elle, pris le taureau par les cornes en 2013 en lançant des contrats tripartites de trois ans qui fixent les prix et les volumes de vente de blé entre les agriculteurs, les meuniers et les boulangers. «Nous avons décidé de proposer un modèle économique différent, fondé sur un prix équitable à tous les maillons de la chaîne. Il n'y a plus de mauvaise surprise sur les prix puisqu'ils sont garantis et non plus indexés sur les fluctuations du marché», explique Ludovic Brindejonc, son directeur. Fort de son succès – plus de 1 000 agriculteurs et 700 boulangers sont aujourd'hui engagés dans la démarche –, Agri-Ethique étend désormais le concept à la vente d'œufs et de viande porcine.

Internet n'est pas en reste. Les sites de vente en circuit court, qui permettent de faire ses courses en quelques clics, battent leur plein : Le Comptoir local, Poiscaille, Okadran, Les Colis du boucher… «Les producteurs apprécient car ils fixent eux-mêmes leurs prix et n'ont qu'à s'occuper de la récolte et de la livraison de leurs produits», observe Hélène Binet, responsable d'une ruche à la Ruche qui dit oui. Sur ce site créé en 2011 et qui compte 210 000 membres et 5 000 producteurs, les clients commandent leurs produits fermiers en ligne, puis les récupèrent chaque semaine dans un point de distribution près de chez eux. Sur chaque vente, la start-up prélève une commission totale de 16,70%, les 83,30% restants revenant au producteur. De quoi mettre du beurre dans les épinards.

Tous droits réservés à l'éditeur

Capital
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 203141

Date : MAI 18
Page de l'article : p.76-77
Journaliste : ZELIHA CHAFFIN

45 millions de litres de lait vendus par C'est qui le patron ?! depuis 2016.

PAR ZELIHA CHAFFIN

MARQUE PAR MARQUE, CE QUE TOUCHE L'ÉLEVEUR SUR UN LITRE DE LAIT

FAIRE FRANCE

Pionnière, cette société détenue par des agriculteurs vend son lait équitable depuis 2013. Disponible en supermarché partout en France, elle a écoulé plus de 9 millions de litres de lait en 2017 et rassemble plus de 550 éleveurs.

Le prix payé au litre (calculé pour permettre au producteur de dégager 1,5 Smic par mois) comprend les bénéfices redistribués aux adhérents. Sur 99 centimes (prix public), l'éleveur en perçoit 45.

LES ÉLEVEURS VOUS DISENT MERCI !

C'est la marque d'Intermarché, par ailleurs propriétaire de la laiterie de Saint-Père-en-Retz (Loire-Atlantique), qui gère la collecte. Ce lait s'est déjà vendu à plus de 2,5 millions de litres en à peine deux mois.

Sur chaque brique vendue 88 centimes, la laiterie reverse une prime à l'organisation de producteurs, qui la distribue à ses adhérents. Au final, ceux-ci touchent 44 centimes par litre (prix d'achat du lait + prime).

CŒUR DE NORMANDY

Créée à l'initiative de la FDSEA de la Manche, la société est distribuée dans près de 300 points de vente, surtout en Normandie et en région parisienne.

Là encore, les producteurs sont intéressés aux bénéfices, mais doivent participer à des animations en magasins pour promouvoir la marque, qui leur permet de valoriser leur lait à 39 centimes (prix d'achat + rémunération complémentaire), pour un prix public de 89 centimes.

C'EST QUI LE PATRON ?!

Déjà plus de 45 millions de litres de lait écoulés et un référencement dans toute la France dans plus de 12 000 supermarchés pour cette brique de lait, lancée en 2016 sur un cahier des charges élaboré par questionnaire auprès des consommateurs.

Les producteurs touchent un prix garanti de 39 centimes (sur 99 du prix public), mais cela peut grimper à 42 centimes grâce aux primes de qualité ajoutées par la laiterie.

EN DIRECT DES ÉLEVEURS

La seule initiative réellement sans intermédiaire, puisqu'elle a investi dans la construction de sa propre laiterie à Remouillé, où est conditionné le lait dans des emballages éco-conçus et recyclables.

Le lait, traçable grâce à un QR code sur l'emballage, est produit par une vingtaine d'exploitations et vendu pour l'instant dans les magasins U et Leclerc en Bretagne, dans les Pays de la Loire et en Nouvelle-Aquitaine.

Tous droits réservés à l'éditeur

Agri 44

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué.
Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras.
Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement sur de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

Agri85

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras.
Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement sur de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/05/2018
Heure : 06:01:14
Journaliste : Jean-Christophe DETAILLE

www.agrapresse.fr
Pays : France
Dynamisme : 14

Visualiser l'article

Commerce équitable : Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/05/2018
Heure : 05:20:37

www.action-agricole-picarde.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Commerce équitable : Agri-Ethique affiche une croissance de 13 % en 2017

Par AAP

Agri-Ethique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec quarante-cinq références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, douze coopératives, plus de 600 boulangeries, seize moulins, cinq industriels et un réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et sept éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Ethique France dit vouloir poursuivre son développement sur de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRA PRESSE HEBDO
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 28 MAI 18
Page de l'article : p.53

EN BREF...

Commerce équitable : Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

Référence appro
L'HEBDO D'INFORMATIONS STRATÉGIQUES
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 28 MAI 2018
Journaliste : A.G.

Agri-Éthique passe le cap des 1000 producteurs

Lancée en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, Agri-Éthique, le concept de commerce équitable Made in France, affiche en 2017 une croissance de 13 % pour un chiffre d'affaires de 173,5 M€. Ce pacte rassemble désormais 1000 producteurs, 12 coopératives, 16 moulins, 5 industriels et près de 600 boulangeries réparties sur 65 départements. Après son développement sur le blé (55 000 tonnes), le sarrasin, les œufs et le lait, le concept souhaiterait se développer sur la viande.

A.G.

Édition n° 520 du lundi 28 mai 2018

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terre-net.fr
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

Des résultats 2017 positifs pour la filière céréalière Agri-Éthique

Le démarche de commerce équitable Agri-Éthique a publié des résultats encourageants pour la campagne 2017.

Née en 2013, la **démarche Agri-Éthique** a pour objectif la mise en place d'une forme de **commerce plus solidaire pour les agriculteurs**, en permettant leur juste rémunération. Pour ce faire, elle considère l'intégralité de la filière en recréant du lien entre tous les acteurs. Elle est notamment précurseur en matière de commerce équitable Made in France avec désormais 45 références alimentaires et une croissance de 13 % de son chiffre d'affaires en 2017.

La démarche équitable a vu ses résultats augmenter de 18 % en 2017. Agri-Éthique enregistre ainsi un chiffre d'affaires de 173 575 000 € grâce à 1 000 producteurs et 12 coopératives fournissant 55 000 tonnes de blé à 16 moulins. 5 industriels, 1 réseau de boulangerie et 600 boulangeries indépendantes offrent ensuite des débouchés commerciaux.

Ancrée dans la filière blé français, Agri-Éthique propose aussi une filière sarrasin en Bretagne grâce à la crêperie industrielle Jarnoux distribuée en GMS, une filière œuf destinée à la boulangerie depuis 2016, ainsi qu'une filière lait depuis novembre 2017 qui compte déjà sept éleveurs produisant 700 000 litres de lait. Face à son succès, Agri-Éthique prévoit de poursuivre son développement dans de nouvelles régions et filières.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.agrisalon.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Des résultats 2017 positifs pour la filière céréalière Agri-Éthique

Le démarche de commerce équitable Agri-Éthique a publié des résultats encourageants pour la campagne 2017.
Née en 2013, la démarche Agri-Éthique a pour objectif la mise en place d'une forme de commerce plus solidaire pour les agriculteurs, en permettant leur juste rémunération. Pour ce faire, elle considère l'intégralité de la filière en recréant du lien entre tous les acteurs. Elle est notamment précurseur en matière de commerce équitable Made in France avec désormais 45 références alimentaires et une croissance de 13 % de son chiffre d'affaires en 2017.

La démarche équitable a vu ses résultats augmenter de 18 % en 2017. Agri-Éthique enregistre ainsi un chiffre d'affaires de 173 575 000 € grâce à 1 000 producteurs et 12 coopératives fournissant 55 000 tonnes de blé à 16 moulins. 5 industriels, 1 réseau de boulangerie et 600 boulangeries indépendantes offrent ensuite des débouchés commerciaux.

Ancrée dans la filière blé français, Agri-Éthique propose aussi une filière sarrasin en Bretagne grâce à la crêperie industrielle Jarnoux distribuée en GMS, une filière œuf destinée à la boulangerie depuis 2016, ainsi qu'une filière lait depuis novembre 2017 qui compte déjà sept éleveurs produisant 700 000 litres de lait. Face à son succès, Agri-Éthique prévoit de poursuivre son développement dans de nouvelles régions et filières.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'Information Agricole du Rhône
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 2860

Date : 31 MAI 18
Page de l'article : p.10

France

L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective figure dans l'article 11 de la loi alimentation.

PRIX RÉMUNÉRATEURS / Le consensus pour un rééquilibrage des relations commerciales a trouvé un allié impromptu : le commerce équitable, qui a tenu sa 18e quinzaine du 12 au 27 mai.

Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales

La conférence organisée par l'association Commerce équitable France, qui s'est tenue le 22 mai sur le thème « *la juste rémunération des femmes : le vrai prix du progrès social* », était plus que jamais centrée sur la nécessité de prix rémunérateurs. Ceux-ci sont certes déjà la raison d'être du commerce équitable, mais ce principe a été affirmé cette fois avec une justification sociale renforcée, celle de la rémunération des femmes, nombreuses à travailler dans les filières de ce secteur (54 % des postes d'employés expérimentés sont occupés par des femmes, contre 24 % dans les filières du modèle standard).

Partage de la valeur dans les filières

« *Le commerce équitable est un mouvement qui souhaite promouvoir un modèle de société basé sur la justice sociale grâce à un partage de la valeur dans les filières. L'égalité hommes-femmes apparaît comme un moyen pour atteindre cette justice sociale* », a précisé Émilie Durochat, responsable des partenariats à Commerce équitable France. « *Le surplus de revenu pour les femmes dans les filières de commerce équitable contribue à la scolarisation des enfants* », a ajouté Laurent Lefebvre, responsable du label de commerce équitable « *Fair for life* » d'Écocert. C'est donc dans ce contexte des prix rémunérateurs, en faisant le lien entre la conférence et le débat législatif qui fait suite aux États généraux de l'alimentation que le président de l'Assemblée nationale s'est inscrit. « *Sans devenir la préoccupation majoritaire du commerce, le commerce équitable prend de l'importance. La société prend conscience que derrière les enjeux commerciaux résident des enjeux sociaux* », a-t-il conclu.

Accélérer les transitions sociales et écologiques

Le commerce équitable « *garantit des prix rémunérateurs pour les producteurs et permet d'accompagner la conversion écologique de l'agriculture* », a résumé Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. Les tenants du commerce équitable militent pour le renforcement des organisations de producteurs, pour la contractualisation pluriannuelle et pour la montée en gamme de la restauration publique. À ce propos, « *il a toute sa place dans l'article 11 de la loi alimentation pour améliorer la durabilité de la restauration collective* », a ajouté Julie Stoll, la commande publique étant « *un levier efficace* » pour développer les produits du commerce équitable. L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective publique a fait l'objet d'un amendement pris en compte par la commission des affaires économiques de l'Assemblée fin avril dans l'article 11. ■

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Terre Dauphinoise
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 2890

Date : 31 MAI 18
Page de l'article : p.9

France

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'ain agricole
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 2252

Date : 31 MAI 18
Page de l'article : p.10

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

le Paysan Lorrain
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 1841

Date : 01 JUIN 18

Agri-Ethique en forte croissance

Agri-Ethique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1.000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries. Construit dans la filière blé (55.000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin, aux œufs et ovoproduits, ainsi qu'au lait.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'AGRICULTEUR Charentais
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.2

Repères

+ 13 %

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme, le 23 mai, peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et un réseau de boulangeries. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les oeufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles.

Tous droits réservés à l'éditeur

la Vie Agricole DE LA MEUSE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.15

Agri-Ethique en forte croissance

Agri-Ethique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1.000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries. Construit dans la filière blé (55.000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin, aux œufs et ovoproduits, ainsi qu'au lait.

Tous droits réservés à l'éditeur

le Paysan Vosgien
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.10

Agri-Ethique en forte croissance

Agri-Ethique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1.000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries. Construit dans la filière blé (55.000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin, aux œufs et ovo-produits, ainsi qu'au lait.

Tous droits réservés à l'éditeur

le Jura AGRICOLE ET RURAL
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 1849

Date : 01 JUIN 18

France

L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective figure dans l'article 11 de la loi alimentation.

PRIX RÉMUNÉRATEURS / Le consensus pour un rééquilibrage des relations commerciales a trouvé un allié impromptu : le commerce équitable, qui a tenu sa 18e quinzaine du 12 au 27 mai.

Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales

La conférence organisée par l'association Commerce équitable France, qui s'est tenue le 22 mai sur le thème « *la juste rémunération des femmes : le vrai prix du progrès social* », était plus que jamais centrée sur la nécessité de prix rémunérateurs. Ceux-ci sont certes déjà la raison d'être du commerce équitable, mais ce principe a été affirmé cette fois avec une justification sociale renforcée, celle de la rémunération des femmes, nombreuses à travailler dans les filières de ce secteur (54 % des postes d'employés expérimentés sont occupés par des femmes, contre 24 % dans les filières du modèle standard).

Partage de la valeur dans les filières

« *Le commerce équitable est un mouvement qui souhaite promouvoir un modèle de société basé sur la justice sociale grâce à un partage de la valeur dans les filières. L'égalité hommes-femmes apparaît comme un moyen pour atteindre cette justice sociale* », a précisé Émilie Durochat, responsable des partenariats à Commerce équitable France. « *Le surplus de revenu pour les femmes dans les filières de commerce équitable contribue à la scolarisation des enfants* », a ajouté Laurent Lefebvre, responsable du label de commerce équitable « *Fair for life* » d'Ecocert. C'est donc dans ce contexte des prix rémunérateurs, en faisant le lien entre la conférence et le débat législatif qui fait suite aux États généraux de l'alimentation que le président de l'Assemblée nationale s'est inscrit. « *Sans devenir la préoccupation majoritaire du commerce, le commerce équitable prend de l'importance. La société prend conscience que derrière les enjeux commerciaux résident des enjeux sociaux* », a-t-il conclu.

Accélérer les transitions sociales et écologiques

Le commerce équitable « *garantit des prix rémunérateurs pour les producteurs et permet d'accompagner la conversion écologique de l'agriculture* », a résumé Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. Les tenants du commerce équitable militent pour le renforcement des organisations de producteurs, pour la contractualisation pluriannuelle et pour la montée en gamme de la restauration publique. À ce propos, « *il a toute sa place dans l'article 11 de la loi alimentation pour améliorer la durabilité de la restauration collective* », a ajouté Julie Stoll, la commande publique étant « *un levier efficace* » pour développer les produits du commerce équitable. L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective publique a fait l'objet d'un amendement pris en compte par la commission des affaires économiques de l'Assemblée fin avril dans l'article 11. ■

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

la Moselle Agricole

Date : 01 JUIN 18

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Agri-Ethique en forte croissance

Agri-Ethique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec 45 références alimentaires.

Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1.000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries. Construit dans la filière blé (55.000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin, aux œufs et ovo-produits, ainsi qu'au lait.

Tous droits réservés à l'éditeur

Paysans de la Loire

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3364

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.4

France

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, *présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine* France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangère, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

La LOIRE cette semaine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.4

France

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri Ethique presente comme un pacte de commerce equitable 100 % origine France affirme le 23 mai peser 173 60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 references alimentaires Ce pacte lance en 2013 par la cooperative vendeenne Cavac rassemble 1 000 producteurs 12 cooperatives plus de 600 boulangeries 16 moulins 5 industriels et 1 reseau de boulange ries selon un communique Construit dans la filiere ble (55 000 t aujourd hui) il s etend desormais au sarrasin avec l industriel breton Creperie Jarnoux aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangere ainsi qu au lait de puis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 eleveurs (700 000 l) dans le Queyras Agri Ethique France dit vouloir poursuivre son developpement dans de nouvelles regions mais aussi sur de nouvelles filieres comme les œufs coquilles le sel les filieres bovines porcines et volailles ■

Tous droits réservés à l'éditeur

L'avenir agricole
Mayenne, Sarthe, Maine-et-Loire
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 4665

Date : 01 JUIN 18
Page de l'article : p.25

Les stocks de pommes au plus bas

-18 %

A la fin du mois d'avril, les stocks de pomme sont *"inférieurs de 18 % à ceux de fin avril 2017 et de 14 % à la moyenne 2013-2017"*, selon Agreste. Ceux-ci sont de 148 000 tonnes cette année contre 179 000 tonnes l'an dernier. Une baisse qui découle *"d'exportations en hausse vers l'Europe et d'une récolte en baisse sur un an (estimée à - 3 %)"*. Les exportations de pommes vers l'Europe progressent *"de 7 % sur un an, d'août 2017 à mars 2018, dans un contexte de faibles récoltes européennes, conséquences du gel au printemps"*.

+13 %

Agri-Ethique affirme peser 173,6 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+ 13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte de commerce équitable 100 % origine France lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, cinq industriels et un réseau de boulangeries. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin, aux œufs et ovoproduits ainsi qu'au lait depuis fin 2017. Agri-Ethique France dit vouloir poursuivre son développement sur de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières (œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles).

25 €/t

Cristal Union a confirmé ne pas garder un prix pivot de 27 € à la tonne de betteraves pour les prochaines récoltes, cet engagement antérieur à la fin des quotas n'étant *"pas tenable"*. Si la récolte 2017 est payée *"25 € en cash et 2 € en parts sociales d'épargne"*, pour 2018 *"le prix minimum de 25 € n'est pas maintenu"*. Autre décision, les investissements sont *"réduits au minimum"*. L'augmentation des capacités de la sucrerie de Bazancourt (Marne) est reportée. *"En un an, le cours mondial du sucre a été divisé par deux, passant d'environ 22 cents/livre à moins de 11."*

Blé

171 €/t

La météo en Russie inquiète les opérateurs. Mais la demande est étonnamment dynamique à cette période. L'Algérie est revenue aux achats pour une livraison début juillet après avoir déjà contractualisé 690 kt à livraison août. (rendu Rouen)

Maïs

163 €/t

Les prix du maïs profitent des risques de production et des prémices d'un retour de la demande pour s'orienter dans le vert. (rendu Bordeaux)

Colza

350 €/t

La taxe à l'export sur le biodiesel argentin et la baisse de la parité eurodollar tirent le colza à la hausse. La monnaie européenne est en effet retombée à son niveau de juillet dernier, ce qui est favorable à l'ensemble des produits libellés en euro.

Tomate

-21 %

En avril, les prix de la tomate *"se sont situés en moyenne 21 % en dessous des cours d'avril 2017"*, selon Agreste. Le fruit a été déclaré en crise conjoncturelle par le Réseau des nouvelles des marchés du 5 au 19 avril.

Fraises

+6 %

La récolte de fraise de la campagne 2018 devrait s'élever à 59 540 tonnes, soit *"+ 6 % par rapport à celle de 2017"*. Les prix moyens sont *"9 % au-dessus des cours d'avril 2017"*, avec une bonne reprise de la consommation fin-avril.

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : 08 JUIN 18

« Si l'agriculteur ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »

Depuis 2013, Agri-éthique France rassemble à travers tout le territoire hexagonal des agriculteurs mais également des coopératives ainsi que des moulins, des boulangers et même des industriels. Son objectif ? Inventer un nouveau modèle de commerce plus équitable et plus solidaire où chacun puisse vivre correctement de son travail.

Depuis 2013, Agri-éthique France rassemble à travers tout le territoire hexagonal des agriculteurs mais également des coopératives ainsi que des moulins, des boulangers et même des industriels.

Pourquoi le commerce équitable serait-il exclusivement réservé aux relations nord-sud ? Il y a cinq ans, la question pouvait paraître saugrenue. Aujourd'hui, elle se pose avec d'autant plus d'acuité que les cours des céréales sont volatiles et les revenus des producteurs incertains.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France en est convaincu : il faut bouger les lignes et changer de modèle. **« Les prix ne sont pas justes pour les producteurs. Il faut les déconnecter des cours des matières premières et rémunérer le coût de production. Personne ne peut produire à perte. Économiquement et socialement ça n'a pas de sens ! »**

C'est sur ce constat que naît en 2013 Agri-éthique France à l'initiative de la coopérative vendéenne Cavac. Sa promesse ? Garantir un prix de vente fixe pendant trois ans et donc des revenus stables pour le producteur. **« On rémunère la tonne de blé à 180 euros. Soit près de 30 euros au-dessus du prix du marché. »** Et à écouter Ludovic Brindejonc, la démarche n'a que des avantages : **« C'est la seule façon de pérenniser la filière, de sécuriser les approvisionnements et même de fidéliser les boulangeries. Au final, c'est toute la chaîne qui y gagne. »**

La démarche fait boule de neige. Plus de 1 000 agriculteurs ont embarqué dans l'aventure. **« On compte également 12 coopératives, 16 moulins, 650 boulangers et 5 industriels. »** Côté produits on trouve du blé tendre, du sarrasin, des œufs mais aussi du lait.

Une démarche incitative

Ludovic Brindejonc le répète à l'envi, c'est un adepte de la politique des petits pas et de l'incitation. Normal, il a fait ses armes dans la qualité. **« Il faut inverser les choses. Ne plus subir ou contraindre. Mais inciter et encourager. Progressivement, ensemble, un pas après l'autre, on peut construire un modèle plus vertueux, plus transparent aux bénéfices réciproques pour tous les acteurs de la chaîne. »** Que ce soit du côté des producteurs et des transformateurs mais également du côté des consommateurs.

De fait, la garantie d'un prix de revient stable est pour Ludovic Brindejonc un terreau fertile à l'éclosion de nouvelles pratiques : **« Quand vous êtes débarrassé du stress lié à l'avenir de votre exploitation alors vous devenez innovant. Il n'y a que comme ça qu'on peut faire évoluer les pratiques et faire encore plus pour la protection de l'environnement. »**

Agri-éthique France espère ainsi créer une filière vertueuse en même temps qu'une communauté de savoirs et de compétences au service de tous.

Bref du gagnant-gagnant !

Tous droits réservés à l'éditeur

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chiffres clés

- 3e région agricole de France
- 31 000 exploitations agricoles dont 21 600 cultivant des céréales et 3 300 spécialisées grandes cultures
- 35 % des surfaces agricoles dédiées aux cultures céréalières (700 000 ha céréales)
- 5,5 millions de tonnes de céréales produites en moyenne par an
- 5e région céréalière en volumes récoltés
- 34 000 emplois dans la filière céréalière (production, collecte, transformation)

La filière blé/farine/biscuits

- Le blé tendre représente 60 % des céréales cultivées dans la région (400 000 ha pour 2,6 Mt)
- 2e région meunière
- 37 moulins écrasent plus de 670 000 tonnes de blé
- 39 biscuiteries

La filière alimentation animale

- 2e région française pour la production d'aliments pour animaux
- 45 usines
- 4 millions de tonnes d'aliments produits par an contenant 50 % de céréales

L'export

- Plusieurs ports d'importance : Montoir de Bretagne/Nantes/Saint Nazaire
- 10 % des céréales françaises transitent par ces ports

Tous droits réservés à l'éditeur

« Quand vous êtes débarrassé du stress lié à l'avenir de votre exploitation, de votre gagne-pain, alors vous devenez innovant. Il n'y a que comme ça qu'on peut faire évoluer les pratiques et faire encore plus pour la protection de l'environnement. »

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : 07 JUIN 18

« Si l'agriculteur ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »

Depuis 2013, Agri-éthique France rassemble à travers tout le territoire hexagonal des agriculteurs mais également des coopératives ainsi que des moulins, des boulangers et même des industriels. Son objectif ? Inventer un nouveau modèle de commerce plus équitable et plus solidaire où chacun puisse vivre correctement de son travail.

Son objectif ? Inventer un nouveau modèle de commerce plus équitable et plus solidaire où chacun puisse vivre correctement de son travail.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pourquoi le commerce équitable serait-il exclusivement réservé aux relations nord-sud ? Il y a cinq ans, la question pouvait paraître saugrenue. Aujourd'hui, elle se pose avec d'autant plus d'acuité que les cours des céréales sont volatiles et les revenus des producteurs incertains.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France en est convaincu : il faut bouger les lignes et changer de modèle. **« Les prix ne sont pas justes pour les producteurs. Il faut les déconnecter des cours des matières premières et rémunérer le coût de production. Personne ne peut produire à perte. Économiquement et socialement ça n'a pas de sens ! »**

C'est sur ce constat que naît en 2013 Agri-éthique France à l'initiative de la coopérative vendéenne Cavac. Sa promesse ? Garantir un prix de vente fixe pendant trois ans et donc des revenus stables pour le producteur. **« On rémunère la tonne de blé à 180 euros. Soit près de 30 euros au-dessus du prix du marché. »** Et à écouter Ludovic Brindejonc, la démarche n'a que des avantages : **« C'est la seule façon de pérenniser la filière, de sécuriser les approvisionnements et même de fidéliser les boulangeries. Au final, c'est toute la chaîne qui y gagne. »**

La démarche fait boule de neige. Plus de 1 000 agriculteurs ont embarqué dans l'aventure. **« On compte également 12 coopératives, 16 moulins, 650 boulangers et 5 industriels. »** Côté produits on trouve du blé tendre, du sarrasin, des œufs mais aussi du lait.

Une démarche incitative

Ludovic Brindejonc le répète à l'envi, c'est un adepte de la politique des petits pas et de l'incitation. Normal, il a fait ses armes dans la qualité. **« Il faut inverser les choses. Ne plus subir ou contraindre. Mais inciter et encourager. Progressivement, ensemble, un pas après l'autre, on peut construire un modèle plus vertueux, plus transparent aux bénéfices réciproques pour tous les acteurs de la chaîne. »** Que ce soit du côté des producteurs et des transformateurs mais également du côté des consommateurs.

De fait, la garantie d'un prix de revient stable est pour Ludovic Brindejonc un terreau fertile à l'éclosion de nouvelles pratiques : **« Quand vous êtes débarrassé du stress lié à l'avenir de votre exploitation alors vous devenez innovant. Il n'y a que comme ça qu'on peut faire évoluer les pratiques et faire encore plus pour la protection de l'environnement. »**

Agri-éthique France espère ainsi créer une filière vertueuse en même temps qu'une communauté de savoirs et de compétences au service de tous.

Bref du gagnant-gagnant !

Tous droits réservés à l'éditeur

Chiffres clés

• 3e région agricole de France

• 31 000 exploitations agricoles dont 21 600 cultivant des céréales et 3 300 spécialisées grandes cultures

• 35 % des surfaces agricoles dédiées aux cultures céréalières (700 000 ha céréales)

• 5,5 millions de tonnes de céréales produites en moyenne par an
• 5e région céréalière en volumes récoltés

• 34 000 emplois dans la filière céréalière (production, collecte, transformation)

La filière blé/farine/biscuits

• Le blé tendre représente 60 % des céréales cultivées dans la région (400 000 ha pour 2,6 Mt)
• 2e région meunière
• 37 moulins écrasent plus de 670 000 tonnes de blé
• 39 biscuiteries

La filière alimentation animale

• 2e région française pour la production d'aliments pour animaux
• 45 usines
• 4 millions de tonnes d'aliments produits par an contenant 50 % de céréales

L'export

• Plusieurs ports d'importance : Montoir de Bretagne/Nantes/Saint Nazaire
• 10 % des céréales françaises transitent par ces ports

Tous droits réservés à l'éditeur

« Quand vous êtes débarrassé du stress lié à l'avenir de votre exploitation, de votre gagne-pain, alors vous devenez innovant. Il n'y a que comme ça qu'on peut faire évoluer les pratiques et faire encore plus pour la protection de l'environnement. »

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : 09 JUIN 18

« Si l'agriculteur ne peut pas vivre... alors il n'y a pas d'avenir ! »

Depuis 2013, Agri-éthique France rassemble à travers tout le territoire hexagonal des agriculteurs mais également des coopératives ainsi que des moulins, des boulangers et même des industriels. Son objectif ? Inventer un nouveau modèle de commerce plus équitable et plus solidaire où chacun puisse vivre correctement de son travail.

Pourquoi le commerce équitable serait-il exclusivement réservé aux relations nord-sud ? Il y a cinq ans, la question pouvait paraître saugrenue. Aujourd'hui, elle se pose avec d'autant plus d'acuité que les cours des céréales sont volatiles et les revenus des producteurs incertains.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France en est convaincu : il faut bouger les lignes et changer de modèle. **« Les prix ne sont pas justes pour les producteurs. Il faut les déconnecter des cours des matières premières et rémunérer le coût de production. Personne ne peut produire à perte. Économiquement et socialement ça n'a pas de sens ! »**

C'est sur ce constat que naît en 2013 Agri-éthique France à l'initiative de la coopérative vendéenne Cavac. Sa promesse ? Garantir un prix de vente fixe pendant trois ans et donc des revenus stables pour le producteur. **« On rémunère la tonne de blé à 180 euros. Soit près de 30 euros au-dessus du prix du marché. »** Et à écouter Ludovic Brindejonc, la démarche n'a que des avantages : **« C'est la seule façon de pérenniser la filière, de sécuriser les approvisionnements et même de fidéliser les boulangeries. Au final, c'est toute la chaîne qui y gagne. »**

La démarche fait boule de neige. Plus de 1 000 agriculteurs ont embarqué dans l'aventure. **« On compte également 12 coopératives, 16 moulins, 650 boulangers et 5 industriels. »** Côté produits on trouve du blé tendre, du sarrasin, des œufs mais aussi du lait.

Une démarche incitative

Ludovic Brindejonc le répète à l'envi, c'est un adepte de la politique des petits pas et de l'incitation. Normal, il a fait ses armes dans la qualité. **« Il faut inverser les choses. Ne plus subir ou contraindre. Mais inciter et encourager. Progressivement, ensemble, un pas après l'autre, on peut construire un modèle plus vertueux, plus transparent aux bénéfices réciproques pour tous les acteurs de la chaîne. »** Que ce soit du côté des producteurs et des transformateurs mais également du côté des consommateurs.

De fait, la garantie d'un prix de revient stable est pour Ludovic Brindejonc un terreau fertile à l'éclosion de nouvelles pratiques : **« Quand vous êtes débarrassé du stress lié à l'avenir de votre exploitation alors vous devenez innovant. Il n'y a que comme ça qu'on peut faire évoluer les pratiques et faire encore plus pour la protection de l'environnement. »**

Agri-éthique France espère ainsi créer une filière vertueuse en même temps qu'une communauté de savoirs et de compétences au service de tous.

Bref du gagnant-gagnant !

Tous droits réservés à l'éditeur

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chiffres clés

- 3e région agricole de France
- 31 000 exploitations agricoles dont 21 600 cultivant des céréales et 3 300 spécialisées grandes cultures
- 35 % des surfaces agricoles dédiées aux cultures céréalières (700 000 ha céréales)
- 5,5 millions de tonnes de céréales produites en moyenne par an
- 5e région céréalière en volumes récoltés
- 34 000 emplois dans la filière céréalière (production, collecte, transformation)

La filière blé/farine/biscuits

- Le blé tendre représente 60 % des céréales cultivées dans la région (400 000 ha pour 2,6 Mt)
- 2e région meunière
- 37 moulins écrasent plus de 670 000 tonnes de blé
- 39 biscuiteries

La filière alimentation animale

- 2e région française pour la production d'aliments pour animaux
- 45 usines
- 4 millions de tonnes d'aliments produits par an contenant 50 % de céréales

L'export

- Plusieurs ports d'importance : Montoir de Bretagne/Nantes/Saint Nazaire
- 10 % des céréales françaises transitent par ces ports

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Agriculture Drômoise
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 31MAI 18
Page de l'article : p.8

France

PRIX RÉMUNÉRATEURS / Le consensus pour un rééquilibrage des relations commerciales a trouvé un allié impromptu : le commerce équitable, qui a tenu sa 18e quinzaine du 12 au 27 mai.

Le commerce équitable plaide pour l'équilibre des relations commerciales

La conférence organisée par l'association Commerce équitable France, qui s'est tenue le 22 mai sur le thème *« la juste rémunération des femmes : le vrai prix du progrès social »*, était plus que jamais centrée sur la nécessité de prix rémunérateurs. Ceux-ci sont certes déjà la raison d'être du commerce équitable, mais ce principe a été affirmé cette fois avec une justification sociale renforcée, celle de la rémunération des femmes, nombreuses à travailler dans les filières de ce secteur (54 % des postes d'employés expérimentés sont occupés par des femmes, contre 24 % dans les filières du modèle standard).

L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective figure dans l'article 11 de la loi alimentation

Partage de la valeur dans les filières

« Le commerce équitable est un mouvement qui souhaite promouvoir un modèle de société basé sur la justice sociale grâce à un partage de la valeur dans les filières. L'égalité hommes-femmes apparaît comme un moyen pour atteindre cette justice sociale », a précisé Emilie Durochat, responsable des partenariats à Commerce équitable France. *« Le surplus de revenu pour les femmes dans les filières de commerce équitable contribue à la scolarisation des enfants »*, a ajouté Laurent Lefebvre, responsable du label de commerce équitable *« Fair for life »* d'Ecocert. C'est donc dans ce contexte des prix rémunérateurs, en faisant le lien entre la conférence et le débat législatif qui fait suite aux États généraux de l'alimentation que le président de l'Assemblée nationale s'est inscrit. *« Sans devenir la préoccupation majoritaire du commerce, le commerce équitable prend de l'importance. La société prend conscience que derrière les enjeux commerciaux résident des enjeux sociaux »*, a-t-il conclu.

Accélérer les transitions sociales et écologiques

Le commerce équitable « garantit des prix rémunérateurs pour les producteurs et permet d'accompagner la conversion écologique de l'agriculture », a résumé Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. Les tenants du commerce équitable militent pour le renforcement des organisations de producteurs, pour la contractualisation pluriannuelle et pour la montée en gamme de la restauration publique. À ce propos, *« il a toute sa place dans l'article 11 de la loi alimentation pour améliorer la durabilité de la restauration collective »*, a ajouté Julie Stoll, la commande publique étant *« un levier efficace »* pour développer les produits du commerce équitable. L'introduction de produits du commerce équitable dans la restauration collective publique a fait l'objet d'un amendement pris en compte par la commission des affaires économiques de l'Assemblée fin avril dans l'article 11. ■

COMMERCE ÉQUITABLE / Agri-Éthique affiche une croissance de 13 % en 2017

Agri-Éthique, présenté comme un pacte de commerce équitable 100 % origine France, affirme le 23 mai peser 173,60 M€ de ventes aux consommateurs en 2017 (+13 %) avec 45 références alimentaires. Ce pacte, lancé en 2013 par la coopérative vendéenne Cavac, rassemble 1 000 producteurs, 12 coopératives, plus de 600 boulangeries, 16 moulins, 5 industriels et 1 réseau de boulangeries, selon un communiqué. Construit dans la filière blé (55 000 t aujourd'hui), il s'étend désormais au sarrasin avec l'industriel breton Crêperie Jarnoux, aux œufs et ovoproduits depuis 2016 avec La Boulangere, ainsi qu'au lait depuis fin 2017 avec la Fromagerie de Montbardon et 7 éleveurs (700 000 l) dans le Queyras. Agri-Éthique France dit vouloir poursuivre son développement dans de nouvelles régions, mais aussi sur de nouvelles filières comme les œufs coquilles, le sel, les filières bovines, porcines et volailles. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Capital

Date : 18/06/2018
Heure : 11:52:31
Journaliste : Zeliha Chaffin

www.capital.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Le commerce équitable s'adapte aussi aux agriculteurs français

PeopleImages/Getty Image

On connaissait le commerce équitable façon café de Colombie. Désormais, on se préoccupe aussi du revenu de nos paysans. Les circuits courts se multiplient. Exemple avec le lait.

Les grossistes et la grande distribution qui imposent leurs prix au rabais et leurs exigences , Alain Cottebrune en a soupé. Depuis une quinzaine d'années, il vend ses produits en direct dans son petit magasin, La Verdura, installé à Saint-Vaast-la-Hougue, dans le Cotentin, à quelques kilomètres de sa ferme de 50 hectares. 1 euro le kilo de pommes de terre, 1,50 euro le chou-fleur ou la botte de radis, que du bio… "L'avantage n'est pas toujours énorme, mais je maîtrise mes prix et je sais où vont mes produits", raconte l'agriculteur.

Le ras-le-bol du normand n'est pas une exception. Très mal rémunérés (un sur trois touche moins de 350 euros par mois), les agriculteurs sont de plus en plus nombreux à faire le pari du commerce équitable pour gagner leur vie : plus de 21% des exploitations agricoles travaillent ainsi en circuit court. Ventes à la ferme, magasins de producteurs, drives fermiers, réseaux d'Amap, plates-formes Internet, marques équitables, les initiatives se multiplient, portées par le regain d'intérêt des consommateurs pour une alimentation plus saine, traçable et locale.

Ce mouvement n'a pas échappé à la grande distribution, qui ouvre désormais ses portes à des labels d'un genre nouveau. Carrefour ou Auchan, par exemple, référencent Paysans d'ici, marque créée par la Scop Ethiquable : farines, légumineuses, confitures, jus de fruits bio et autres. "En moyenne, 49,80% du prix revient au producteur", explique le cofondateur Rémi Roux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Une démarche similaire à celle mise en place par l'enseigne Biocoop, dont la gamme Ensemble, solidaire avec les producteurs, représente aujourd'hui 12% de ses ventes et fait vivre 2.700 exploitations. Dans la région lilloise, l'enseigne O'tera (4 magasins) a, depuis dix ans, supprimé les intermédiaires. En rayon, elle affiche pour chaque produit sa ferme d'origine et le prix auquel il lui a été payé. "Nous n'avons pas augmenté nos marges depuis notre lancement, et chaque magasin est libre de choisir ses fournisseurs", explique Guillaume Steffe, le directeur général.

Pour reprendre la main, les agriculteurs n'hésitent plus également à se lancer eux-mêmes. C'est le cas par exemple des producteurs de lait qui se regroupent pour créer leurs propres marques, comme Faire France, pionnière sur le marché. Toutes rémunèrent l'éleveur au-dessus des prix du marché et du prix moyen du coût de production du litre de lait (environ 33 centimes). Mais on observe de sérieux écarts, comme le montre notre enquête. Un Intermarché, avec sa force de frappe, fait mieux qu'En direct des éleveurs, qui a dû investir dans la construction de sa laiterie.

La coopérative d'agriculteurs vendéenne Agri-Ethique a, elle, pris le taureau par les cornes en 2013 en lançant des contrats tripartites de trois ans qui fixent les prix et les volumes de vente de blé entre les agriculteurs, les meuniers et les boulangers. "Nous avons décidé de proposer un modèle économique différent, fondé sur un prix équitable à tous les maillons de la chaîne. Il n'y a plus de mauvaise surprise sur les prix puisqu'ils sont garantis et non plus indexés sur les fluctuations du marché", explique Ludovic Brindejonc, son directeur. Fort de son succès – plus de 1.000 agriculteurs et 700 boulangers sont aujourd'hui engagés dans la démarche –, Agri-Ethique étend désormais le concept à la vente d'œufs et de viande porcine.

Internet n'est pas en reste. Les sites de vente en circuit court, qui permettent de faire ses courses en quelques clics, battent leur plein : Le Comptoir local, Poiscaille, Okadran, Les Colis du boucher… "Les producteurs apprécient car ils fixent eux-mêmes leurs prix et n'ont qu'à s'occuper de la récolte et de la livraison de leurs produits", observe Hélène Binet, responsable d'une ruche à la Ruche qui dit oui. Sur ce site créé en 2011 et qui compte 210.000 membres et 5.000 producteurs, les clients commandent leurs produits fermiers en ligne, puis les récupèrent chaque semaine dans un point de distribution près de chez eux. Sur chaque vente, la start-up prélève une commission totale de 16,70%, les 83,30% restants revenant au producteur. De quoi mettre du beurre dans les épinards

Marque par marque, ce que touche l'éleveur sur un litre de lait

Faire France : 45 cts (45% du prix de vente)

Pionnière, cette société détenue par des agriculteurs vend son lait équitable depuis 2013. Disponible en supermarché partout en France, elle a écoulé plus de 9 millions de litres de lait en 2017 et rassemble plus de 550 éleveurs. Le prix payé au litre (calculé pour permettre au producteur de dégager 1,5 Smic par mois) comprend les bénéfices redistribués aux adhérents. Sur 99 centimes (prix public), l'éleveur en perçoit 45.

Les Éleveurs vous disent merci ! : 44 cts (50% du prix de vente)

C'est la marque d'Intermarché, par ailleurs propriétaire de la laiterie de Saint-Père-en-Retz (Loire-Atlantique), qui gère la collecte. Ce lait s'est déjà vendu à plus de 2,5 millions de litres en à peine deux mois. Sur chaque brique vendue 88 centimes, la laiterie reverse une prime à l'organisation de producteurs, qui la distribue à ses adhérents. Au final, ceux-ci touchent 44 centimes par litre (prix d'achat du lait + prime).

Cœur de Normandie : 39 cts (43% du prix de vente)

Tous droits réservés à l'éditeur

Créée à l'initiative de la FDSEA de la Manche, la société est distribuée dans près de 300 points de vente, surtout en Normandie et en région parisienne. Là encore, les producteurs sont intéressés aux bénéfices, mais doivent participer à des animations en magasins pour promouvoir la marque, qui leur permet de valoriser leur lait à 39 centimes (prix d'achat + rémunération complémentaire), pour un prix public de 89 centimes.

C'est qui le patron ?! : 39 cts (39% du prix de vente)
Déjà plus de 45 millions de litres de lait écoulés et un référencement dans toute la France dans plus de 12.000 supermarchés pour cette brique de lait, lancée en 2016 sur un cahier des charges élaboré par questionnaire auprès des consommateurs. Les producteurs touchent un prix garanti de 39 centimes (sur 99 du prix public), mais cela peut grimper à 42 centimes grâce aux primes de qualité ajoutées par la laiterie.

En direct des éleveurs : 35 cts (37% du prix de vente)
La seule initiative réellement sans intermédiaire, puisqu'elle a investi dans la construction de sa propre laiterie à Remouillé, où est conditionné le lait dans des emballages éco-conçus et recyclables. Le lait, traçable grâce à un QR code sur l'emballage, est produit par une vingtaine d'exploitations et vendu pour l'instant dans les magasins U et Leclerc en Bretagne, dans les Pays de la Loire et en Nouvelle-Aquitaine.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

Les produits

Le petit déjeuner prend la clé des champs

Circuits courts, développement rural, commerce solidaire, petits producteurs, bien-être animal, produits bio... Le petit déjeuner concentre toutes les tendances de la consommation « bienveillante ».

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

Du blé de la Beauce, des noisettes du Lot-et-Garonne, des œufs de poules élevées en plein air, de la confiture d'abricots du Roussillon, du lait issu de vaches de pâturage… Telles les pâquerettes au printemps, les mentions bucoliques fleurissent sur les packagings. En particulier sur les aliments du petit déjeuner, moment privilégié où la bonne conscience est à son comble. Cela tombe bien : pressé d'injonctions à faire des choix responsables, le consommateur se montre plein de bonnes intentions et son élan de bienveillance démarre dès potron-minet.

À cette aune, rien ne manque sur la table matinale, depuis que la crise du lait de l'été 2016 a entraîné une foule d'initiatives, en particulier pour garantir une rémunération plus juste des éleveurs. Les distributeurs, comme les industriels, ont compris qu'à l'instar du bio, le marché du commerce équitable, bien qu'encore balbutiant, était en train de changer d'échelle. Après le temps des pionniers – les producteurs de café, de thé et de cacao – ce sont, en effet, les paysans français et leurs régions que les consommateurs veulent désormais soutenir. Depuis la loi sur l'économie sociale et solidaire, dite Hamon, de juillet 2014, nos producteurs hexagonaux sont d'ailleurs autorisés à utiliser la mention Commerce équitable. Ce n'est pas encore un label officiel, ce qui laisse la porte ouverte aux *claims* équitables «maison» concoctés sur mesure par des associations militantes ou des entreprises opportunistes. L'association Commerce équitable France veille toutefois à y mettre de l'ordre. «*Ça rappelle un peu l'histoire du bio*, compare Ludovic Brindejonc, le directeur général d'Agri Éthique, démarche initiée en Vendée dans la filière blé, en 2013, qui est en train d'essaimer dans d'autres régions. *Il y avait une multiplicité des démarches isolées. Cela s'est progressivement fédéré pour déboucher sur un logo officiel. Et aujourd'hui, tous les consommateurs s'y fient.*»

Mais derrière la question d'un label unique, c'est surtout la valorisation des produits qui agite tous les acteurs. Avec le risque d'une polarisation du marché entre aliments très qualitatifs et produits bas de gamme, voire d'une focalisation pure et simple sur le haut de gamme. En attendant une hypothétique TVA spécifique que certains

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

réclament pour réduire le prix des produits équitables, la filière bio est au centre de ce nouveau jeu. *« À l'instar de Biocoop, qui dès 2000, a créé une gamme de produits solidaires, les pionniers du bio ont compris très vite que, s'ils voulaient continuer à croître, ils devaient sécuriser leurs approvisionnements, donc développer des relations équitables avec leurs fournisseurs »*, rappelle Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. *« Le point commun entre l'équitable et le bio est la notion de confiance,* enchaîne Mélanie Savoie, directrice du category management Bjorg&Cie, propriétaire de la marque Alter Eco. *Le petit déjeuner l'illustre particulièrement avec ses produits emblématiques. C'est le deuxième segment du bio, à 337 millions d'euros. »*

La crise du lait : un révélateur

Ces ratios, toutefois, reposent encore beaucoup sur la génération « primaire » de produits équitables, issus des filières internationales, qui pèsent 69 % des ventes. La nouvelle génération, d'origine française, progresse, elle, dans tous les circuits. Et elle n'émane plus forcément des tout petits acteurs. Le lait est emblématique de ce phénomène. Des vaches nourries sans OGM, en pâture cent cinquante à deux cents jours par an, le respect du bien-être animal avec une formation des éleveurs et une meilleure rémunération de l'ensemble des producteurs… Tous ces objectifs figurent au cahier des charges des nouveaux laits, dits de pâturage, lancés par Lactel (L'Appel des Prés) et Candia (Les Laitiers responsables). Le litre de lait est vendu 1 € en magasin, soit 13 centimes de plus

Boissons chaudes

CAFÉ TORRÉFIÉ ET EN DOSETTES

2,28
MILLIARDS D'EUROS
Le CA des cafés torréfiés, aromatisés et en dosettes, à **+6,5%** (**+0,1%** en volume)
Source : Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018

213 références en moyenne dans la catégorie (HM+SM), **+6,3%** vs 2016

3%
Le poids du bio en valeur, **+0,2 point**

87,90 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon par an

13,5
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an

Source : Nielsen book France 2017

THÉS

258,7
MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires du thé, à **-1,4%** (**-1,9%** en volume)
Source : Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018

78 références en moyenne dans la catégorie (HM+SM), **+6,3%** vs 2016

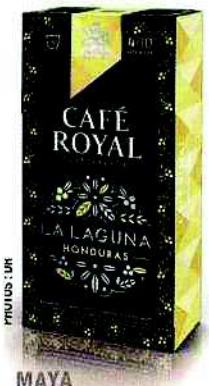
9,6%
Le poids du bio en valeur, **+0,2 point**

17,80 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon en 2017

5,4
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an

Source : Nielsen book France 2017

EMBLÉMATIQUE
Née de la rencontre de Jean-Pierre Blanc, DG de Malongo, et du cofondateur de Max Havelaar, la gamme des petits producteurs Malongo reste incontournable, vingt et un ans après sa création. Avec 48,7% de PDM dans le café équitable, Malongo continue de croître, à +8,8%.



PHOTOS : DR

MAYA
Depuis 2010, le groupe suisse Migros propose du café certifié UTZ. La dernière gamme Café royal, La Laguna, est bio et fairtrade. Un « single estate » originaire d'une vallée au Honduras. Le mot utz n'est pas une abréviation : il signifie « bon » en langue maya.

SOLUBLE ET ÉQUITABLE
Un café pur arabica biologique, cueilli à la main en Amérique latine dans des plantations de café qui respectent les normes bio et équitables. Nescafé Spécial Filtre bio, certifié équitable Fairtrade et AB, est commercialisé depuis février.

FASHION
Même la chaîne néerlandaise Hema, plus connue pour son bazar non alimentaire, se met au café responsable ! La certification Rainforest Alliance concerne l'environnement et la biodiversité. Ces cafés viennent du Honduras, de Colombie et du Brésil.

20 ANS
C'est le vingtième anniversaire d'Alter Eco cette année, marque référente de la consommation responsable, regroupant une cinquantaine de produits issus de 19 coopératives partenaires. Dont 8 références de café, produites au Pérou, au Mexique et au Honduras.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

qu'un litre de lait conventionnel. Chez Candia, *« chacun des 20 000 éleveurs de la coopérative en profite et se voit reverser 6 centimes supplémentaires par litre vendu »*, souligne Gérald Saada, directeur marketing et développement. À quoi il faut ajouter une prime de 1,5 centime *« afin de compenser les coûts liés au cahier des charges »*. L'ambition de la coopérative Sodiaal est d'atteindre 200 millions de litres par an d'ici à fin 2020, soit l'équivalent du lait bio, et de fédérer les filières parallèles. *« En tant que leader, nous investissons beaucoup pour faire du lait de pâturage le standard de demain. Ce n'est ni une démarche de niche, ni un marketing de marque »*, assure Gérald Saada.

Ce discours chevaleresque des grandes marques fait sourire – jaune – Jean-Luc Pruvot, le président de Faire France. Cette association de 500 producteurs laitiers indépendants s'est fait copieusement railler lorsqu'elle a lancé le mouvement en 2009 après la « grève du lait ». Aujourd'hui, sa marque rapporte 45 centimes par litre aux éleveurs et est largement référencée par la grande distribution. *« C'est un lait politique. Notre prix n'est pas négociable. Nous avons fait changer les choses et nous sommes fiers aujourd'hui d'être félicités par les consommateurs lorsque nous allons les voir dans les magasins où nous faisons plus de 1 000 animations par an. »*

La grande distribution a en effet pris la mesure du changement, à l'instar de Lidl, qui reverse aux éleveurs 3 centimes par litre de lait Envia vendu, ou d'Intermarché, qui détaille carrément sur ses

« Café royal a rendu le café bio et équitable accessible. C'est une des raisons de notre succès. Notre groupe maîtrise toutes les étapes de production, de la culture aux services pour les distributeurs, du grain au matériel publicitaire en passant par la torréfaction, la fabrication des capsules, l'emballage et même la fabrication de machines. »

Alain Hohwiller, DG de Café royal France

© GILLES ROLLE/REA

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

Crémerie

LAIT

2,1
MILLIARDS D'EUROS
Le chiffre d'affaires du lait longue conservation, **+0,8 %** (+ 1,2 % en volume)
Source: Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018

▪ **90 références en moyenne** dans la catégorie (HM + SM), **+2,6 %** vs 2016

12,4 %
Le poids du bio en valeur, **-0,2 point**

68,30 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

17,1
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source: Nielsen book France 2017

BEURRE

1,27
MILLIARD D'EUROS
Le chiffre d'affaires du beurre, à **+12,6 %** (-2,4 % en volume)
Source: Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018

▪ **58 références en moyenne** dans la catégorie (HM + SM), **-2,9 %** vs 2016

4,9 %
Le poids du bio en valeur, **+0,4 point**

43,10 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

16,1
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source: Nielsen book France 2017

AMBITIEUX
Garanti par une charte de qualité, Grandlait Les Laitiers responsables bénéficie d'un gros plan de lancement (sponsoring TV, affichage, presse, cinéma, digital). La coopérative Sodiaal veut en faire le prochain standard et atteindre les 200 ML fin 2020, soit autant que le lait bio. La nouvelle *base line*: *Candia appartient à ses éleveurs.*

MOUSQUETAIRES
La laiterie des Agromousquetaires et d'Intermarché, située à Saint-Père-en-Retz (44), s'est engagée depuis 2016 à rémunérer davantage ses 500 producteurs laitiers dans des contrats pluriannuels. Les éleveurs lui disent merci.

PHOTOS : DR

PÂTURAGES
Lactel a répondu à L'Appel des Prés en octobre 2017, avec ce lait de pâturage garantissant le bien-être des vaches, chacune disposant d'au moins deux cents jours par an en plein air. Le lait est collecté auprès d'une vingtaine d'éleveurs autour de la laiterie de Vitré, en Bretagne.

ACHARNÉS
Née de l'agitation de la « grève du lait », en 2009, Faire France s'honore d'avoir initié le mouvement du lait équitable à force de démarcher un par un les supermarchés, avant de décrocher des référencements nationaux. Les éleveurs militent désormais pour le retour au marché régulé.

briques Les Éleveurs vous disent merci la répartition du prix : « Vendue 0,88 €, dont 0,44 € sont reversés aux éleveurs ».
Le lait a donné le *la*. Dans la foulée, le blé a beaucoup interrogé ses acteurs en 2016. Deuxième céréale la plus produite au monde, la France étant le premier producteur de l'Union européenne et le cinquième mondial, le blé sert principalement à fabriquer la farine, donc le pain. Soumis aux caprices de la météo et aux cours des matières premières régis à Chicago, les producteurs et les meuniers se sont, eux aussi, mobilisés, en vue de ramener la problématique au niveau local et de retrouver une relative autonomie. Les industriels ne sont pas restés sourds à ces réflexions.

Le pain, des engagements à grande échelle
Leader du marché du pain industriel et troisième acheteur de blé tendre en France, avec près de 145 000 tonnes par an, Barilla a ainsi lancé une filière de blé français « responsable » pour sa marque Harrys, qui concerne 30 000 tonnes pour la récolte 2018 et tous ses achats de blé meunier à terme, en 2021. Il a défini un cahier des charges avec les autres acteurs de la filière pour établir trois niveaux d'engagement pour les agriculteurs, avec des pratiques et rémunérations croissantes. « *Cela fait deux ans que nous travaillons sur ce projet*, raconte Marion Kalfon, responsable marketing

« Plus que la notion d'équitable, qui a ses limites du point de vue des consommateurs, il s'agit de construire des filières pérennes, de recréer des liens qui donnent du sens à notre système de consommation, des modèles en évolution permanente, qui sachent se challenger et se remettre en question. »

Emmanuel Vasseneix, président de LSDH (Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel).

© ROBERT KLUBAREA

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

chargée de la filière blé, *avec l'aide d'experts, de l'Inra, d'ingénieurs et du bureau Veritas.* » La charte, fondée sur la norme NF B 30 001, a été contractualisée avec tous les acteurs de la filière. « *L'idée est d'être dans une démarche de progrès continu, avec des engagements flexibles pour les agriculteurs sur un à trois ans. Cela leur assure un revenu indépendant des cours du blé.* »

Le système améliore la traçabilité car, chez les stockeurs et chez les meuniers, des silos sont dédiés à Harrys, afin d'éviter tout mélange. « *La prime, le contrat pluriannuel, la traçabilité… C'est important,* résume Fabien Guillot, directeur des achats filière blé. *Mais ce qui m'a marqué, ce sont les liens que nous avons noués à travers la filière. Cela donne du sens au travail de l'agriculteur, qui ne se contente pas de faire pousser du blé. Il sait qu'il sera mangé au petit déjeuner par les familles françaises.* »

Plus discrète, mais tout aussi engagée, La Boulangère a initié sa démarche avec sa première gamme de pains bio dès 2001, rappelle Frédérique Fillon-Soullard, chef de groupe marketing, avant de participer à la création d'Agri Éthique en 2012. Avec l'objectif de favoriser la pérennité des filières locales. Depuis 2016, le logo Agri Éthique est présent sur les produits des gammes issues de l'agriculture conventionnelle pour expliquer cette démarche de commerce équitable.

Cette « humanisation » de la filière, la marque Jacquet est aussi en train d'y contribuer, en rappelant son ancrage agricole français depuis cent trente ans et son appartenance à la coopérative auvergnate Limagrain. Un nouveau slogan, *J'aime, ils sèment*, ainsi qu'une identité graphique illustrée de champs, d'épis, d'un tracteur et d'un drapeau français, sont apparus sur ses packagings. « *Grâce à notre organisation en filière courte "du grain au pain", nous avons la possibilité de remonter jusqu'aux agriculteurs qui ont cultivé le blé,* se félicite Ilfynn Lagarde, responsable marketing Jacquet Brossard. *La valeur payée par le consommateur profite plus à l'agriculteur. Notre charte comporte aussi des engagements de biodiversité et de bonnes pratiques.* »

Les céréales, du bio pour tous

Et pourquoi ces pratiques ne fonctionneraient-elles pas pour toutes les céréales ? Pour l'instant, dans cette catégorie qui contribue à 12,5 % de la valeur du rayon, les acteurs se concentrent plutôt

Panification

FRAÎCHE

733,4
MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires de la panification fraîche, **à +3,1 %** (**+2,7 %** en volume)
Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018

• 81 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), **+4,7 %** vs 2016

3,9 %
le poids du bio en valeur, **+0,6 point**

27,30 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

16
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source : Nielsen book France 2017

VIENNOISERIE

961,43
MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires de la viennoiserie, **à +1,3 %** en valeur (**-2 %** en volume)
Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018

• 71 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), **+2,1 %** vs 2016

1,8 %
Le poids du bio en valeur, **+0,5 point**

41,10 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

15,2
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source : Nielsen book France 2017

TRAÇABILITÉ
Transformant 145 000 tonnes de blé par an, Barilla a construit sa propre filière de blé « responsable » engageant les différents acteurs. De quoi mettre un visage sur le pain et les viennoiseries Harrys. L'actuel logo Moelleux et responsable porte également sur les autres ingrédients.

PHOTOS : DR

VÉGAN
Sans beurre, lait ni œuf, mais avec des graisses végétales (karité), la viennoiserie B'Vegan de La Boulangère est labellisée Eve-Vegan. La gamme compte des croissants et des pains au chocolat.

BEIGE FARINE
Lancée en mars, la nouvelle charte graphique de Jacquet met en lumière les engagements qualitatifs de la marque du groupe Limagrain : fabriqué en France, blé français, sans huile de palme, sans sucre ajouté, des producteurs rémunérés avec des prix minimums garantis, des contrats pluriannuels, des pratiques agricoles vertueuses…

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

CÉRÉALES

661,1
MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires des céréales, à **-1 %** (**-1,3 %** en volume)
Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018

105 références en moyenne
dans la catégorie (HM + SM), **+2,1 %** vs 2016

9,4 %
Le poids du bio en valeur, **+2,5 points**

33,70 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

9
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source : Nielsen book France 2017

HAUTE-SAVOIE
En septembre, Nestlé Céréales lance trois références bio dans la catégorie céréales pour enfants et ados. Ces céréales sont produites à Rumilly, en Haute-Savoie, sur un site industriel créé il y a cent ans par la Compagnie générale du lait. Une jolie parabole pour les histoires de filières…

BRETON
Racheté par la laiterie Triballat Noyal en 2017, Céréco est labellisé Entrepreneurs + engagés. Sa nouvelle gamme de mueslis bio Terres & Céréales compte trois recettes sur les sept sans sucres ajoutés. Une fenêtre transparente laisse voir le produit.

FLORAL
Arrivée en rayon en avril, la gamme W.K Kellogg s'inscrit dans le segment de la naturalité, et se décline en références bio ou sans sucres ajoutés. Les packagings aux motifs floraux inspirés des codes artisanaux interpellent une cible adulte, sensible aussi à l'esthétique.

PHOTOS : DR

BEDFORDSHIRE
Trois références bio complètent la gamme Jordans, deux granolas et un muesli sans sucre ajouté, soit sept recettes en tout. Le fabricant du comté de Bedford, en Angleterre, promeut une agriculture durable et accueille les espèces en voie de disparition sur ses terres agricoles, telle la chouette effraie ou les vanneaux nicheurs.

sur l'amélioration nutritionnelle de leurs recettes. Pour remettre en selle ce marché baissier, le poids lourd du rayon, Kellogg's, mise sur son plan Better Starts, une diminution des niveaux de sucre et de sel, déjà déployé aux États-Unis et au Royaume-Uni et qui sera lancé en France à la rentrée.

Nestlé Céréales France va plus loin avec sa démarche Préférence qui, depuis 2016, associe à l'amélioration qualitative des produits un objectif de « durabilité de l'agriculture ». Ce programme porte aussi bien sur la fertilité des sols et la qualité de l'eau que sur la biodiversité et la traçabilité. Il engage 30 producteurs qui livrent leur blé à Itancourt (02) et Rumilly (74) et la multinationale ambitionne de *« passer de 5 % de ses besoins en blé complet couverts par la démarche Préférence, en 2017, à 50 % en 2020 et 100 % en 2026 »*. En février, lors du Salon de l'agriculture, Richard Girardot, encore président de Nestlé France, avait annoncé un soutien financier au fonds de dotation du syndicat de jeunes agriculteurs Terres innovantes, dont la vocation est de renforcer la proximité entre les consommateurs et les producteurs en transition agroécologique : *« Grâce à ce fonds, nous pourrons participer à une démarche à 360°, en partant de la terre, des acteurs qui la cultivent et la préservent, de la qualité des matières premières pour aller jusqu'aux produits que nous commercialisons. »*

La démarche est plus méritante encore pour des entreprises plus modestes, telle Céréco, une PME d'Ille-et-Vilaine rachetée il y a un an par le laitier voisin Triballat Noyal, qui est en train de développer rapidement son implantation en GMS. Elle aussi propose les inévitables mueslis bio, mais elle a surtout concrétisé, en début d'année, un certain nombre de bonnes pratiques par l'obtention du label Entrepreneurs + engagés. Céréco donne la possibilité à 90 producteurs de lait bio de se diversifier dans de petites cultures céréalières. *« Au-delà du développement durable, c'est une démarche générale de progrès RSE »*, souligne Florian Serrand, chef de produits terres et céréales.

Même les tartinables deviennent « clean »

Dans le Lot-et-Garonne, Lucien Georgelin participe lui aussi au développement du territoire en menant sa diversification. Après le rachat du fabricant de céréales Eurocer en 2017, l'ancien agriculteur s'apprête à lancer une gamme de céréales cultivées et transformées localement. Son partenaire, Jean-Christophe Chassaigne, a quitté la grande distribution pour l'agriculture en 2010. À la tête d'Alliance bio, il vient d'investir plus de 4 millions d'euros pour transformer ses céréales sur place avec des meules en pierre à l'ancienne. *« Il faut pouvoir*

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

Tartinables

PÂTE À TARTINER

460,9 MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires des pâtes à tartiner, à **+6,1 %** (**+3,5 %** en volume)
Source : Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018

- **24 références en moyenne** dans la catégorie (HM+SM), **+15,8 %** vs 2016

8,7 %
Le poids du bio en valeur, **+2,5 points**

23,10 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

5,7
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an

Source : Nielsen book France 2017

CONFITURES

369,7 MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires des confitures, à **+0,1 %** (**-2,5 %** en volume)
Source : Nielsen, circuits HM+SM+proxi+drive +SDMP, en CAM au 20.05.2018

- **108 références en moyenne** dans la catégorie (HM+SM), **+1,1 %** vs 2016

8,8 %
Le poids du bio en valeur, **+1,7 point**

16,70 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

7,1
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an

Source : Nielsen book France 2017

MIEL

216,1 MILLIONS D'EUROS
Le chiffre d'affaires du miel, à **+1,4 %** (**+2 %** en volume)
Source : Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018

- **34 références en moyenne** dans la catégorie (HM+SM), **+5,5 %** vs 2016

13,5 %
Le poids du bio en valeur, **+2,7 points**

16,80 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

3,2
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an

Source : Nielsen book France 2017

SICILE
Après sa percée dans les pâtes à tartiner avec son Nocciolata bio sans huile de palme, l'italien Rigoni di Asiago persévère avec ses confitures Fiordifrutta, sucrées uniquement avec le sucre des pommes bio, 30 % moins caloriques. Certaines renforcent leur pedigree avec des fruits régionaux, tels que le citron ou la mandarine de Sicile.

SUD-OUEST
Lucien Georgelin parcourt les vergers du Sud-Ouest pour dénicher et réhabiliter des fruits et des légumes inédits pour ses confitures, en privilégiant les spécificités locales. Bio ou non, l'abricot rouge du Roussillon, la myrtille ou la fraise du Sud-Ouest, mais aussi la banane de la Réunion.

EN FAMILLE
Les miels de France de Famille Michaud Apiculteurs en pots de verre 375 g affichent la photo vintage de Vincent Michaud avec ses enfants autour d'un rucher. Vu les scores enregistrés lors des premiers tests en magasins en mai, ces deux références seront déclinées en pot plastique 500 g à partir de la rentrée. Texture liquide ou crémeuse.

PROVENCE
Vallée du Rhône, Ardèche, Corse, Provence… Sous sa marque Vergers des Alpilles, la société Confit de Provence met à l'honneur des fruits d'appellations, avec des déclinaisons de confitures bio au sucre de canne et cuites au chaudron. Son autre marque, Confiturelle, est axée sur l'allégé.

PHOTOS : DR

répondre à la grande distribution, qui a du mal à trouver ce type de filière avec des volumes suffisants et réguliers, explique-t-il. *Nous avons mis les moyens, notamment avec une démarche de qualité et d'hygiène. Lucien a la volonté de mettre en avant la production locale, ses produits sont reconnus pour leur qualité et il les diffuse partout.* »

Il faut dire que l'ancien agriculteur se démène pour revaloriser la production du Sud-Ouest et nouer des partenariats régionaux. Pour ses confitures au chaudron, qui font encore et toujours sa renommée, il recherche toujours plus de typicité. Après la myrtille du Sud-Ouest, les abricots du Roussillon, les prunes d'Agen, les figues de Provence, mais aussi la banane-vanille de la Réunion, il a fait pousser avec un producteur voisin des plants de fraises bio spécifiques pour ses confitures. « *Nous allons de plus en plus développer cela, par exemple sur les pêches de vigne. Il faut à la fois des variétés uniques en termes de goûts et très productives pour assurer des volumes pour nos clients. Aujourd'hui, la distribution adhère à nos raisonnements : pour avoir des produits de qualité dans la durée, le producteur doit être payé au juste prix.* » Même principe pour les nouveaux miels Lucien Georgelin, qu'il veut « *typés et sans mélange* », si possible avec des origines.

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

« Le projet de loi sur l'indication d'origine des miels laisse croire que l'origine française d'un miel est une garantie de qualité. C'est faux : la qualité n'est pas liée à l'origine, mais aux pratiques apicoles, à l'environnement dans lequel sont positionnées les ruches, à la maîtrise des traitements dans la ruche, etc. »

Vincent Michaud, PDG de Famille Michaud Apiculteurs

DR

Encore que cette question d'origine, pour le miel, est un mauvais débat, s'efforce d'expliquer Vincent Michaud. Le PDG de Michaud Apiculteurs se bat pour développer ce secteur en France, dont la production en chute suffit à peine à couvrir un tiers d'une demande en forte croissance. Mais, pour lui, il ne faut pas se tromper de combat. « *La qualité du miel n'est pas liée à son origine : ce sont les pratiques apicoles, l'environnement dans lequel sont placées les ruches, potentiellement exposées à des pesticides et à des pollutions, ou encore la maîtrise des traitements dans la ruche qui conditionnent sa pureté.* » Avec l'association Lune de Miel, qu'il a créée avec d'autres producteurs, Vincent Michaud prône en réalité le contrôle rigoureux de tous les miels, quelle que soit leur origine, par des analyses RMN, seules à même, selon lui, de prouver leur conformité.

Les jus de fruits, une filière complexe

L'origine fait aussi partie des problématiques des jus de fruits, puisque, contrairement au lait ou aux produits végétaux, la France produit peu de fruits à jus. La pomme fait exception, d'où l'empressement des acteurs écoresponsables autour du fruit défendu : C'est qui le patron ?!, Paysans d'ici (Ethiquable) et les marques propres des distributeurs partenaires soutiennent tous la filière ANPP (vergers écoresponsables), des pommes cueillies à maturité et aux traitements phytosanitaires limités. Cidou est la première marque nationale de la catégorie à s'être lancée sur ce créneau, rappelle Emmanuel Vasseneix, le président de LSDH, qui conditionne ces

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA lsa.fr

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.44,45,46,...,56
Journaliste : LAURENCE ZOMBEK

JUS DE FRUITS

1,53
MILLIARD D'EUROS
Le chiffre d'affaires des jus de fruits ambiants, **à +0,5 %** (**-2,9 %** en volume)
Source : Nielsen, HM+SM+proxi+drive +SDMP, en CAM au 20.05.2018

▪ **155 références en moyenne** dans la catégorie (HM+SM), **+2,2 %** vs 2016

11,5 %
Le poids du bio en valeur, **+2,4 points**

54,10 €
La somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an

14,3
Le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
Source : Nielsen book France 2017

JUS FRANÇAIS
Cidou s'est lancé dans les jus 100 % de France avec, naturellement, un choix de fruits limité. La marque alsacienne a lancé un jus de pomme *«écoresponsable et équitable»* issu de la filière C'est qui le patron ?!, garantissant une rémunération au juste prix des producteurs. Existe en pomme claire et pomme trouble. PET recyclé.

NORD-SUD
Les boissons Panamako (contraction de Paname et de Bamako) sont issues du métissage entre l'infusion d'hibiscus d'Afrique de l'Ouest (Sénégal, Burkina Faso, Mali) et le jus de pomme de Touraine et de Normandie. À l'initiative, l'ingénieur Oumar Cissé, fort de sa double culture française et ivoirienne, qui s'est rapproché des Vergers de la Manse pour revisiter le bissap.

D'ICI
La Scop Ethiquable, née en 2003, a créé la marque Paysans d'ici en 2008, bien avant la définition du commerce équitable nord-nord, pour satisfaire à la fois les consommateurs qui réclamaient des produits français et les agriculteurs bio du Gers qui avaient du mal à écouler leurs produits. La marque s'est développée depuis, étendue à travers plusieurs filières régionales.

LONG TERME
Déjà fournisseur de C'est qui le patron ?!, la coopérative Conserve Gard et ses 150 arboriculteurs fournissent aussi des poires, des pêches et des cerises à St Mamet pour une gamme de fruits équitables français commercialisée depuis cette année. Celle-ci s'étendra prochainement aux compotes. Les approvisionnements sont contractualisés sur vingt ans ! St Mamet contribue à la réimplantation de vergers et garantit un prix en progression aux arboriculteurs.

PHOTOS : DR

produits ainsi que tous les laits équitables. *«Nous avons ce type de démarche autour de l'ananas bio au Bénin et au Costa Rica et nous sommes en train de construire une filière IGP Valence, en Espagne, autour de l'orange et de la clémentine.»* L'engagement humaniste de LSDH ne s'arrête pas là, la laiterie est en train de créer des filières d'extraction de jus végétaux pour rapatrier les sourcings de soja, d'avoine, d'amande ou quinoa.

Le café, pionnier de l'équitable

On le voit, de plus en plus de filières commencent à s'organiser, inspirées du modèle initié dans le café. Catégorie pionnière dans l'émergence du commerce équitable, le café reste plus dynamique que jamais sur ce créneau. On le mesure, par exemple, par la progression impressionnante de la marque suisse Café royal en France, passée de 0 à 50 millions d'euros de CA en trois ans, avec ses produits bio et équitables, labellisés Fairtrade Max Havelaar ou UTZ. Elle atteint notamment 11,3 % de part de marché sur les capsules compatibles Nespresso. C'est dans une vallée du Honduras que 300 récoltants locaux ont produit l'arabica La Laguna, un «single estate» lancé en avril. *«Notre société mère, Migros, qui possède le torréfacteur Délica, a participé à la création du label UTZ. 100 % de nos produits respectent cette norme. Le programme UTZ permet aux agriculteurs d'améliorer leurs récoltes, leurs revenus ainsi que leurs perspectives, tout en préservant les ressources naturelles. Des conditions de travail réglementées offrent aux familles une meilleure protection sociale»*, explique Alain Hohwiller, le DG de la filiale française.

Initiateur de ce type de démarche dès 1992, après sa rencontre avec le père Francesco Van der Hoff, cofondateur du label Max Havelaar, Jean-Pierre Blanc, DG de Malongo, observe avec sagesse la frénésie actuelle autour de l'équitable et se félicite de l'application imminente de la réglementation. *«La demande des Français attise beaucoup de convoitises, mais ceux qui essayeront de contourner les règles avec des mentions fantaisistes ne feront pas long feu. Le consommateur n'est pas dupe. Qu'il soit sud-nord ou nord-nord, le commerce équitable ne s'improvise pas. En contrepartie du travail que fournissent des producteurs pour se structurer et améliorer leur production, ils touchent une rémunération qui est juste. Ce n'est pas de la charité ni une utopie faite pour rasséréner nos consciences.»* **LAURENCE ZOMBEK**

Tous droits réservés à l'éditeur

ZEPROS METIERS SNACK & FOODS
Pays : France
Périodicité : Bimestriel

Date : MAI/JUIN 18
Page de l'article : p.7

ÉTUDE

Encore plus de commerce équitable

Sur l'univers du snacking de nombreuses boissons équitables existent.

Avec 1,42 Md€ d'achat de produits équitables en 2017, le commerce équitable a les faveurs des Français. Il a, en effet, progressé de 10 % en 2017. *« Cela fait plus de quatre ans que le commerce équitable bénéficie d'une croissance à deux chiffres »*, note Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Équitable de France. D'après le sondage OpinioWay commandé par l'association, 79 % de nos concitoyens souhaitent disposer d'une offre de produits équitables plus importantes. Cette étude révèle que si le prix et le lieu de production demeurent les critères d'achat principaux, les conditions dans lesquelles ils ont été produits pèsent dans la balance pour 62 % des sondés, contre 43 % l'année dernière. De même, le respect de l'environnement, la personne qui les ont produits (54 % versus 35 % en 2017) et la rémunération des personnes qui les ont produits (36 % versus 26 %) prennent plus d'importance.

Le hors domicile plus équitable

Le sondage révèle que les Français souhaitent que certains acteurs économiques proposent davantage de produits équitables. Le supermarché en tête (81 %), mais aussi les acteurs de proximité comme la boulangerie-pâtisserie (75 %). D'ailleurs, *« La filière de blé Agri-Éthique a été mise en place pour lutter contre la volatilité des prix du blé afin de protéger le meunier, mais aussi de stabiliser le coût du pain pour le boulanger »*, souligne-t-elle. Les Français souhaitent également voire plus de produits éthiques au restaurant (76 %) et dans les cafés et bars (73 %). Actuellement, le hors domicile totalise 23 % des ventes de produits équitables.

Comment inciter la consommation de produits équitables en hors domicile ? *« Il faut multiplier les opportunités de consommation, or le déficit vient de l'offre. Nous avons pu observer que dès lors qu'une entreprise s'engage à proposer plus de produits équitables elle trouve son marché »*, explique Marc Dufumier, président de Commerce Équitable France. ●

Cf. Tokster.com

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : 28 JUIN 18
Journaliste : Nathalie TIERS.

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « **Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer.** » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Avec l'aide de quatre salariés, Dominique Mainard élève 450 truies et produit 10 000 porcs de plein air par an sur une centaine d'hectares de prairies.

Une goutte d'eau

La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans – avec un prix fixe pour le blé – entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux œufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « **Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français.** »

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « **Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement.** »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « **Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours,** » précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 28/06/2018
Heure : 11:12:25
Journaliste : Laurence Zombek

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Le petit déjeuner prend la clé des champs

Circuits courts, développement rural, commerce solidaire, petits producteurs, bien-être animal, produits bio… Le petit déjeuner concentre toutes les tendances de la consommation « bienveillante ».

Du blé de la Beauce, des noisettes du Lot-et-Garonne, des œufs de poules élevées en plein air, de la confiture d'abricots du Roussillon, du lait issu de vaches de pâturage… Telles les pâquerettes au printemps, les mentions bucoliques fleurissent sur les packagings. En particulier sur les aliments du petit déjeuner, moment privilégié où la bonne conscience est à son comble. Cela tombe bien : pressé d'injonctions à faire des choix responsables, le consommateur se montre plein de bonnes intentions et son élan de bienveillance démarre dès potron-minet.

À cette aune, rien ne manque sur la table matinale, depuis que la crise du lait de l'été 2016 a entraîné une foule d'initiatives, en particulier pour garantir une rémunération plus juste des éleveurs. Les distributeurs, comme les industriels, ont compris qu'à l'instar du bio , le marché du commerce équitable , bien qu'encore balbutiant, était en train de changer d'échelle. Après le temps des pionniers – les producteurs de café, de thé et de cacao – ce sont, en effet, les paysans français et leurs régions que les consommateurs veulent désormais soutenir. Depuis la loi sur l'économie sociale et solidaire, dite Hamon, de juillet 2014, nos producteurs hexagonaux sont d'ailleurs autorisés à utiliser la mention Commerce équitable. Ce n'est pas encore un label officiel, ce qui laisse la porte ouverte aux claims équitables « maison » concoctés sur mesure par des associations militantes ou des entreprises opportunistes. L'association Commerce équitable France veille toutefois à y mettre de l'ordre. « Ça rappelle un peu l'histoire du bio, compare Ludovic Brindejonc, le directeur général d'Agri Éthique,

Tous droits réservés à l'éditeur

démarche initiée en Vendée dans la filière blé, en 2013, qui est en train d'essaimer dans d'autres régions. Il y avait une multiplicité des démarches isolées. Cela s'est progressivement fédéré pour déboucher sur un logo officiel. Et aujourd'hui, tous les consommateurs s'y fient. »

Mais derrière la question d'un label unique, c'est surtout la valorisation des produits qui agite tous les acteurs. Avec le risque d'une polarisation du marché entre aliments très qualitatifs et produits bas de gamme, voire d'une focalisation pure et simple sur le haut de gamme. En attendant une hypothétique TVA spécifique que certains réclament pour réduire le prix des produits équitables, la filière bio est au centre de ce nouveau jeu. « À l'instar de Biocoop, qui dès 2000, a créé une gamme de produits solidaires, les pionniers du bio ont compris très vite que, s'ils voulaient continuer à croître, ils devaient sécuriser leurs approvisionnements, donc développer des relations équitables avec leurs fournisseurs », rappelle Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. « Le point commun entre l'équitable et le bio est la notion de confiance, enchaîne Mélanie Savoie, directrice du category management Bjorg & Cie, propriétaire de la marque Alter Eco . Le petit déjeuner l'illustre particulièrement avec ses produits emblématiques. C'est le deuxième segment du bio, à 337 millions d'euros. »

La crise du lait : un révélateur

Ces ratios, toutefois, reposent encore beaucoup sur la génération « primaire » de produits équitables, issus des filières internationales, qui pèsent 69 % des ventes. La nouvelle génération, d'origine française, progresse, elle, dans tous les circuits. Et elle n'émane plus forcément des tout petits acteurs. Le lait est emblématique de ce phénomène. Des vaches nourries sans OGM, en pâture cent cinquante à deux cents jours par an, le respect du bien-être animal avec une formation des éleveurs et une meilleure rémunération de l'ensemble des producteurs… Tous ces objectifs figurent au cahier des charges des nouveaux laits, dits de pâturage, lancés par Lactel (L'Appel des Prés) et Candia (Les Laitiers responsables). Le litre de lait est vendu 1 € en magasin, soit 13 centimes de plus qu'un litre de lait conventionnel. Chez Candia, « chacun des 20 000 éleveurs de la coopérative en profite et se voit reverser 6 centimes supplémentaires par litre vendu », souligne Gérald Saada, directeur marketing et développement. À quoi il faut ajouter une prime de 1,5 centime « afin de compenser les coûts liés au cahier des charges ». L'ambition de la coopérative Sodiaal est d'atteindre 200 millions de litres par an d'ici à fin 2020, soit l'équivalent du lait bio, et de fédérer les filières parallèles. « En tant que leader, nous investissons beaucoup pour faire du lait de pâturage le standard de demain. Ce n'est ni une démarche de niche, ni un marketing de marque », assure Gérald Saada.

Ce discours chevaleresque des grandes marques fait sourire – jaune – Jean-Luc Pruvot, le président de Faire France. Cette association de 500 producteurs laitiers indépendants s'est fait copieusement railler lorsqu'elle a lancé le mouvement en 2009 après la « grève du lait ». Aujourd'hui, sa marque rapporte 45 centimes par litre aux éleveurs et est largement référencée par la grande distribution. « C'est un lait politique. Notre prix n'est pas négociable. Nous avons fait changer les choses et nous sommes fiers aujourd'hui d'être félicités par les consommateurs lorsque nous allons les voir dans les magasins où nous faisons plus de 1 000 animations par an. »

La grande distribution a en effet pris la mesure du changement, à l'instar de Lidl, qui reverse aux éleveurs 3 centimes par litre de lait Envia vendu, ou d' Intermarché , qui détaille carrément sur ses briques Les Éleveurs vous disent merci la répartition du prix : « Vendue 0,88 €, dont 0,44 € sont reversés aux éleveurs ».

Le lait a donné le la. Dans la foulée, le blé a beaucoup interrogé ses acteurs en 2016. Deuxième céréale la plus produite au monde, la France étant le premier producteur de l'Union européenne et le cinquième mondial, le blé sert principalement à fabriquer la farine, donc le pain. Soumis aux caprices de la météo et aux cours

Tous droits réservés à l'éditeur

des matières premières régis à Chicago, les producteurs et les meuniers se sont, eux aussi, mobilisés, en vue de ramener la problématique au niveau local et de retrouver une relative autonomie. Les industriels ne sont pas restés sourds à ces réflexions.

Le pain, des engagements à grande échelle

Leader du marché du pain industriel et troisième acheteur de blé tendre en France, avec près de 145 000 tonnes par an, Barilla a ainsi lancé une filière de blé français « responsable » pour sa marque Harrys, qui concerne 30 000 tonnes pour la récolte 2018 et tous ses achats de blé meunier à terme, en 2021. Il a défini un cahier des charges avec les autres acteurs de la filière pour établir trois niveaux d'engagement pour les agriculteurs, avec des pratiques et rémunérations croissantes. « Cela fait deux ans que nous travaillons sur ce projet, raconte Marion Kalfon, responsable marketing chargée de la filière blé, avec l'aide d'experts, de l'Inra, d'ingénieurs et du bureau Veritas. » La charte, fondée sur la norme NF B 30 001, a été contractualisée avec tous les acteurs de la filière. « L'idée est d'être dans une démarche de progrès continu, avec des engagements flexibles pour les agriculteurs sur un à trois ans. Cela leur assure un revenu indépendant des cours du blé. »

Le système améliore la traçabilité car, chez les stockeurs et chez les meuniers, des silos sont dédiés à Harrys, afin d'éviter tout mélange. « La prime, le contrat pluriannuel, la traçabilité… C'est important, résume Fabien Guillot, directeur des achats filière blé. Mais ce qui m'a marqué, ce sont les liens que nous avons noués à travers la filière. Cela donne du sens au travail de l'agriculteur, qui ne se contente pas de faire pousser du blé. Il sait qu'il sera mangé au petit déjeuner par les familles françaises. »

Plus discrète, mais tout aussi engagée, La Boulangère a initié sa démarche avec sa première gamme de pains bio dès 2001, rappelle Frédérique Fillon-Soullard, chef de groupe marketing, avant de participer à la création d'Agri Éthique en 2012. Avec l'objectif de favoriser la pérennité des filières locales. Depuis 2016, le logo Agri Éthique est présent sur les produits des gammes issues de l'agriculture conventionnelle pour expliquer cette démarche de commerce équitable.

Cette « humanisation » de la filière, la marque Jacquet est aussi en train d'y contribuer, en rappelant son ancrage agricole français depuis cent trente ans et son appartenance à la coopérative auvergnate Limagrain. Un nouveau slogan, J'aime, ils sèment, ainsi qu'une identité graphique illustrée de champs, d'épis, d'un tracteur et d'un drapeau français, sont apparus sur ses packagings. « Grâce à notre organisation en filière courte "du grain au pain", nous avons la possibilité de remonter jusqu'aux agriculteurs qui ont cultivé le blé, se félicite Ilfynn Lagarde, responsable marketing Jacquet Brossard. La valeur payée par le consommateur profite plus à l'agriculteur. Notre charte comporte aussi des engagements de biodiversité et de bonnes pratiques.»

Les céréales, du bio pour tous

Et pourquoi ces pratiques ne fonctionneraient-elles pas pour toutes les céréales ? Pour l'instant, dans cette catégorie qui contribue à 12,5 % de la valeur du rayon, les acteurs se concentrent plutôt sur l'amélioration nutritionnelle de leurs recettes. Pour remettre en selle ce marché baissier, le poids lourd du rayon, Kellogg's, mise sur son plan Better Starts, une diminution des niveaux de sucre et de sel, déjà déployé aux États-Unis et au Royaume-Uni et qui sera lancé en France à la rentrée.

Nestlé Céréales France va plus loin avec sa démarche Préférence qui, depuis 2016, associe à l'amélioration qualitative des produits un objectif de « durabilité de l'agriculture ». Ce programme porte aussi bien sur la fertilité des sols et la qualité de l'eau que sur la biodiversité et la traçabilité. Il engage 30 producteurs qui livrent leur blé à Itancourt (02) et Rumilly (74) et la multinationale ambitionne de « passer de 5 % de ses besoins en

Tous droits réservés à l'éditeur

blé complet couverts par la démarche Préférence, en 2017, à 50 % en 2020 et 100 % en 2026 ». En février, lors du Salon de l'agriculture, Richard Girardot, encore président de Nestlé France, avait annoncé un soutien financier au fonds de dotation du syndicat de jeunes agriculteurs Terres innovantes, dont la vocation est de renforcer la proximité entre les consommateurs et les producteurs en transition agroécologique : « Grâce à ce fonds, nous pourrons participer à une démarche à 360°, en partant de la terre, des acteurs qui la cultivent et la préservent, de la qualité des matières premières pour aller jusqu'aux produits que nous commercialisons. »

La démarche est plus méritante encore pour des entreprises plus modestes, telle Céréco, une PME d'Ille-et-Vilaine rachetée il y a un an par le laitier voisin Triballat Noyal, qui est en train de développer rapidement son implantation en GMS. Elle aussi propose les inévitables mueslis bio, mais elle a surtout concrétisé, en début d'année, un certain nombre de bonnes pratiques par l'obtention du label Entrepreneurs + engagés. Céréco donne la possibilité à 90 producteurs de lait bio de se diversifier dans de petites cultures céréalières. « Au-delà du développement durable , c'est une démarche générale de progrès RSE », souligne Florian Serrand, chef de produits terres et céréales.

Même les tartinables deviennent « clean »

Dans le Lot-et-Garonne, Lucien Georgelin participe lui aussi au développement du territoire en menant sa diversification. Après le rachat du fabricant de céréales Eurocer en 2017, l'ancien agriculteur s'apprête à lancer une gamme de céréales cultivées et transformées localement. Son partenaire, Jean-Christophe Chassaigne, a quitté la grande distribution pour l'agriculture en 2010. À la tête d'Alliance bio, il vient d'investir plus de 4 millions d'euros pour transformer ses céréales sur place avec des meules en pierre à l'ancienne. « Il faut pouvoir répondre à la grande distribution, qui a du mal à trouver ce type de filière avec des volumes suffisants et réguliers, explique-t-il. Nous avons mis les moyens, notamment avec une démarche de qualité et d'hygiène. Lucien a la volonté de mettre en avant la production locale, ses produits sont reconnus pour leur qualité et il les diffuse partout. »

Il faut dire que l'ancien agriculteur se démène pour revaloriser la production du Sud-Ouest et nouer des partenariats régionaux. Pour ses confitures au chaudron, qui font encore et toujours sa renommée, il recherche toujours plus de typicité. Après la myrtille du Sud-Ouest, les abricots du Roussillon, les prunes d'Agen, les figues de Provence, mais aussi la banane-vanille de la Réunion, il a fait pousser avec un producteur voisin des plants de fraises bio spécifiques pour ses confitures. « Nous allons de plus en plus développer cela, par exemple sur les pêches de vigne. Il faut à la fois des variétés uniques en termes de goûts et très productives pour assurer des volumes pour nos clients. Aujourd'hui, la distribution adhère à nos raisonnements : pour avoir des produits de qualité dans la durée, le producteur doit être payé au juste prix. » Même principe pour les nouveaux miels Lucien Georgelin, qu'il veut « typés et sans mélange », si possible avec des origines.

Encore que cette question d'origine, pour le miel, est un mauvais débat, s'efforce d'expliquer Vincent Michaud. Le PDG de Michaud Apiculteurs se bat pour développer ce secteur en France, dont la production en chute suffit à peine à couvrir un tiers d'une demande en forte croissance. Mais, pour lui, il ne faut pas se tromper de combat. « La qualité du miel n'est pas liée à son origine : ce sont les pratiques apicoles, l'environnement dans lequel sont placées les ruches, potentiellement exposées à des pesticides et à des pollutions, ou encore la maîtrise des traitements dans la ruche qui conditionnent sa pureté. » Avec l'association Lune de Miel, qu'il a créée avec d'autres producteurs, Vincent Michaud prône en réalité le contrôle rigoureux de tous les miels, quelle que soit leur origine, par des analyses RMN, seules à même, selon lui, de prouver leur conformité.

Les jus de fruits, une filière complexe

Tous droits réservés à l'éditeur

L'origine fait aussi partie des problématiques des jus de fruits, puisque, contrairement au lait ou aux produits végétaux, la France produit peu de fruits à jus. La pomme fait exception, d'où l'empressement des acteurs écoresponsables autour du fruit défendu : C'est qui le patron ?!, Paysans d'ici (Ethiquable) et les marques propres des distributeurs partenaires soutiennent tous la filière ANPP (vergers écoresponsables), des pommes cueillies à maturité et aux traitements phytosanitaires limités. Cidou est la première marque nationale de la catégorie à s'être lancée sur ce créneau, rappelle Emmanuel Vasseneix , le président de LSDH, qui conditionne ces produits ainsi que tous les laits équitables. « Nous avons ce type de démarche autour de l'ananas bio au Bénin et au Costa Rica et nous sommes en train de construire une filière IGP Valence, en Espagne, autour de l'orange et de la clémentine. » L'engagement humaniste de LSDH ne s'arrête pas là, la laiterie est en train de créer des filières d'extraction de jus végétaux pour rapatrier les sourcings de soja, d'avoine, d'amande ou quinoa.

Le café, pionnier de l'équitable

On le voit, de plus en plus de filières commencent à s'organiser, inspirées du modèle initié dans le café. Catégorie pionnière dans l'émergence du commerce équitable, le café reste plus dynamique que jamais sur ce créneau. On le mesure, par exemple, par la progression impressionnante de la marque suisse Café royal en France, passée de 0 à 50 millions d'euros de CA en trois ans, avec ses produits bio et équitables, labellisés Fairtrade Max Havelaar ou UTZ. Elle atteint notamment 11,3 % de part de marché sur les capsules compatibles Nespresso . C'est dans une vallée du Honduras que 300 récoltants locaux ont produit l'arabica La Laguna, un « single estate » lancé en avril. « Notre société mère, Migros , qui possède le torréfacteur Délica, a participé à la création du label UTZ. 100 % de nos produits respectent cette norme. Le programme UTZ permet aux agriculteurs d'améliorer leurs récoltes, leurs revenus ainsi que leurs perspectives, tout en préservant les ressources naturelles. Des conditions de travail réglementées offrent aux familles une meilleure protection sociale », explique Alain Hohwiller, le DG de la filiale française.

Initiateur de ce type de démarche dès 1992, après sa rencontre avec le père Francesco Van der Hoff, cofondateur du label Max Havelaar, Jean-Pierre Blanc , DG de Malongo , observe avec sagesse la frénésie actuelle autour de l'équitable et se félicite de l'application imminente de la réglementation. « La demande des Français attise beaucoup de convoitises, mais ceux qui essayeront de contourner les règles avec des mentions fantaisistes ne feront pas long feu. Le consommateur n'est pas dupe. Qu'il soit sud-nord ou nord-nord, le commerce équitable ne s'improvise pas. En contrepartie du travail que fournissent des producteurs pour se structurer et améliorer leur production, ils touchent une rémunération qui est juste. Ce n'est pas de la charité ni une utopie faite pour rasséréner nos consciences. »

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien

Date : 27 JUIN 18
Page de l'article : p.28-35
Journaliste : Laurence Zombek

Le petit déjeuner prend la clé des champs

Laurence Zombek

Du blé de la Beauce, des noisettes du Lot-et-Garonne, des œufs de poules élevées en plein air, de la confiture d'abricots du Roussillon, du lait issu de vaches de pâturage... Telles les pâquerettes au printemps, les mentions bucoliques fleurissent sur les packagings. En particulier sur les aliments du petit déjeuner, moment privilégié où la bonne conscience est à son comble. Cela tombe bien : pressé d'injonctions à faire des choix responsables, le consommateur se montre plein de bonnes intentions et son élan de bienveillance démarre dès potron-minet.

À cette aune, rien ne manque sur la table matinale, depuis que la crise du lait de l'été 2016 a entraîné une foule d'initiatives, en particulier pour garantir une rémunération plus juste des éleveurs. Les distributeurs, comme les industriels, ont compris qu'à l'instar du bio, le marché du commerce équitable, bien qu'encore balbutiant, était en train de changer d'échelle. Après le temps des pionniers – les producteurs de café, de thé et de cacao – ce sont, en effet, les paysans français et leurs régions que les consommateurs veulent désormais soutenir. Depuis la loi sur l'économie sociale et solidaire, dite Hamon, de juillet 2014, nos producteurs hexagonaux sont d'ailleurs autorisés à utiliser la mention Commerce équitable. Ce n'est pas encore un label officiel, ce qui laisse la porte ouverte aux claims équitables « maison » concoctés sur mesure par des associations militantes ou des entreprises opportunistes. L'association Commerce équitable France veille toutefois à y mettre de l'ordre. « Ça rappelle un peu l'histoire du bio, compare Ludovic Brindejonc, le directeur général d'Agri Éthique, démarche initiée en Vendée dans la filière blé, en 2013, qui est en train d'essaimer dans d'autres régions. Il y avait une multiplicité des démarches isolées. Cela s'est progressivement fédéré pour déboucher sur un logo officiel. Et aujourd'hui, tous les consommateurs s'y fient. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Mais derrière la question d'un label unique, c'est surtout la valorisation des produits qui agite tous les acteurs. Avec le risque d'une polarisation du marché entre aliments très qualitatifs et produits bas de gamme, voire d'une focalisation pure et simple sur le haut de gamme. En attendant une hypothétique TVA spécifique que certains réclament pour réduire le prix des produits équitables, la filière bio est au centre de ce nouveau jeu. « À l'instar de Biocoop, qui dès 2000, a créé une gamme de produits solidaires, les pionniers du bio ont compris très vite que, s'ils voulaient continuer à croître, ils devaient sécuriser leurs approvisionnements, donc développer des relations équitables avec leurs fournisseurs », rappelle Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. « Le point commun entre l'équitable et le bio est la notion de confiance, enchaîne Mélanie Savoie, directrice du category management Bjorg & Cie, propriétaire de la marque Alter Eco. Le petit déjeuner l'illustre particulièrement avec ses produits emblématiques. C'est le deuxième segment du bio, à 337 millions d'euros. »

La crise du lait : un révélateur

Ces ratios, toutefois, reposent encore beaucoup sur la génération « primaire » de produits équitables, issus des filières internationales, qui pèsent 69 % des ventes. La nouvelle génération, d'origine française, progresse, elle, dans tous les circuits. Et elle n'émane plus forcément des tout petits acteurs. Le lait est emblématique de ce phénomène. Des vaches nourries sans OGM, en pâture cent cinquante à deux cents jours par an, le respect du bien-être animal avec une formation des éleveurs et une meilleure rémunération de l'ensemble des producteurs... Tous ces objectifs figurent au cahier des charges des nouveaux laits, dits de pâturage, lancés par Lactel (L'Appel des Prés) et Candia (Les Laitiers responsables). Le litre de lait est vendu 1 € en magasin, soit 13 centimes de plus qu'un litre de lait conventionnel. Chez Candia, « chacun des 20 000 éleveurs de la coopérative en profite et se voit reverser 6 centimes supplémentaires par litre vendu », souligne Gérald Saada, directeur marketing et développement. À quoi il faut ajouter une prime de 1,5 centime « afin de compenser les coûts liés au cahier des charges ». L'ambition de la coopérative Sodiaal est d'atteindre 200 millions de litres par an d'ici à fin 2020, soit l'équivalent du lait bio, et de fédérer les filières parallèles. « En tant que leader, nous investissons beaucoup pour faire du lait de pâturage le standard de demain. Ce n'est ni une démarche de niche, ni un marketing de marque », assure Gérald Saada.

Ce discours chevaleresque des grandes marques fait sourire – jaune – Jean-Luc Pruvot, le président de Faire France. Cette association de 500 producteurs laitiers indépendants s'est fait copieusement railler lorsqu'elle a lancé le mouvement en 2009 après la « grève du lait ». Aujourd'hui, sa marque rapporte 45 centimes par litre aux éleveurs et est largement référencée par la grande distribution. « C'est un lait politique. Notre prix n'est pas négociable. Nous avons fait changer les choses et nous sommes fiers aujourd'hui d'être félicités par les consommateurs lorsque nous allons les voir dans les magasins où nous faisons plus de 1 000 animations par an. »

La grande distribution a en effet pris la mesure du changement, à l'instar de Lidl, qui reverse aux éleveurs 3 centimes par litre de lait Envia vendu, ou d'Intermarché, qui détaille carrément sur ses briques Les Éleveurs vous disent merci la répartition du prix : « Vendue 0,88 €, dont 0,44 € sont reversés aux éleveurs ».

Le lait a donné le la. Dans la foulée, le blé a beaucoup interrogé ses acteurs en 2016. Deuxième céréale la plus produite au monde, la France étant le premier producteur de l'Union européenne et le cinquième mondial, le blé sert principalement à fabriquer la farine, donc le pain. Soumis aux caprices de la météo et aux cours des matières premières régis à Chicago,

Tous droits réservés à l'éditeur

les producteurs et les meuniers se sont, eux aussi, mobilisés, en vue de ramener la problématique au niveau local et de retrouver une relative autonomie. Les industriels ne sont pas restés sourds à ces réflexions.

Le pain, des engagements à grande échelle

Leader du marché du pain industriel et troisième acheteur de blé tendre en France, avec près de 145 000 tonnes par an, Barilla a ainsi lancé une filière de blé français « responsable » pour sa marque Harrys, qui concerne 30 000 tonnes pour la récolte 2018 et tous ses achats de blé meunier à terme, en 2021. Il a défini un cahier des charges avec les autres acteurs de la filière pour établir trois niveaux d'engagement pour les agriculteurs, avec des pratiques et rémunérations croissantes. « Cela fait deux ans que nous travaillons sur ce projet, raconte Marion Kalfon, responsable marketing chargée de la filière blé, avec l'aide d'experts, de l'Inra, d'ingénieurs et du bureau Veritas. » La charte, fondée sur la norme NF B 30 001, a été contractualisée avec tous les acteurs de la filière. « L'idée est d'être dans une démarche de progrès continu, avec des engagements flexibles pour les agriculteurs sur un à trois ans. Cela leur assure un revenu indépendant des cours du blé. »

Le système améliore la traçabilité car, chez les stockeurs et chez les meuniers, des silos sont dédiés à Harrys, afin d'éviter tout mélange. « La prime, le contrat pluriannuel, la traçabilité... C'est important, résume Fabien Guillot, directeur des achats filière blé. Mais ce qui m'a marqué, ce sont les liens que nous avons noués à travers la filière. Cela donne du sens au travail de l'agriculteur, qui ne se contente pas de faire pousser du blé. Il sait qu'il sera mangé au petit déjeuner par les familles françaises. »

Plus discrète, mais tout aussi engagée, La Boulangère a initié sa démarche avec sa première gamme de pains bio dès 2001, rappelle Frédérique Fillon-Soullard, chef de groupe marketing, avant de participer à la création d'Agri Éthique en 2012. Avec l'objectif de favoriser la pérennité des filières locales. Depuis 2016, le logo Agri Éthique est présent sur les produits des gammes issues de l'agriculture conventionnelle pour expliquer cette démarche de commerce équitable.

Cette « humanisation » de la filière, la marque Jacquet est aussi en train d'y contribuer, en rappelant son ancrage agricole français depuis cent trente ans et son appartenance à la coopérative auvergnate Limagrain. Un nouveau slogan, J'aime, ils sèment, ainsi qu'une identité graphique illustrée de champs, d'épis, d'un tracteur et d'un drapeau français, sont apparus sur ses packagings. « Grâce à notre organisation en filière courte "du grain au pain", nous avons la possibilité de remonter jusqu'aux agriculteurs qui ont cultivé le blé, se félicite Ilfynn Lagarde, responsable marketing Jacquet Brossard. La valeur payée par le consommateur profite plus à l'agriculteur. Notre charte comporte aussi des engagements de biodiversité et de bonnes pratiques.»

Les céréales, du bio pour tous

Et pourquoi ces pratiques ne fonctionneraient-elles pas pour toutes les céréales ? Pour l'instant, dans cette catégorie qui contribue à 12,5 % de la valeur du rayon, les acteurs se concentrent plutôt sur l'amélioration nutritionnelle de leurs recettes. Pour remettre en selle ce marché baissier, le poids lourd du rayon, Kellogg's, mise sur son plan Better Starts, une diminution des niveaux de sucre et de sel, déjà déployé aux États-Unis et au Royaume-Uni et qui sera lancé en France à la rentrée.

Tous droits réservés à l'éditeur

Nestlé Céréales France va plus loin avec sa démarche Préférence qui, depuis 2016, associe à l'amélioration qualitative des produits un objectif de « durabilité de l'agriculture ». Ce programme porte aussi bien sur la fertilité des sols et la qualité de l'eau que sur la biodiversité et la traçabilité. Il engage 30 producteurs qui livrent leur blé à Itancourt (02) et Rumilly (74) et la multinationale ambitionne de « passer de 5 % de ses besoins en blé complet couverts par la démarche Préférence, en 2017, à 50 % en 2020 et 100 % en 2026 ». En février, lors du Salon de l'agriculture, Richard Girardot, encore président de Nestlé France, avait annoncé un soutien financier au fonds de dotation du syndicat de jeunes agriculteurs Terres innovantes, dont la vocation est de renforcer la proximité entre les consommateurs et les producteurs en transition agroécologique : « Grâce à ce fonds, nous pourrons participer à une démarche à 360°, en partant de la terre, des acteurs qui la cultivent et la préservent, de la qualité des matières premières pour aller jusqu'aux produits que nous commercialisons. »

La démarche est plus méritante encore pour des entreprises plus modestes, telle Céréco, une PME d'Ille-et-Vilaine rachetée il y a un an par le laitier voisin Triballat Noyal, qui est en train de développer rapidement son implantation en GMS. Elle aussi propose les inévitables mueslis bio, mais elle a surtout concrétisé, en début d'année, un certain nombre de bonnes pratiques par l'obtention du label Entrepreneurs + engagés. Céréco donne la possibilité à 90 producteurs de lait bio de se diversifier dans de petites cultures céréalières. « Au-delà du développement durable, c'est une démarche générale de progrès RSE », souligne Florian Serrand, chef de produits terres et céréales.

Même les tartinables deviennent « clean »

Dans le Lot-et-Garonne, Lucien Georgelin participe lui aussi au développement du territoire en menant sa diversification. Après le rachat du fabricant de céréales Eurocer en 2017, l'ancien agriculteur s'apprête à lancer une gamme de céréales cultivées et transformées localement. Son partenaire, Jean-Christophe Chassaigne, a quitté la grande distribution pour l'agriculture en 2010. À la tête d'Alliance bio, il vient d'investir plus de 4 millions d'euros pour transformer ses céréales sur place avec des meules en pierre à l'ancienne. « Il faut pouvoir répondre à la grande distribution, qui a du mal à trouver ce type de filière avec des volumes suffisants et réguliers, explique-t-il. Nous avons mis les moyens, notamment avec une démarche de qualité et d'hygiène. Lucien a la volonté de mettre en avant la production locale, ses produits sont reconnus pour leur qualité et il les diffuse partout. »

Il faut dire que l'ancien agriculteur se démène pour revaloriser la production du Sud-Ouest et nouer des partenariats régionaux. Pour ses confitures au chaudron, qui font encore et toujours sa renommée, il recherche toujours plus de typicité. Après la myrtille du Sud-Ouest, les abricots du Roussillon, les prunes d'Agen, les figues de Provence, mais aussi la banane-vanille de la Réunion, il a fait pousser avec un producteur voisin des plants de fraises bio spécifiques pour ses confitures. « Nous allons de plus en plus développer cela, par exemple sur les pêches de vigne. Il faut à la fois des variétés uniques en termes de goûts et très productives pour assurer des volumes pour nos clients. Aujourd'hui, la distribution adhère à nos raisonnements : pour avoir des produits de qualité dans la durée, le producteur doit être payé au juste prix. » Même principe pour les nouveaux miels Lucien Georgelin, qu'il veut « typés et sans mélange », si possible avec des origines.

Encore que cette question d'origine, pour le miel, est un mauvais débat, s'efforce d'expliquer Vincent Michaud. Le PDG de Michaud Apiculteurs se bat pour développer ce secteur en France, dont la production en chute suffit à peine à couvrir un tiers d'une demande en forte croissance. Mais, pour lui, il ne faut pas se tromper de combat. « La qualité du miel n'est pas

Tous droits réservés à l'éditeur

liée à son origine : ce sont les pratiques apicoles, l'environnement dans lequel sont placées les ruches, potentiellement exposées à des pesticides et à des pollutions, ou encore la maîtrise des traitements dans la ruche qui conditionnent sa pureté. » Avec l'association Lune de Miel, qu'il a créée avec d'autres producteurs, Vincent Michaud prône en réalité le contrôle rigoureux de tous les miels, quelle que soit leur origine, par des analyses RMN, seules à même, selon lui, de prouver leur conformité.

Les jus de fruits, une filière complexe

L'origine fait aussi partie des problématiques des jus de fruits, puisque, contrairement au lait ou aux produits végétaux, la France produit peu de fruits à jus. La pomme fait exception, d'où l'empressement des acteurs écoresponsables autour du fruit défendu : C'est qui le patron ?!, Paysans d'ici (Ethiquable) et les marques propres des distributeurs partenaires soutiennent tous la filière ANPP (vergers écoresponsables), des pommes cueillies à maturité et aux traitements phytosanitaires limités. Cidou est la première marque nationale de la catégorie à s'être lancée sur ce créneau, rappelle Emmanuel Vasseneix, le président de LSDH, qui conditionne ces produits ainsi que tous les laits équitables. « Nous avons ce type de démarche autour de l'ananas bio au Bénin et au Costa Rica et nous sommes en train de construire une filière IGP Valence, en Espagne, autour de l'orange et de la clémentine. » L'engagement humaniste de LSDH ne s'arrête pas là, la laiterie est en train de créer des filières d'extraction de jus végétaux pour rapatrier les sourcings de soja, d'avoine, d'amande ou quinoa.

Le café, pionnier de l'équitable

On le voit, de plus en plus de filières commencent à s'organiser, inspirées du modèle initié dans le café. Catégorie pionnière dans l'émergence du commerce équitable, le café reste plus dynamique que jamais sur ce créneau. On le mesure, par exemple, par la progression impressionnante de la marque suisse Café royal en France, passée de 0 à 50 millions d'euros de CA en trois ans, avec ses produits bio et équitables, labellisés Fairtrade Max Havelaar ou UTZ. Elle atteint notamment 11,3 % de part de marché sur les capsules compatibles Nespresso. C'est dans une vallée du Honduras que 300 récoltants locaux ont produit l'arabica La Laguna, un « single estate » lancé en avril. « Notre société mère, Migros, qui possède le torréfacteur Délica, a participé à la création du label UTZ. 100 % de nos produits respectent cette norme. Le programme UTZ permet aux agriculteurs d'améliorer leurs récoltes, leurs revenus ainsi que leurs perspectives, tout en préservant les ressources naturelles. Des conditions de travail réglementées offrent aux familles une meilleure protection sociale », explique Alain Hohwiller, le DG de la filiale française.

Initiateur de ce type de démarche dès 1992, après sa rencontre avec le père Francesco Van der Hoff, cofondateur du label Max Havelaar, Jean-Pierre Blanc, DG de Malongo, observe avec sagesse la frénésie actuelle autour de l'équitable et se félicite de l'application imminente de la réglementation. « La demande des Français attise beaucoup de convoitises, mais ceux qui essayeront de contourner les règles avec des mentions fantaisistes ne feront pas long feu. Le consommateur n'est pas dupe. Qu'il soit sud-nord ou nord-nord, le commerce équitable ne s'improvise pas. En contrepartie du travail que fournissent des producteurs pour se structurer et améliorer leur production, ils touchent une rémunération qui est juste. Ce n'est pas de la charité ni une utopie faite pour rasséréner nos consciences. »

Boissons chaudes

Tous droits réservés à l'éditeur

- **Café torréfié et en dosettes**
  - 2,28 Milliards d'euros Le CA des cafés torréfiés, aromatisés et en dosettes, à + 6,5 % (+ 0,1 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20 .05.2018
  - 213 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 6,3 % vs 2016
  - 3 % : le poids du bio en valeur, + 0,2 point
  - 87,90 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon par an
  - 13,5 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Thés**
  - 258,7 Millions d'euros Le chiffre d'affaires du thé, à - 1,4 % (- 1,9 % en volume)
  Source: Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 78 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 6,3 % vs 2016
  - 9,6% : le poids du bio en valeur, + 0,2 point
  - 17,80 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon en 2017
  - 5,4 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an
  Source : Nielsen book France 2017

Crémerie

- **Lait**
  - 2,1 Milliards d'euros Le chiffre d'affaires du lait longue conservation, + 0,8 % (+ 1,2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 90 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,6 % vs 2016
  - 12,4 % : le poids du bio en valeur, - 0,2 point
  - 68,30 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 17,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Beurre**
  - 1,27 Milliard d'euros : le chiffre d'affaires du beurre, à + 12,6 % (- 2,4 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 58 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), - 2,9 % vs 2016
  - 4,9 % : le poids du bio en valeur, + 0,4 point
  - 43,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 16,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Panification

- **Fraîche**
  - 733,4 Millions d'euros : le chiffre d'affaires de la panification fraîche, à + 3,1 % (+ 2,7 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 81 références en moyenne dans la catégorie (HM +SM), + 4,7 % vs 2016
  - 3,9 % : le poids du bio en valeur, + 0,6 point
  - 27,30 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 16 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tous droits réservés à l'éditeur

- **Viennoiserie**
  - 961,43 Millions d'euros Le chiffre d'affaires de la viennoiserie, à + 1,3 % en valeur (- 2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 71 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,1 % vs 2016
  - 1,8% : le poids du bio en valeur, + 0,5 point
  - 41,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 15,2 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Céréales

- 661,1 Millions d'euros Le chiffre d'affaires des céréales, à - 1 % (- 1,3 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
- 105 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,1 % vs 2016
- 9,4 % : le poids du bio en valeur, + 2,5 points
- 33,70 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
- 9 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tartinables

- **Pâte à tartiner**
  - 460,9 Millions d'euros : le chiffre d'affaires des pâtes à tartiner, à + 6,1 % (+ 3,5 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 24 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 15,8 % vs 2016
  - 8,7 % : le poids du bio en valeur, + 2,5 points
  - 23,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 5,7 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Confitures**
  - 369,7 Millions d'euros : le chiffre d'affaires des confitures, à + 0,1 % (- 2,5 % en volume)
  Source : Nielsen, circuits HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 108 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 1,1 % vs 2016
  - 8,8% : le poids du bio en valeur, + 1,7 point
  Source : Nielsen book France 2017
  - 16,70 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 7,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
- **Miel**
  - 216,1 Millions d'euros : le chiffre d'affaires du miel, à + 1,4 % (+ 2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 34 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 5,5 % vs 2016
  - 13,5% : le poids du bio en valeur, + 2,7 points
  Source : Nielsen book France 2017
  - 16,80 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 3,2 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an

Jus de fruits

Tous droits réservés à l'éditeur

- 1,53 Milliard d'euros : le chiffre d'affaires des jus de fruits ambiants, à + 0,5 % (- 2,9 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
- 155 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,2 % vs 2016
- 11,5 % : le poids du bio en valeur, + 2,4 points
- 54,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
- 14,3 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien

Date : 28 JUIN 18
Page de l'article : p.28-35
Journaliste : Laurence Zombek

Le petit déjeuner prend la clé des champs

Laurence Zombek

Du blé de la Beauce, des noisettes du Lot-et-Garonne, des œufs de poules élevées en plein air, de la confiture d'abricots du Roussillon, du lait issu de vaches de pâturage... Telles les pâquerettes au printemps, les mentions bucoliques fleurissent sur les packagings. En particulier sur les aliments du petit déjeuner, moment privilégié où la bonne conscience est à son comble. Cela tombe bien : pressé d'injonctions à faire des choix responsables, le consommateur se montre plein de bonnes intentions et son élan de bienveillance démarre dès potron-minet.

À cette aune, rien ne manque sur la table matinale, depuis que la crise du lait de l'été 2016 a entraîné une foule d'initiatives, en particulier pour garantir une rémunération plus juste des éleveurs. Les distributeurs, comme les industriels, ont compris qu'à l'instar du bio, le marché du commerce équitable, bien qu'encore balbutiant, était en train de changer d'échelle. Après le temps des pionniers – les producteurs de café, de thé et de cacao – ce sont, en effet, les paysans français et leurs régions que les consommateurs veulent désormais soutenir. Depuis la loi sur l'économie sociale et solidaire, dite Hamon, de juillet 2014, nos producteurs hexagonaux sont d'ailleurs autorisés à utiliser la mention Commerce équitable. Ce n'est pas encore un label officiel, ce qui laisse la porte ouverte aux claims équitables « maison » concoctés sur mesure par des associations militantes ou des entreprises opportunistes. L'association Commerce équitable France veille toutefois à y mettre de l'ordre. « Ça rappelle un peu l'histoire du bio, compare Ludovic Brindejonc, le directeur général d'Agri Éthique, démarche initiée en Vendée dans la filière blé, en 2013, qui est en train d'essaimer dans d'autres régions. Il y avait une multiplicité des démarches isolées. Cela s'est progressivement fédéré pour déboucher sur un logo officiel. Et aujourd'hui, tous les consommateurs s'y fient. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Mais derrière la question d'un label unique, c'est surtout la valorisation des produits qui agite tous les acteurs. Avec le risque d'une polarisation du marché entre aliments très qualitatifs et produits bas de gamme, voire d'une focalisation pure et simple sur le haut de gamme. En attendant une hypothétique TVA spécifique que certains réclament pour réduire le prix des produits équitables, la filière bio est au centre de ce nouveau jeu. « À l'instar de Biocoop, qui dès 2000, a créé une gamme de produits solidaires, les pionniers du bio ont compris très vite que, s'ils voulaient continuer à croître, ils devaient sécuriser leurs approvisionnements, donc développer des relations équitables avec leurs fournisseurs », rappelle Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France. « Le point commun entre l'équitable et le bio est la notion de confiance, enchaîne Mélanie Savoie, directrice du category management Bjorg & Cie, propriétaire de la marque Alter Eco. Le petit déjeuner l'illustre particulièrement avec ses produits emblématiques. C'est le deuxième segment du bio, à 337 millions d'euros. »

La crise du lait : un révélateur

Ces ratios, toutefois, reposent encore beaucoup sur la génération « primaire » de produits équitables, issus des filières internationales, qui pèsent 69 % des ventes. La nouvelle génération, d'origine française, progresse, elle, dans tous les circuits. Et elle n'émane plus forcément des tout petits acteurs. Le lait est emblématique de ce phénomène. Des vaches nourries sans OGM, en pâture cent cinquante à deux cents jours par an, le respect du bien-être animal avec une formation des éleveurs et une meilleure rémunération de l'ensemble des producteurs... Tous ces objectifs figurent au cahier des charges des nouveaux laits, dits de pâturage, lancés par Lactel (L'Appel des Prés) et Candia (Les Laitiers responsables). Le litre de lait est vendu 1 € en magasin, soit 13 centimes de plus qu'un litre de lait conventionnel. Chez Candia, « chacun des 20 000 éleveurs de la coopérative en profite et se voit reverser 6 centimes supplémentaires par litre vendu », souligne Gérald Saada, directeur marketing et développement. À quoi il faut ajouter une prime de 1,5 centime « afin de compenser les coûts liés au cahier des charges ». L'ambition de la coopérative Sodiaal est d'atteindre 200 millions de litres par an d'ici à fin 2020, soit l'équivalent du lait bio, et de fédérer les filières parallèles. « En tant que leader, nous investissons beaucoup pour faire du lait de pâturage le standard de demain. Ce n'est ni une démarche de niche, ni un marketing de marque », assure Gérald Saada.

Ce discours chevaleresque des grandes marques fait sourire – jaune – Jean-Luc Pruvot, le président de Faire France. Cette association de 500 producteurs laitiers indépendants s'est fait copieusement railler lorsqu'elle a lancé le mouvement en 2009 après la « grève du lait ». Aujourd'hui, sa marque rapporte 45 centimes par litre aux éleveurs et est largement référencée par la grande distribution. « C'est un lait politique. Notre prix n'est pas négociable. Nous avons fait changer les choses et nous sommes fiers aujourd'hui d'être félicités par les consommateurs lorsque nous allons les voir dans les magasins où nous faisons plus de 1 000 animations par an. »

La grande distribution a en effet pris la mesure du changement, à l'instar de Lidl, qui reverse aux éleveurs 3 centimes par litre de lait Envia vendu, ou d'Intermarché, qui détaille carrément sur ses briques Les Éleveurs vous disent merci la répartition du prix : « Vendue 0,88 €, dont 0,44 € sont reversés aux éleveurs ».

Le lait a donné le la. Dans la foulée, le blé a beaucoup interrogé ses acteurs en 2016. Deuxième céréale la plus produite au monde, la France étant le premier producteur de l'Union européenne et le cinquième mondial, le blé sert principalement à fabriquer la farine, donc le pain. Soumis aux caprices de la météo et aux cours des matières premières régis à Chicago,

Tous droits réservés à l'éditeur

les producteurs et les meuniers se sont, eux aussi, mobilisés, en vue de ramener la problématique au niveau local et de retrouver une relative autonomie. Les industriels ne sont pas restés sourds à ces réflexions.

Le pain, des engagements à grande échelle

Leader du marché du pain industriel et troisième acheteur de blé tendre en France, avec près de 145 000 tonnes par an, Barilla a ainsi lancé une filière de blé français « responsable » pour sa marque Harrys, qui concerne 30 000 tonnes pour la récolte 2018 et tous ses achats de blé meunier à terme, en 2021. Il a défini un cahier des charges avec les autres acteurs de la filière pour établir trois niveaux d'engagement pour les agriculteurs, avec des pratiques et rémunérations croissantes. « Cela fait deux ans que nous travaillons sur ce projet, raconte Marion Kalfon, responsable marketing chargée de la filière blé, avec l'aide d'experts, de l'Inra, d'ingénieurs et du bureau Veritas. » La charte, fondée sur la norme NF B 30 001, a été contractualisée avec tous les acteurs de la filière. « L'idée est d'être dans une démarche de progrès continu, avec des engagements flexibles pour les agriculteurs sur un à trois ans. Cela leur assure un revenu indépendant des cours du blé. »

Le système améliore la traçabilité car, chez les stockeurs et chez les meuniers, des silos sont dédiés à Harrys, afin d'éviter tout mélange. « La prime, le contrat pluriannuel, la traçabilité... C'est important, résume Fabien Guillot, directeur des achats filière blé. Mais ce qui m'a marqué, ce sont les liens que nous avons noués à travers la filière. Cela donne du sens au travail de l'agriculteur, qui ne se contente pas de faire pousser du blé. Il sait qu'il sera mangé au petit déjeuner par les familles françaises. »

Plus discrète, mais tout aussi engagée, La Boulangère a initié sa démarche avec sa première gamme de pains bio dès 2001, rappelle Frédérique Fillon-Soullard, chef de groupe marketing, avant de participer à la création d'Agri Éthique en 2012. Avec l'objectif de favoriser la pérennité des filières locales. Depuis 2016, le logo Agri Éthique est présent sur les produits des gammes issues de l'agriculture conventionnelle pour expliquer cette démarche de commerce équitable.

Cette « humanisation » de la filière, la marque Jacquet est aussi en train d'y contribuer, en rappelant son ancrage agricole français depuis cent trente ans et son appartenance à la coopérative auvergnate Limagrain. Un nouveau slogan, J'aime, ils sèment, ainsi qu'une identité graphique illustrée de champs, d'épis, d'un tracteur et d'un drapeau français, sont apparus sur ses packagings. « Grâce à notre organisation en filière courte "du grain au pain", nous avons la possibilité de remonter jusqu'aux agriculteurs qui ont cultivé le blé, se félicite Ilfynn Lagarde, responsable marketing Jacquet Brossard. La valeur payée par le consommateur profite plus à l'agriculteur. Notre charte comporte aussi des engagements de biodiversité et de bonnes pratiques.»

Les céréales, du bio pour tous

Et pourquoi ces pratiques ne fonctionneraient-elles pas pour toutes les céréales ? Pour l'instant, dans cette catégorie qui contribue à 12,5 % de la valeur du rayon, les acteurs se concentrent plutôt sur l'amélioration nutritionnelle de leurs recettes. Pour remettre en selle ce marché baissier, le poids lourd du rayon, Kellogg's, mise sur son plan Better Starts, une diminution des niveaux de sucre et de sel, déjà déployé aux États-Unis et au Royaume-Uni et qui sera lancé en France à la rentrée.

Tous droits réservés à l'éditeur

Nestlé Céréales France va plus loin avec sa démarche Préférence qui, depuis 2016, associe à l'amélioration qualitative des produits un objectif de « durabilité de l'agriculture ». Ce programme porte aussi bien sur la fertilité des sols et la qualité de l'eau que sur la biodiversité et la traçabilité. Il engage 30 producteurs qui livrent leur blé à Itancourt (02) et Rumilly (74) et la multinationale ambitionne de « passer de 5 % de ses besoins en blé complet couverts par la démarche Préférence, en 2017, à 50 % en 2020 et 100 % en 2026 ». En février, lors du Salon de l'agriculture, Richard Girardot, encore président de Nestlé France, avait annoncé un soutien financier au fonds de dotation du syndicat de jeunes agriculteurs Terres innovantes, dont la vocation est de renforcer la proximité entre les consommateurs et les producteurs en transition agroécologique : « Grâce à ce fonds, nous pourrons participer à une démarche à 360°, en partant de la terre, des acteurs qui la cultivent et la préservent, de la qualité des matières premières pour aller jusqu'aux produits que nous commercialisons. »

La démarche est plus méritante encore pour des entreprises plus modestes, telle Céréco, une PME d'Ille-et-Vilaine rachetée il y a un an par le laitier voisin Triballat Noyal, qui est en train de développer rapidement son implantation en GMS. Elle aussi propose les inévitables mueslis bio, mais elle a surtout concrétisé, en début d'année, un certain nombre de bonnes pratiques par l'obtention du label Entrepreneurs + engagés. Céréco donne la possibilité à 90 producteurs de lait bio de se diversifier dans de petites cultures céréalières. « Au-delà du développement durable, c'est une démarche générale de progrès RSE », souligne Florian Serrand, chef de produits terres et céréales.

Même les tartinables deviennent « clean »

Dans le Lot-et-Garonne, Lucien Georgelin participe lui aussi au développement du territoire en menant sa diversification. Après le rachat du fabricant de céréales Eurocer en 2017, l'ancien agriculteur s'apprête à lancer une gamme de céréales cultivées et transformées localement. Son partenaire, Jean-Christophe Chassaigne, a quitté la grande distribution pour l'agriculture en 2010. À la tête d'Alliance bio, il vient d'investir plus de 4 millions d'euros pour transformer ses céréales sur place avec des meules en pierre à l'ancienne. « Il faut pouvoir répondre à la grande distribution, qui a du mal à trouver ce type de filière avec des volumes suffisants et réguliers, explique-t-il. Nous avons mis les moyens, notamment avec une démarche de qualité et d'hygiène. Lucien a la volonté de mettre en avant la production locale, ses produits sont reconnus pour leur qualité et il les diffuse partout. »

Il faut dire que l'ancien agriculteur se démène pour revaloriser la production du Sud-Ouest et nouer des partenariats régionaux. Pour ses confitures au chaudron, qui font encore et toujours sa renommée, il recherche toujours plus de typicité. Après la myrtille du Sud-Ouest, les abricots du Roussillon, les prunes d'Agen, les figues de Provence, mais aussi la banane-vanille de la Réunion, il a fait pousser avec un producteur voisin des plants de fraises bio spécifiques pour ses confitures. « Nous allons de plus en plus développer cela, par exemple sur les pêches de vigne. Il faut à la fois des variétés uniques en termes de goûts et très productives pour assurer des volumes pour nos clients. Aujourd'hui, la distribution adhère à nos raisonnements : pour avoir des produits de qualité dans la durée, le producteur doit être payé au juste prix. » Même principe pour les nouveaux miels Lucien Georgelin, qu'il veut « typés et sans mélange », si possible avec des origines.

Encore que cette question d'origine, pour le miel, est un mauvais débat, s'efforce d'expliquer Vincent Michaud. Le PDG de Michaud Apiculteurs se bat pour développer ce secteur en France, dont la production en chute suffit à peine à couvrir un tiers d'une demande en forte croissance. Mais, pour lui, il ne faut pas se tromper de combat. « La qualité du miel n'est pas

Tous droits réservés à l'éditeur

liée à son origine : ce sont les pratiques apicoles, l'environnement dans lequel sont placées les ruches, potentiellement exposées à des pesticides et à des pollutions, ou encore la maîtrise des traitements dans la ruche qui conditionnent sa pureté. » Avec l'association Lune de Miel, qu'il a créée avec d'autres producteurs, Vincent Michaud prône en réalité le contrôle rigoureux de tous les miels, quelle que soit leur origine, par des analyses RMN, seules à même, selon lui, de prouver leur conformité.

Les jus de fruits, une filière complexe

L'origine fait aussi partie des problématiques des jus de fruits, puisque, contrairement au lait ou aux produits végétaux, la France produit peu de fruits à jus. La pomme fait exception, d'où l'empressement des acteurs écoresponsables autour du fruit défendu : C'est qui le patron ?!, Paysans d'ici (Ethiquable) et les marques propres des distributeurs partenaires soutiennent tous la filière ANPP (vergers écoresponsables), des pommes cueillies à maturité et aux traitements phytosanitaires limités. Cidou est la première marque nationale de la catégorie à s'être lancée sur ce créneau, rappelle Emmanuel Vasseneix, le président de LSDH, qui conditionne ces produits ainsi que tous les laits équitables. « Nous avons ce type de démarche autour de l'ananas bio au Bénin et au Costa Rica et nous sommes en train de construire une filière IGP Valence, en Espagne, autour de l'orange et de la clémentine. » L'engagement humaniste de LSDH ne s'arrête pas là, la laiterie est en train de créer des filières d'extraction de jus végétaux pour rapatrier les sourcings de soja, d'avoine, d'amande ou quinoa.

Le café, pionnier de l'équitable

On le voit, de plus en plus de filières commencent à s'organiser, inspirées du modèle initié dans le café. Catégorie pionnière dans l'émergence du commerce équitable, le café reste plus dynamique que jamais sur ce créneau. On le mesure, par exemple, par la progression impressionnante de la marque suisse Café royal en France, passée de 0 à 50 millions d'euros de CA en trois ans, avec ses produits bio et équitables, labellisés Fairtrade Max Havelaar ou UTZ. Elle atteint notamment 11,3 % de part de marché sur les capsules compatibles Nespresso. C'est dans une vallée du Honduras que 300 récoltants locaux ont produit l'arabica La Laguna, un « single estate » lancé en avril. « Notre société mère, Migros, qui possède le torréfacteur Délica, a participé à la création du label UTZ. 100 % de nos produits respectent cette norme. Le programme UTZ permet aux agriculteurs d'améliorer leurs récoltes, leurs revenus ainsi que leurs perspectives, tout en préservant les ressources naturelles. Des conditions de travail réglementées offrent aux familles une meilleure protection sociale », explique Alain Hohwiller, le DG de la filiale française.

Initiateur de ce type de démarche dès 1992, après sa rencontre avec le père Francesco Van der Hoff, cofondateur du label Max Havelaar, Jean-Pierre Blanc, DG de Malongo, observe avec sagesse la frénésie actuelle autour de l'équitable et se félicite de l'application imminente de la réglementation. « La demande des Français attise beaucoup de convoitises, mais ceux qui essayeront de contourner les règles avec des mentions fantaisistes ne feront pas long feu. Le consommateur n'est pas dupe. Qu'il soit sud-nord ou nord-nord, le commerce équitable ne s'improvise pas. En contrepartie du travail que fournissent des producteurs pour se structurer et améliorer leur production, ils touchent une rémunération qui est juste. Ce n'est pas de la charité ni une utopie faite pour rasséréner nos consciences. »

Boissons chaudes

Tous droits réservés à l'éditeur

- **Café torréfié et en dosettes**
  - 2,28 Milliards d'euros Le CA des cafés torréfiés, aromatisés et en dosettes, à + 6,5 % (+ 0,1 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20 .05.2018
  - 213 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 6,3 % vs 2016
  - 3 % : le poids du bio en valeur, + 0,2 point
  - 87,90 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon par an
  - 13,5 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Thés**
  - 258,7 Millions d'euros Le chiffre d'affaires du thé, à - 1,4 % (- 1,9 % en volume)
  Source: Nielsen, HM+SM +proxi+drive+SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 78 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 6,3 % vs 2016
  - 9,6% : le poids du bio en valeur, + 0,2 point
  - 17,80 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon en 2017
  - 5,4 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon par an
  Source : Nielsen book France 2017

Crémerie

- **Lait**
  - 2,1 Milliards d'euros Le chiffre d'affaires du lait longue conservation, + 0,8 % (+ 1,2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 90 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,6 % vs 2016
  - 12,4 % : le poids du bio en valeur, - 0,2 point
  - 68,30 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 17,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Beurre**
  - 1,27 Milliard d'euros : le chiffre d'affaires du beurre, à + 12,6 % (- 2,4 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 58 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), - 2,9 % vs 2016
  - 4,9 % : le poids du bio en valeur, + 0,4 point
  - 43,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 16,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Panification

- **Fraîche**
  - 733,4 Millions d'euros : le chiffre d'affaires de la panification fraîche, à + 3,1 % (+ 2,7 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 81 références en moyenne dans la catégorie (HM +SM), + 4,7 % vs 2016
  - 3,9 % : le poids du bio en valeur, + 0,6 point
  - 27,30 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 16 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tous droits réservés à l'éditeur

- **Viennoiserie**
  - 961,43 Millions d'euros Le chiffre d'affaires de la viennoiserie, à + 1,3 % en valeur (- 2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 71 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,1 % vs 2016
  - 1,8% : le poids du bio en valeur, + 0,5 point
  - 41,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 15,2 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Céréales

- 661,1 Millions d'euros Le chiffre d'affaires des céréales, à - 1 % (- 1,3 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
- 105 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,1 % vs 2016
- 9,4 % : le poids du bio en valeur, + 2,5 points
- 33,70 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
- 9 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tartinables

- **Pâte à tartiner**
  - 460,9 Millions d'euros : le chiffre d'affaires des pâtes à tartiner, à + 6,1 % (+ 3,5 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 24 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 15,8 % vs 2016
  - 8,7 % : le poids du bio en valeur, + 2,5 points
  - 23,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 5,7 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017
- **Confitures**
  - 369,7 Millions d'euros : le chiffre d'affaires des confitures, à + 0,1 % (- 2,5 % en volume)
  Source : Nielsen, circuits HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 108 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 1,1 % vs 2016
  - 8,8% : le poids du bio en valeur, + 1,7 point
  Source : Nielsen book France 2017
  - 16,70 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 7,1 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
- **Miel**
  - 216,1 Millions d'euros : le chiffre d'affaires du miel, à + 1,4 % (+ 2 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
  - 34 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 5,5 % vs 2016
  - 13,5% : le poids du bio en valeur, + 2,7 points
  Source : Nielsen book France 2017
  - 16,80 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
  - 3,2 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an

Jus de fruits

Tous droits réservés à l'éditeur

- 1,53 Milliard d'euros : le chiffre d'affaires des jus de fruits ambiants, à + 0,5 % (- 2,9 % en volume)
  Source : Nielsen, HM + SM + proxi + drive + SDMP, en CAM au 20.05.2018
- 155 références en moyenne dans la catégorie (HM + SM), + 2,2 % vs 2016
- 11,5 % : le poids du bio en valeur, + 2,4 points
- 54,10 € : la somme moyenne dépensée par acheteur dans ce rayon, par an
- 14,3 : le nombre d'occasions d'achat dans ce rayon, par an
  Source : Nielsen book France 2017

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:14:15
Journaliste : Nathalie TIERS

fougeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 196

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:07:24
Journaliste : Nathalie TIERS

poitiers.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 210

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:14:14
Journaliste : Nathalie TIERS

saint-brieuc.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 202

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

saint-brieuc.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 202

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:16:35
Journaliste : Nathalie TIERS.

douai.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 191

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:25:44
Journaliste : Nathalie TIERS

labaule.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 195

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.
En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique **Ludovic Brindejonc**, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:41:08
Journaliste : Nathalie TIERS

lemans.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 229

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

lemans.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 229

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:39:10
Journaliste : Nathalie TIERS

larochesuryon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 195

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

larochesuryon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 195

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:39:34
Journaliste : Nathalie TIERS

grasse.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 333

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

grasse.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 333

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:41:02
Journaliste : Nathalie TIERS

redon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 178

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

redon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 178

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:15:06
Journaliste : Nathalie TIERS

roubaix.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 207

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:15:34
Journaliste : Nathalie TIERS.

lille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 220

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

lille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 220

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:15:49
Journaliste : Nathalie TIERS

valenciennes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 213

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:25:32
Journaliste : Nathalie TIERS

moulins.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 209

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.
En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique **Ludovic Brindejonc**, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:32:59
Journaliste : Nathalie TIERS

lessablesdolonne.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 191

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:40:57
Journaliste : Nathalie TIERS

vitre.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 194

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:43:09
Journaliste : Nathalie TIERS

arras.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 211

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:27:13
Journaliste : Nathalie TIERS

nantes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 241

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.
En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique **Ludovic Brindejonc**, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:38:57
Journaliste : Nathalie TIERS

nice.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 345

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

nice.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 345

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:43:07
Journaliste : Nathalie TIERS.

lille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 220

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau

La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:09:16
Journaliste : Nathalie TIERS

toulon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 210

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:16:38
Journaliste : Nathalie TIERS

menton.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 193

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:18:49
Journaliste : Nathalie TIERS.

blois.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 212

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:19:10
Journaliste : Nathalie TIERS.

cagnes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 196

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:22:03
Journaliste : Nathalie TIERS

brignoles.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 207

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique **Ludovic Brindejonc**, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:10:33
Journaliste : Nathalie TIERS

cherbourg.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 177

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:24:59
Journaliste : Nathalie TIERS

lorient.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 200

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable **Agri-éthique**. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:25:01
Journaliste : Nathalie TIERS

angers.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 227

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable **Agri-éthique**. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:30:04
Journaliste : Nathalie TIERS

niort.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 217

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau

La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable **Agri-éthique**. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:19:40
Journaliste : Nathalie TIERS

cagnes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 196

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:20:59
Journaliste : Nathalie TIERS

laseyne.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 207

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:22:22
Journaliste : Nathalie TIERS

marseille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 182

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:34:19

maville

quimper.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 213

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:11:22
Journaliste : Nathalie TIERS

lannion-perros.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 175

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

tourcoing.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 209

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:37:56
Journaliste : Nathalie TIERS

frejus-saintraphael.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 192

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:46:03
Journaliste : Nathalie TIERS.

alencon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 206

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Visuel indisponible
En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

draguignan.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 198

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:38:17
Journaliste : Nathalie TIERS

brest.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 211

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:48:00
Journaliste : Nathalie TIERS.

cannes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 200

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau

La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 11:44:11
Journaliste : Nathalie TIERS

hyeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 213

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau

La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 12:07:24
Journaliste : Nathalie TIERS.

cholet.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 175

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:37:30
Journaliste : Nathalie TIERS

saint-malo.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 170

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:56:45
Journaliste : Nathalie TIERS

caen.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 221

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:55:41
Journaliste : Nathalie TIERS

pontivy.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 200

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:24:12
Journaliste : Nathalie TIERS

paris.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 205

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable **Agri-éthique**. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:25:25
Journaliste : Nathalie TIERS

vannes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 207

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable **Agri-éthique**. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:51:11
Journaliste : Nathalie TIERS

trouville-deauville.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 182

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé **Agri-éthique.** La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:22:29
Journaliste : Nathalie TIERS

granville.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 203

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 12:01:47
Journaliste : Nathalie Tiers

guingamp.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 201

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 12:03:47
Journaliste : Nathalie TIERS

laval.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 193

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

Date : 29/06/2018
Heure : 12:13:48
Journaliste : Nathalie TIERS.

dinan.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 192

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

#

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Tous droits réservés à l'éditeur

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:52:33
Journaliste : Nathalie TIERS.

rennes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 197

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Visuel: indisponible

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 11:48:22
Journaliste : Nathalie TIERS

dunkerque.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 196

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Visuel: indisponible

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

bethune.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 168

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Visuel: indisponible

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. « Je n'imagine pas élever ces animaux autrement, affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. » Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans
Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. « Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France, indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. « Le commerce équitable a un cadre réglementaire, souligne Ludovic Brindejonc. Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. « Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, » précise Dominique Mainard.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 12:13:09
Journaliste : Nathalie TIERS

saint-lo.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 179

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 12:13:10
Journaliste : Nathalie TIERS

saint-nazaire.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 180

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air.© Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.
Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé
Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Nathalie TIERS. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 29/06/2018
Heure : 18:23:32
Journaliste : Nathalie TIERS

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 230

Visualiser l'article

Du porc de plein air équitable pour les éleveurs

Dominique Mainard n'imagine pas élever ses porcs autrement qu'en plein air. | Nathalie Tiers.

En Vendée, une vingtaine de producteurs élèvent des cochons Label Rouge en plein air vendus selon les critères du commerce équitable.

Les cochons de Dominique Mainard sont de rares privilégiés. Ils naissent et gambadent toute l'année dans de vertes prairies, se réfugiant quand ils le souhaitent dans des cabanes en bois. **« Je n'imagine pas élever ces animaux autrement,** affirme le président des éleveurs de porc fermier de Vendée en plein air. **Bien sûr, cela implique de travailler à l'extérieur même l'hiver, mais j'apprécie de ne pas avoir de bâtiment à nettoyer. »** Ce qui signifie aussi que le problème de l'épandage de lisier ne se pose pas. Mais le cheptel occupe tout de même une centaine d'hectares, auxquels s'ajoutent une quinzaine d'autres pour la production de blé.

Une goutte d'eau
La filière regroupe vingt producteurs et commercialise 20 000 têtes par an. Une goutte d'eau face aux 25 millions de porcs produits chaque année en France. Un million d'entre eux obtiennent le Label Rouge, parmi lesquels seulement 100 000 vivent en liberté en Vendée, en Auvergne ou dans le Sud-Ouest.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ce mode d'élevage a été reconnu par l'ONG internationale CIWF (Compassion in world farming) comme étant respectueux du bien-être animal. Le porc bio représente quant à lui 115 000 bêtes en 2017, mais n'implique pas forcément un élevage en plein air.

Contrats de trois ans

Désormais, le porc fermier de Vendée revendique aussi le respect du bien-être de l'éleveur, grâce au label de commerce équitable Agri-éthique. Celui-ci est apposé sur tous les produits découpés et transformés par les sociétés Tradition de Vendée à La Boissière-des-Landes et Covia à Challans, les deux acheteurs de la filière.

Créé en 2013 par la Coopérative agricole Cavac en réponse à la volatilité des prix des matières premières agricoles, ce label s'est construit sur la base de contrats de trois ans - avec un prix fixe pour le blé - entre la coopérative et ses adhérents.

Aujourd'hui, 600 boulangeries vendent du pain issu de 55 000 tonnes de blé Agri-éthique. La démarche s'est également élargie au blé noir, aux oeufs, au lait d'une petite coopérative des Alpes du sud. Les volailles de chair devraient emboîter le pas aux cochons. **« Le commerce équitable génère un milliard de chiffre d'affaires dans l'Hexagone, dont 30 % d'origine France,** indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique. **Nous représentons la moitié de ce commerce équitable avec les producteurs français. »**

La viande indexée sur le blé

Le prix de vente du porc fermier de Vendée est actuellement d'1,83 €/kg quand le marché au cadran affiche 1,20 €. Il est indexé sur le coût des céréales, dont la place est prépondérante dans l'alimentation des animaux et donc dans le coût de production. Celui-ci s'élève à 1,60 €/kg, soit 30 centimes de plus qu'en porc standard. **« Le commerce équitable a un cadre réglementaire,** souligne Ludovic Brindejonc. **Nous apportons au consommateur des garanties de juste prix et de respect de l'environnement. »**

Elles s'ajoutent à celle de la qualité, puisque le porc fermier de Vendée respecte le cahier des charges Label Rouge imposant un âge minimal à l'abattage de 182 jours. **« Dans les faits, nous sommes plutôt entre 200 et 210 jours, »** précise Dominique Mainard.

Tous droits réservés à l'éditeur

LES MARCHES HEBDO
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 06 JUIL 18
Page de l'article : p.7
Journaliste : Nathalie Marchand

Une première filière porcine labellisée Agri-Éthique

La Cavac, Covia et Tradition de Vendée se sont engagés dans des contrats tripartites pour assurer un prix rémunérateur aux producteurs.

Depuis quelques jours, les premiers produits labellisés Agri-Éthique, issus de la filière porcine porc fermier de Vendée, label Rouge et IGP, arrivent dans les rayons de Vendée et de la région parisienne. *« Il s'agit de la première viande équitable »*, se félicite Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. La filière est basée sur des contrats tripartites impliquant quatorze éleveurs du groupement porc de la Cavac, les entreprises Tradition de Vendée, qui produit essentiellement de la charcuterie, et la Covia, coopérative commercialisant surtout de la viande fraîche. Les 17 000 porcs, prévus par an, sont abattus en prestation de service sur le site Socopa à Celles-sur-Belle (79), puis transformés à 60 % à la Covia et à 40 % à Tradition de Vendée. *« Un prix rémunérateur, déconnecté du cadran, établi en fonction du prix de l'aliment »* est assuré aux producteurs, selon Ludovic Brindejonc. Ainsi, alors que le prix du porc tourne autour de 1,15 €/kg au MPB, le prix fixé pour le porc fermier plein air de Vendée est actuellement de 1,83 €/kg. Le prix est revu tous les six mois, et l'engagement en volume est contractualisé sur trois ans.

DR

> 17 000 porcs par an sont transformés par la Covia (60 %) et Tradition Vendée (40 %).

173 millions d'euros de chiffre d'affaires ont été générés en 2017 sous le label Agri-Éthique, qui, lancé dans les céréales, compte aussi une filière fromage et œuf d'industrie. *« On aimerait se développer vers la volaille de chair d'ici à la fin de l'année »*, confie Ludovic Brindejonc. Une référence œuf coquille pourrait aussi bientôt voir le jour. Le directeur général d'Agri-Éthique avoue toujours chercher à monter une filière beurre équitable. Sur le porc, Agri-Éthique pourrait se développer vers l'Auvergne ou le Sud-Ouest où d'autres filières porc fermier existent déjà.

Nathalie Marchand

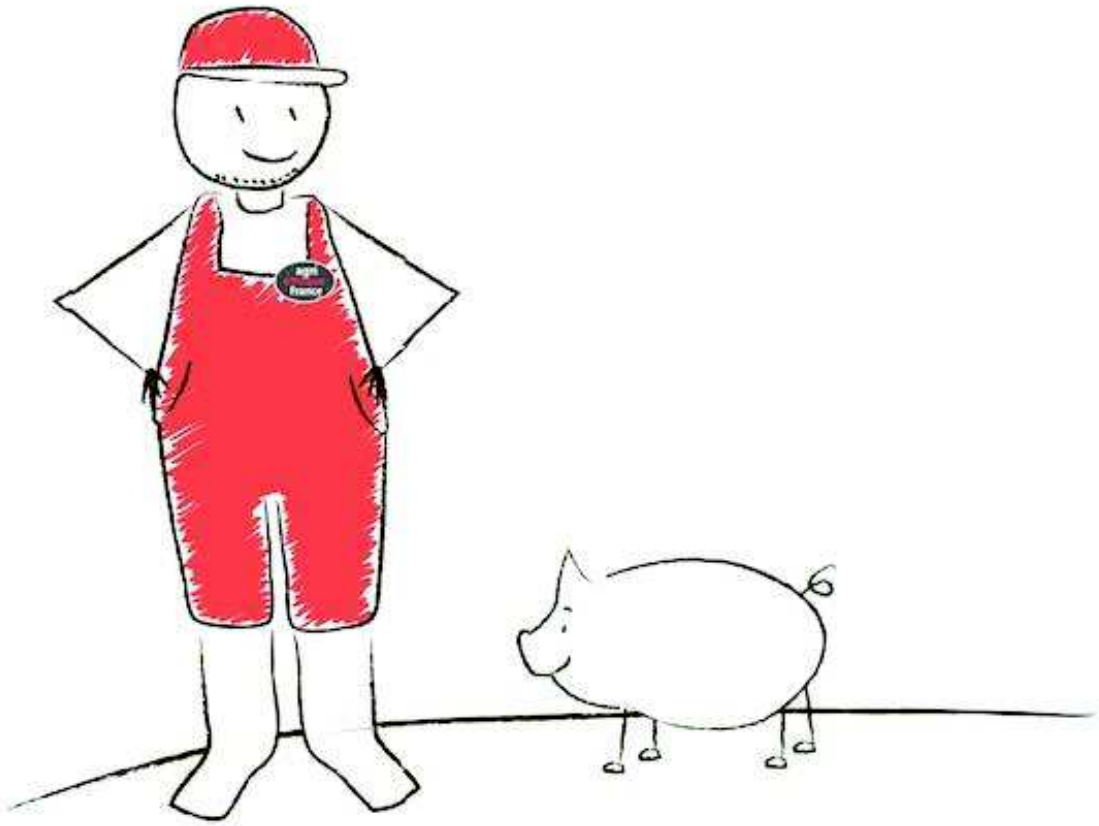
Tous droits réservés à l'éditeur

www.agro-media.fr
Pays : France
Dynamisme : 8

Visualiser l'article

Lancement de la 1re filière équitable de viande française - Agro Media

Précurseur en matière de commerce équitable Origine France, et conscient des problématiques et des conséquences de la volatilité des prix des matières premières sur le marché agricole, Agri-Éthique po...



Agri-Éthique prévoit de poursuivre son développement
sur d'autres filières comme les œufs coquilles,
le sel, les filières bovines, volailles...

Précurseur en matière de commerce équitable Origine France, et conscient des problématiques et des conséquences de la volatilité des prix des matières premières sur le marché agricole, Agri-Éthique pose aujourd'hui son label sur l'ensemble des porcs fermiers de Vendée, élevés en plein air.
Le pacte Agri-Éthique viande se base comme à chaque fois sur des accords tripartites visant à établir des relations commerciales équilibrées et garantissant des prix rémunérateurs.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les coûts de production sont un des éléments majeurs pris en compte pour fixer de manière collective le prix rémunérateur adapté à chaque filière et à chaque région.
Ainsi pour cette filière porcine qui voit le jour en Vendée, on compte dans les partenaires 19 sites d'élevage, 14 éleveurs et les entreprises Tradition de Vendée et Covia, ainsi que l'ODG Vendée Qualité détenteur des Cahiers des charges.
Un pacte qui garde toujours les mêmes objectifs : remettre les agriculteurs au centre du débat avec une rémunération qui doit valoriser leur savoir-faire, leur permettant de vivre de leur travail et de maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière !
Cette filière porcine : Porc Fermier de Vendée, élevé en plein air, Label Rouge, IGP et Agri-Éthique comptera 17 000 porcs labéllisés Agri-Éthique par an. Agri-Éthique prévoit de poursuivre son développement
sur de nouvelles régions, mais aussi sur d'autres filières comme les œufs coquilles,
le sel, les filières bovines, volailles… Une ambition qui se veut réaliste au vu des derniers chiffres du commerce équitable « Origine France » : une croissance de +18% confirmant ainsi l'importance que les français accordent à la juste rémunération des producteurs.

Tous droits réservés à l'éditeur

CITATIONS AGRI-ÉTHIQUE

10 JUILLET 2018

SOMMAIRE

LE BIEN PUBLIC (28 SEPT 17)	Le bio dans les cantines ? Cela commence par le pain	5
NOUVELLES DE LA BOULANGERIE PATISSERIE (15 OCT 17)	DES BOULES ET DES SAVEURS	7
REUSSIR LA VENDEE AGRICOLE (13 OCT 17)	Les États généraux de l'alimentation déclinés aux Herbiers	8
VOIX DU JURA (26 OCT/02 NOV 17)	CHAMPAGNOLE, LE 19 OCTOBRE	9
REUSSIR LA VENDEE AGRICOLE (17 NOV 17)	Des débuts prometteurs	10
REUSSIR AGRI 79 (17 NOV 17)	Un envol prometteur pour le groupement volailles	11
www.saint-herblain.fr (23 novembre 2017)	Commerce équitable : soirée débat et témoins locaux	12
PRESSE OCEAN (25 NOV 17)	L'expérience du commerce équitable	13
www.saint-herblain.fr (26 novembre 2017)	Le commerce équitable appliqué aux échanges Nord / Nord	14
www.depeche.fr (27 novembre 2017)	La durabilité des filières céréalières passe par la contractualisation	15
LETTRE REFERENCE APPRO.COM (04 DEC 17)	Chez Terre Atlantique (17), la production de semences repart à la hausse	16
AGRA PRESSE HEBDO (11 DEC 17)	Dans son plan de filière, le secteur céréalier mise sur l'innovation	17
L'EURE AGRICOLE ET RURALE (14 DEC 17)	Plan de filière : le secteur céréalier mise sur l'innovation	19
LE REPUBLICAIN (14 DEC 17)	Résultats en berne à la coopé	21
LA VIE AGRICOLE DE LA MEUSE (15 DEC 17)	Miser sur l'innovation	22
LA MOSELLE AGRICOLE (15 DEC 17)	Miser sur l'innovation	23
ACTUALITES AGRICOLES (15 DEC 17)	Actualités Agricoles	24
L'EXPLOITANT AGRICOLE DE SAONE ET LOIRE (22 DEC 17)	Alliance, valorisation et innovations	27

JA MAG (JAN 18)	LES INTERPROS PRÉPARENT L'AVENIR	31
www.usinenouvelle.com (6 février 2018)	Comment Intermarché veut concurrencer "C'est qui le patron ?!"	32
L'HEBDO DE SEVRE ET MAINE (08 FEV 18)	A Vertou, le boulanger militant y croit toujours	35
FILIERES AVICOLES (FEV 18)	Volinéo tient ses promesses...	36
LA DEPECHE LE PETIT MEUNIER (13 FEV 18)	La rémunération des agriculteurs s'invite au salon Europain	39
www.pleinchamp.com (25 février 2018)	[Les débats de Pleinchamp] Coûts de production : finis les coups ?	40
MIDI LIBRE (26 FEV 18)	Un pain complet bio doré au-delà du four	41
LE PAYSAN VIGNERON (DEC 17)	La Coopérative de Matha mise sur la diversification	42
painrisien.com (26 février 2018)	Une époque formidable	49
LA RENAISSANCE LOCHOISE (14/20 MARS 18)	La Renaissance Lochoise arrive à Saint-Senoch	86
OUEST FRANCE (28 MARS 18)	En ville, la monnaie locale chemine à tout petits pas	87
LE DAUPHINE LIBERE (13 AVRIL 18)	Calvaire-Hugo : La boulangerie “L'Artisan” porte bien son nom	88
BETTERAVIER FRANCAIS (24 AVRIL 18)	Les filières qualité en pleine croissance	89
tokster.com (4 mai 2018)	Encore plus de commerce équitable	90
LA FRANCE AGRICOLE (11 MAI 18)	Le commerce équitable gagne du terrain	93
www.europe1.fr (11 mai 2018)	Commerce équitable : un tiers du marché concerne aujourd'hui des produits Made in France	94
www.europe1.fr (12 mai 2018)	Si le commerce équitable progresse autant, c'est grâce au Made In France !	96
L'YONNE REPUBLICAINE (15 MAI 18)	Le commerce équitable perdu dans les labels	97
www.lyonne.fr (16 mai 2018)	Bio, local ou équitable... Voici comment s'y retrouver	99
LE DAUPHINE LIBERE (12 JUIN 18)	Sans Titre	101

LE BIEN PUBLIC
Périodicité : Quotidien
OJD : 41953
Edition : Beaune

Date : 28 SEPT 17
Journaliste : Inès de la Grange

ACTU DIJON

DIJON ET LONGVIC CONSOMMATION

Le bio dans les cantines ? Cela commence par le pain

■ **Le site de production longvicien comporte cinq pétrins.** Photo Inès DE LA GRANGE

■ **Sept quintaux de pain sont destinés aux collectivités.** Photo Inès DE LA GRANGE

Tous droits réservés à l'éditeur

LE BIEN PUBLIC
Périodicité : Quotidien
OJD : 41953
Edition : Beaune

Date : 28 SEPT 17
Journaliste : Inès de la Grange

Cela fait sept ans que le pain servi dans les cantines dijonnaises est cent pour cent bio et local. Les quelque deux mille pièces par jour sont fabriquées à Longvic, au sein de l'usine de la Maison Roger.

Depuis 2005, la Maison Roger fournit les écoles dijonnaises en pain. Depuis 2010, il est cent pour cent bio et local puisque la farine provient du moulin Decollogne à Aiserey. Une production qui représente sept quintaux, soit deux mille pièces quotidiennes les jours ouvrables scolaires. À cette occasion, le réseau Un plus bio, qui œuvre pour proposer davantage de produits bio dans les cantines, a démarré sa visite de Dijon par le site de production de la Maison Roger à Longvic (lire par ailleurs).

Un tiers de la production destiné aux collectivités

Quarante employés s'affairent ici, de jour comme de nuit, pour fournir aussi bien les vingt-deux magasins que toutes les collectivités partenaires. Au total, trente mille baguettes sortent chaque jour des quatre fours de 15 mètres carrés chacun. On retrouve les écoles de Dijon, des collèges et lycées, quelques maisons de retraites et également le CH La Chartreuse ainsi que les CHU de Dijon et Besançon (Doubs). Depuis le mois d'avril, l'entreprise travaille également pour les cantines des écoles de Besançon. Un approvisionnement qui représente un tiers des ventes totales qu'enregistre la Maison Roger. Le pain commence à cuire à 23 heures pour des premières livraisons à 1 heure. Les magasins sont quant à eux alimentés jusqu'à sept fois par jour. Le site de production réalise aussi les pâtisseries ainsi que la partie traiteur. Depuis l'an dernier, la société a également signé le pacte Blé Agri-Éthique France, qui permet à la boulangerie d'utiliser une farine équitable origine France.

Sur les cent cinquante employés de la marque, quarante travaillent sur le site longvicien. Photo Inès DE LA GRANGE

Bientôt du pain bio en magasin ?

Pour l'instant, le pain bio est uniquement produit pour les collectivités. En revanche, Michel Zanetta, gérant de l'entreprise, nous explique que la boutique de la rue Pasteur devrait prochainement proposer du pain bio. « Nous faisons les tests actuellement au magasin de l'avenue Foch », précise-t-il.

Inès de la Grange

LE CONTEXTE

Depuis novembre, la Ville est adhérente à l'association Un plus bio, qui vise à proposer davantage de produits bio, sains et de proximité dans les restaurants scolaires. Mercredi, dans le cadre de son tour de France des cantines rebelles, Un plus bio faisait étape à Dijon et en profitait, notamment, pour visiter le site où sont fabriqués les quelque deux mille pains qui sont distribués aux restaurants scolaires chaque jour.

En 2016, la part de bio dans les cantines représentait 13,5 % des achats, ce qui signifie que près d'un repas sur deux comporte au moins un produit bio. L'objectif fixé par la Ville de Dijon est d'arriver à 20 % en 2019. Elle a également pour projet d'accroître la fréquence des menus substituant les protéines végétales aux protéines animales et d'intensifier la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie
Périodicité : Bimensuel
OJD : 5495

Date : 15 OCT 17

7E CONCOURS NATIONAL DU MEILLEUR PAIN BIO

DES BOULES ET DES SAVEURS

>> LA RENOMMÉE DU CONCOURS CONTINUE À S'ÉTENDRE SUR TOUT LE TERRITOIRE. CETTE ANNÉE, ILS ONT ÉTÉ 52 CHEFS D'ENTREPRISE OU SALARIÉS À SOUMETTRE LEUR PAIN BIO À LA NOTATION DU JURY. PARMI EUX, 30 EXERÇAIENT EN ILE-DE-FRANCE, 7 EN PAYS DE LOIRE ET 5 EN NORMANDIE. LA HAUTE-MARNE, LA VIENNE ET LES DEUX-SÈVRES ÉTAIENT ÉGALEMENT REPRÉSENTÉES.

Le prix 2017 du meilleur pain Bio a été attribué à Virginie Sizun, boulangère à Caen.

« C'est curieux comme une boule peut prendre une multitude de formes et d'aspects! ». Cette réflexion d'un Boulanger de l'Association Epiphanie, organisatrice du concours, montrait bien la diversité des pains déposés quai d'Anjou le 26 septembre. Pour les participants extérieurs à la Région, ce sont les représentants des meuniers qui avaient collecté au petit matin les pains de leurs « poulains » avant de rejoindre Paris. Un des concurrents, particulièrement motivé, avait même expédié par la poste ses deux boules Bio réglementaires.

« Nous constatons de plus en plus un intérêt pour le Bio, reconnaissait un commercial des minoteries Suire, aussi bien chez nos boulangers que chez les consommateurs. » Une opinion partagée par un Boulanger parisien, venu apporter ses pains et ceux de ses salariés de ses autres boulangeries et qui saluait l'intérêt du concours. « Pour mon équipe, le concours est une occasion de s'entraîner, d'expérimenter de nouvelles choses, de faire mieux dans leur pratique quotidienne. »

IL Y A DU VIVANT À L'INTÉRIEUR!

Le gagnant du concours 2016, Denis Laugeray, boulanger dans l'Eure-et-Loir, était membre de droit du jury et l'expérience lui a plu. « On voit une grande variété parmi les pains présentés, c'est normal car tout dépend de la quantité de levain, du type de farine, et de la maîtrise du boulanger dans tous les paramètres biologiques à prendre en compte. Il y a une recette de pain bio, mais pas de résultat garanti et toujours identique. » Cette difficulté à trouver le juste équilibre entre tous ces éléments était également mise en avant par trois autres membres du jury, jeunes femmes et homme en reconversion professionnelle et en attente d'installation. Alexis Borichowski, adepte des fermentations longues au levain naturel et levures sauvages, faisait remarquer que « le levain de Paris peut vivre de façon différente du levain d'une région... Dans le pain bio, il y a du vivant à l'intérieur, et derrière le pain, il y a un homme ou une femme avec une autre façon de faire... Tout cela explique cette diversité de formes et de saveurs. »

Pour Aurélie Ribay, très attachée aux démarches agri-éthique et développement durable, « il est difficile de comparer car nous ne savons pas quelles farines et quels levains ont été utilisés. Au final, c'est le goût qui peut faire la différence dans notre jugement, même si le bio n'est pas seulement une affaire de goût... ». Christel Régis, qui projette elle aussi d'ouvrir prochainement son entreprise, reconnaît avoir été déroutée au départ par la grande diversité des pains bio qu'elle a goûtés. « Mais finalement, on parvient à distinguer les tendances de chacun. Certains ont même une véritable signature, qui les fait sortir du lot. Au fond, c'est un peu comme pour la grande diversité des fromages de France: autant de lieux, autant de pains... ».

Après trois tours de table pour tous les membres du jury, le cumul des notes rendait son verdict et, quelques heures plus tard, Pascal Barillon pouvait annoncer le palmarès. Le prix 2017 du meilleur pain Bio a été attribué à Virginie Sizun, boulangère à Caen. Cette ville se distingue particulièrement cette année, puisque le 2e du concours, Olivier Gestin, y exerce également son métier de Boulanger.

Tous droits réservés à l'éditeur

la vendée agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 13 OCT 17
Journaliste : MATHILDE VIONNET

EGAlim Martine Leguille-Balloy, députée de la 4e circonscription de Vendée organisait vendredi soir aux Herbiers un débat sur le thème des États généraux de l'alimentation. Éric Coutand y représentait la Fdsea.

Les États généraux de l'alimentation déclinés aux Herbiers

Vendredi soir, c'était une table ronde hétéroclite qui était organisée aux Herbiers par Martine Leguille-Balloy, députée de la 4e circonscription de Vendée. De nombreux acteurs de la filière étaient présents. De la Fdsea à la confédération paysanne en passant par des industriels tels que Fleury-Michon ou La Boulangère. Les sujets de discussion étaient nombreux. Frédéric Denhez, journaliste à France Inter, a distribué la parole entre les invités et la centaine de personnes présentes dans la salle.

Cette soirée était organisée dans la continuité des Etats généraux de l'alimentation actuellement lancés au plan national. L'initiative se voulait locale afin de *« soumettre au gouvernement avis et solutions concrètes pour sortir de la crise agricole et redonner confiance aux consommateurs. »*

La salle et les acteurs locaux sont rapidement venus sur des problématiques plus *« citoyennes »*, autour du bio ou de l'utilisation du glyphosate. *« Les messages principaux autour du prix de nos produits agricoles et de la nécessité de couvrir nos coûts de production ont été entendus,* se satisfait Éric Coutand, qui représentait la Fdsea.

Bien que ce ne soit pas toujours facile d'être audible avec des sujets tels que le glyphosate qui revenaient sans cesse sur le devant de la scène ».

Des témoignages comme celui du groupe La Boulangère - qui s'approvisionne en blé Agri-Ethique - étaient intéressants pour mettre en avant des solutions concrètes, durables et rémunératrices pour les agriculteurs. Cet acteur de la boulangerie fait face aujourd'hui à une pénurie de beurre et se trouve en demande de solutions du type contractualisation pour mieux se garantir en terme d'approvisionnement.

MATHILDE VIONNET

Tous droits réservés à l'éditeur

VOIX DU JURA

Date : 26 OCT/02 NOV 17

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 8298

INSTANTANÉS

CHAMPAGNOLE, LE 19 OCTOBRE > Madame Gindre, une des responsable de la filière « blé agri éthique » de la boulangerie « Le moulin » a ouvert ses portes à des élèves de Jeanne d'Arc. Fortement engagée dans cette action et pionnière sur Champagnole, elle défend avec conviction les valeurs de ce label : du commerce équitable « made in France » ou encore « made in Jura ». Ces élèves qui s'intéressent au tissu économique local essaient quant à eux de devenir des consomm- acteurs avertis et responsables.

Tous droits réservés à l'éditeur

la vendée agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 17 NOV 17
Journaliste : CATHERINE LONGUEVILLE

Guy-Marie Brochard (quatrième en partant de la gauche), entouré des responsables pour chaque espèces, a présidé la première assemblée générale de Volinéo.

Volinéo Un an après sa création, Volinéo, le groupement des volailles de chair et produits des œufs de consommation de la Cavac, affiche ses ambitions : développer le bio et répondre aux attentes des consommateurs.

Des débuts prometteurs

Pour sa première assemblée générale, Volinéo a fait un carton plein en mobilisant 180 personnes, à la salle du Moulin Rouge à la Chaize-le-Vicomte vendredi 10 novembre. Un signe positif pour les responsables qui ont l'an dernier rassemblé sous la bannière Volinéo Nutri-Vendée, le groupement de volailles Cavac et Antigny nutrition.

Sortir de l'anonymat et peser sur les marchés en captant de nouveaux clients, tels étaient les objectifs affichés par la nouvelle entité de la coopérative. Face à des leaders régionaux tels LDC, Galliance, Volinéo met aujourd'hui en avant la diversité de ses productions, son ancrage avec la Cavac et son partenariat avec des acteurs locaux comme Val de Sèvre et les Éleveurs de Challans. Sur les 310 000 m² comptabilisés par le groupement, ce sont les volailles de chair (140 000 m²) et les canards de barbarie (75 900 m²) qui pèsent le plus lourd dans la balance. Les œufs de consommation arrivent en troisième position avec 42 000 m².

À la barre de Volinéo, Guy-Marie Brochard peut être serein et envisager l'avenir sous un ciel dégagé où seule plane une récidive de l'influenza aviaire. Pour l'exercice 2016/2017, les marges éleveurs sont en progression dans la plupart des espèces, avec une mention « très bien » pour le canard de barbarie qui ressort avec une augmentation de 1,90 € /m²/lot.

Ces indices positifs donnent des ailes au groupement qui projette d'augmenter les volumes de production. Volinéo table sur une progression de 25 000 m² supplémentaire en canards de barbarie, de plus de 100 000 en poules pondeuses et il ambitionne la création de 15 nouveaux bâtiments en volailles de chair biologique. La polyvalence des volailles est recommandée pour les éleveurs de poulets de chair. *« Elle permet de gagner un lot supplémentaire sur un an »*, argumentent les techniciens du groupement.

Rénovation des bâtiments

Ces orientations vont être conduites de pair avec à la rénovation du parc des bâtiments et l'apport d'innovations pour diminuer l'astreinte des éleveurs et répondre aux attentes des consommateurs sur le bien-être animal. Dans les bâtiments canards, la lumière naturelle et les litières paillées sont à l'étude. En œufs de consommation, Volinéo vient d'initier une filière agri-éthique avec la Boulangère et la casserie Geslin. Et, il conduit une réflexion sur le bien être avec l'ONG, CIWF. *« Nous allons engager nos élevages à intégrer la charte interprofessionnelle et poursuivre les démarches autour de la biosécurité »*, promet Guy-Marie Brochard.

CATHERINE LONGUEVILLE

Repères

- 220 éleveurs
- 75 éleveurs de canards pour 75 900 m²
- 67 éleveurs de volailles pour 140 0000 m²
- 22 éleveurs de poules pondeuses (plein air et biologiques) pour 42 000 m²
- 12 éleveurs de volailles futures reproductrices et reproductrices pour 20 800 m²
- 4 éleveurs de volailles biologiques pour 4 800 m²
- 40 éleveurs de volailles traditionnelles

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRI 79 INFORMATIONS
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3536

Date : 17 NOV 17
Journaliste : CATHERINE LONGUEVILLE

DANS NOTRE RÉGION

VOLINÉO Un an après sa création, le groupement de la Cavac, affiche ses ambitions : développer le bio et répondre aux attentes des consommateurs.

Un envol prometteur pour le groupement volailles

Pour sa première assemblée générale, Volinéo a fait un carton plein en mobilisant 180 personnes à la salle du Moulin Rouge à La Chaize-le-Vicomte, en Vendée, vendredi 10 novembre. Un signe positif pour les responsables qui ont rassemblé l'an dernier sous la bannière Volinéo Nutri-Vendée, le groupement de volailles Cavac et Antigny nutrition.

Sortir de l'anonymat et peser sur les marchés en captant de nouveaux clients, tels étaient les objectifs affichés par la nouvelle entité de la coopérative. Face à des leaders régionaux tels LDC, Galliance, Volinéo met aujourd'hui en avant la diversité de ses productions, son ancrage avec la Cavac et son partenariat avec des acteurs locaux comme Val de Sèvre et les Eleveurs de Challans. Sur les 310 000 m² comptabilisés par le groupement, ce sont les volailles de chair (140 000 m²) et les canards de Barbarie (75 900 m²) qui pèsent le plus lourd dans la balance. Les œufs de consommation arrivent en troisième position avec 42 000 m².

À la barre de Volinéo, Guy-Marie Brochard peut être serein et envisager l'avenir sous un ciel dégagé où seule plane une récidive de l'influenza aviaire. Pour l'exercice 2016/2017, les marges éleveurs sont en progression dans la plupart des espèces, avec une mention « très bien » pour le canard de Barbarie qui ressort avec une augmentation de 1,90 € m²/lot.

Ces indices positifs donnent des ailes au groupement qui projette d'augmenter les volumes de production. Volinéo table sur une progression de 25 000 m² supplémentaire en canards de Barbarie, de plus de 100 000 m² en poules pondeuses et il ambitionne la création de 15 nouveaux bâtiments en volailles de chair biologique. La polyvalence des volailles est recommandée pour les éleveurs de poulets de chair: « Elle permet de gagner un lot supplémentaire sur un an », argumentent les techniciens du groupement.

Guy Marie-Brochard (quatrième en partant de la gauche) entouré des responsables pour chaque espèces a présidé la première assemblée générale de Volinéo.

Rénovation des bâtiments

Ces orientations vont être conduites de pair avec la rénovation du parc des bâtiments et l'apport d'innovations pour diminuer l'astreinte des éleveurs et répondre aux attentes des consommateurs sur le bien-être animal. Dans les bâtiments canards, la lumière naturelle et les litières paillées sont à l'étude. En œufs de consommation Volinéo vient d'initier une filière agri-éthique avec La Boulangère et la casserie Geslin. Il conduit une réflexion sur le bien-être avec l'ONG et CIWF. « Nous allons engager nos élevages à intégrer la charte interprofessionnelle et poursuivre les démarches autour de la biosécurité », promet Guy-Marie Brochard.

CATHERINE LONGUEVILLE

REPÈRES

■ 220 éleveurs, 75 éleveurs de canards pour 75 900 m² ; 67 éleveurs de volailles pour 1400 000 m² ; 22 éleveurs de poules pondeuses (plein air et biologiques pour 42 000 m² ; 12 éleveurs de volailles futures reproductrices et reproductrices pour 20 800 m² ; 4 éleveurs de volailles biologiques pour 4 800 m² ; 40 éleveurs de volailles traditionnelles.

Tous droits réservés à l'éditeur

saint-herblain

www.saint-herblain.fr
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Commerce équitable : soirée débat et témoins locaux

Le cinéma Lutetia accueillera ce temps fort mercredi 29 novembre 2017.

La Ville de Saint-Herblain organise avec l'association NAPCE nord sud agir pour le commerce équitable et le cinéma Lutetia, une soirée débat "Le commerce équitable appliqué en France". L'idée : illustrer **les initiatives locales de producteurs engagés, d'entreprises et de distributeurs volontaristes** qui défendent des prix rémunérateurs, des relations commerciales équilibrées, le respect de l'environnement et la transparence vis à vis des consommateurs.

Des acteurs locaux du commerce équitable "à la française" témoigneront de **leur expérience et des valeurs qu'ils défendent :**

Les marins pêcheurs du GIE de l'Ile d'Yeu témoigneront de l'équilibre entre leur activité et celle des AMAP poissons
Ludovic Brindejonc, directeur général d' Agri-éthique expliquera comment leur démarche s'inscrit dans les principes du commerce équitable et quelles sont les valeurs défendues par son organisme.
Florent Dionizy, chargé de mission développement durable à l'établissement d'enseignement et de formation professionnelle agricole du lycée Jules Rieffel , accompagné d'étudiants, exposera leur action développée avec le collège régional d'agriculture d'Ebolowa au Cameroun qui se traduit aujourd'hui par le Keka Wonga, un chocolat équitable.
Cette action intervient alors que la Ville de Saint-Herblain est labellisée Territoire de commerce équitable depuis 2016 .

À partir de 20h au cinéma Lutetia, 18 rue des Calvaires. Gratuit.

Tous droits réservés à l'éditeur

PRESSE OCEAN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 32810
Edition : Nantes Nord

Date : 25 NOV 17

Nord Loire

L'expérience du commerce équitable

Le 29 novembre à 20 heures, au cinéma Lutetia, la Ville organisera avec l'association Nord Sud agir pour le commerce équitable (NAPCE), une soirée débat sur le thème « Commerce équitable appliqué en France » pour illustrer les initiatives locales de producteurs engagés, d'entreprises et de distributeurs volontaristes qui défendent des prix rémunérateurs, des relations commerciales équilibrées, le respect de l'environnement et la transparence vis-à-vis des consommateurs. Trois témoins locaux participeront à ce débat : les Marins pêcheurs de l'Île d'Yeu témoigneront de l'équilibre entre leur activité et celle des Amap poissons, le directeur général d'Agri-éthique expliquera leur démarche du commerce équitable et les valeurs défendues par son organisme, le chargé de développement durable au lycée Jules-Rieffel, accompagné des élèves, exposera l'action développée avec le collège régional d'agriculture d'Ebolowa au Cameroun, qui produit aujourd'hui un chocolat équitable.

Adresse : Cinéma Lutetia, 18, rue des Calvaires. Entrée libre

Tous droits réservés à l'éditeur

www.saint-herblain.fr
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Le commerce équitable appliqué aux échanges Nord / Nord

20h, cinéma le Lutetia, rue des Calvaires, Saint-Herblain
Un prix juste et rémunérateur pour les producteurs, la protection de la biodiversité, un partenariat commercial sur la durée… Ce sont quelques-uns des principes du commerce équitable. La Ville de Saint-Herblain, l'association NAPCE et le Lutetia co-organisent une soirée où se succèderont projections et témoignages : AMAP des marins-pêcheurs de l'île d'Yeu, organisme Agri-éthique, filière cacao de Nantes Terre Atlantique…
Entrée gratuite
02 28 25 24 78

Tous droits réservés à l'éditeur

www.depeche.fr
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

La durabilité des filières céréalières passe par la contractualisation

Ce n'est pas au consommateur de tout décider, car il n'en a pas les compétences, a déclaré Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique, lors d'une conférence des JTIC 2017, le 8 novembre à Paris. Il faut vulgariser nos (...)

Article avec accès abonné : http://www.depeche.fr/la-durabilit-des-fili-res-c-r-ali-res-passe-par-la-contractualisation-art441448-1.html

Tous droits réservés à l'éditeur

Référence appro
L'HEBDO D'INFORMATIONS STRATÉGIQUES
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 04 DEC 17
Journaliste : A.G.

Chez Terre Atlantique (17), la production de semences repart à la hausse

Après deux années compliquées, l'activité production de semences a repris des couleurs chez Terre Atlantique, s'est félicité Christian Cordonnier, le directeur général de la coopérative à l'occasion de l'assemblée générale le 28 novembre. « Avec plus de 4 000 ha multipliés, dont 1 400 ha de tournesol, un record, cette activité pèse entre 12 et 13 % de notre chiffre d'affaires, précise-t-il. La reprise des surfaces en blé hybride, l'arrivée de la luzerne porte-graine, le développement du maïs, l'essor du bio… sont autant de débouchés qui nous permettent d'optimiser l'utilisation de notre outil performant dans lequel, nous avons investi 5 M€ en 5 ans ». Dans les projets de Terre Atlantique, l'idée est aussi de poursuivre le développement de filières de qualité, notamment en blé tendre via Lu Harmony et Blé Agri Ethique. « Une solution pour capter de la valeur ajoutée sur des marchés de niche », précisait le président Jean-Yves Moizant. Face à une collecte 2016 en recul (375 000 t contre 400 000 t en 2015) et un chiffre d'affaires en baisse également (116 M€ contre 136 M€), notamment en appro (- 10 %, à 29,3 M€), Christian Cordonnier prévenait : « attention aux économies qui peuvent être destructrices du rendement final ». Cette journée fut aussi l'occasion de présenter les projets de l'entreprise : 12000 t de stockage en plus à Loiré d'Aunis, installation de 13000 m2 de panneaux photovoltaïques de Fontenet, recherche de nouvelles valorisations...

A.G.

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRA PRESSE HEBDO
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 11 DEC 17
Page de l'article : p.4-5
Journaliste : JCD

ÉVÉNEMENT

Plans de filière : l'heure des **engagements**

Dans son plan de filière, le secteur céréalier **mise sur l'innovation**

Intercéréales a élaboré un plan de filière qui s'articule autour de l'innovation, pour répondre aux attentes des clients, des consommateurs et des citoyens, pour favoriser la transition du secteur et gagner en compétitivité.

Un triple objectif de rester compétitif, de créer de la valeur, tout en préservant l'environnement

« *Le plan de transformation de la filière céréales et produits céréaliers, qui regroupe le blé tendre, le blé dur, le maïs, l'orge, et toutes les autres céréales à paille, comprend trois axes, partagés par tous les membres* » du secteur, déclare le président de l'interprofession Jean-François Loiseau : innover pour répondre aux clients, consommateurs, citoyens, innover en faveur d'une transition vers moins d'intrants chimiques, innover pour la compétitivité. « *Il s'agit de passer d'une logique de flux poussés à des flux tirés* », selon lui. « C'est à partir des attentes de nos clients nationaux, européens et internationaux que nous bâtissons nos stratégies de filières avec un triple objectif de rester compétitifs, de créer de la valeur (…) en préservant l'environnement », souligne le préambule.
Premier axe : accompagner toutes les créations de valeurs, du territoire local à l'international, en satisfaisant les attentes clients, consommateurs, citoyens. Il s'agit notamment de développer l'export de céréales et produits transformés là où l'origine France a des atouts ; accroître les utilisations non-alimentaires, contribuer à l'économie circulaire grâce aux coproduits. Autre action, doubler les surfaces en bio sur la période 2015-2020.

Transition du secteur

Le deuxième axe consiste à innover pour développer la filière céréalière en transition. « *On promeut le virage vers un ensemble de solutions pour réduire la consommation d'intrants chimiques, notamment les phytos* », explique Jean-François Loiseau. « *Cela passe par l'agronomie, la biologie, la chimie, la génétique, le machinisme, le numérique, qui sont complémentaires* », affirme-t-il. Et de citer le cas de la pyrale du maïs, avec trois luttes possibles : chimique, génétique, biologique. « *J'utilise les insectes trichogrammes depuis 25 ans, il faut généraliser cette pratique* », déclare Jean-François Loiseau. Autre exemple, l'utilisation du GPS pour nettoyer les parcelles : une petite bineuse peut intervenir entre les rangs de blé, dont l'écartement serait à adapter. D'autres actions sont envisagées dans le plan, comme développer le stockage des grains et produits céréaliers sans insecticides, anticiper le changement climatique par une gestion de l'eau « ambitieuse et efficiente ».

Compétitivité

Troisième axe : améliorer la compétitivité de la filière et assurer un revenu aux pro-

Tous droits réservés à l'éditeur

ducteurs. Il s'agit entre autres de réduire les coûts de production au sein de la filière ; créer de la valeur à l'aide de stratégies de segmentation de l'offre ; développer la couverture des risques ; remettre les céréales « au cœur de la diplomatie économique ». « *Tous les maillons peuvent gagner en compétitivité* », estime Jean-François Loiseau, citant les agriculteurs, les organismes stockeurs, la chaîne logistique (en particulier le transport fluvial et ferroviaire), les usines de transformation, les silos portuaires. « *On peut gagner 15 à 30 euros/t tout au long de la filière* », affirme-t-il. Pour les exploitations agricoles, un cap est fixé à 140 euros/t pour le prix de revient, contre une moyenne aujourd'hui de 170 à 180 euros/t, selon lui. L'accent est aussi mis sur les filières du type blé CRC (Culture raisonnée contrôlée), Lu'Harmony, McDonald's, Agri-éthique, Harrys, maïs waxy, qui avec le bio pour l'alimentation humaine, pèsent ensemble quelque 20 % des céréales consommées en France, d'après Intercéréales. **JCD**

Tous droits réservés à l'éditeur

l'eure agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 2101

Date : 14 DEC 17
Page de l'article : p.8
Journaliste : JCD

FRANCE

AU FIL DE LA SEMAINE

CEREALES Intercéréales a élaboré un plan de filière autour de l'innovation, pour répondre aux attentes des clients, des consommateurs et des citoyens, pour favoriser la transition du secteur et gagner en compétitivité.

Plan de filière : le secteur céréalier mise sur l'innovation

Un axe de travail consiste à développer l'export de céréales et produits transformés là où l'origine France a des atouts. (C GUTNER)

« *Le plan de transformation de la filière céréales et produits céréaliers, qui regroupe le blé tendre, le blé dur, le maïs, l'orge, et toutes les autres céréales à paille, comprend trois axes, partagés par tous les membres* » du secteur, déclare le président de l'interprofession Jean-François Loiseau : innover pour répondre aux clients, consommateurs, citoyens, innover en faveur d'une transition vers moins d'intrants chimiques, innover pour la compétitivité. « *Il s'agit de passer d'une logique de flux poussés à des flux tirés* », selon lui. « *C'est à partir des attentes de nos clients nationaux, européens et internationaux que nous bâtissons nos stratégies de filières avec un triple objectif de rester compétitifs, de créer de la valeur (...) en préservant l'environnement* », souligne le préambule.

Premier axe : accompagner toutes les créations de valeurs, du territoire local à l'international, en satisfaisant les attentes clients, consommateurs, citoyens. Il s'agit notamment de développer l'export de céréales et produits transformés là où l'origine France a des atouts ; accroître les utilisations non-alimentaires, contribuer à l'économie circulaire grâce aux coproduits. Autre action, doubler les surfaces en bio sur la période 2015-2020.

Transition du secteur

Le deuxième axe consiste à innover pour développer la filière céréalière en transition. « *On promeut le virage vers un ensemble de solutions pour réduire la consommation d'intrants chimiques, notamment les phytos* », explique Jean-François Loiseau. « *Cela passe par l'agronomie, la biologie, la chimie, la génétique, le machinisme, le numérique, qui sont complémentaires* », affirme-t-il. Et de citer le cas de la pyrale du maïs, avec trois luttes possibles : chimique, génétique, biologique. « *J'utilise les insectes trichogrammes depuis vingt-cinq ans, il faut généraliser cette pratique* », déclare Jean-François Loiseau. Autre exemple, l'utilisation du GPS pour nettoyer les parcelles : une petite bineuse peut intervenir entre les rangs de blé, dont l'écartement serait

Tous droits réservés à l'éditeur

l'eure agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 2101

Date : 14 DEC 17
Page de l'article : p.8
Journaliste : JCD

à adapter. D'autres actions sont envisagées dans le plan, comme développer le stockage des grains et produits céréaliers sans insecticides, anticiper le changement climatique par une gestion de l'eau « *ambitieuse et efficiente* ».

Compétitivité

Troisième axe : améliorer la compétitivité de la filière et assurer un revenu aux producteurs. Il s'agit entre autres de réduire les coûts de production au sein de la filière ; créer de la valeur à l'aide de stratégies de segmentation de l'offre ; développer la couverture des risques ; remettre les céréales « *au coeur de la diplomatie économique* ». « *Tous les maillons peuvent gagner en compétitivité* », estime Jean-François Loiseau, citant les agriculteurs, les organismes stockeurs, la chaîne logistique (en particulier le transport fluvial et ferroviaire), les usines de transformation, les silos portuaires. « *On peut gagner 15 à 30 euros/t tout au long de la filière* », affirme-t-il. Pour les exploitations agricoles, un cap est fixé à 140 euros par tonne pour le prix de revient, contre une moyenne aujourd'hui de 170 à 180 euros par tonne, selon lui. L'accent est aussi mis sur les filières du type blé CRC (Culture raisonnée contrôlée), Lu'Harmony, McDonald's, Agri-éthique, Harrys, maïs waxy, qui avec le bio pour l'alimentation humaine, pèsent ensemble quelque 20 % des céréales consommées en France, d'après Intercéréales.

JCD

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Républicain

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5915

Date : 14 DEC 17
Journaliste : T. V.

Actualités

AGRICULTURE

Résultats en berne à la coopé

La Coopérative agricole Ile-de-France Sud a tenu son assemblée générale.

Celle-ci s'est déroulée à Etampes jeudi 7 décembre dernier. Elle a été l'occasion de présenter le bilan de l'exercice 2016-2017, un exercice marqué par les récoltes catastrophiques de l'année 2016. Cela se ressent évidemment dans les chiffres clés de la coopérative. Globalement, toutes cultures confondues, la collecte est ainsi en baisse de 35,4 %. « *C'est notre plus faible collecte de tous les temps* », a rappelé Hervé Courte, directeur de la coopérative. Avec des cours faibles également, difficile de valoriser les produits. Cette assemblée a été l'occasion de rappeler les démarches entreprises sur ce plan comme la démarche agri-éthique avec les moulins Foucher qui assurent un prix de 180 €/tonne pour le blé tendre. L'intérêt du portique de chargement fluvial s'est également vu encore confirmé cette année. Au final, le résultat consolidé est négatif à -203 514 €. Pour cela, la Coopérative a réduit sur cet exercice l'entretien et les petits travaux qui étaient prévus. Six mois avant la fin de l'exercice, les projections annonçaient un résultat négatif de -800 000 €.

La Coopérative travaille également sur son projet 2025-2030 qui annonce un changement de modèle profond pour l'agriculture essonnienne.

T.V.

Tous droits réservés à l'éditeur

la Vie Agricole DE LA MEUSE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17
Page de l'article : p.3

CEREALES

Miser sur l'innovation

«Le plan de transformation de la filière céréales et produits céréaliers, qui regroupe le blé tendre, le blé dur, le maïs, l'orge, et toutes les autres céréales à paille, comprend trois axes, partagés par tous les membres» du secteur, déclare le président de l'interprofession Jean-François Loiseau : innover pour répondre aux clients, consommateurs, citoyens, innover en faveur d'une transition vers moins d'intrants chimiques, innover pour la compétitivité.

«Il s'agit de passer d'une logique de flux poussés à des flux tirés», selon lui. *«C'est à partir des attentes de nos clients nationaux, européens et internationaux que nous bâtissons nos stratégies de filières avec un triple objectif de rester compétitifs, de créer de la valeur (…) en préservant l'environnement»*, souligne le préambule.

Premier axe : accompagner toutes les créations de valeurs, du territoire local à l'international, en satisfaisant les attentes clients, consommateurs, citoyens. Il s'agit notamment de développer l'export de céréales et produits transformés là où l'origine France a des atouts ; accroître les utilisations non-alimentaires, contribuer à l'économie circulaire grâce aux coproduits. Autre action, doubler les surfaces en bio sur la période 2015-2020.

Transition du secteur

Le deuxième axe consiste à innover pour développer la filière céréalière en transition. *«On promeut le virage vers un ensemble de solutions pour réduire la consommation d'intrants chimiques, notamment les phytos»*, explique Jean-François Loiseau. *«Cela passe par l'agronomie, la biologie, la chimie, la génétique, le machinisme, le numérique, qui sont complémentaires»*, affirme-t-il. Et de citer le cas de la pyrale du maïs, avec trois luttes possibles : chimique, génétique, biologique. *«J'utilise les insectes trichogrammes depuis 25 ans, il faut généraliser cette pratique»*, déclare Jean-François Loiseau.

Autre exemple, l'utilisation du GPS pour nettoyer les parcelles : une petite bineuse peut intervenir entre les rangs de blé, dont l'écartement serait à adapter.

D'autres actions sont envisagées dans le plan, comme développer le stockage des grains et produits céréaliers sans insecticides, anticiper le changement climatique par une gestion de l'eau *«ambitieuse et efficiente»*.

Compétitivité

Troisième axe : améliorer la compétitivité de la filière et assurer un revenu aux producteurs. Il s'agit entre autres de réduire les coûts de production au sein de la filière ; créer de la valeur à l'aide de stratégies de segmentation de l'offre ; développer la couverture des risques ; remettre les céréales *«au cœur de la diplomatie économique»*. *«Tous les maillons peuvent gagner en compétitivité»*, estime Jean-François Loiseau, citant les agriculteurs, les organismes stockeurs, la chaîne logistique (en particulier le transport fluvial et ferroviaire), les usines de transformation, les silos portuaires. *«On peut gagner 15 à 30 euros/t tout au long de la filière»*, affirme-t-il.

Pour les exploitations agricoles, un cap est fixé à 140 euros/t pour le prix de revient, contre une moyenne aujourd'hui de 170 à 180 euros/t, selon lui. L'accent est aussi mis sur les filières du type blé CRC (Culture raisonnée contrôlée), Lu'Harmony, McDonald's, Agri-éthique, Harrys, maïs waxy, qui avec le bio pour l'alimentation humaine, pèsent ensemble quelque 20 % des céréales consommées en France, d'après Intercéréales.

Tous droits réservés à l'éditeur

la Moselle Agricole

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17

CEREALES

Miser sur l'innovation

«Le plan de transformation de la filière céréales et produits céréaliers, qui regroupe le blé tendre, le blé dur, le maïs, l'orge, et toutes les autres céréales à paille, comprend trois axes, partagés par tous les membres» du secteur, déclare le président de l'interprofession Jean-François Loiseau : innover pour répondre aux clients, consommateurs, citoyens, innover en faveur d'une transition vers moins d'intrants chimiques, innover pour la compétitivité.

«Il s'agit de passer d'une logique de flux poussés à des flux tirés», selon lui. *«C'est à partir des attentes de nos clients nationaux, européens et internationaux que nous bâtissons nos stratégies de filières avec un triple objectif de rester compétitifs, de créer de la valeur (...) en préservant l'environnement»*, souligne le préambule.

Premier axe : accompagner toutes les créations de valeurs, du territoire local à l'international, en satisfaisant les attentes clients, consommateurs, citoyens. Il s'agit notamment de développer l'export de céréales et produits transformés là où l'origine France a des atouts ; accroître les utilisations non-alimentaires, contribuer à l'économie circulaire grâce aux coproduits. Autre action, doubler les surfaces en bio sur la période 2015-2020.

Transition du secteur

Le deuxième axe consiste à innover pour développer la filière céréalière en transition. *«On promeut le virage vers un ensemble de solutions pour réduire la consommation d'intrants chimiques, notamment les phytos»*, explique Jean-François Loiseau. *«Cela passe par l'agronomie, la biologie, la chimie, la génétique, le machinisme, le numérique, qui sont complémentaires»*, affirme-t-il. Et de citer le cas de la pyrale du maïs, avec trois luttes possibles : chimique, génétique, biologique. *«J'utilise les insectes trichogrammes depuis 25 ans, il faut généraliser cette pratique»*, déclare Jean-François Loiseau.

Autre exemple, l'utilisation du Gps pour nettoyer les parcelles : une petite bineuse peut intervenir entre les rangs de blé, dont l'écartement serait à adapter.

D'autres actions sont envisagées dans le plan, comme développer le stockage des grains et produits céréaliers sans insecticides, anticiper le changement climatique par une gestion de l'eau *«ambitieuse et efficiente»*.

Compétitivité

Troisième axe : améliorer la compétitivité de la filière et assurer un revenu aux producteurs. Il s'agit entre autres de réduire les coûts de production au sein de la filière ; créer de la valeur à l'aide de stratégies de segmentation de l'offre ; développer la couverture des risques ; remettre les céréales *«au cœur de la diplomatie économique»*. *«Tous les maillons peuvent gagner en compétitivité»*, estime Jean-François Loiseau, citant les agriculteurs, les organismes stockeurs, la chaîne logistique (en particulier le transport fluvial et ferroviaire), les usines de transformation, les silos portuaires. *«On peut gagner 15 à 30 euros/t tout au long de la filière»*, affirme-t-il.

Pour les exploitations agricoles, un cap est fixé à 140 euros/t pour le prix de revient, contre une moyenne aujourd'hui de 170 à 180 euros/t, selon lui. L'accent est aussi mis sur les filières du type blé Crc (Culture raisonnée contrôlée), Lu'Harmony, McDonald's, Agri-éthique, Harrys, maïs waxy, qui avec le bio pour l'alimentation humaine, pèsent ensemble quelque 20 % des céréales consommées en France, d'après Intercéréales.

Tous droits réservés à l'éditeur

Actualités agricoles
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17
Page de l'article : p.11-13

Actualités Agricoles

Résultats 2016

des coopératives agricoles et alimentaires

Résilience et solidité financière, mais impact négatif confirmé de la guerre des prix

Les 2 500 entreprises de la coopération agricole et agroalimentaire françaises ont réalisé en 2016 un chiffre d'affaires consolidé de 85,9 milliards d'euros pour un résultat net global de 904 millions (1,05 % du chiffre d'affaires). Malgré un recul par rapport aux résultats 2015 (86,9 Mds / 973 millions €), ces nouveaux chiffres confirment que la coopération est un acteur majeur des filières alimentaires.

Les entreprises-coopératives restent un important pourvoyeur d'emplois dans les territoires, représentant toujours 165 000 salariés. Pour 93% d'entre elles, il s'agit de TPE/PME. Le secteur compte également 155 ETI (Entreprises de Taille Intermédiaire) et 13 grands groupes. Cette répartition confirme la grande diversité du secteur coopératif agricole français. Par ailleurs, le mouvement de consolidation des entreprises se poursuit : la croissance externe par prise de participation ou contrôle d'entreprises à capitaux familiaux s'élève ainsi à +1,8 milliard € en 2017.

Dans un contexte économique qui reste très incertain, les coopératives confirment également leur capacité de résilience, notamment grâce à leur solidité financière avec 21 milliards d'euros de capitaux propres et un ratio d'autonomie financière (capitaux propres / bilan) de 35%. Ces entreprises apparaissent plus que jamais comme un outil en mesure de garantir une réelle sécurité aux agriculteurs-coopérateurs.

Pour autant, la rentabilité brute (EBE/CA) des entreprises coopératives à 3,57% reste faible par rapport à d'autres secteurs industriels ou tertiaires. Ce résultat confirme que le défi de la création de valeur reste primordial. Il ne pourra cependant conduire à l'amélioration du revenu des agriculteurs qu'à la condition d'être véritablement pris en compte par nos clients (GMS, RHF/RHD), comme l'ont mis en évidence les Etats Généraux de l'Alimentation.

La rentabilité nette (résultat net /CA) des entreprises coopératives est de l'ordre de 1%. Celle-ci traduit la situation structurelle des coopératives qui ne réalisent pas de profits pour elles-mêmes, mais ont pour objet de valoriser la production de leurs adhérents. Leur résultat brut

Tous droits réservés à l'éditeur

Actualités agricoles
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17
Page de l'article : p.11-13

est pour partie mis en réserves impartageables et distribué aux associés coopérateurs, assurant ainsi un équilibre entre les impératifs du court terme et l'objectif de pérennité de l'entreprise.

Dans ce contexte, Coop de France insiste ainsi à nouveau sur la nécessité d'un changement de paradigme dans les relations commerciales avec la grande distribution, en activant à la fois des leviers comportementaux et législatifs, pour mettre fin durablement à la guerre des prix et permettre une meilleure répartition de la valeur. Ces positions seront réaffirmées à l'occasion du Congrès de Coop de France qui se tiendra le 20 décembre en présence des ministres de l'Agriculture et de l'Alimentation et de la Transition Ecologique et Solidaire sur le thème « Les coopératives agricoles dans un monde en transition ».

« *Les bons signaux doivent être rapidement envoyés aux acteurs économiques. Nous avons besoin de renouer avec la performance économique, y compris dans le secteur agricole et agroalimentaire : répondre aux attentes de la société et des consommateurs doit se conjuguer avec l'efficacité économique de nos entreprises. C'est la condition sine qua non pour que nous puissions continuer à créer de la valeur pour les agriculteurs-coopérateurs, les salariés et les territoires* », conclut Michel PRUGUE, Président de Coop de France.

Les céréales

Une aventure collective

Comme chaque année, les agriculteurs céréaliers accueilleront les visiteurs au sein de l'Odyssée Végétale (Hall 2.2) pour leur faire découvrir :

Passion Céréales
une culture à partager

- Le Fournil des céréales où les pains du monde seront à l'honneur avec des dégustations et des ateliers de fabrication pour les enfants ;
- La Moissonneuse-batteuse à bord de laquelle ils pourront monter accompagnés d'un agriculteur ;
- Le Casque à vision 360° qui les immergera dans une moisson de blé tendre, une récolte de maïs et, nouveauté cette année, la fabrication de biscuits ;
- De nombreuses Innovations technologiques qui aident au quotidien les agriculteurs afin de conduire une agriculture de précision toujours plus respectueuse de l'environnement.

Tous droits réservés à l'éditeur

Actualités agricoles
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 15 DEC 17
Page de l'article : p.11-13

Et comme cette année le Salon International de l'Agriculture sera placé sous le thème de l'aventure collective, Passion Céréales vous propose 13 aventures collectives céréalières comme autant de sujets pouvant faire l'objet d'interviews ou de reportages :

1. Des retenues collinaires au service du collectif, ou comment la création d'un lac dans l'Aude dans les années 70 par une poignée de maïsiculteurs permet d'irriguer 40 000 ha aujourd'hui

2. Le Savoir Vert, une association qui sert de pont entre scolaires et monde agricole

3. Formation : la Scara, une coopérative qui met le pied à l'étrier de ses adhérents

4. Des logements sociaux à la ferme : découvrez l'aventure solidaire d'Emmanuelle qui a transformé une partie de son corps de ferme en logements sociaux, contribuant ainsi à maintenir du dynamisme dans son village

5. Les digifermes ou comment la recherche collaborative permet de concevoir l'exploitation de demain

6. Malin le troc de terres entre agriculteurs pour regrouper les parcelles !

7. Beauce : des nichoirs à rapaces dans les fermes pour moins de ravageurs dans les cultures

8. Connaissez-vous l'histoire de la brioche vendéenne ? Cette pâtisserie tressée se serait développée grâce aux congés payés...

9. Des sacs bioplastiques pour mieux recycler les biodéchets : comme à Libourne où la mise à disposition des habitants de sacs bioplastiques permet la valorisation de 40 kg de déchets alimentaires par habitant et par an

10. Duralim, une plateforme collaborative pour produire des aliments pour animaux "durables"

11. Agri-éthique : un pacte collectif pour stabiliser le revenu des céréaliers

12. Filière courte : quand un céréalier, un groupement de producteurs, un minotier, un boulanger et un restaurant municipal unissent leurs forces pour produire un "pain de proximité"

13. Fermes Dephy : ces négoces qui font circuler les bonnes pratiques

Retrouvez ces 13 aventures en détail en cliquant **ici**.

Site internet Passion Céréales : **www.passioncereales.fr**

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Exploitant Agricole DE SAONE & LOIRE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3796

Date : 22 DEC 17
Page de l'article : p.16
Journaliste : CÉDRIC MICHELIN

Bourgogne du Sud

Alliance, valorisation et innovations

Lors de sa dernière assemblée générale, Bourgogne du Sud s'est interrogée sur sa place dans la société à l'avenir. Une façon d'aborder les stratégies à mettre en place pour combler les attentes des marchés, des concitoyens mais également de ses propres adhérents.

Il nous faut répondre aux exigences de produits de qualité et de sécurité alimentaire sur deux types de marchés : ceux bien organisés (AOC…) et ceux libéralisés (lait, céréales…) », débutait Michel Duvernois, directeur de Bourgogne du Sud, lors de l'assemblée générale de la coopérative, à Beaune le 8 décembre dernier (lire notre édition précédente en page 3). Pour cela, la coopérative « *segmente* » pour valoriser au mieux chaque produit. Sur la collecte 2017, Bourgogne du Sud a par exemple fait 2.300 analyses dans ses 210 cellules « *pour savoir ce que nous avons à vendre* ». Ainsi sur les 230.000 tonnes (t) de blé à commercialiser, pour l'heure 120.000 t sont allées à l'alimentation humaine et 40.000 t à l'alimentation animale. La coopérative en profitait au passage pour rappeler sa « *chance d'avoir une industrie meunière importante et fidèle* » avec, en premier lieu, le groupe Nicot à Chagny. Mais la France « *est et sera un grand pays exportateur* », veut croire la coopérative qui pense qu'en terme de traçabilité, « *le marché français est en avance sur nos clients du bassin méditerranéen* ». Variétés pures (66.000 t), Chartes de France (18.000 t), CRC (11.000 t), Agri Éthique (6.000 t), Lu Harmony (1.000 t), blé améliorant (1.000 t), blé dur (1.000 t), blé bio (1.200 t)… font que les ventes de « *l'entrée de gamme* » (BPMF) baissent (15.000 t) année après année. Au final, ces valorisations permettent un revenu complémentaire d'environ 50 €/ha après mutualisation de la prime (1,555 million d'€).

Une influence des minorités

La coopérative sait bien répondre à ses marchés professionnels mais, fait nouveau, ne sait pas vraiment comment répondre aux demandes de "la" société. Enfin, plus précisément, la demande des minorités l'influençant… Personne ne le sait d'ailleurs.

Au-delà de la qualité de l'alimentation, la coopérative voit quatre grands sujets impactant ses marchés : santé, environnement, climat et biodiversité. La société envoie aux consommateurs des injonctions et des exigences, parfois contradictoires. Il en va de même envers les agriculteurs.

Sur la santé, les producteurs pourraient se voir remercier des progrès en terme d'espérance de vie. Il n'en est rien. « *Ce fait n'est pas partagé. Point de salut en dehors du manger sain et local. C'est une boucle fermée* ». Reste que la réalité des marchés est tout autre : 47 % des volailles consommées en France sont importées, 50 % des conserves

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Exploitant Agricole DE SAONE & LOIRE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3796

Date : 22 DEC 17
Page de l'article : p.16
Journaliste : CÉDRIC MICHELIN

Membre du bureau, Lionel Borey rappelait que « *toutes les remises en cause actuelles –en un laps de temps très court– ne peuvent se faire qu'avec de la productivité et de la valeur ajoutée* ».

de légumes aussi –avec un pincement au cœur pour Val d'Aucy–, l'équivalent de 14 millions d'ha de cultures OGM sont mangés en France et « *il se vend plus de farine Banette en début de mois qu'en fin* »…

Pourtant, si les aliments non transformés sont perçus comme "bons pour la santé", le rapport entre agriculture et environnement est opposé. « *On s'améliore, mais les nombreux reportages à charge sont durs à vivre en plein effort* ». Démotivant… Surtout en pleine crise (se référer à notre article de la semaine dernière).

L'agriculture en 3D

Et de plus, les efforts sont appelés à s'accentuer car les agriculteurs savent bien qu'ils sont concernés « *au premier chef* » par les changements climatiques. La société veut du 100 % renouvelable, mais lorsque les agriculteurs répondent présents (composts, biocarburants….), les Gouvernements successifs leur savonnent la planche : importations d'huile de palme, fermeture des voies ferrées de déserte, baisse des incorporations de biocarburants…

Idem sur la biodiversité, la coopérative agit (elle conduit par exemple un travail en collaboration avec la Fédération des chasseurs pour quelque 760 ha de jachères faunistiques ; il y a aussi les SIE ou encore les pratiques vertueuses avec les apiculteurs…). Là encore, « *Internet fait la loi. Dans ce nouveau monde fait de rumeurs, nous avons raté ce virage, pensant que nous avions la légitimité sur ces quatre thèmes* », reconnaissait la profession.

La coopérative ne baisse pas pour autant les bras et affichait sa volonté de reprendre la main en misant sur une agriculture « *en 3D : diversifiée, durable et défendue* ».

CÉDRIC MICHELIN

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Exploitant Agricole DE SAONE & LOIRE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3796

Date : 22 DEC 17
Page de l'article : p.16
Journaliste : CÉDRIC MICHELIN

Améliorations en interne

Lors d'une table ronde, Bourgogne du Sud a donné la parole à quatre jeunes coopérateurs. Le dialogue s'engageait « *sans tabou* ».

Installé à Fontaines en grandes cultures sur 240 ha, Jean Decombard témoignait de son malaise lorsqu'il voit que « *des gens se bouchent le nez dès qu'on sort le pulvé. Le problème, c'est qu'on ne peut pas s'en passer aujourd'hui. Faire changer les mentalités sera dur avec des médias qui n'y connaissent pas grand chose en agriculture* », critiquait-il à juste titre. Le céréalier aimerait qu'on arrête d'opposer les modèles : « *bio, intensif... Il faut prendre des deux pour faire une agriculture nouvelle* », pense-t-il, insistant au passage sur la chance de disposer de la plateforme d'essais Artemis. Pour lui qui est « *branché Com'* », sur les réseaux sociaux notamment, la coopérative « *n'a pas franchi le pas* » et regarde encore « *au JT du 20 h, des groupes peu nombreux* » malmener l'agriculture française.

Viticulteur à Savigny-les-Beaune (8,5 ha), Philippe Guillemot est également « *en stress à chaque fois qu'on sort faire quelque chose* ». « *Même lorsque je brûle des sarments dans ma brouette, je ne sais pas si les gens avec leur smartphone ne vont pas me juger comme un meurtrier sur les réseaux sociaux* ». La liberté d'expression a ses avantages et bien des inconvénients... Le vigneron aimerait leur dire les « *énormes progrès* » accomplis en quelques années (baisse des phytos, pilotage précis des intrants, meilleurs positionnements des traitements curatifs...). Se définissant comme un « *jeune impatient, intransigeant* », il en veut toujours plus. Il attend désormais que sa coopérative numérise ses activités : magasin d'appro en ligne, disponibilité des produits en temps réels dans les sites, conseils clés en direct, signalements géolocalisés des pieds malades à la Fredon, ouvertes à tous autour...

Monter en gamme vraiment

En Gaec à Saint-Martin-du-Tartre (polyculture-élevage sur 335 ha), Benoît Pingeot s'est installé en 2013 et « *sur le papier, en 2012, on se voyait les rois du pétrole* », ironisait-il. En 2014, il se prenait une « *claque* » qui provoquait sa remise en question. « *La seule vraie question est celle de la gestion de notre entreprise* », insistait-il, attendant de la coopérative qu'elle « *valorise au mieux nos produits et répond à nos besoins aux meilleurs prix* ». Il aime la liberté au sein de la coopérative de « *choisir son prix* » de vente des cultures (moisson, appro, du jour, Matif) « *pour couvrir ses charges à l'euro près* », surtout les mauvaises années. Mais en tant qu'éleveur, il met aussi en garde contre une "fausse" segmentation ou montée en gamme qui n'en serait pas une "vraie" : « *pas avec un produit de base, indexé sur le prix mondial, avec une faible plus-value. Un peu mieux que le standard ne suffit pas quand ce dernier est au ras des pâquerettes. Il faut aller vers le haut de gamme même si on ne fait que 55 qx/ha avec du Camp Rémy comme mon grand-père* », souhaitait-il, faisant réagir les anciens dans la salle.

« *Au bout de tout* » géographiquement par rapport au périmètre de Bourgogne du Sud, Xavier Germain, céréalier à Painblanc (21), rappelait qu'heureusement, la coopérative avait su garder sa « *taille raisonnable et sa proximité territoriale. Avec les dirigeants, on se connaît par nos prénoms. J'ai eu la trouille de perdre notre drapeau après les rumeurs de fusion il y a un an. Je suis attaché à l'image de Bourgogne du Sud* », concluait-il en guise de motivation.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Exploitant Agricole
DE SAONE & LOIRE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3796

Date : 22 DEC 17
Page de l'article : p.16
Journaliste : CÉDRIC MICHELIN

► « *Conforter 300 à 500 € par mois* »

Président de Bourgogne du Sud, Didier Laurency rappelait que l'union de commercialisation Cérévia avait été jugée par tous « *un peu grande* » à l'époque de sa création, ce qui avait conduit à des travaux par "pôles" par la suite. Un inconvénient qui était devenu un avantage. Il citait l'exemple des énergies renouvelables « *plus propices à un échelon régional* » comme le nouveau site de méthanisation à Ciel. « *C'est pour aller chercher ces 30 % de revenu stabilisé –sorti de la volatilité des cours– pour garder nos structures sans des agrandissements permanents* », expliquait-il. Il en va de même avec l'Alliance BFC et plus encore. Mais qu'est donc cette « *union de moyens* » avec Dijon Céréales et Terre comtoise ?

Alliance BFC s'est définie à la suite d'une réunion. « *Il n'était pas question d'approvisionnements, de commercialisation… ou d'un autre socle de base des coopératives* », se souvient Christophe Richardot, directeur d'Aréa. Le futur directeur d'Alliance BFC se tournera vers « *les projets de diversification de l'agrotourisme jusqu'à la production de gaz, la capacité à être entendu jusqu'au national, le digital, l'agronomie, les nouvelles technologies…* ». Et cela « *sans perdre une miette de proximité et de gouvernance entre les trois structures* ». Pour les adhérents, l'objectif fixé est de « *conforter 300 à 500 € bruts par mois* » sur chaque exploitation, annonçait-il confiant.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Mensuel

Date : JAN 18
Page de l'article : p.8-9

Plans de filière

LES INTERPROS PRÉPARENT L'AVENIR

Les interprofessions françaises devaient rendre leurs plans de filière le 15 décembre 2017. Quels sont les leviers qui permettront leur réussite?

Dans son discours de clôture du chantier 1 des EGA, le président de la République avait demandé aux filières agricoles françaises de lui rendre un plan de filière sur cinq ans afin de transformer en profondeur les modes de production et d'assurer un revenu décent aux agriculteurs. Les plans de filière présentés au ministère de l'Agriculture en décembre 2017 ont pour objectif de répondre à trois enjeux: la segmentation du marché, la répartition de la valeur et l'investissement. L'objectif de segmentation apparaît dans chacun des plans de filière des productions animales (bovins, porcs, volailles). Les filières animales se retrouvent sur un encadrement des promotions. La filière porcine souhaite que cet encadrement soit interprofessionnel. La contractualisation est également un volet que désire renforcer un bon nombre d'acteurs (fruits et légumes, filières animales). La filière lait souhaite que l'origine France soit mieux mise en valeur en créant un nouveau cadre contractuel, notamment pour la filière non OGM. La filière bovine aspire à ce que la contractualisation représente 30% du marché avec la prise en compte d'un indicateur de coût de production travaillé avec l'Idele. Les filières céréales souhaitent encourager la contractualisation pluripartite sur les marchés spécifiques (bio, Agri-Ethique). Le volet investissement est présent en majorité dans les plans des filières animales (porcs, volailles.) Aurélien Clavel, vice-président de JA reste mesuré: *«L'élaboration de ces plans a eu le mérite de réunir l'ensemble des acteurs de chaque filière autour de la table. Néanmoins, ils manquent un peu d'ambition et il faut que chaque filière ait une politique d'installation des jeunes plus forte.»*

Tous droits réservés à l'éditeur

L'USINENOUVELLE

Date : 06/02/2018
Heure : 17:53:59
Journaliste : Gaëlle Fleitour

www.usinenouvelle.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Comment Intermarché veut concurrencer "C'est qui le patron ?!"

En s'appuyant sur son pôle industriel, Intermarché entend aller plus loin que "C'est qui le patron ?!" et faire oublier la polémique sur le Nutella. Il lance une nouvelle marque de lait, "Les éleveurs vous disent merci !" , rémunérant encore mieux les agriculteurs, mais vendue moins chère.

© Cyril Fussien

En France se vendent chaque année 2,4 milliards de litres de lait en briques et en bouteilles. Avec 35 millions de litres de briques vendues en 2017 pour sa première année d'exercice, - à 99 centimes soit 8 centimes de plus en moyenne que la concurrence -, *" "C'est qui le patron ?!" est le plus gros succès pour une nouvelle marque depuis trente ans, et cela sans pub à la TV ni commerciaux dans les magasins"* , se réjouit son cofondateur Nicolas Chabanne. Lancée avec Carrefour en octobre 2016 afin d'offrir une plus juste rémunération aux agriculteurs, cette marque est désormais distribuée par toutes les grandes enseignes. Monoprix annonçant même le 30 janvier un co-branding pour produire 100% de sa gamme de lait de marque distributeur selon le cahier des charges de *"C'est qui le patron ?!"* - trois à six mois de pâturage et du fourrage local, une alimentation des vaches garantie sans OGM…), soit près de 10 millions de litres chaque année.

Une rémunération fixée par les éleveurs

Tous droits réservés à l'éditeur

Alors que les difficultés du secteur laitier sont loin d'être réglées, ce succès a inspiré l'organisation professionnelle (OP) fournissant la Laiterie Saint-Père d'Agromousquetaires (le pôle industriel du groupement Les Mousquetaires, également propriétaire d'Intermarché, le troisième distributeur français) à Saint-Père-en-Retz, près de Nantes (Loire-Atlantique). En quête d'un meilleur modèle économique pour prendre en compte tous ses coûts de production, - une idée désormais inclue dans la loi faisant suite aux Etats Généraux de l'Alimentation -, l'OP est parvenue à donner naissance à une nouvelle marque, distribuée depuis le 3 février dans les 1 800 Intermarché de France : *"Les éleveurs vous disent merci !"* . *"En travaillant ensemble pendant deux ans, on a sorti le lait qui rémunère le mieux les éleveurs en conventionnel !"* , s'enthousiasme Augustin De Vulpina, chez Intermarché.

Des marges *"essorées"* pour Intermarché sur ce projet

Les briques blanches à l'effigie de cinq des 136 éleveurs de cette OP sont vendues 88 centimes l'unité, dont 44 centimes reversés aux éleveurs (contre 39 centimes avec *"C'est qui le patron ?!"*), condition sine qua non qu'ils avaient fixée. Le solde ? 20 centimes pour couvrir les coûts de production, 20 centimes pour couvrir les coûts de logistique et de distribution, et 4 centimes de TVA reversés à l'Etat. Sur ce modèle, *"nous avons essoré notre marge"* , reconnaît René Grelaud, le directeur de la Laiterie Saint-Père, qui réalise 220 millions d'euros de chiffre d'affaires (à partir de 270 millions de litres de lait collectés par an - dont 104 millions fournis par cette OP - conditionnés ou transformés en beurre, crème fraiche, desserts lactés…), dont 80% via la marque d'Intermarché, Pâturages, qui rémunère en moyenne les éleveurs 33 centimes le litre de lait et le vend 74 centimes en magasins. La marque des éleveurs devrait représenter pour commencer un volume de 5 millions de litres, contre plus de 50 millions pour les laits en briques de Pâturages.

Les éleveurs seront rétribués en fin d'année par Intermarché à travers un fonds, au prorata des ventes réalisées sur cette nouvelle marque. Et selon un contrat conclu pour cinq ans, contre trois ans traditionnellement dans le secteur. Ils espèrent ainsi donner envie aux autres fournisseurs de lait de la Laiterie de rejoindre leur OP, pérenniser voire robotiser leurs exploitations, et convaincre des jeunes de les rejoindre. Selon leurs calculs, ce sont environ 3 000 euros de plus annuels que devrait récolter chaque agriculteur.

Des déclinaisons en beurre, crème fraiche… mais pas que

A l'instar de *"C'est qui le patron ?!"* , déjà déclinée en beurre, pizza, et même fraises, " *Les éleveurs vous disent merci !"* espère lancer au premier semestre leur beurre et de la crème fraiche. Agromousquetaires réfléchit à ce modèle pour le porc et le bœuf. Intermarché espère ainsi se différencier et asseoir sa posture de *"producteur-commerçant"* , adepte du *"bien produire et bien manger"* , loin des polémiques suite à la méga promotion opérée récemment sur le Nutella.

Grâce à *"notre vision à 360 degrés, nous agissons via notre pôle industriel et avons aussi passé à nos acheteurs des consignes d'inflation sur les produits agricoles"* , assure à L'Usine Nouvelle Thierry Cotillard, président d'Intermarché. Qui, dans la foulée des Etats Généraux, promet donc d'accepter de payer plus cher les produits des industriels en jouant le jeu de la transparence sur la répercussion de la valeur auprès des agriculteurs, comme le fromager Bel. Mais promet, en parallèle, de *continuer à "discounter "lessives et couches Pampers",* pour proposer *"in fine un jeu à somme nulle pour le consommateur"* .

Un cran plus loin, le lait commerce équitable

Tous droits réservés à l'éditeur

D'autres marques sont allées encore plus loin, en incluant également un volet environnemental à la démarche sociale et sociétale. Comme la coopérative laitière des Alpes du Sud et la fromagerie Montbardon, engagées dans le pacte de commerce équitable Agri-Éthique pour 700 000 litres de lait. Chez Agromousquetaires, on n'exclut pas d'inscrire des engagements environnementaux dans le contrat de cette nouvelle marque, qui concerne déjà de petites exploitations – 70 vaches en moyenne-, en pâturage pour la plupart.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Hebdo de Sèvre & Maine
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 6707
Date : 08 FEV 18

A Vertou, le boulanger militant y croit toujours

Utilisateur et militant de la première heure, Sylvain Cabane, boulanger à Vertou, reste convaincu de l'intérêt d'avoir une monnaie locale malgré l'échec du lancement.

Il est l'un des tout premiers commerçants du Vignoble nantais à avoir sauté dans le train de la monnaie locale. Sylvain Cabane est le patron de Ma Boulangerie, commerce situé dans le centre-ville de Vertou. Le boulanger qui a repris le magasin il y a cinq ans, propose la monnaie locale depuis près de deux ans et demi. Un choix par conviction.

Chantre des circuits courts, le boulanger milite pour le commerce de proximité et les échanges locaux. Une démarche qui a incité l'artisan à adhérer au réseau Agri-éthique, pacte de commerce équitable qui lie producteurs, meuniers et boulangers. Et à travailler avec des producteurs du Vignoble. Ses produits (lait, œufs, fruits...), le boulanger les achète auprès d'entreprises et d'exploitations de Montaigu, du Loroux-Bottereau, Saint-Hilaire-de-Clisson et Vertou.

L'arrivée de la SoNantes a donc immédiatement convaincu cet acteur du monde économique qui essaie de mettre du sens dans son activité. « Je me suis toujours intéressé de savoir d'où venait l'argent et ce qu'on en faisait », explique celui qui a ouvert deux comptes, un pour son entreprise, l'autre à titre personnel.

Sylvain Cabane, boulanger à Vertou adepte des circuits courts, est un adhérent SoNantes de la première heure.

Lancement « décevant »

Dans un monde où la spéculation se fait aussi sur le blé, le boulanger a pensé que la monnaie locale pourrait « créer un cercle vertueux ». Deux ans et demi plus tard, l'espoir du début s'est étiolé. Celui qui espérait que la monnaie locale allait se répandre dans la ville et le commerce reconnaît que le lancement est décevant. « Seulement trois à quatre clients paient avec la SoNantes », dit-il. Le chiffre d'affaires représente pour le commerce 50 € par mois. « Les gens ne voient pas l'intérêt. A cause peut-être du mot Nantes. Cela n'emporte pas tous les suffrages. Voire crée du trouble. Il faudrait aussi convaincre les comptables. Beaucoup pensent que c'est un truc de gaucho. De gars qui vont changer le monde. Et surtout les personnes ne voient pas très bien l'utilité de cette monnaie locale. D'autant qu'il y a eu beaucoup d'argent investi », commente Sylvain Cabane.

Pourtant, techniquement, le système fonctionne. Le commerçant qui paie 300 € l'abonnement annuel utilise un TPE Internet. « Il n'y a pas de complication. » Le plus difficile pour sortir de la marginalité, c'est de réussir à « convaincre des personnes » à utiliser une monnaie qui a de nombreux détracteurs.

« J'aurais espéré qu'il y ait un peu plus de portée. Maintenant je reste fidèle à moi-même. Je fais quelque chose à mon humble niveau », juge le Vertavien qui déplore le manque de promotion depuis plusieurs mois. Signe de la période de flottement, le commerce n'a plus d'affiche pour indiquer aux clients qu'il accepte la SoNantes. Malgré la confidentialité de la monnaie, le boulanger de Vertou reste convaincu de son intérêt. « Ce qui manque, c'est l'étincelle qui ferait prendre le brasier », lance-t-il. Une étincelle qui pourrait venir, pourquoi pas, du Vignoble nantais.

Tous droits réservés à l'éditeur

Filières Avicoles
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 3103

Date : FEV 18
Page de l'article : p.72-74
Journaliste : É. VIÉNOT

PREMIÈRE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE POUR LE GROUPEMENT VOLAILLES UNIFIÉ DE LA CAVAC

Volinéo tient **ses promesses...**

Un an après sa création, Volinéo, le groupement volailles du groupe Cavac, a brossé un bilan complet de ses différentes activités et affiché des objectifs ambitieux pour l'avenir. Renouvellement du parc en canard, développement en productions biologiques, polyvalence en volailles sur litière, biosécurité en volailles traditionnelles sont quelques-uns des challenges à relever.

2016... année de création du groupement Volinéo marquant l'unification des activités volailles au sein de la coopérative Cavac et le rapprochement effectif entre les éleveurs du groupement historique de la Cavac, le GPV, et les éleveurs de Nutri-Vendée et d'Antigny Volailles. « *Ce rapprochement a généré beaucoup de réflexion et de travail* » comme en ont témoigné Guy-Marie Brochard, président de Volinéo, et plusieurs éleveurs émanant des trois entités d'origine à l'occasion d'une table ronde organisée le 10 novembre à la Chaize-Le-Vicomte (85) en introduction de la première assemblée générale.

EN ORDRE DE MARCHE...

Mais aujourd'hui « *le groupement est en ordre de marche pour mieux appréhender l'avenir* » avec « *des débuts prometteurs d'un avenir ambitieux* », a affirmé son président. Le groupement s'est par ailleurs fixé un objectif de 100 % des élevages « chair » chartés (EVA) au 30/06/2018.

« On savait qu'Atlanvol n'était qu'une étape avant d'aller plus loin, les fiançailles avant le mariage en quelque sorte... », « Nous n'étions pas coopérateur dans l'âme, on se posait beaucoup de questions au sein de Nutri-Vendée », « Nous avons mené des discussions communes, argumenté sur les fondamentaux, afin de trouver le meilleur système pour les éleveurs de demain et avoir une structure performante », **ont commenté les participants de la table ronde concernant le processus de création de Volinéo.**

Volinéo, placé sous la responsabilité de Carinne Bocquier, comprend une organisation de production volailles de chair structurée en quatre commissions (volailles traditionnelles, canards de chair, volailles sur litière et volailles sous signes de qualité), et deux organisations de production « œufs »: l'une dédiée aux œufs plein air, l'autre aux œufs bio. La responsabilité technique des productions standards, canards et repro est assurée par Fabrice Rocheteau tandis que Philippe Gardin a pris en charge la gestion technique des activités volailles traditionnelles et sous signe de qualité (Bio, LR) et des poules pondeuses (plein air, bio). Chaque production est représentée au niveau du comité de Volinéo composé de 12 membres.

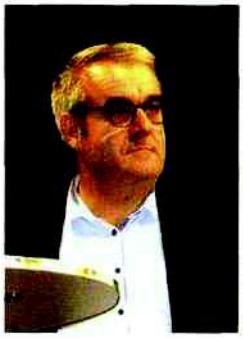
Les objectifs affichés pour les mois et années à venir sont d'améliorer les compétences et de renforcer les résultats technico-économiques des éleveurs, d'assurer les différents débouchés avec les clients partenaires, de dynamiser les productions dans toutes les espèces: productions standards (poulets, dindes, pintades, cailles, canards, chapons) et productions sous signes de qualité (poules, volailles traditionnelles, poulets labels et biologiques). 280 000 € d'aides ont été versés en 2017 dans le cadre du plan Avenir Élevage (rénovation, construction).

DÉVELOPPEMENT DU BIO...

Actuellement, « *une attention particulière est portée aux créations de bâtiments en productions biologiques- poulet de chair et poules pondeuses- en réponse au marché très porteur* », a précisé Guy-Marie Brochard. L'activité œufs bio se développe à la Cavac aux dépens du plein air et concerne actuellement 12 éleveurs, représentant 25 336 m² pour 130 000 poules (16 340 m², 130 000 PP en plein air). « *Nous souhaitons accueillir 100 000 poules bio supplémentaires sur l'exercice en cours. Le niveau de marge PA pour un atelier de 1 800 m² correspondant à 9 000 poules en bio atteint 115 380 €/an (12,82 €/poule entrée contre 11,39 €/poule entrée en plein air)* », précise Philippe Gardin.

Concernant les volailles de chair biologiques (premiers lots de poulets sortis en avril 2017), l'objectif est de développer l'activité pour atteindre 20-25 bâtiments l'an prochain, de diversifier les espèces et de progresser sur le plan technique.

L'année écoulée a été jalonnée par différents événements marquants pour



Tous droits réservés à l'éditeur

Filières Avicoles
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 3103

Date : FEV 18
Page de l'article : p.72-74
Journaliste : É. VIÉNOT

Un panel de productions... VOLINÉO EN CHIFFRES

- **220 éleveurs dont:**
  - 75 éleveurs de canards de chair: 75900 m²
  - 67 éleveurs de volailles sur litière: 140000 m²
  - 40 éleveurs de volailles traditionnelles: 28000 m²
  - 22 producteurs d'œufs (plein air, biologiques): 42000 m²
  - 12 éleveurs de volailles futures reproductrices et reproductrices: 20800 m²
  - 4 éleveurs de volailles de chair biologiques: 4800 m²
- **Par activités:**
  - 15346196 poulets standards
  - 16887 poulets Label Rouge
  - 15675 poulets biologiques
  - 149774 chapons
  - 506644 pintades
  - 306922 dindes
  - 3950345 canards (3518146 en interne)
  - 686507 cailles
  - 1270085 volailles traditionnelles
  - 34809716 œufs de consommation plein air et au sol
  - 23666961 œufs de consommation biologiques
  - 106440 poulettes
  - 17056929 œufs à couver

l'activité et l'évolution de Volinéo, avec notamment un changement de partenaire aval pour la filière œufs. Le contrat a en effet pris fin avec la société Pamproeuf, partenaire depuis début 2010, et c'est désormais le centre de conditionnement Lœuf (groupe LDC) situé à La Bazoge (72), en forte croissance depuis cinq ans, qui accueille la production. « *Nous avons gagné deux à trois semaines de production (réforme plus tardive)* », souligne Philippe Gardin. Par ailleurs, les contrats éleveurs ont évolué avec une modification des tarifs aliment selon les gammes, un paiement mensuel avec compensation et modification de l'indexation. Toujours dans l'œuf, le dossier Agri-Ethique, reconnu désormais officiellement par la plate-forme du Commerce Équitable, avance. Il porte sur l'approvisionnement en ovoproduits plein air (poules blanches, cycle d'un an et demi) de la société La Boulangère pour la fabrication de ses brioches à marque, via l'en- >>

« NOUS SOUHAITONS ACCUEILLIR 100000 POULES BIO SUPPLÉMENTAIRES SUR L'EXERCICE EN COURS. LE NIVEAU DE MARGE PA POUR UN ATELIER DE 1800 M² CORRESPONDANT À 9000 POULES EN BIO ATTEINT 115380 €/AN »
Philippe Gardin (Volinéo)

Tous droits réservés à l'éditeur

Filières Avicoles
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 3103

Date : FEV 18
Page de l'article : p.72-74
Journaliste : É. VIÉNOT

L'objectif en canard de chair est de trouver 25 000 m² d'ici 2020.

>> treprise vendéenne Geslin. « *Notre objectif est d'améliorer le bien-être des poules en concertation avec CIWF et de poursuivre la communication positive sur cette production. On voudrait mettre en place une certification de la production par l'ONG et en faire aussi une opportunité commerciale* », explique-t-il.

CANARD : RENOUVELER LE PARC EST UNE PRIORITÉ

Si la production de canards est historique au sein du groupe Cavac et les performances des éleveurs parmi les meilleures de la filière, avec une amélioration très nette des marges éleveurs en lien avec les progrès génétiques (IC), pour autant se pose la problématique du renouvellement du parc de bâtiments. Le challenge à relever? Trouver 25 000 m² d'ici 2020. En attendant, une réflexion est en cours sur une incentive production (produire plus pour gagner plus). Un groupe de 7-8 éleveurs a par ailleurs été créé afin de réaliser une analyse globale des marges et des coûts variables. Concernant la parvovirose, très présente en élevage de canards, l'arrivée de nouveaux protocoles vaccinaux laisse entrevoir une amélioration possible en termes de protection des animaux.

Autre projet en cours de réflexion : la création d'ici un an d'un bâtiment pilote en termes de performances et de bien-être animal, répondant aux attentes sociétales et facilement visitable.

La décision a été prise au niveau des élevages repros Gallus chair (12 éleveurs, 20 000 m², 110 000 poules) de changer de coq en production (passage au RJe : Ross jaune Évolution) afin d'améliorer la productivité en engraissement. Les résultats en poussinière et en ponte se sont améliorés après avoir revu les fondamentaux techniques et équipé les éleveurs de pesons automatiques : la marge PA est passée à 18 €/m² en poussinière (17,90 € l'an dernier) et à 57,6 €/m² en ponte (50,10 € en 2015-2016).

CRÉATION D'UNE PRIME POLYVALENCE

Les contrats des producteurs de volailles sur litière ont été harmonisés en poulets et vont dans le sens d'un meilleur partage des gains au sein de la filière. Une prime « polyvalence » a été créée pour encourager les éleveurs à faire au moins un lot de dindes et de pintades par an (pouvant atteindre +1 €/m²). « *Notre objectif est qu'au moins 50 % du parc soit polyvalent contre 30 % actuellement* », annonce Fabrice Rocheteau. La stratégie de polyvalence permet une productivité optimum avec une rotation de 7,5 lots/an et des vides optimisés (12 jours en moyenne). L'objectif visé est d'atteindre les 400 000 dindes en 2018 après être descendu à 250 000 en 2015.

Particularité à signaler en dinde : 50 % de la production est aujourd'hui réalisée en schéma naisseur-engraisseur. Les dindonneaux sont élevés jusqu'à 30 jours par des éleveurs de poulets (MPA de 10 €/m²) avant d'être transférés chez des éleveurs engraisseurs équipés généralement de vieux bâtiments (15 à 18 €/m² pour 94-100 jours de production).

En pintades aussi, la volonté est de conforter les volumes avec des saisies en nette baisse depuis la généralisation des perchoirs en élevage. Après avoir fortement baissé, la production de cailles connaît elle aussi un bon redémarrage au sein de Volinéo avec une gamme d'aliments « fait maison » (objectif 2 millions de cailles en 2018).

BELLE PROGRESSION DES VENTES DE POULETTES

Côté volailles traditionnelles, à noter la décision d'arrêter l'activité palmipèdes (canards, oies) pendant la période à risque (15/11 au 15/02), la révision du guide de bonnes pratiques avec l'aide du Dr Patrick Balloche, la formation des éleveurs et des revendeurs à la biosécurité, une plus forte collaboration avec les Éleveurs de Challans (certifiés, pintades, poulets cou nu noir), la mise en place avec la Savic d'un planning hebdomadaire de poulets jaunes cou nu, et une belle progression des ventes de poulettes futures pondeuses (+11 %) à destination des particuliers. Et en projet au mois de juin 2018, la duplication de l'événement « Sur les chemins de Volinéo » en volailles traditionnelles. Parmi les orientations 2017-2018, la volonté de proposer une offre en volailles traditionnelles bio (notamment poulettes), de renouveler et moderniser le parc, et de mieux maîtriser le transport des volailles vers les clients. ● É. VIÉNOT

« UNE PRIME « POLYVALENCE » A ÉTÉ CRÉÉE POUR ENCOURAGER LES ÉLEVEURS À FAIRE AU MOINS UN LOT DE DINDES ET DE PINTADES PAR AN. NOTRE OBJECTIF EST QU'AU MOINS 50 % DU PARC « VOLAILLES SUR LITIÈRE » SOIT POLYVALENT CONTRE 30 % ACTUELLEMENT. »
Fabrice Rocheteau (Volinéo)

« LE GROUPEMENT EST AUJOURD'HUI EN ORDRE DE MARCHE, LES DÉBUTS SONT PROMETTEURS D'UN AVENIR AMBITIEUX »
Guy-Marie Brochard, président de Volinéo

Tous droits réservés à l'éditeur

La Dépêche Le Petit Meunier
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 13 FEV 18
Page de l'article : p.1

PANIFICATION

La rémunération des agriculteurs s'invite au salon Europain

Les blés tracés, qu'ils soient biologique, CRC, Label Rouge, sous contrat multipartite..., étaient au cœur du Forum Europain comme des discours de certains exposants.

En cette période de post-EGalim, la juste rémunération des producteurs a été l'un des leitmotivs sur les lèvres de nombre d'intervenants des tables rondes du Forum Europain, qui ont animé, du 3 au 6 février à Villepinte, le salon bisannuel dédié aux professionnels de la boulangerie-pâtisserie mondiale. Les meuniers présents étaient nombreux à faire la promotion de leurs filières de matières premières tracées, dans l'objectif affiché de permettre aux agriculteurs de vivre dignement de leur métier.

© Karine Piquet

La Minoterie Trottin, présente à Europain 2018, a récemment signé le pacte Agri-Éthique.

Agri-Éthique, une démarche transversale

C'est le cas de la Minoterie Girardeau qui a signé, courant janvier, un contrat avec Carrefour pour la fourniture de farine issue de l'agriculture biologique, dont *« le prix du blé tendre, encadré pour trois ans, permet à l'agriculteur de bien gagner sa vie au travers d'une filière de valorisation qui regroupe organisme stockeur, meunier et distributeur »*, explique Bertrand Girardeau, son président-directeur général. *« Le prix payé au producteur est un prix de marché rémunérateur, supérieur au prix de marché actuel »*, précise le meunier, qui signe depuis sept à huit ans des contrats triennaux avec les agriculteurs et leur collecteur pour encadrer le prix de la matière première et garantir des volumes en progression régulière, afin d'atteindre l'autosuffisance en blé tendre bio français. Ce qui n'est pas le cas aujourd'hui, puisque Bertrand Girardeau est obligé d'*« importer un tiers de son approvisionnement de Roumanie (de zones Natura 2000), en double certification »*. Au niveau hexagonal, ce sont 40 000 t de blé tendre bio qui sont importées pour répondre aux 140 000 t de demande du marché, selon le meunier.

En blé CRC, une prime vient compléter le prix de marché fluctuant.

La Minoterie Girardeau est également le *« premier utilisateur français de blé CRC »*, issu d'une culture raisonnée et contrôlée, et étiqueté "Le blé de nos campagnes" sur les produits. *« À l'échelle française, ce sont 350 000 t de blé qui ont été certifiées CRC en 2017, contre 250 000 t en 2014*, précise Étienne Henrion, président du GIE CRC, qui regroupe 92 membres sur toute la France. *Le travail supplémentaire de l'agriculteur, lié à la labellisation du grain, est valorisé par une prime qui vient compléter le prix du blé, soumis à fluctuations. »* Ce blé CRC est, par exemple, utilisé pour la fabrication de la baguette de tradition française Label Rouge, dont le cahier des charges a été déposé par le Club Le Boulanger, qui représente 11 meuniers et 150 boulangers.

La démarche Agri-Éthique, qui peut être transversale à ces filières de blé tracé, compte de plus en plus d'adeptes. À tel point, qu'afin de pérenniser les engagements pris par les différents partenaires, un contrôle tierce partie a été mis en place en novembre 2017.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/02/2018
Heure : 13:27:04
Journaliste : Raphaël LECOCQ

www.pleinchamp.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

[Les débats de Pleinchamp] Coûts de production : finis les coups ?

Video : http://www.pleinchamp.com/actualites-generales/actualites/les-debats-de-pleinchamp-couts-de-production-finis-les-coups

Issu des Etats généraux de l'alimentation, le projet de loi « pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable » est attendu pour la fin du premier semestre 2018.

L'enjeu n'est pas mince : il s'agit ni plus ni moins de sauvegarder la souveraineté alimentaire nationale, menacée par la paupérisation des agriculteurs. Le projet a l'ambition de rebattre les cartes entre agriculteurs, industriels et distributeurs. Il prévoit d'inverser le processus de construction du prix payé aux agriculteurs. Contrat et prix sont désormais proposés par le vendeur et non plus par l'acheteur.

6 textes en 20 ans
Le texte donne aux interprofessions la mission de définir les coûts de production et les indicateurs de marché qui seront intégrés dans les contrats. Il prévoit des clauses de renégociation dans un délai d'un mois en cas de forte hausse des matières premières agricoles. Il renforce le pouvoir du médiateur et les sanctions. Le seuil de revente à perte par les distributeurs est relevé de 10 % et les promotions restreintes à 34 %. Le projet de loi met donc en exergue les coûts de production. Ce qui soulève quelques questions. Les agriculteurs en ont-ils une bonne connaissance ? Comment le coût de production moyen va-t-il être établi ? Quel niveau de marge va-t-on octroyer à l'agriculteur ? Quid des écarts entre exploitations ? Mais pour commencer, question fondamentale : le projet de loi va-t-il réussir là où pas moins de six textes de loi entourant les relations producteurs, transformateurs et distributeurs n'ont pas modifié l'ordre des choses au cours des deux décennies passées ? Éléments de réponse, avec Ludovic Brindejonc, Président d'Agri-Ethique France et Pierre-Gérard Pouteau, Directeur général de Cerfrance Maine-et-Loire.

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065
Edition : Bagnols

Date : 26 FEV 18
Journaliste : TH. D.

Un pain complet bio doré au-delà du four

Boulangerie. Une démarche primée. Pour Tony Talmant, les choses sont un peu différentes : c'est la première fois qu'il participait à Gard gourmand depuis son installation à Bagnols en 2014. Il a été médaillé d'or pour son pain bio complet. Mais il avait obtenu la même récompense il y a six ou sept ans pour la Roussitane, produite à Pont-Saint-Esprit.«Un pain au levain de blé malté», présente-t-il. En tout cas, ce pain bio,«il y a longtemps qu'on le travaille, indique-t-il.Il est réalisé à 100% avec du blé français.»Et d'ajouter que le label bio de ses produits est certifié par Ecocert. Sa démarche va d'ailleurs beaucoup plus loin : Tony Talmant travaille avec la filière Agri éthique.«On achète le blé à un prix qui permet de rémunérer l'agriculteur et le meunier correctement. C'est une forme de commerce équitable. Et à partir de là, on ne parle plus que de qualité. Nous cherchons d'autre part à maintenir l'outil de production.»Cette filière est basée dans le Dauphiné. Elle travaille sur des blés rares, sélectionnés. Le boulanger a aussi concouru avec son sacristain qui lui a permis d'ajouter une médaille de bronze à son palmarès.«Nous élargissons régulièrement notre gamme bio», ajoute-t-il. Son enseigne bagnolaise, Caractères de pain, connaît une progression constante de son activité depuis qu'elle est ouverte. Tony Talmant présente son pain bio médaillé d'or. TH. D.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

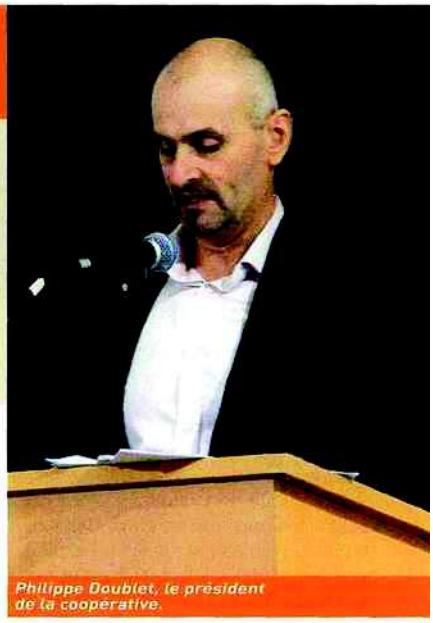
Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

VIE PROFESSIONNELLE

La Coopérative de Matha mise sur la diversification

LES DÉMARCHES DE CONSEIL ET LES CULTURES FILIÈRES, DEUX AXES DE DÉVELOPPEMENT

De quels moyens dispose une coopérative agricole à taille humaine comme celle de Matha pour proposer des démarches de services innovantes aux viticulteurs et aux céréaliers ? Cette interrogation a été à l'origine de l'évolution de la stratégie de l'entreprise, et de nouveaux modes de fonctionnement se sont mis en place avec discrétion au cours des dernières années. La PME entretient avec ses adhérents une culture de l'écoute qu'elle a essayé de valoriser en faisant preuve de réactivité. Le conseil d'administration et l'équipe de direction ont mis en place de nouveaux concepts d'accompagnement technique en vigne et commencé à diversifier les circuits de production et de commercialisation des céréales. La présentation de l'exercice 2016-2017 atteste de la bonne santé économique de l'entreprise et du bien-fondé des récentes stratégies de développement.



Philippe Doublet, le président de la coopérative.

La Coopérative de Matha a une activité bien équilibrée, entre les productions céréalières et la vigne, de par le vaste secteur au sein duquel l'entreprise travaille. L'une des particularités de cette PME de 28 salariés réside dans la diversité des territoires agricoles de son aire d'activité. Les deux filières de production majeure, la vigne et les céréales, sont réparties à la fois dans le Pays bas, dans le vaste secteur du Pays haut, entre Matha, Sigogne, Gourville et Fontaine-Chalendray, et plus au nord entre Matha et Aulnay. L'activité agricole au sein de ces trois zones repose sur des exploitations agricoles bien différentes et des adhérents possédant des surfaces de plus en plus importantes. **Au cours de la dernière décennie, le dynamisme de la filière viticole, la diminution des surfaces irriguées de maïs et l'augmentation des productions de céréales d'été ont représenté des événements majeurs pour la coopérative et ses adhérents. L'entreprise travaille avec 350 adhérents actifs, 25 % de propriétés viticoles à plus de 80 %, 50 % d'exploitations mixtes céréales et vignes, 25 % de céréaliers et une poignée d'éleveurs bovins et caprins.**

Des valeurs de vrai partenariat entre la coopérative et ses adhérents

Le président Philippe Doublet et l'ensemble du conseil d'administration considèrent que la priorité de la coopérative a été et est toujours d'apporter aux adhérents, les céréaliers et les viticulteurs, des services de qualité : « **La vocation de la coopérative est d'être une entité de services performante pour les adhérents grâce à des valeurs humaines qui répondent aux exigences économiques et environnementales actuelles et futures. L'entreprise doit être en mesure de proposer des démarches de travail à la fois diversifiées, innovantes, cohérentes par rapport aux enjeux des différentes filières.** La notion de vrai partenariat entre la coopérative et ses adhérents est une valeur humaine fondamentale que nous nous efforçons de cultiver. Il nous paraît essentiel que l'entreprise dispose d'infrastructures technologiques performantes et d'une équipe formée et efficiente pour remplir ses missions. La Coopérative de Matha est gérée en faisant preuve de pragmatisme et dans l'objectif de construire une PME dynamique à dimension humaine. Les marges de manœuvre financières sont équitablement redistribuées entre les agriculteurs et l'investissement dans l'entreprise. »

Un exercice parfaitement maîtrisé sur le plan économique

Le contexte économique durant l'exercice 2016-2017 a été assez contrasté, avec une dynamique positive de la filière Cognac tout de même un peu « refroidie » par le gel de printemps et un marché des céréales peu porteur. Une telle conjoncture a eu des conséquences sur l'activité de la Coopérative de Matha, dont **le chiffre d'affaires de 17 300 000 € enregistre une baisse de 9 % par rapport à l'exercice précédent. La saine gestion de l'entreprise a permis de dégager un résultat net de 45 000 € après des redistributions de ristournes sur les approvisionnements (d'un montant de 118 000 €) et des compléments de prix sur les céréales.** Les commissaires aux comptes ont souligné la bonne gestion de l'entreprise qui dispose d'importants capitaux propres. Le plan d'investissements de plus de 300 000 € sur l'exercice a concerné l'adaptation des moyens informatiques et la rénovation des équipements de tri et de stockage des céréales de plusieurs sites de collecte.

Les incidents climatiques et le marché baissier des céréales ont pesé sur l'activité approvisionnement

L'activité approvisionnement, avec 7 019 000 €, enregistre une baisse liée à la fois aux moindres niveaux de consommation d'intrants dans les céréales et aux

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

Un public assidu pendant toute l'assemblée générale.

conséquences du gel de printemps sur le vignoble. La conjoncture économique difficile du marché des céréales, un climat printanier sec en 2016 et la prise en compte des enjeux environnementaux ont entraîné une réduction de l'utilisation des intrants. D'ailleurs, les techniciens de la coopérative ont mis en place des suivis culturaux pointus pour aider les exploitations à moduler leurs apports d'intrants de manière plus rationnelle dans les différents îlots. **En vigne, environ 40 % de la surface de vignoble contrôlé par la coopérative (dans tout le secteur du Pays bas et certaines zones basses ailleurs) ont subi des dégâts de gel à 100 % en avril 2017. La mise en œuvre des premiers traitements a été retardée et parfois le niveau de couverture durant le cycle végétatif a été moindre.** Une frange significative des exploitations viticoles a aussi pris l'habitude de réduire ses achats de morte-saison depuis quelques années, pour ensuite adapter la protection au niveau du risque. **Ce changement de comportement d'achat s'inscrit dans une logique d'optimisation du raisonnement de la lutte contre les parasites et les ravageurs dont les techniciens viticoles de la coopérative sont acteurs.**

La nutrition végétale soutenue par les exigences de productivité en vigne

Les ventes d'intrants en grandes cultures et en vigne ont représenté respectivement 60 % et 40 % du chiffre d'affaires « appros ». Le pôle « santé végétale » reste porté par deux familles de produits, les fongicides et les herbicides. Les produits de nutrition foliaire en net développement depuis plusieurs années sont intégrés à l'activité de santé végétale. **La nutrition foliaire en vigne et aussi sur les céréales est devenue une pratique raisonnée qui vient aider les plantes à s'adapter aux conditions climatiques durant leur cycle végétatif.** Les apports de fertilisation au sol assez stables en volumes sont désormais raisonnés avec finesse grâce aux différents outils d'aide à la décision. Le développement des engrais organiques et des chélates au sol en vigne représentent presque 30 % du chiffre d'affaires nutrition au sol. Ces deux catégories de produits sont des leviers forts pour doper la productivité des vignes.

> « La nutrition foliaire en vigne et aussi sur les céréales est devenue une pratique raisonnée qui vient aider les plantes à s'adapter aux conditions climatiques durant leur cycle végétatif. »

Des stratégies de conseil pour promouvoir les concepts d'agriculture durable

Alain Thibault, le codirecteur, qui a en charge la gestion des aspects techniques, considère que la nutrition et la protection des cultures sont entrées dans une ère de gestion maîtrisée en phase avec les attentes d'agriculture durable. **Le conseil d'administration et l'équipe de direction ont, depuis plusieurs années, fait le choix assumé et stratégique de développer les apports de technicité. Cela se traduit par une implication forte des conseillers de la coopérative dans le développement d'outils d'observation et d'aide à la décision.** L'optimisation de l'alimentation et de la protection des cultures est aujourd'hui devenue le fondement du travail quotidien de l'équipe technique. Les initiatives de conseils au niveau des céréales sont conduites sous la tutelle de Fred Patcina, qui est aussi l'expert maison du développement des cultures de filières (blé de meunerie, blé de force, pois protéagineux, lin).

Le bien-fondé du réseau MétéObserv conforté en seulement trois ans

En vigne, David Croizet est à l'origine de la mise en place du réseau MétéObserv. Depuis trois ans, l'implantation d'une quinzaine de sites d'observation météo associés à divers OAD (modèles mildiou, oïdium, prévisions météo locales, suivis physiologiques...) sur le territoire de la coopérative a permis de développer des prestations de services nouvelles qui connaissent un certain succès. Les viticulteurs ont la possibilité d'accéder à différents niveaux de conseils et de services qui nourrissent leurs réflexions pour conduire la protection du vignoble. Une frange croissante d'adhérents s'intéresse à ce concept de travail innovant. **Chaque outil technique fonctionne sur une aire géographique locale, et ensuite l'ensemble des données sont traitées à l'échelle de tout le réseau. Les sources d'informations à la fois locales et collectives débouchent sur la mise à disposition de conseils adaptés aux contextes (nature du sol, climat, sensibilité des parcelles...) des divers îlots.** Ce type de dialogues entre les viticulteurs et les conseillers débouche sur la mise en œuvre de stratégies de lutte beaucoup plus raisonnées et aussi plus déconnectées des enjeux commerciaux. Les démarches d'accompagnement pour les mises aux normes environnementales des propriétés représentent aussi un nouveau pôle d'activité. Un jeune conseiller, Johan Pineau, a été recruté pour réaliser les diagnostics et ensuite aider les agriculteurs à monter les dossiers d'aménagement et d'aides.

Le conseil technique, une réelle voie de développement

A. Thibault considère que ces initiatives illustrent, d'une part, une véritable évolution du métier de fournisseurs d'appros

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

et, d'autre part, conforte la mission de la coopérative auprès des adhérents : « La réflexion technique est en train de redevenir le cœur de notre métier et c'est très bien ainsi ! **Je pense réellement que nous nous sommes engagés dans une voie d'avenir, bien qu'au départ cela a suscité un effet de surprise. En trois ans, le pari est en passe d'être gagné** et les démarches de suivis culturaux pour les céréales et de conseils VitiObserv deviennent pertinentes et complètement en phase avec l'évolution du contexte réglementaire de travail des acteurs de la distribution souhaitée. Dans le cadre des Etats généraux de l'alimentation, un volet des conclusions a concerné directement l'avenir du métier de distributeur d'intrants. Les débats ont clairement indiqué qu'à terme **il faudrait séparer les démarches de conseil de celles de la vente des intrants. Notre PME s'est engagée actuellement dans la voie du développement du conseil auprès des agriculteurs et des viticulteurs qui le souhaitent.** Pour l'instant, cette initiative ne représente qu'une démarche de diversification de notre activité appros. Leur devenir risque d'être stimulé dans un avenir proche avec la montée des exigences environnementales. »

Une collecte 2016 en léger recul volumique

La collecte céréalière de l'été et de l'automne 2016, avec 50 800 t, a enregistré une baisse volumique d'environ 5 % mais avec de fortes disparités selon les cultures. La production de blé tendre, qui représente 40 % de la collecte totale, a diminué d'environ 10 % suite à des rendements moyens. Par contre, la qualité des blés durs, des blés tendres et des orges de brasserie a été bonne, ce qui a facilité leur commercialisation. Les efforts de suivis techniques ont permis de bien maîtriser les apports d'azote, les dates de récolte et les PS. Le maïs, malgré une baisse régulière des surfaces, demeure une culture importante et la production a représenté 10 % de la collecte. La récolte de tournesol a été décevante suite à un été 2016 assez sec. L'implantation de la culture de pois protéagineux d'hiver a représenté une bonne alternative au tournesol en termes de tête d'assolement, de rendement et de valorisation hectare. Les agriculteurs, qui au départ étaient un peu sceptiques sur le bien-fondé de cette culture, en ont vite compris l'intérêt technico-économique. L'autre événement marquant de cette campagne a été l'introduction de plusieurs nouvelles cultures, des blés de meunerie et du lin.

De l'épi de blé à la farine.

« Le premier segment de ces nouveaux marchés qui a été travaillé a concerné les blés de meunerie. »

Une diversification de la commercialisation auprès de meuniers régionaux

La commercialisation de la récolte 2016 s'est déroulée dans un contexte global toujours difficile. Les débouchés d'exportation, qui ont été confrontés à une forte concurrence mondiale, ont fait chuter régulièrement les cours tout au long de la campagne. Heureusement, la coopérative avait engagé des démarches pour rechercher de nouveaux débouchés de niches sur le marché français. **Le premier segment de ces nouveaux marchés qui a été travaillé a concerné les blés de meunerie.** Les efforts qualitatifs de maîtrise des teneurs en protéines, de sélection de lots et de traçabilité au niveau des blés tendres au moment de la collecte ont permis de nouer des contacts avec deux meuneries situées dans la grande région. **Les bonnes qualités des blés ont permis d'engager un dialogue constructif et de décrocher des engagements commerciaux qui a permis d'écouler 40 % de la production 2016.** Les niveaux de valorisation de ces qualités de « meunerie » ont été supérieurs aux débouchés d'exportation.

Une parcelle de lin au moment de la floraison.

Une réintroduction de la culture du lin contractualisée sur plusieurs années

Le second segment de marché de niche qui a été valorisé concerne la production de lin. Cette culture, qui avait été déjà développée par la coopérative au début des années 2000, a été relancée à partir de 2015. **Un partenariat solide et pluriannuel a été conclu avec un transformateur français, Le Grenier Albigeois.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan Vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

L'art de transformer du blé en farine.

Cette entreprise a développé une unité de fabrication de lin extrudé 100 % français qui est destiné aux besoins de l'alimentation animale. Une demande ferme existe sur ce type de produit. À la faveur de ce contexte, la Coopérative de Matha a réussi à contractualiser la vente de cette production avec de nettes augmentations de volumes. Ce débouché a permis d'implanter en 2016 une centaine d'hectares. **Un niveau de production moyen de 2 t/ha et une valorisation intéressante sur la base de 450 €/t semblent être des arguments convaincants pour pérenniser cette nouvelle culture.** Les charges de production assez limitées (peu d'intrants) ont permis de dégager des niveaux de revenus bien supérieurs à ceux du tournesol à bons rendements. L'autre avantage du lin réside dans le fait qu'il constitue une excellente tête d'assolement et ne nécessite pas d'irrigation. Le souhait de la coopérative serait de voir les surfaces atteindre plus de 200 ha dans un avenir proche.

Produire des qualités de céréales adaptées aux attentes d'acheteurs prêts à mieux les valoriser

Thierry Buna, le codirecteur de la coopérative qui a en charge la commercialisation des céréales, estime que la dimension économique et les infrastructures humaines de la coopérative se révèlent être un véritable atout pour développer des cultures de filières attractives : « Les structures de la coopérative et les relations fortes qui existent avec les adhérents nous permettent d'avoir une capacité d'adaptation et une réactivité pour engager des démarches de commercialisation novatrices. Le contexte de commercialisation baissier du marché mondial des céréales depuis quelques années est très préoccupant pour l'équilibre économique de nombreuses exploitations et l'avenir de la coopérative. L'entreprise a fait le choix de prospecter de nouveaux débouchés générateurs de niveaux de plus-values plus élevés et surtout plus constants dans le temps. **Notre métier de metteur en marché de céréales connaît une profonde évolution. Le dialogue que nous avons lié avec de nouveaux acteurs français qui recherchent des produits cousus main est une opportunité. Ces opérateurs semblent intéressés par les méthodes de travail d'une structure à dimension humaine comme la nôtre.** La prise en compte des exigences de ces

> « Il faut désormais produire des qualités adaptées aux attentes des acheteurs qui sont mieux valorisées. »

nouveaux clients nous a amenés à développer le concept des cultures filières. Il faut désormais **produire des qualités adaptées aux attentes des acheteurs qui sont mieux valorisées.** C'est un autre métier qui nous paraît accessible en investissant surtout dans de l'organisation et de la logistique pour sélectionner, isoler et bien tracer les productions. Ces efforts n'engendrent pas réellement des hausses de charges pour les agriculteurs et pour la coopérative, mais par contre ils génèrent des plus-values. L'intérêt de ces initiatives réside aussi dans le fait que cela permet de recréer avec les adhérents des pôles d'intérêt pour aller plus loin dans la conduite de ces itinéraires culturaux. »

Un engagement de plus en plus fort dans les cultures filières

Les premières retombées positives de cette nouvelle dynamique de commercialisation ont convaincu le conseil d'administration et l'équipe de direction de poursuivre cette stratégie des cultures filières. C'est une évolution profonde des méthodes de commercialisation qui repose sur de nouvelles organisations des méthodes de production de la coopérative et des adhérents. **Un concept de base simple : « produire des lots de blé, de lin... correspondant à des cahiers des charges de production établis avec les acheteurs en faisant preuve de technicité et de compétences ».** La mise en place d'un suivi des cultures un peu plus pointu et surtout plus encadré sera indispensable mais n'engendrera pas de coûts d'intrants supplémentaires. Il faut en quelque sorte valoriser les savoir-faire d'agronomie des agriculteurs et des techniciens dans les parcelles, et ensuite que la coopérative se donne les moyens d'isoler, de conserver et de tracer ces lots qualitatifs. Les premiers efforts techniques des producteurs et de la coopérative au niveau de la récolte 2016 ont permis d'accélérer la dynamique de commercialisation de produits de niche durant l'hiver 2016-2017. **Le net développement des surfaces de blé de force et de lin pour les productions de 2017 représente une nouvelle étape. La production de blé tendre (40 % de la collecte totale) de qualité, tracé et alloté a été engagée à plus de 60 % auprès de plusieurs meuneries avec des perspectives de valorisation intéressantes.**

De réels espoirs de meilleures valorisations sur les blés de meunerie

Th. Buna considère que, désormais, les meilleures opportunités de commercialisation pour la coopérative et ses adhérents reposeront principalement sur les cultures filières : « Les niveaux de valorisation du blé tendre sur le marché mondial à 130, 140 €/t satisfont peut-être les attentes des producteurs de la mer Noire, d'Australie ou du Brésil, mais ne permettent plus à nos adhérents de vivre décemment. Face à ce constat qui perdure, la coopérative a essayé de diversifier les débouchés. L'aboutissement de négociations avec plusieurs minoteries régionales représente de bonnes opportunités qui doivent être confortées. Les productions de blé

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan Vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

de force 2016 de qualités de meunerie à partir de variétés non spécifiques ont déjà permis de bien améliorer les prix de vente. **Nous avons aujourd'hui une demande pour des blés tendres issus de variétés pures avec des perspectives de plus-values supplémentaires de l'ordre de 15 à 20 €/t. Il n'est pas illusoire de penser que la valorisation des lots de blés améliorants pourrait dans un avenir proche générer une prime qualité de 35 €/t sans que ces cultures engendrent de charges supplémentaires. »**

Le plateau d'intervenants de la table ronde.

La dimension environnementale des cultures filières

Le challenge de la diversification des débouchés de la Coopérative de Matha est donc entré dans une phase d'accélération, et durant l'exercice 2016-2017 un nouveau cap de commercialisation a été franchi. L'objectif d'ici 2 à 5 ans est de voir les cultures filières devenir très largement majoritaires. Th. Buna observe que cette évolution est initiée par des acheteurs soucieux de construire des relations pérennes avec des producteurs impliqués dans des démarches plus qualitatives : « En dehors des marchés d'exportation, **il existe une demande pour des productions à la fois nouvelles, segmentées en volumes et qualitatives. Les discussions avec de nouveaux acheteurs nous font profondément évoluer dans nos approches de travail et aussi prendre conscience de la dimension environnementale des futurs concepts de production.** Le sujet résidus de pesticides dans les cultures qualitatives est désormais systématiquement intégré aux cahiers des charges des productions. Des analyses de résidus sont effectuées lors des livraisons de lots de blé meunier, et pour l'instant il n'y a pas eu de problème. **Des discussions informelles avec plusieurs meuniers ont révélé une demande ferme sur des blés bio qu'ils n'arrivent pas à satisfaire avec le potentiel de production régional. Leur souhait serait de travailler localement pour limiter les frais de logistique. Pourquoi ne pas essayer d'investir dans cette nouvelle voie si certains agriculteurs le souhaitent ?** Une réflexion est en cours avec plusieurs adhérents déjà bio ou prêts à le devenir pour construire une petite filière pour les récoltes 2019 et 2020. Nous considérons aussi que le développement du lin constitue une autre diversification porteuse de véritables espoirs. La demande actuelle permet d'absorber très facilement la production des 150 ha et nous avons de bonnes perspectives pour 50 ou 100 ha supplémentaires. L'implantation en 2018 d'autres cultures de niches, comme le pois chiche et le tournesol strié, va être testée sur de petites surfaces. »

Les éléments clés du dernier exercice de la Coopérative de Matha

- Une PME de **28 salariés** ayant deux domaines d'activité équilibrés, la vigne et les céréales.
- Un chiffre d'affaires de **17,30 M€** et un résultat net largement positif après redistribution des compléments de prix sur les appros et les céréales.
- Une diminution du CA d'environ **9 %** liée à la fois à la baisse du niveau de valorisation des céréales et aux conséquences du gel de printemps.
- Un **gel de printemps 2017** très important sur tout le secteur du Pays bas et 40 % des surfaces de vignes de la coopérative ont été touchées à plus de 80 %.
- Une **activité appros** impactée à la fois par les aléas climatiques et la mauvaise conjoncture du marché des céréales.
- Une montée en puissance du **conseil technique** pour accompagner les adhérents dans la mise en œuvre des pratiques de viticulture et d'agriculture.
- La réussite du réseau de conseil vigne **MétéObserv** depuis 3 ans.
- Une collecte céréalière de plus de **50 000 t** ayant un beau potentiel de qualité.
- Les cultures d'été sont dominantes et le **blé tendre** représente 40 % de la collecte totale.
- Une stratégie de diversification de la production des céréales avec le développement des **cultures filières** pour se désengager des marchés d'exportation.
- Une volonté de la coopérative de **nouer des contacts avec de nouveaux acheteurs** recherchant des produits de qualité susceptibles de dégager des niveaux de valorisation supérieurs aux agriculteurs.
- **Deux axes de développement majeurs :** des entreprises de meunerie à dimension humaine et des acheteurs de produits spécifiques comme le lin, le tournesol strié ou le pois chiche.
- **40 % de la collecte de blé** de la récolte 2016 écoulés auprès de plusieurs meuniers.
- 150 ha de production de lin en 2017 valorisés à **450 €/t.**
- L'**objectif** de voir les cultures filières devenir dominantes d'ici quelques années.

« Nous avons aujourd'hui une demande pour des blés tendres issus de variétés pures avec des perspectives de plus-values supplémentaires de l'ordre de 15 à 20 €/t. »

Un moyen de penser des assolements « plus verts »

Les concepts historiques de la production de céréales standards sont donc remis en cause et les agriculteurs subissent cette évolution en étant confrontés à de réelles difficultés économiques. Un tel contexte ne permet pas d'aborder le développement des cultures filières dans un climat apaisé, et forcément cela suscite des débats passionnés. L'adhésion des adhérents à ces nouvelles alternatives est accueillie de façon très diverse. Certains ne considèrent pas que ce sont des solutions crédibles pour le devenir de leur activité, alors que d'autres les intègrent déjà sur 20 à 30 % de leur surface. **Les cultures filières vont**

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

devoir convaincre sur le plan économique pour être en mesure de s'installer durablement dans les assolements. Si l'argument majeur de la rentabilité économique supérieure paraît prioritaire, la sensibilisation à l'importance des problématiques environnementales risque aussi de contribuer à les imposer.

La pression sociétale autour de l'utilisation des pesticides, qui est devenue un sujet sensible et fréquent, a déjà des conséquences sur la mise en œuvre des itinéraires culturaux. La réduction de l'utilisation des intrants pour les productions conventionnelles est plus que jamais le challenge majeur des toutes prochaines années. Cependant, il faudra concilier cet objectif aux réalités économiques.

L'introduction de nouvelles cultures au niveau des assolements céréaliers représente une alternative complémentaire et positive pour construire des itinéraires culturaux respectueux des enjeux agronomiques et surtout « plus verts ».

Une table ronde qui a conforté les fondements du métier d'agriculteur

Lors de l'assemblée générale, les responsables de la coopérative avaient organisé une table ronde pour sensibiliser les adhérents à la fois aux préoccupations environnementales et à l'intérêt du développement des cultures filières. Le choix de la thématique, « L'agriculteur au cœur

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Paysan vigneron

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 2049

Date : DEC 17
Page de l'article : p.37-43
Journaliste : Lionel Ducom

de l'agriculture durable », a permis de découvrir une série d'initiatives novatrices ayant eu des retombées concrètes pour les agriculteurs.

La présentation de plusieurs projets rapprochant des céréaliers des attentes des consommateurs a été à l'origine de la création de filières de production pérennes et éthiques qui ont permis de sécuriser le revenu des agriculteurs.

Au cours des débats, plusieurs témoignages n'ont pas laissé indifférent le public. Le plateau d'intervenants, constitué d'Alain Falourd, un adhérent céréalier de Gourville, de Jean-Paul Bellot, président de la minoterie Bellot à Saint-Maixent, d'Erwan Ollivier, responsable des cultures filières au sein du groupe coopératif Limagrain à Clermont-Ferrand, de Luc Servant, président de la chambre d'agriculture de Charente-Maritime et vice-président de la chambre régionale d'agriculture de Nouvelle-Aquitaine, de Ludovic Brindejonc, directeur de la société Agri-Ethique, dédiée à la mise en œuvre de pactes de commercialisation équitables, de Fred Patcina, le conseiller expert des cultures filières de la Coopérative de Matha, et de Thierry Buna, le codirecteur, **a été à l'origine d'échanges à la fois réalistes, ouverts sur des perspectives de productions céréalières différentes et qui ont conforté les agriculteurs dans les fondements de leur métier.**

Lionel Ducom

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Une époque formidable

Parfois il est nécessaire de faire un pas de côté, de s'asseoir au bord de la route, pour laisser les meutes passer et essayer de mieux comprendre le curieux mouvement qui les anime. Parviendrai-je seulement à le faire tout à fait ? Sans doute pas, mais toujours est-il que j'ai tenté l'expérience ces derniers temps. Ce n'est pas la seule raison du grand ralentissement de mon rythme d'écriture sur ce blog, mais cela l'explique en partie. Je ne pensais pas être encore là 7 ans après mon premier billet, pourtant c'est bien le cas. Pendant cette période, j'ai pu voir le secteur de la boulangerie évoluer, sans doute pas assez à mon goût. Mes convictions, elles, n'ont pas varié. Au contraire, le temps a fini par me donner raison, pas toujours sur la forme je l'admets, plus souvent sur le fond.

Nous vivons une époque formidable. Si, si, croyez-moi, voyez plutôt. Tout le monde a fini par être convaincu que la qualité devait être au centre de nos préoccupations, que l'on soit boulanger, meunier, agriculteur, industriel ou même consommateur. D'ailleurs, qu'est-ce que c'est, la qualité ? Au sens large, ce serait « *la « manière d'être », bonne ou mauvaise, de quelque chose*« . Selon l'AFNOR, « *un produit ou service de qualité est un produit dont les caractéristiques lui permettent de satisfaire les besoins exprimés ou implicites des consommateurs*« .
Cette nouvelle religion convertit chaque jour plus de fidèles. Il faut simplement comprendre que parmi tous ces prêcheurs se cachent beaucoup d'individus recherchant avant tout la réalisation de leur intérêt personnel, et se parent de leurs plus beaux atouts pour paraître engagés et sincères. Que l'on ne me parle pas de main invisible, laissons Adam Smith là où il est, ça ne marche toujours pas et ça ne marchera pas : plutôt que de mains, notre monde est fait de pieds, lesquels sont fort utiles pour écraser nos voisins.

L'empilement des démarches qualité

Des pieds, il en faut aussi pour courir, et cela tombe bien puisque notre filière a entamé une véritable course à la certification pour toujours mieux afficher sa volonté de faire bien. **Toutes ces petites étiquettes empilées démontrent avant tout l'absence profonde de conviction de la plupart de nos acteurs meuniers**, qui saisissent ces démarches de manière opportuniste pour offrir à leurs clients de nombreuses options, réduisant ainsi la tentation d'aller voir ailleurs. Label Rouge, CRC ou « Blé de nos campagnes », Agriculture Biologique, « De la Graine au Pain », « Robins des Champs », Valcetri, Manger Local en Ile-de-France, … les marques ne manquent pas, avec leurs kits de communication associés.

Tous droits réservés à l'éditeur

En empilant le tout, il y a moyen de faire un bel arbre de Noël. Manque juste les guirlandes clignotantes.

Cela répond à une préoccupation exprimée par les consommateurs, qui sont en recherche de produits plus sains et fabriqués localement. Si l'intention peut paraître louable et que plusieurs de ces démarches sont pleines de bon sens et d'engagement, cela rend le message toujours moins lisible en plus de cacher de réelles disparités entre ces étendards. **L'humain allant naturellement vers la facilité, beaucoup choisiront l'option la plus rapide et avantageuse… à leurs yeux.** A ce propos, vous savez comme j'aime mes amis de chez Agri-Ethique, j'ai déjà eu l'occasion de vous dire combien j'appréciais leur engagement et leur propension à communiquer. Leurs meuniers partenaires ont accéléré le déploiement du dispositif chez les boulangers ces derniers mois, avec un grand nombre d'artisans labellisés à travers la France. Forcément, la mariée est belle : un prix de matière première garanti sur 3 ans, l'impression de favoriser des relations éthiques et responsables avec les agriculteurs, une communication valorisante auprès du consommateur… Les journalistes ont mordu à l'hameçon, et de nombreuses dépêches locales se sont fait l'écho du discours porté par l'entité qui se vante aujourd'hui d'être « la première démarche de commerce équitable nord-nord ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Chez Paulic, on aime cocher des cases : Qualista, Label Rouge, IGP, Agri-Ethique…; il ne reste plus qu'à empiler les logos pour se donner une image de vertu.

Seulement, lorsque l'on gratte un peu le vernis, on se rend vite compte que personne ne sait bien ce qui est Agri-Ethique ou pas : **quelle part du volume de céréales écrasé est labellisé ? La farine d'un boulanger adhérent est-elle vraiment « éthique » et différente de celle livrée à un autre client « lambda » ?** Lorsque l'on interroge les charmants évangélisateurs, peu de réponses sont apportées, si ce n'est que les adhérents s'engagent sur un volume de quintaux ou que l'objectif n'est pas d'amener à une logique de traçabilité mais de revenir à des valeurs morales oubliées (sic), en dehors du marché mondialisé. Même constat sur l'engagement environnemental vanté maintes et maintes fois, sur lesquels les agriculteurs devraient « innover » selon le pacte signé : **l'écologie n'est pas seulement une question de paroles mais aussi d'actes, et en la matière les leviers d'action ne manquent pas, surtout dans un monde agricole gangréné par des pratiques productivistes.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Au Serbotel, Terrena avait dédié un stand à la filière La Nouvelle Agriculture dédiée au blé et à la farine.

Les engagements de Terrena-La Nouvelle Agriculture pour le grain et la farine. Si certaines pratiques vont dans le bon sens, sans représenter une quelconque nouveauté, j'avoue que le point de la sélection variétale me plaît beaucoup : on choisit des variétés très modernes et on le met en avant, sans complexe.

Sacs de farine « Eco-Locale » La Nouvelle Agriculture

Pour continuer dans la même veine opportuniste, la démarche La Nouvelle Agriculture semble bien décidée à peser également sur le sujet du pain. Là encore, une grande coopérative -Terrena- est à la manoeuvre et avait déployé un stand dédié au sujet lors du dernier salon Serbotel. Sa filiale meunière Evelia est chargée de produire la farine qui sera « parfaitement tracée du champ à la boulangerie » mais aussi « locale et plus respectueuse de l'environnement », avec une collaboration entretenue auprès de 110 agriculteurs des

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays de la Loire. Si le cahier des charges pour les produits carnés impose des règles en terme d'alimentation animale, **on peut légitimement se poser la question des réels engagements portés derrière ce label pour la filière céréalière.**

Les personnalités se sont enchaînées sur le stand Boréa lors d'Europain 2018 : Fouzia Smouhi, Yvon Foricher… c'est à croire que tout le monde cautionne leur vision déshumanisée de la boulangerie. Ou que les convictions que toutes ces personnes savent si bien vanter manquent sérieusement de fondements.

En parlant d'engagements, il faut croire que ces derniers n'ont que peu de poids face à l'attrait de la réussite personnelle et de l'avancement. L'un des derniers exemples en date est celui de Fouzia Smouhi, qui a quitté la gouvernance du GIE CRC – Le Blé de nos Campagnes pour prendre la tête de Cérévia, qui regroupe six coopératives dans la zone Bourgogne Franche-Comté Rhône-Alpes. **Après avoir oeuvré pour développer la démarche CRC en faisant entrer tous types d'acteurs dans cette dernière, au point d'affaiblir sérieusement sa crédibilité et le sens qu'elle pouvait porter**, elle revient donc à ses premiers amours -on l'a connue il y a quelques années au sein de l'entreprise de négoce Bresson- avec une belle promotion. Sa succession à la tête du CRC sera sans doute bien assurée : l'arrivée fin janvier de Marc Bonnet, ex-Limagrain, Naturex ou encore Axéréal, laisse peu de doutes sur la trajectoire que suivra le GIE.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chez les Grands Moulins de Paris, on est tellement convaincus de l'intérêt du Label Rouge qu'il a été retiré de la farine Grand Siècle (qui représente la plupart des volumes d'écrasement) pour être attribué à une référence annexe, la Platine. Cela n'empêche pas Catherine Peigney, Directrice des Relations Extérieures chez Nutrixo, de continuer à peser dans le processus décisionnel de la démarche… alors même que son employeur est, de fait, devenu un acteur mineur des farines Label Rouge. Chez Trottin, la farine Label Rouge est une vraie passion.

Chez Foricher, on n'a toujours pas renoncé à l'idée selon laquelle la labellisation Label Rouge sur la baguette de tradition française serait un graal pour les artisans boulangers. C'est bien loin d'être le cas : non seulement la démarche mériterait d'être élargie à l'ensemble de la vie d'une affaire de boulangerie, mais cela ne signifie pas non plus que le boulanger est en pleine possession

Tous droits réservés à l'éditeur

des outils lui permettant de réussir dans son projet. Sur le Salon de l'Agriculture 2018, le stand du GIE CRC est une belle exposition de ce qu'est devenue la démarche : une caution pour des industriels -Saint Michel, Gerblé, les Pains Pérène…- en quête d'une image vertueuse.

Chez Foricher, on met en avant les réussites qui seraient liées à la labellisation Bagatelle-Label Rouge sur la baguette de Tradition française… mais ne serait-ce pas avant tout lié au savoir-faire des artisans plutôt qu'à une marque, qui ne correspond plus à ce qu'attendent les consommateurs.

Le bonheur du double discours

Ne nous voilons pas la face : si la filière est si impliquée dans cette image de vertu qu'elle souhaite se donner, c'est qu'en réalité la plupart des acteurs ont tout simplement renoncé aux actes qui devraient aboutir à un produit de qualité. **Pensez-vous sincèrement que des meuniers tels que Soufflet, Grands Moulins de Paris ou Axiane ont encore foi en l'artisanat ?** Les volumes qu'ils écrasent pour les industriels, ou les solutions prêtes à l'emploi (viennoiserie, pâtisserie, snacking…) qu'ils proposent sont bien plus juteux et rentables : peu de service à apporter, moins de risques…

Tous droits réservés à l'éditeur

Axiane « Secrets d'Artisan » a récemment lancé une nouvelle gamme de farines, dont certaines sont réalisées à partir de blés CRC. Elles permettent de réaliser des produits « au goût premium » (je ne sais toujours pas ce que cela signifie !) et tiennent plus de l'invention marketing que de la réalité produit.

Il suffit de voir comment ces entreprises se sont progressivement désengagées de la boulangerie artisanale : le plan de relance annoncé pour Baguépi-Soufflet n'a jamais pris forme -mis à part un relooking récent des sacs de farine et de l'identité visuelle-, les GMP ont, semble-t-il, abandonné le déploiement de leurs nouveaux concepts Campaillette et Copaline, Axiane multiplie les effets de manche pour donner l'impression de s'engager pour ses clients (communication numérique dynamique, marketing personnalisé…) mais ne propose pas de changement concret, mis à part de nouvelles farines marketées… **Ces entreprises continuent à porter leurs marques, leurs réseaux, même s'ils savent que la messe est dite depuis bien longtemps.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Banette continue de s'afficher dans des salons régionaux… sans remettre en question aucun de ses fondamentaux : on y retrouve toujours pré-mixes, rouge éclatant et snacking à foison.

C'est notamment le cas pour Banette : début 2017, les moulins du « groupe Maurey » (les Moulins Familiaux, pardon) ont quitté le groupement. **Leur émancipation progressive, avec la montée en puissance de leur communication propre et d'une gamme de produits complète, s'est ainsi achevée par une clarification nécessaire.** Des dizaines de « banetiers » ont ainsi suivi et sont à présent « débanettisés ». L'école Banette peine toujours à remplir ses sessions de formation, ce qui alourdit la charge des investissements réalisés dans les locaux de Briare. Du côté de Nicot Meunerie, même si l'entreprise revendique toujours une forte appartenance au groupement -faut-il rappeler que Jean-Philippe Nicot en est président-, **on développe de plus en plus une identité axée sur un ancrage régional. Bien sûr, il ne serait pas question d'évoquer une sortie…** mais l'absence de vision d'avenir et la domination des gros faiseurs que sont Axiane ou Storione laisse peu de doute quant à l'évolution du groupement. Les opérations commerciales nombreuses -pas moins de 9 en 2018- et le tournant pris pour laisser plus de place à l'identité de l'artisan semblent bien légers face

Tous droits réservés à l'éditeur

au travail qu'il faudrait entamer pour relever réellement le niveau dans la masse des banetiers, rendus au fil des années esclaves des mécanismes et mélanges du groupement.

Le stand Moulins Fouché sur Europain 2018 permettait de mesurer clairement la reprise en mains par Bertrand Girardeau : on y retrouvait ainsi les équipes commerciales des autres entités du groupe, ainsi que les produits mis en place par l'Atelier M'Alice.

La baguette « Signature » des Moulins Fouché : un marketing personnalisé au nom et couleurs du client, une farine Label Rouge-CRC… Cela ne manque pas d'idée et je ne doute pas qu'ils trouveront un public rapidement.

L'équipe de l'Atelier M'Alice avait préparé, comme à son habitude, une superbe table de viennoiseries pour le stand des Moulins Fouché lors d'Europain 2018.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le double discours touche aussi les indépendants, si tant est qu'ils le soient encore réellement. **Le rapprochement opéré entre les Moulins Fouché et la Minoterie Girardeau va bien plus loin que la « rencontre » évoquée par les deux entreprises.** On voit bien que la transformation de la meunerie essonnienne est en cours : la communication est de plus en plus uniformisée avec le reste des Moulins Associés et les produits sont élaborés par les équipes de l'Atelier M'Alice, à l'image de la baguette Quinoa présentée au salon Europain ou des viennoiseries. Le « centre de formation agréé » a d'ailleurs ouvert une extension à Itteville, dans les locaux Fouché, ce qui fait du lieu un véritable poste avancé proche de Paris. **Si Bertrand Girardeau a longtemps cherché le moyen de pénétrer le marché francilien, il semble avoir trouvé ici le bon outil** : le moulin est idéalement situé, ce qui lui permet de livrer autant l'Ile-de-France que la région Centre, et sa clientèle possède un fort potentiel de développement. **Les farines Biologiques de la Minoterie Suire sont naturellement mises en avant, et les démarches Label Rouge et CRC viennent de rejoindre la gamme avec la « Signature »…** ce qui évite au Club le Boulanger de voir un nouvel arrivant distribuant la farine Bagatelle en région parisienne, un scénario qui aurait été bien fâcheux pour les meuniers s'obstinant à se placer derrière cette bannière, malgré leurs différences profondes de positionnement, de qualité et de convictions.

La farine Bagatelle selon la Minoterie Trottin, avec sa dose de blé malté et d'alpha-amylases. Les différences de qualité sur cette farine sont palpables entre meuniers, et on comprend bien les différences tarifaires. La chose est bien moins évidente pour les boulangers, qui peuvent parfois choisir des farines portant la même dénomination chez différents fournisseurs… ce qui montre bien les limites atteintes par le Club le Boulanger.

Tous droits réservés à l'éditeur

La culture de l'innovation

Si l'on a pu voir des innovations apparaître dans les années 90, avec notamment le développement du Fermentolevain, des diviseuses-formeuses, le retour de farines sans additif, … on ne peut pas dire que le cru 2000-2010 ait été exceptionnel. **Bien sûr, les marchands de matériel n'auront de cesse de vanter les progrès réalisés sur les fours, les équipements de froid… mais cela n'a pas révolutionné la façon de faire du pain. Heureusement ou malheureusement ? C'est selon.**
Dès lors, il a bien fallu tenter d'occuper le terrain en apportant de nouveaux produits, sensés donner toujours plus de confort et d'agrément aux boulangers, souvent au détriment du savoir-faire et de la transmission du métier. Pré-mixes, viennoiseries ou pâtisseries surgelées, … tout y est passé, avec les résultats que l'on connaît.

Cela ne semble pas parti pour changer : chaque saison apporte ses nouvelles modes, qui sont autant de cycles dans lesquels se perdent certains artisans boulangers. Ce métier étant un petit monde, tout le monde se regarde et se tient prêt à saisir la dernière tendance.
Début 2017, au SIRHA, de nombreux meuniers semblaient avoir soudainement découvert les grandes qualités du maïs et de ses semoules. Les Grands Moulins de Paris ont ainsi leur Maïline, à base de farine de maïs toasté, Baguépi-Soufflet sa Bellamie (avec traçabilité garantie, s'il vous plaît !), Festival des Pains la Festive Crunchy… autant de réponses plus ou moins directes à la Pétrie et sa fameuse Pétrisane, qui marche sur les plates bandes historiques de ces grandes entreprises, lesquelles comptent parmi leur clientèle des artisans peu fidèles et sensibles autant au prix qu'aux argumentaires commerciaux bien huilés. Ce groupement se distingue d'ailleurs par sa capacité à vanter ses « innovations » : baguette de 300g à prix cassé, diagramme de fermentation pré-réglé, diviseur-formeuse « magique » permettant d'obtenir des produits aux bouts ronds… En rendant les artisans complètement esclaves et verrouillés dans leur concept, ils n'innovent pas mais contribuent à abaisser les compétences de leurs clients. **Pourtant, cela n'a pas empêché les Moulins Bourgeois de produire une copie conforme de la Pétrisane : lors du dernier Europain, la baguette « Bel Air » était présentée, avec une chambre de fermentation pré-programmée.** Au delà du fait que sortir la photocopieuse pour élaborer un nouveau produit est une pratique repoussante, cela me semble peu en adéquation avec la défense de l'artisanat mise en avant par ce meunier.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chez Moulins Bourgeois, on était particulièrement fiers de présenter la Bel Air lors d'Europain 2018. Il n'y a pourtant pas de quoi : copier trait pour trait le concept de la Pétrie, avec une chambre de fermentation pré-programmée, un process au pétrissage intensif et la confiscation totale de l'intervention de l'artisan sur ce produit n'a rien de glorieux.

D'ailleurs, le groupement La Pétrie avait lancé parmi les premiers une brioche clé en mains, la Briotine. L'an passé, ils ont été rejoints par de nombreux meuniers et ingrédientistes. Eurogerm a ouvert le bal, suivi par certains de leurs revendeurs, avant que d'autres développent leur propre produit. Festival des Pains a ainsi mis l'accent sur les « moelleux » réalisés avec la farine la Festive, un choix qui reste à saluer car les recettes se basent uniquement sur des produits bruts… reste à savoir si les artisans ayant choisi cette enseigne parviendront à les reproduire au quotidien. **De nombreux meuniers indépendants tels que Guénégo, Paulic, Minoterie 19, … ont fait des propositions similaires, avec parfois des listes d'ingrédients pouvant faire pâlir les industriels.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Festival des Pains a bien résumé ce qu'était toute cette agitation autour des produits moelleux : une folie. Cela ne les empêche pas de déployer de grands efforts autour de cette gamme, avec de nombreuses recettes et démonstrations.

Même si l'on peut regretter que le pain de mie et la brioche soient aujourd'hui majoritairement vendus par la grande distribution et que les artisans doivent naturellement se positionner sur ce segment, il ne faudrait pas essayer d'en faire une tendance « forte » et donner l'impression que l'on innove vraiment en relançant ces produits : d'autres l'ont fait depuis longtemps (à l'image de Foricher ou Girardeau), et l'ADN du pain français restera toujours sa croûte croustillante, qui représente un véritable patrimoine à défendre.

La vicieuse évolution du marketing

Tous droits réservés à l'éditeur

Nous vivons dans un monde d'image et de communication. Le faire savoir a fini par triompher du savoir-faire dans bien des domaines, et la boulangerie n'est pas épargnée. Les réseaux de boulangerie l'ont bien compris : à défaut d'avoir de belles choses à montrer, il faut savoir raconter de belles histoires. Ange s'est donc acheté de la vertu à bon compte en utilisant des farines CRC brillamment écrasées par la Minoterie Girardeau.

Sur les murs des boutiques Boréa, une véritable profession de foi : beaucoup de marketing et peu de vérité, le concept de « naturalité » restant bien obscur pour les non-initiés.

Chez Boréa, on ne s'encombre pas non plus de la réglementation en ouvrant 7j/7.

Arrivée plus récemment sur le marché, l'enseigne Boréa a été plus loin dans le développement d'une image « saine » : ils seraient le premier « réseau de boulangerie orienté bien être et naturalité ». Il ne s'agit là que d'un vernis destiné à tromper les consommateurs, car leurs pratiques ne diffèrent pas de celles des autres réseaux de boulangerie. On y retrouve en effet des viennoiseries clairement industrielles, des pâtisseries standardisées, une gamme snacking très développée… et du pain réalisé selon des process ultra rationalisés, avec emploi de préparations (comme cela a récemment été souligné dans un reportage diffusé sur France 2) – même si le blé est certifié CRC, avec des farines livrées par Foricher les Moulins, un fait par ailleurs plutôt surprenant de la part d'un meunier revendiquant si fort son engagement auprès de la boulangerie artisanale -. **Les deux fondateurs -Laurent Remond et David Borréani- n'ont de cesse de mettre en avant la tradition boulangère entretenue dans la famille Borréani, et qu'ils n'auraient fait que reprendre les « recettes du grand père ».** Pas sûr qu'il connaissait les pré-mixes et le levain déshydraté, mais passons.

Tous droits réservés à l'éditeur

Boréa disposait d'une copie conforme de ses points de vente sur le salon Europain : une vitrine bien déplacée quand on sait que cet événement devrait être prescripteur de tendances durables, et non pas basées sur des effets de manche marketing.

S'ils ciblent avant tout des entrepreneurs non issus de la boulangerie « traditionnelle », je trouve beaucoup plus choquant qu'un salon comme Europain leur ait donné une vitrine lors de son édition 2018. En effet, dans un « Lab Bien-être et Naturalité » créé sur mesure, ils ont pu développer au cours de multiples conférences leur vision du métier, en plus d'un large espace reprenant les codes déployés dans leurs points de vente. Ces individus ne doivent pas devenir prescripteurs de tendances pour nos artisans, au risque d'aboutir à une profession encore plus déshumanisée et dépourvue de sens qu'elle ne l'est aujourd'hui.

Les investissements réalisés dans l'aménagement des lieux de vente et le discours qui y est tenu font illusion un temps : bien sûr, il ne faudrait pas prétendre que les consommateurs n'y sont pas sensibles. Le développement de ces franchises (même constat pour Feuillette) en est une bonne preuve, même si je ne pense pas que cela soit très durable : dans un contexte où le grand public sera toujours plus sensibilisé à l'importance de consommer des produits de qualité, sains et naturels, porteurs d'une vraie démarche éthique, **leur écran de fumée finira par lasser et perdre de l'effet. Le cycle de la vie, en quelque sorte.** En parallèle, des entrepreneurs indépendants tentent de créer leurs concepts, sans posséder eux-même le savoir-faire boulanger nécessaire pour raccrocher les wagons. Ils occupent l'espace médiatique avec des affaires sans âme. Leur destin ne sera sans doute pas beaucoup plus glorieux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Dans la région bordelaises, les boulangeries-pâtisseries l'Opéra se distinguent par leurs superficies et l'ambiance « haut de gamme ». Seulement, les produits sont loin de l'être tout autant : pains sans saveur, viennoiseries douteuses, … l'apparence ne suffit pas toujours.

Au delà du marketing développé en bout de chaine, à destination des clients finaux, il y a aussi celui adressé aux boulangers. J'ai déjà eu l'occasion de vous dire tout le bien que j'en pensais, mais si j'étais optimiste quant aux évolutions futures à l'époque, j'avoue que j'ai eu tort de croire que l'on renoncerait si vite à ces travers. En effet, les supports de communication standardisés sont toujours nombreux, avec des opérations commerciales à foison et parfois l'encouragement à la promotion permanente via des mécanismes similaires aux chaines. Les farines marketées sont également au rendez-vous, avec des sacs toujours très travaillés et des kits boutique

Tous droits réservés à l'éditeur

fournis.

Je pense qu'il y a derrière cette façon de faire une vision bien dépassée du marketing, qui remonte aux grandes années de la communication de masse et à ses travers : le consommateur était une quantité négligeable, noyée dans la puissance et l'abondance des messages. Or, cette ère est à présent terminée, et nos amis meuniers devraient renoncer à l'idée même d'exister en tant que marque auprès du grand public pour s'effacer au profit de la seule identité de leurs artisans. Bien sûr, cela demande un gros travail sur leur égo, un facteur clé de la façon d'agir de ces chefs d'entreprise qui passent bien trop de temps à regarder ce que font les voisins et à se positionner en fonction. Le marché sortirait pourtant grandi d'un tel assainissement, qui devrait s'opérer avec l'évacuation progressive de grands « consultants » en marketing, lesquels ne s'intéressent pas ou peu au métier mais y ont acquis une influence forte au fil des années.

Tous droits réservés à l'éditeur

A force de biberonner ses clients avec son marketing et les histoires autour de son entreprise, Moulins Bourgeois doit à présent faire face à des situations où les boulangers s'accaparent des éléments… comme ici, dans le 12è arrondissement, où un artisan a nommé sa boulangerie « Maison Verdelot ». Un brillant hommage à la ville accueillant son fournisseur de farines.

Les solutions miracle des nouvelles technologies

Cette invasion de grands penseurs ne touche pas que le sujet de la communication : en effet, à l'heure d'une société digitalisée, nombreux sont ceux qui pensent avoir comme mission d'apporter leur grand savoir-faire numérique dans les « vieux » métiers de l'artisanat. **Il faut « disrupter » à tous les étages, peu importe que l'on s'oriente dans des sens contraires aux fondamentaux de la profession.** La boulangerie n'est vraiment pas épargnée : cela a sans doute commencé il y a quelques années avec d'imposants écrans installés en boutique, souvent en dépit du bon sens et sans apporter de valeur à l'artisan et à son consommateur. Internet a apporté une nouvelle vague : je suis connecté donc j'existe… sinon je meurs. **C'est en tout cas ce qu'essaient de faire croire des prestataires tels que Rapidle, Miam Express et autres marabouts numériques.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Sur le salon Europain, Rapidle était naturellement présent, allant même jusqu'à sponsoriser un « pôle Start-Up ». Quelle grandeur d'âme.

Leur mécanisme est assez simple : ils déploient des armées de forces commerciales pour démarcher les artisans et les convaincre que le « click and collect » leur permettra d'acquérir de nouvelles parts de marché. Une fois le contrat signé, un site standardisé et sans âme est mis en place. Si cela attire les curieux et parfois quelques articles dans la presse régionale dans un premier temps, bien heureux sont ceux qui enregistrent des commandes régulièrement : beaucoup d'artisans se retrouvent ainsi engagés sur de longues périodes, avec une facturation récurrente, sans que cela contribue à développer leur chiffre d'affaires.
D'autres petits malins tentent de s'engouffrer dans la brèche avec des approches différentes, à l'image des Habitués : cette solution de pré-paiement ou de cagnotte s'affiche autant qu'elle le peut auprès des acteurs meuniers pour tenter de prendre de l'ampleur. Ils mettent en avant la « communauté » qu'ils construisent et le support marketing que fournirait leur solution.

Tous droits réservés à l'éditeur

De nombreux acteurs tentent de s'engouffrer dans la brèche du click and collect à destination des artisans. Reste à savoir qui aura suffisamment de clients et d'exposition pour rester sur le long terme.

Toutes ces allégations peinent à trouver du sens car on se rend rapidement compte que le business de ces entreprises n'est pas basé sur des besoins exprimés par les consommateurs mais uniquement sur des visions déformées de la réalité artisanale. Il y a, au delà de cette critique, une portée beaucoup plus philosophique à ma réflexion : dans quel monde voulons-nous vivre ? Devons-nous remplacer la chaleur du contact humain par des rapports aseptisés, où l'efficacité prime sur le reste ? **La boulangerie devrait, à mon sens, rester préservée car elle est un élément important du lien social, au delà des seules préoccupations commerciales.** Rentrer chez un artisan, c'est prendre plaisir à découvrir ses créations, son univers, la vie de sa boutique. La précommande, à plus forte raison pour des produits de snacking comme c'est souvent le cas, coupe tout cela en plus des achats d'impulsion.

Tous droits réservés à l'éditeur

Foricher n'a pas lésiné sur les moyens pour mettre en avant ses pains en moule et sa plateforme de commande CommanderMonPain.fr.

Le fait que des acteurs historiques du métier s'engagent dans cette voie est encore plus inquiétant : **Foricher les Moulins a lancé courant 2017 un site nommé CommanderMonPain.fr où il propose à ses clients de mettre en place un service de commande en ligne centré sur quelques produits moulés**, tels que la brioche ou le pain de mie. Derrière l'objectif affiché de permettre aux artisans de reprendre des parts de marché sur le segment du petit déjeuner s'ajoutent de bien curieuses idées : une gamme et des prix de vente imposés, ne prenant pas en compte les spécificités des coûts matière de chaque artisan, avec des recettes et un façonnage en moule dépourvus d'intérêt en production quotidienne.

Tous droits réservés à l'éditeur

Chez Foricher, le Petit déjeuner est, semble-t-il, devenu une obsession. Pourtant, la boulangerie devrait être force de proposition pour bien d'autres moments de vie et sur des produits autrement plus valorisants en terme de savoir-faire boulanger.

Je peine à croire que c'est ainsi que nos boulangers pourront se différencier : en les plaçant derrière une bannière uniforme et peu respectueuse de leur identité singulière, on contribue encore et toujours à les faire disparaître dans une grande masse informe. **Les intentions de ce meunier n'étaient sans doute pas mauvaises, mais il a visiblement été très mal conseillé et accompagné, que ce soit dans la réflexion ou la réalisation.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Les gourous de la boulangerie

La boulangerie, comme de nombreux autres métiers, est soumise à des « cycles » qui voient apparaître des tendances plus ou moins durables. **Nous avons la grande chance d'assister ces dernières années à l'apparition d'une nouvelle génération de boulangers, plus ouverts sur le monde et départis de l'influence des grands réseaux de boulangerie.** Ce bel horizon de liberté ne pouvait qu'être rapidement assombri par la présence de vautours, toujours en recherche d'opportunités leur permettant d'asseoir leur pouvoir à la fois sur la profession et les individus et ainsi servir leurs intérêts personnels. Si la pratique était assumée, elle serait dérangeante mais acceptable car plus facilement détectable. Plusieurs gourous montent ainsi en puissance, avec pour chacun un vernis de belles valeurs et la ferme volonté affichée de vouloir aider la profession pour faire face aux enjeux et difficultés qu'elle connaît.

L'EIDB était naturellement présente à Europain pour attirer toujours plus de fidèles.

Thomas Teffri-Chambelland a bien compris l'engouement pour la panification au levain naturel, et plus particulièrement auprès d'un public d'adultes en reconversion. Au sein de l' »Ecole Internationale de Boulangerie », à Noyers-sous-Jabron, il a mis en place avec son équipe une formation -facturée pas moins de 14000€- aboutissant au diplôme d'Artisan Boulanger bio, selon un référentiel agréé par l'Etat. Au delà des aspects portant sur les compétences métier, de nombreux autres sujets sont abordés avec les stagiaires, et c'est leur projet global qui est construit en collaboration avec l'EIDB : gamme de produits, équipement, fonctionnement de l'entreprise… Ils sortent ainsi avec des idées très arrêtées du métier, sans avoir eu réellement l'occasion de construire leur vision par l'expérience, en dehors de quelques stages en entreprise. **On retrouve généralement des produits très similaires d'un élève à l'autre : pains moulés, petit épeautre de Haute Provence, brioche du Sud à l'huile d'olive, …** et des concepts se rapprochant de celui déployé à La Fabrique à Pain, la vitrine aixoise de la boulangerie selon Chambelland. Les anciens élèves, même une fois installés, gardent une relation forte avec l'école et y font appel pour des choix variés, comme celui du meunier ou d'une marque de matériel.

Tous droits réservés à l'éditeur

A Lyon, dans le quartier de Vaise, la maison Deschamps déploie son concept de boulangerie-café. Un beau lieu de vie où les recettes de l'EIDB constituent l'offre de pain et de gourmandises (brioches, rochers coco…). On est loin des standards développés par la plupart des anciens élèves de cette école, il faut tout de même le saluer.

Au vu des compétences forcément limitées acquises sur une courte période, ils peuvent repasser à la caisse pour des stages de perfectionnement. La dépendance va même plus loin dans certains cas : non content de développer ses boulangeries sans gluten -une ouverture a été annoncée à Bruxelles et une autre se fera également à Bordeaux… tout cela en franchise ! (sic) -, **Thomas Teffri-Chambelland et ses associés prennent des participations dans les affaires de leurs protégés.** Pain Paulin au Cap Ferret ou Maison Deschamps à Lyon comptent ainsi leur grand bienfaiteur parmi leurs actionnaires… avec toutes les implications que cela génère sur leur pouvoir de décision et leur liberté d'action au sein de leurs entreprises.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Etoile du Berger exposait à Europain avec un stand large et visible. L'occasion pour Franck Debieu de vanter la qualité de ses formations et de sa démarche « valorisant l'humain ».

Franck Debieu s'emploie lui aussi à transmettre sa vision du métier : dans son institut de formation d'Antony, pétrissage à la main et hautes réflexions philosophiques sont au programme pour aboutir à un pain toujours plus à l'image des hommes qui le font. En insistant sur l'importance de l'intention et des humeurs, qui participeraient à développer des saveurs différentes dans le pain (sic), il s'adresse autant à un public de professionnels que de novices. Démonstrateurs en meunerie, groupes d'entreprises en opération de team-building, boulangers en quête d'un nouveau sens, … tout y passe. La démarche est bien sûr respectable, car elle remet l'humain au centre du processus de panification, mais il me semble que certaines limites sont à respecter… d'autant que là encore, on ne sait pas bien quels intérêts sont servis.
En effet, les relations étroites qu'entretient le boulanger en quête de son étoile avec Sylvain Combe, ex-dirigeant du marchand de matériel AVMA, laissent planer quelques doutes sur la sincérité des propos. Ce dernier cherche depuis plusieurs mois à peser sur le marché en jouant le rôle de « concierge », c'est à dire de conseil et d'entremetteur entre acteurs de la profession. Un artisan en recherche d'un meunier, d'un agenceur… pourrait ainsi se tourner vers lui afin d'être conseillé. **Ne nous trompons pas sur l'état d'esprit : bien sûr, ces informations se monnayent car les dites entreprises devront payer leur commission et donc négocier avec l'entrepreneur-réseauteur.** La farine est choisie, le matériel s'installe, Franck Debieu vend la formation, **tout le monde est heureux**.

Tous droits réservés à l'éditeur

A Bordeaux, dans le sympathique quartier des antiquaires, la P'tite Boulangerie n'a rien à voir avec le concept tant vanté par Pascal Rigo et ses associés : boutique quasi traditionnelle, pas de porte acquis aux prix du marché, pâtisseries fines et gamme snacking développés… Cela en dit long sur les convictions de la marque, qui cherchait sans doute à créer une vitrine tout en engageant malgré tout un boulanger associé dans l'histoire.

De son côté, **Pascal Rigo -fondateur de La Boulange à San Francisco, revendue à Starbucks- voit les choses en grand et… en réseau.** Après avoir vécu l'American Dream, le voilà de retour en France pour sauver la boulangerie artisanale avec ses grandes idées et ambitions. L'aventure a commencé au Cap Ferret avec la première « P'tite Boulangerie », dont les spécificités résident dans un format réduit, un investissement limité et une forte proximité entretenue entre l'artisan et sa clientèle. Après l'ouverture de sa déclinaison pâtissière, toujours sur la presqu'île du bonheur, l'idée a rapidement germé de développer un réseau de micro-boulangeries. **Seulement, pour produire, il faut des mains, et plus particulièrement celles de femmes et d'hommes de métier.** Notre ami, accompagné pour l'occasion de Florence Méro (passée par les éditeurs de logiciels Ciel et Sage, c'est dire si elle connaît bien le secteur) et Arnaud Chevalier (ex-Boulanger de Monge), a donc mis en place un dispositif où les boulangers sont associés et entrepreneurs. **La holding réalise l'investissement initial, s'occupe de la gestion et de la communication, tandis que l'artisan**

Tous droits réservés à l'éditeur

n'aurait plus qu'à se concentrer sur son métier tout en montant « mécaniquement » au capital de sa propre entreprise.

Dans le Fournil la P'tite Boulangerie Notre-Dame, pas de laminoir… la viennoiserie est donc produite ailleurs, ce qui entretient la dépendance du boulanger à l'enseigne.

On peut bien se douter que notre ami n'est pas philanthrope : la P'tite Boulangerie conservera toujours 30% des parts de l'affaire et continuera donc à exercer un contrôle significatif sur cette dernière. **Même si le vernis est beau, plusieurs points de leur discours ne sont pas cohérents.** A commencer par le « fait maison »-« fait sur place » : leurs boutiques mettent en avant que « ici, rien n'est fait ailleurs ». Au vu de la gamme déployée dans les ouvertures bordelaises (quartier Notre-Dame et Halles de Bacalan), cela n'est tout simplement pas possible : les viennoiseries et pâtisseries demandent de l'espace de production, ce qui sous entend de disposer d'un laboratoire central pour les réaliser (au Cap Ferret pour la région de Bordeaux). A mon sens, la construction des gammes n'a pas de sens aujourd'hui et elles sont beaucoup trop étendues : où est le concept de micro-boulangerie quand on installe une vitrine froide et qu'on développe le snacking ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Dans les Halles de Bacalan, la P'tite Boulangerie a ici bien la forme des « micro boulangeries » défendues par Pascal Rigo. Toutefois, l'espace est si restreint qu'on peut se demander quelles sont les capacités réelles de production du fournil.

La liberté de l'artisan est également tout à fait galvaudée : il sert la bannière derrière laquelle il s'est placé, et ses produits sont nécessairement orientés en fonction du concept de l'enseigne. **Par exemple, la P'tite Boulangerie installe dans ses fournils des diviseuses-formeuses, qui impliquent un certain process de fabrication et des baguettes/pains aux bouts carrés.** Le problème est identique pour les produits achetés à la maison mère (donc les viennoiseries/pâtisseries dans la plupart des cas), l'agencement, la communication… ou les approvisionnements. Ces sauveurs de la boulangerie française ont beaucoup insisté sur les circuits-courts, la priorité donnée aux producteurs locaux… tout en achetant de la farine à la Minoterie Suire, qui n'a rien du petit meunier régional.

Tous droits réservés à l'éditeur

La P'tite Boulangerie propose aujourd'hui principalement des baguettes, du fait de l'utilisation de la diviseuse-formeuse qui leur permet de limiter l'espace nécessaire pour la production. Quand on sait la durée de vie d'un tel produit, on peut se poser quelques questions quant à la pertinence de cette construction de gamme, d'autant que la demande en baguette au seigle ou complète reste fort limitée.

J'entends beaucoup de gens qui reconnaissent dans cette idée une possibilité d'installation offerte à des professionnels qui ne seraient pas en capacité de le faire seuls. Cela ne me convainc pas, à la fois car je suis persuadé que ce métier n'a d'avenir qu'en étant exercé de façon libre, délivrée de toutes ces marques inutiles et par des artisans maîtres en leur demeure. Les difficultés d'obtention de crédits ou de constitution d'apport sont réelles, bien sûr, mais en construisant des projets de boulangerie plus rationnels et en travaillant sérieusement sur les structures d'accompagnement des profils « qualitatifs » (voilà un service que de nombreux meuniers devraient proposer), je suis persuadé que rien n'est insurmontable.
Enfin, il y a le sujet sensible des ambitions et des associations : Pascal Rigo ne se cache pas de posséder un appétit féroce de développement et ambitionne de constituer le premier réseau boulanger de France (!) avec plus de 200 implantations à terme. Je vous laisse imaginer la difficulté à gérer les participations, les égos, les problématiques locales… sur ce volume. D'autant que pour y parvenir, la P'tite Boulangerie pourrait bien ouvrir des corners au sein de magasins tels qu'Auchan… ce qui amplifierait le manque de cohérence de l'ensemble et mettrait tous les boulangers impliqués dans l'affaire au service de leurs propres fossoyeurs. Réjouissant.

Tous droits réservés à l'éditeur

Une des boutiques l'Atelier du Boulanger à Dijon. L'intérieur est malheureusement aussi terne que la façade.

Tout aussi réjouissant que la volonté portée par Pierre Guez de développer une chaine référente en pain Biologique, sous la marque L'Atelier du Boulanger. Cette dernière a été acquise auprès de Philippe Goisneau, ex-associé de Dominique Saibron et installé depuis plusieurs années à Lyon, avec un bel emplacement à la Croix-Rousse. Le président de Dijon Céréales pourra se vanter de ce dernier fait d'armes, avant son départ prochain à la retraite : il a en effet transformé les « Pétrins Toussaint » -un réseau alors sur le déclin, notamment connu pour son fameux gâteau aux épices- en de fringantes (ou pas) boulangeries. Je ne pense pas qu'il soit très bon de vouloir multiplier les activités, à plus forte raison quand on ne possède pas une vision claire et pertinente du marché dans lequel on s'aventure. C'est malheureusement le cas ici, car il ne suffit pas d'acheter une marche et de la placer comme étendard pour se racheter une image positive. La qualité des produits en boutique témoigne bien de ce fait.

Des MOF encombrants

Ces problèmes de qualité se retrouvent tout autant dans les affaires détenues par des artisans qui devraient représenter les modèles de la profession. **J'ai déjà eu l'occasion d'épingler quelques Meilleurs Ouvriers de France pour l'écart important entre les attentes que génèrent naturellement leur titre auprès de la clientèle et la réalité de leur production.** Le phénomène est loin de s'être éteint, leur titre étant visiblement devenu particulièrement attirant, ce qui encourage des investisseurs-entrepreneurs à les accompagner pour développer des entreprises autour de leur nom.

Tous droits réservés à l'éditeur

Dans la dernière boutique « Thierry Meunier » de l'avenue Niel (Paris 17è), on retrouve la mention « meilleur ouvrier de France » toujours aussi gênante…

On peut bien sûr citer les inénarrables Thierry Meunier et Eric Teboul, qui semblent partis pour conquérir le monde avec des ouvertures tout azimut, la dernière en date étant au 29 avenue Niel, Paris 17è, avec des pains toujours aussi… heureux. Mickaël Morieux ne fait pas beaucoup mieux dans ses affaires charentaises, avec une boutique en plein coeur de la Rochelle où les produits comme l'agencement font peine à voir. Florian Argoud et Olivier Magne, derrière l'enseigne Farine&O, sont aussi partis dans la quête aux étoiles en ouvrant leur deuxième affaire au 10 rue des Martyrs, Paris 9è, tout en dégradant la qualité des produits proposés jusqu'alors. Joël Defives accompagne également Thierry Marx dans ses projets enfarinés : le chef aux baguettes a en effet annoncé l'ouverture de pas moins de 20 boulangeries sur 5 ans, grâce à FrenchFood Capital, un jeune fonds d'investissement dédié à l'alimentaire. Mickaël Chesnouard, que l'on connaissait à l'Atelier M'Alice, devrait se lancer prochainement dans l'arène… j'en oublie sans doute d'autres, mais le fait est assez symptomatique d'une volonté d'émancipation de ces professionnels : longtemps « reclus » au domaine de la formation, **ils veulent à présent exister en dehors de ces grandes structures que peuvent être l'INBP et autres instituts.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Stéphane Glacier était partout sur le salon Europain : chez Condifa avec sa gamme de flans, sur le stand Foricher avec des pâtisseries variées, … a-t-on vraiment besoin de la caution MOF pour faire de bons produits ?

Les gros faiseurs l'ont bien compris et s'en sont emparés pour donner à leurs produits des cautions de savoir-faire. On retrouve ainsi les cols bleu-blanc-rouge associés à des préparations industrielles : chez Philibert Savours et Bridor de longue date pour Frédéric Lalos, chez Condifa pour Stéphane Glacier, … ainsi que sur des salons, où leur présence est fort appréciée pour mettre en confiance les clients potentiels.
On finit par les voir partout, en sachant qu'ils ne sont plus vraiment nulle part : le don d'ubiquité restant à ce jour un doux rêve, il faut faire des choix…

Une évolution des salons professionnels

En parlant de salons, le paysage s'est considérablement transformé ces dernières années. Europain régnait jusqu'alors en maître incontesté, concentrant beaucoup d'efforts et de moyens de la part des acteurs de la filière (meuniers, groupements, industriels, …). Ce n'est plus le cas aujourd'hui, et cela a commencé avec le départ de grandes marques comme Banette, déjà absent il y a deux ans.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'école Banette continue de tenter d'attirer des profils en reconversion, comme ici lors d'Europain 2018. C'est la seule représentation du groupement sur cet événement.

La superficie d'exposition a considérablement réduit pour n'occuper qu'un seul hall du Parc des Expositions de Villepinte. **En 2018, le manque de dynamisme et d'enthousiasme était bien palpable : certains avaient fait le choix d'un stand plus petit, tandis que la liste des absents s'est enrichie (Grands Moulins de Paris, Soufflet, Metro, …).** L'attitude de GL Events, société gestionnaire de l'événement, n'y est sans doute pas étrangère : en facturant des sommes impressionnantes aux exposants, avec une liste d'options à n'en plus finir, ils contribuent à rendre Europain très peu attractif. De plus, son manque d'ouverture sur le « reste du monde » et des métiers de bouche réduisent son influence, notamment face à un SIRHA toujours plus puissant et mieux reconnu à l'export, en dépit de sa localisation géographique à la périphérie de Lyon. La nouvelle organisation d'Europain -avec ses secteurs « je gère », « je vends », …- et les nombreuses tables rondes, conférences ou démonstrations n'auront pas réussi à changer la donne et on peut se demander quel sera le sort réservé à l'événement en 2020 : délocalisation, annulation, …? Nous le saurons bien vite.
Dans le même temps, les salons régionaux se développent : Serbotel (Nantes) a pris de l'importance, tout comme le Smahrt (Toulouse), Exp'Hotel (Bordeaux) ou l'Egast (Strasbourg). Les métiers de l'hôtellerie-restauration y tiennent une place importante et replacent la boulangerie-pâtisserie dans l'écosystème qui l'entoure, tout en proposant aux artisans d'autres horizons et sources d'inspiration… même si l'omniprésence de l'offre industrielle a tendance à les emmener dans la mauvaise direction, en les poussant à prendre des raccourcis que savent fort bien habiller les commerciaux des distributeurs.
Alliance Expo et ses salons BreizhProExpo, BFCProExpo, … tire également son épingle du jeu, avec des formats plus réduits en taille et en durée, ce qui limite d'autant les investissements. **Les marchands de matériel organisent également ce type d'événement avec leurs partenaires (meuniers, marchands de fonds, sociétés de service…), permettant une proximité forte entre les exposants et les visiteurs, ce qui facilite les échanges et crée une ambiance conviviale fort appréciée.**
Ce paysage éclaté montre que la profession peine à trouver ses références dans un environnement très mouvant, où le dernier a avoir parlé remporte souvent l'adhésion.

Tous droits réservés à l'éditeur

Des artisans toujours en difficulté, sans réelle vision pour l'avenir

C'est dans ce désordre généralisé que nos boulangers doivent évoluer au quotidien. **Leurs difficultés sont souvent nombreuses, entre gestion du personnel, hausse du prix des matières premières, difficultés d'adaptation aux tendances de consommation, concurrence accrue…** mais j'ai acquis la certitude que le véritable problème de la profession était le manque de vision et de convictions. Cela nous empêche de tracer des trajectoires claires et cohérentes, et de mener les artisans dans la direction qui leur permettrait de perdurer demain. **On ne saurait les tenir pour seuls responsables de cette situation : leurs partenaires historiques que sont le syndicat ou les meuniers manquent cruellement de courage pour initier un changement profond dans des pratiques dépassées et contre-productives.**
Je peux bien l'observer au travers de la course permanente aux transactions et nouveaux clients auxquels se livrent les meuniers franciliens : **au lieu de construire des projets durables et apporter le niveau de service qui fidéliserait les artisans à long terme, ils préfèrent jouer sur l'argument des prix et de l'accompagnement financier.** Les Moulins Familiaux et Moulins Bourgeois se jouent ainsi la guerre à savoir qui fera le plus gros chèque pour entrer, les mettant parfois dans des positions très inconfortables : s'ils refusent de suivre un boulanger « multi-boutiques » sur un nouveau projet, le risque est de perdre les volumes sur l'ensemble de ses affaires… ce qui contribue à faire monter les enchères, car certains ne manquent pas d'en jouer. Le prix du quintal de farine peut également être un argument redoutable, et les marchands de poudre blanche comme j'aime les appeler savent l'utiliser. **Les Moulins Dumée essaient de percer de cette façon, portés notamment par leur nouvel outil de production largement capacitaire.** Bien sûr, les gros faiseurs tels que Soufflet ou GMP savent sortir l'artillerie lourde quand c'est nécessaire, même s'ils sont de moins en moins visibles.
Les discours portés sur la qualité et leur grande passion de l'artisanat ne tiennent pas face à de tels agissements. Le débat n'est pas porté sur les bonnes questions et nous en paierons tous le prix à long terme : la diminution progressive du nombre de boulangeries provoquera des ruptures dans la chaine de transmission du savoir, et ce n'est pas en conservant quelques très bons artisans que nous parviendrons à former les générations futures.
Qui pense réellement à l'avenir de la profession, en définitive ? Certainement pas nos amis les marchands de fonds, qui continuent à exercer la même pression sur le marché alors qu'ils constatent bien la contraction de leur volume d'affaires. Le clientélisme entretenu avec les acteurs de grande taille du marché -boulangers ou meuniers- exclut des profils pourtant très qualitatifs. On propose ainsi des affaires pas ou mal adaptés aux boulangers, en installant parfois des passionnés dans des cases à sandwiches. Je ne vous cache pas que j'ai fini par avoir une certaine haine vis à vis de tous ces parasites. S'ils sont de véritables animaux de sang froid, ce n'est pas mon cas. J'aime ce métier et les gens qui le font, avec leurs qualités et leurs défauts.

L'urgence toujours plus pressante de réinventer et ré-enchanter la boulangerie

Le tableau est sombre, c'est vrai. On va encore me reprocher de voir tout en noir, de critiquer toutes les initiatives, de ne jamais me placer du côté du progrès. J'ai acquis la conviction que toutes ces modes, ces concepts, ne nous mènent nulle part. **Nous devons nous poser des questions profondes sur l'ADN du métier et nous recentrer sur ce dernier sans faux semblant, en construisant des discours clairs, en phase avec les attentes des consommateurs : les produits doivent être de qualité mais être porteurs d'une histoire vraie, ce qui implique de reconnecter le boulanger avec le reste de la filière.** Il doit s'intéresser sincèrement à l'élaboration de ses farines, aux méthodes culturales déployées dans les champs, ainsi qu'à la qualité de l'ensemble de ses matières premières. Ces efforts pourront ensuite être valorisés auprès du consommateur.

Tous droits réservés à l'éditeur

Etre plus pointu sur ce que l'on fait nous incite également à nous recentrer sur l'essentiel : il s'agit aujourd'hui de consommer moins, de faire moins, mais mieux. L'idée des affaires de boulangerie tentaculaires, impossibles à gérer pour un artisan seul et difficiles à transmettre lors de la revente, est complètement dépassé : cela ne produit pas de sens pour le boulanger, qui ne sait plus exactement quel métier il exerce, et pour sa clientèle, qui peine à identifier le professionnel pour son savoir-faire et ses fondamentaux que sont le pain ou la viennoiserie. Bien sûr, nous ne devons pas être dogmatiques mais être capables de nous adapter à une demande locale, en développant parfois des produits salés ou sucrés qui répondent à des attentes particulières des consommateurs : l'enjeu est de recréer des boulangeries de quartier, où une véritable rencontre entre un artisan et sa clientèle se produit. **Pas de course à la superficie, aux jolies couleurs, au superflu. Juste l'essentiel.**

J'ai quelques raisons d'espérer car je ne suis pas le seul à avoir cette vision, et quelques artisans ont déjà adopté cette voie, sans doute moins évidente mais redonnant des couleurs à la boulangerie : je vous ai déjà parlé dernièrement de Louis Lamour, de Julie et Ulysse Toulet – Au Gré des Blés, d'Antoinette à Lyon, de Biogrenelle, de la Rue Palloy à Clichy… **autant de pousses qui ont éclos sur le solide béton de la « tradition ».**

Richard Ruan a été parmi les premiers à parier sur l'idée d'une boulangerie aux gammes courtes et recentrée sur l'essentiel. Le succès de la Boulangerie des Carmes, à Angers, dupliqué dans la Boulangerie Corneille, est une bonne preuve de la pertinence du modèle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Nous devons casser cette chape qui bride la créativité de beaucoup, notamment en refusant les pratiques moyenâgeuses qu'imposent marchands de fonds, meuniers ou vendeurs de matériel et matières premières. Il ne faut plus créer des esclaves, condamnés à rembourser un fonds de commerce vendu trop cher et des investissements démesurés, mais des boulangers libres et fiers de leur métier.

C'est cette voie que je veux continuer à tracer, et je vais à présent le faire de manière toujours plus poussée en développant mes activités de conseil aux côtés des acteurs impliqués dans le changement, qu'ils soient boulangers, meuniers, … Si certains arrivent avec de beaux concepts, des idées arrêtées et une vision édulcorée ou approximative du métier, je préfère partager mon expertise, développée sur plus de 7 ans, ma passion, ma curiosité… et ma bienveillance. Tout ça pour qu'un jour, je l'espère, on puisse vraiment dire que l'on vit une époque formidable, sans ironie.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA RENAISSANCE LOCHOISE
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 14/20 MARS 18
Page de l'article : p.7

SAINT-SENOCH

La Renaissance Lochoise arrive à Saint-Senoch

Thierry Auger et Lilla Art à la boulangerie de Saint-Senoch, nouveau point de vente de La Renaissance Lochoise.

Pierre Schmidt

Cela va bientôt faire un an que Thierry Auger a ouvert sa boulangerie à Saint-Senoch, baptisée « La mie de votre santé ». C'était le 4 avril 2017 précisément. Ce fils de boulangers bien connus à Saint-Jean-Saint-Germain - aujourd'hui retraités - a d'abord travaillé dans le Loir-et-Cher pour fournir en pains marchés et Amap.

« Je souhaitais revenir dans le Lochois », indique-t-il. L'opportunité s'est offerte à Saint-Senoch, où il propose du pain à base de farine label rouge ou bio exclusivement. Membre du réseau « agri-éthique », qui vise à assurer à l'agriculteur une certaine stabilité des prix, il se fournit à la minoterie Girardeau de Boussay.

Au-delà de ses pains traditionnels, il n'hésite pas à instaurer des nouveautés. Comme du pain à base de farine de quinoa depuis quinze jours. Tout en indiquant vouloir garder des prix accessibles aux plus modestes. « Le pain est un aliment bon pour la santé », rappelle-t-il. Un ouvrier assure la partie pâtisserie.

Thierry Auger a installé un distributeur de pain pour que les clients puissent se fournir en dehors des horaires d'ouverture de la boulangerie.

Une boulangerie qui est également un lieu d'exposition permanente pour son amie l'artiste Lilla Art, qui réalise ce qu'elle appelle de la peinture « vibratoire » : « Je me mets dans la pénombre, je mets de la musique et je me laisse porter ». peintre autodidacte depuis fin 2014, elle a participé à une quinzaine d'expositions depuis. Avec un grand sens de la couleur affirmé, Lilla Art peint avec ses doigts très souvent.

Autre nouveauté pour la boulangerie de Saint-Senoch : elle vend *La Renaissance Lochoise* depuis le 14 février dernier.

Horaires d'ouverture : 7 h-13 h et 16 h-19 h tous les jours sauf le lundi (fermé) et le dimanche (ouvert seulement le matin de 7 h à 13 h).

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france

Périodicité : Quotidien
OJD : 749258
Edition : La Roche-sur-Yon

Date : 28 MARS 18
Journaliste : Clémence HOLLEVILLE.

La Roche-sur-Yon

En ville, la monnaie locale chemine à tout petits pas

Une cinquantaine de professionnels accepteraient aujourd'hui le VendéO, la monnaie locale. Mais les consommateurs, eux, ne sont pas légion à La Roche... Flop ou tendance à développer ?

Reportage

« Vous prenez les VendéO ? » Lorsqu'on fait le test en centre-ville, plusieurs commerçants ouvrent de grands yeux à la vue d'un des billets violets, roses, jaunes, verts ou bleus.

La monnaie locale vendéenne a été lancée il y a pile un an. Depuis, 10 000 billets ont été émis. Et à La Roche, fait-elle son trou ? D'après Nehru Hattais, président de l'association pour une monnaie locale complémentaire citoyenne (MLCC85) à l'initiative du projet, une cinquantaine de professionnels yonnais accepteraient aujourd'hui le paiement en VendéO.

Certains sont référencés sur une appli, incomplète puisqu'elle n'en recense qu'une quinzaine (1). Côté professionnels, on a noté des chaînes bio, les boulangeries Barbarit, mais encore une psychomotricienne, un cabinet d'expert-comptable... Ils sont repérables par un autocollant en vitrine. Deux endroits font aussi office de bureau de change : l'écocyclerie et le bistrot Potes & Boc, passage de l'Empire.

Ghislain Gouraud, le gérant de Potes & Boc, où l'on fait office de bureau de change.

Quid des services publics ?

Les commerces sont démarchés par l'association en raison de leur compatibilité avec son éthique, explique cette dernière. **« Comme on est très axés produits locaux, l'idée d'une monnaie locale allait bien avec notre concept »**, confirme Ghislain Gouraud, le gérant de Potes & Boc. Depuis un an, le restaurateur voit passer des **« changeurs »** réguliers... Mais peu de payeurs. **« Ce n'est pas la folie. Le problème aujourd'hui, c'est que tout le monde paie en carte. Plus personne ne paie en espèces »**, analyse-t-il. D'ailleurs, lui-même reconnaît avoir **« comme fournisseurs des petits producteurs locaux très ouverts à ça, mais comme tout se fait par virement, c'est compliqué »**.

Le food-truck Le Chouan'Dwich a lui aussi adhéré au concept, similaire à sa philosophie de **« favoriser les circuits courts »**, expose son co-gérant Lucas Peleran. Il n'a pas constaté non plus d'emballement : **« Nous avons eu environ 30 € en un an. Cela représente peut-être trois clients... »** Pour autant, il n'en tire ni conclusion, ni découragement. **« Ce serait dommage de ne pas participer. Pour nous, cela ne change rien, il n'y a ni commission ni travail supplémentaire. »**

« On ne va pas s'enrichir de ça, mais on tente un peu, peut-être que ça va se développer », estime Thierry Barbarit, des boulangeries éponymes. Pas décontenancé par le concept, lui qui revendiquait déjà une démarche **« agri-éthique »** : **« On achète notre farine à un meunier vendéen qui achète son blé à un agriculteur vendéen. »** En attendant, le paiement en VendéO n'est **« pas très fréquent »**, admet-il.

Reste une belle perspective, celle de pouvoir payer les services publics en monnaie locale, de son inscription à la médiathèque à l'entrée de la piscine, en passant par le paiement de la cantine ou la concession de son cimetière. Sur le papier, aucun problème : une convention lie depuis l'an dernier l'association avec la Ville et l'agglomération.

Et en pratique ? La mairie assure que le service est **« bien effectif »**. Le bémol vient de Nehru Hattais lui-même, qui affirme qu'il doit encore caler certains détails **« avec les trésoriers-payeurs »** pour qu'il le soit. Quant au nombre de demandes, la Ville n'a pas de chiffres, mais évoque **« peu de personnes »**. D'après Nehru Hattais, en fait, il n'y aurait eu jusqu'ici qu'une seule tentative.

Clémence HOLLEVILLE.

(1) Elle est en cours de refonte, indique le fondateur de l'association.

Un autocollant signale les commerces acceptant la monnaie locale.

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : GRAND VALENCE ET RHÔNE CRUSSOL

Date : 13 AVRIL 18
Page de l'article : p.11
Journaliste : E.B.

Calvaire-Hugo : La boulangerie "L'Artisan" porte bien son nom

«On a une clientèle variée»

Valence Valence

Elisabeth BOUDRY

E.B.

Ici, on prône le fait maison et la bonne matière première. Depuis qu'ils ont repris la boulangerie au 385 avenue Victor Hugo il y a six ans, Marie et Cyril Obringer ont apporté leur touche personnelle. Ils utilisent du blé agri-éthique, qui aide au maintien des revenus des agriculteurs et s'approvisionnent en local. Le lait de Léoncel, les œufs de la Drôme, le chocolat Valrhona, et même jusqu'aux équipements, fidèles aux fours Pavailler, l'entreprise drômoise située à quelques kilomètres. Pétris de tous ces produits, la tarte aux noix torréfiées de grand-mère et le sandwich au pesto poulet, quignons de pain et crudités, côtoient les viennoiseries fondantes et croustillantes. Car chacun a son domaine, monsieur à la boulangerie et madame à la pâtisserie. Marie en est à sa troisième boutique. Après Chabeuil, puis huit ans rue Saunière en centre-ville, le couple a fait le choix de se décentrer, pour l'intérêt du parking et l'emplacement en entrée de ville. Ils se sont agrandis par la même occasion, passant de 4 à 15 personnes, avec une partie snack. «Cela nous permet de déployer une nouvelle gamme de produits, c'est motivant, déclare Marie.»

Les débuts n'ont pourtant pas été simples, le temps que les clients se familiarisent avec leur façon de faire. «On s'est fait traiter de voleurs au départ, puis peu à peu les gens ont vu qu'on proposait de la qualité. Et on a gagné une nouvelle clientèle de passage, surprise par nos recettes maison.» Il faut dire que le couple met toute son énergie à régaler pupilles et papilles. Marie, ex-sportive de haut niveau en tir à la carabine, a posé la crosse pour le rouleau à pâtisserie par passion. Elle s'est remise aux études afin d'acquérir savoir-faire et expériences, et aujourd'hui c'est elle qui transmet le métier à ses apprentis. Une cliente entre: « Ça va Marie?» «Bien et toi? La petite famille?» C'est une ancienne cliente du centre-ville qui n'hésite pas à braver les kilomètres pour les fameux cakes maison au chocolat, fruits confits ou cœur frangipane. Quand on aime, on ne compte pas.

chamfort

Concours de pétanque cet après-midi

La Pétanque de Chamfort organise un concours vendredi 13 avril à 13 h 30 en doublettes formées limité à 32 équipes - ouvert à tous les licenciés.

Inscriptions au 06 06 51 44 13 83 ou 04 75 42 92 22 de 14 h a 17 h ou sur place le jour du concours

centre-ville

Concert à Saint-Sahag demain

Samedi 14 avril à 20 h 30 à Saint -Sahag, la communauté Arménienne Apostolique accueillera pour la seconde fois l'ensemble Scherzo du Comité des Orgues de ND de Valence. À cette occasion, l'organiste Jean-François Murjas présentera sa nouvelle création sur la vie de Saint-Joseph (orgue, accordéon, guitare, chœur et solistes). Ce programme unique est destiné à illustrer musicalement les différents épisodes marquants de la vie de cet homme, sur des illustrations filmographiques et photographiques. Libre participation. Renseignements: sanctuaire d'Allex: 04 75 62 62 02.

Qui dit changement d'adresse, dit changement de clients. «En entrée de ville, on a une clientèle à la fois de résidents, de personnes qui travaillent aux alentours et aussi de gens de passage, explique Marie. On regrette un peu l'ambiance familiale de la rue Saunière, et la proximité avec les autres commerçants. Mais ici on a plus de place et notre travail est diversifié avec la partie snack.»

La concurrence n'est pas la même non plus. «En centre-ville, il y avait déjà beaucoup de pâtisseries, on faisait des tartes et nos cakes maison, mais pour les gâteaux d'anniversaire ce n'est pas forcément nous qu'on venait voir. On a fait évoluer notre gamme, c'est intéressant.»

Quant à l'environnement proche, «on connaît plutôt des démolitions, mais il y a eu l'implantation de Pôle emploi et on entend parler de projets, comme le grand centre commercial de Sébastien Chabal. Cela ouvre des perspectives.»

0-lkdBPKkRbNPcA3PKnVD7Yoh36vnm-DvLhohPu2c66VmfVIEVBPdWFj2o8KRdskyZjdh

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Betteravier français
Pays : France
Périodicité : Mensuel

Date : 24 AVRIL 18
Page de l'article : p.28

BLÉ TENDRE

Les filières qualité en pleine croissance

Normes et contrats s'appliquent sur une part croissante des productions de blé tendre, alors que l'on voit émerger des filières engagées sur une culture raisonnée et équitable, à la fois pour le producteur et le consommateur, intégrant une notion globale de bien-être.

La roue tourne et la notion de qualité évolue. Récemment, la société Eurogerm, fournisseur d'ingrédients issus des céréales, a décidé de référencer des farines de blés qui répondaient à un cahier des charges responsable. C'est-à-dire des produits issus de blés conformes à des critères durables : origine France, traçabilité du champ au moulin et pratique culturale raisonnée. Eurogerm va aussi référencer des farines issues de blés sans traitement insecticide de stockage et les intégrer dans ses produits fabriqués, sur les sites de Quetigny et de Saint-Apollinaire en Bourgogne. L'entreprise veut ainsi poursuivre sa démarche vertueuse vis-à-vis de ses clients, des consommateurs et des fournisseurs.

La norme a remplacé les chartes

Plus largement, l'encadrement de la qualité des blés est bien formalisé en France. Plus de 252 000 hectares de blé tendre, blé dur et orge étaient cultivés sous chartes de production jusqu'en 2016 par 49 organismes stockeurs, engageant près de 11 000 céréaliers. Depuis 2017, les chartes sont remplacées par la norme NF V30-001 « *Bonnes pratiques de culture et de stockage à la ferme* ». « *Nous avons fait la transition vers la norme depuis 2 ans, en accompagnant les coopératives et négoces* », annonce Stéphanie Weber, ingénieur chez Arvalis. D'application volontaire, cette norme concerne les cultures de blé tendre, mais aussi le blé dur, les orges de brasserie et le maïs. La norme NF V30-001 sert de référence et de base pour l'élaboration de futurs cahiers des charges ou des démarches qualité. Pour marquer la filiation, la marque « *Charte de production agricole française* » reste toujours accessible aux organismes de collecte et aux industriels qui souhaitent communiquer sur des matières premières produites dans le respect de la norme NF V30-001. « *Le logo des chartes continuera aussi à être utilisé par les OS qui se placent sous cette norme* », ajoute Stéphanie Weber. « *Et nous avons accompagné la filière avec des documents qui décrivent aussi les informations sur le volet des contrôles.* »

❶ Les signes de qualité sur la farine et le pain, permettent de se démarquer auprès de consommateurs de plus en plus avertis.

❷ Plus de 252 000 hectares de blé tendre, blé dur et orge étaient cultivés sous chartes de production jusqu'en 2016 par près de 11 000 céréaliers.

Contrats et protéines : toujours plus

Pour le blé meunier, les contrats de production se portent bien. En 2016, 16 % des agriculteurs cultivant du blé tendre déclarent contractualiser tout ou partie de leur production. Selon FranceAgriMer, 70 % des contractants engagent au moins la moitié de leur surface. Entre 2015 et 2016, la prise en compte du taux de protéines des blés a aussi pris de l'importance. La raison principale : une meilleure rémunération. Près d'un tiers des agriculteurs enquêtés déclare beaucoup tenir compte du taux de protéines pour choisir une variété de blé tendre et plus de la moitié des agriculteurs prend ce critère "un peu" en considération. Seulement 12 % des producteurs répondent qu'ils n'y accorderaient pas du tout d'importance. Aujourd'hui, cette prise en compte du taux de protéines dans le choix des variétés concerne surtout les exploitations produisant plus de dix hectares de blé. Enfin, les labels sur le respect de l'environnement et l'équitabilité se multiplient aussi depuis quelques années. A l'exemple du blé "Agri-éthique" et du "Blé de nos campagnes" porté par la filière Culture raisonnée contrôlée (CRC). Celle-ci regroupe une trentaine de coopératives et négoces autour d'engagements pour une filière de blés 100 % français, certifiés et responsables. Sur le terrain, 1 500 producteurs sont déjà impliqués dans "Blé de nos campagnes", autour d'une qualité certifiée, mais aussi sur le respect de l'environnement et de la biodiversité. De son côté, la filière "Agri-éthique", regroupe une dizaine de coopératives dont le groupe champenois Acolyance, ainsi que quinze moulins et 600 boulangers. Cette démarche éthique permet au boulanger de se démarquer avec un pain équitable de qualité. Vis-à-vis du producteur, Acolyance s'engage sur trois ans à lui acheter un blé tracé à 175 euros la tonne. Un accord gagnant-gagnant. M.L.

CAP SEINE MISE SUR LE LABEL ROUGE

« *Nous détenons toute la gamme des blés, qu'ils soient fourragers, standards ou de qualité supérieure, jusqu'au Label rouge qui est le plus exigeant* », explique Jean-Philippe Dagneau, responsable commercialisation de la coopérative Cap Seine. « *Cap Seine a redéveloppé son marché intérieur en s'appuyant sur les blés meuniers depuis quelques années. Grâce à cela, nous avons repris des parts de marché en France. Aujourd'hui, 175 producteurs de Cap Seine sont sous Label rouge, qui donne une garantie de production* », souligne-t-il. Pour mémoire : seules les variétés de blé de la liste des Variétés recommandées par la meunerie (VRM) peuvent être retenues pour l'obtention de farines pour pain de tradition française Label rouge. Les blés doivent également répondre à des exigences définies au niveau de leurs caractéristiques intrinsèques (taux de protéines, humidité...). Enfin, les farines pour pain de tradition française Label rouge font également l'objet de contrôles sanitaires et physico-chimiques réguliers par des laboratoires.

❶

❷

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 04/05/2018
Heure : 06:50:06
Journaliste : Anne Lise Briot

tokster.com
Pays : France
Dynamisme : 17

Visualiser l'article

Encore plus de commerce équitable

Blaise Desbordes (premier plan), Marc Dufumier, Julie Stoll et Gérald Godreuil.
Marché
Avec 1,42 Md€ d'achat de produits équitables en 2017, le commerce équitable a les faveurs des Français. Il a, en effet, progressé de 10 % en 2017. « Cela fait plus de 4 ans que le commerce équitable bénéficie d'une croissance à deux chiffres », note Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Equitable de France. A la veille de la Quinzaine du commerce équitable, qui démarre le 12 mai, l'association présentait avec Max Havelaar France les résultats du sondage OpinioWay, qui révèle que 79 % de nos concitoyens souhaitent disposer d'une offre de produits équitables plus importantes. Cette étude révèle que si le prix et le lieu de production demeurent les critères d'achat principaux, les conditions dans lesquelles ils ont été produits pèsent dans la balance pour 62 % des sondés, contre 43 % l'année dernière. De même, le respect de l'environnement, la personne qui les ont produits (54 % versus 35 % en 2017) et la rémunération des personnes qui les ont produits (36 % versus 26 %) prennent plus d'importance. « Les Français accordent de plus en plus d'importance à la rémunération des producteurs, c'est une des bases du commerce équitable. Le commerce équitable est aussi un outil de transition écologique vers la bio », se réjouit-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

En snacking, de nombreuses boissons équitables sont disponibles.

Le hors domicile plus équitable

Le sondage révèle que les Français souhaitent que certains acteurs économiques proposent davantage de produits équitables. Le supermarché en tête (81 %), mais aussi les acteurs de proximité comme la boulangerie-pâtisserie (75 %. D'ailleurs, Julie Stoll souligne à ce propos que « La filière de blé Agri-Ethique a été mise en place pour lutter contre la volatilité des prix du blé afin de protéger le meunier, mais aussi de stabiliser le coût du pain pour le boulanger. » Les Français souhaitent également voire plus de produits éthiques dans les cantines scolaires (77 % parmi lesquels 45 % aimeraient que les produits équitables soient systématiquement proposés), dans les restaurants (76 %), les cafés et bars (73 %) ainsi qu'en entreprise (75 % au restaurant d'entreprise et 74 % au distributeur automatique). Actuellement, le hors domicile représente 23 % des ventes de produits équitables.

Comment inciter la consommation de produits équitables en hors domicile ? « Il faut multiplier les opportunités de consommation, or le déficit vient de l'offre. Nous avons pu observer que dès lors qu'une entreprise s'engage à proposer plus de produits équitables, elle trouve son marché », explique Marc Dufumier, président de Commerce Equitable France. Et comment les repérer ? « Il existe plusieurs marques de boissons rafraîchissantes nomades qui sont équitables, c'est vrai qu'elles sont reconnaissables grâce au logo qui apporte une garantie du juste prix. Lorsqu'il s'agit de plats qui ont été cuisinés, il suffit de mettre une petite affichette devant pour attirer l'attention. Cela peut être rappelé dans la politique RSE de l'entreprise, nous accompagnons la restauration collective en ce sens », détaille Blaise Desbordes, DG de Max Havelaar France. Celui-ci rappelle également que certains ingrédients très utilisés en hors domicile, comme le café pèsent lourd dans la balance équitable. Ainsi, le café labellisé Fairtraide/Max Havelaar en France représente 284 M€ de CA en 2017. « Malongo propose d'excellents arabicas équitables moins chers que certaines marques de café conventionnel », appuie-t-il. Son ambition étant de faire que les produits équitables quittent leur statut de niche pour devenir la norme, comme cela commence à devenir le cas pour la banane équitable qui pesait 7 000 tonnes en 2013 et en pèse désormais 46 579 tonnes en France et totalise 38 % du marché de la banane. Certaines enseignes, comme Monoprix ont fait le choix de ne plus vendre que de la banane équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

« Il faut multiplier les opportunités de consommation, or le déficit vient de l'offre. Nous avons pu observer que dès lors qu'une entreprise s'engage à proposer plus de produits équitables, elle trouve son marché », explique Marc Dufumier, président de Commerce Equitable France.
Si le consommateur reste libre de ses achats, ces associations – et certains consommateurs- souhaitent que les pouvoirs publics prennent des mesures en leur faveur en incluant des produits équitables dans les achats des administrations publiques (87 %), intègrent les produits équitables dans les cantines scolaires (86 %), aident financièrement les agriculteurs qui produisent des produits équitables (82 %), mettent en place un taux de TVA spécifique pour réduire le prix d'achat des produits équitables (81 %) et intègrent une sensibilisation au commerce équitable dans les programmes scolaires (81 %). « Les pouvoirs publics ont un rôle majeur à jouer pour faire de la consommation responsable la norme de demain. La commande publique, par exemple, représente un formidable levier de développement durable. Chaque année, 1 300 tonnes de café, soit 185 M de tasses par an, sont consommées dans la restauration collective publique en France : si ce café était 100 % équitable, le surcoût serait de moins de 1 centimes d'euro par tasse, mais il permettrait d'assurer une juste rémunération des producteurs et une culture respectueuse de l'environnement et des droits humains. Nous avons proposé des amendements au projet de Loi Alimentation pour introduire l'équitable dans la restauration collective publique : l'Etat se doit maintenant de donner l'exemple », appuie Blaise Desbordes.
par ZePros News ZePros News

Tous droits réservés à l'éditeur

La France Agricole
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 97257

Date : 11 MAI 18
Page de l'article : p.19
Journaliste : Valérie Scarlakens

L'égalité femme-homme est le thème phare de la Quinzaine du commerce équitable, du 12 au 27 mai.
COMMERCE ÉQUITABLE FRANCE

Le commerce équitable **gagne du terrain**

En 2017, les ventes de produits équitables ont progressé de 10 %. Le *Made in France* n'est pas en reste.

En 2017, les ventes de produits issus du commerce équitable ont progressé de 10 % et passé le cap du milliard d'euros. Si 69 % de ces marchandises sont importées, l'origine France gagne du terrain et enregistre une progression de 18 % en 2017, contre 7 % pour les filières internationales.

Dans l'Hexagone, 95 % des ventes concernent des produits alimentaires. La boulangerie compte pour 46 % des ventes équitables provenant de filières françaises, largement portées par la démarche Agri-Éthique pour le blé. Viennent ensuite les fruits et légumes frais (23 %) et le secteur épicerie sucrée (confitures, biscuits…). Les filières animales sont les grandes absentes, avec seulement 4 % des ventes portant sur des produits laitiers. Selon une enquête OpinionWay, réalisée pour Max Havelaar, 79 % des Français souhaiteraient que l'offre de produits équitables s'élargisse. « Le déficit vient clairement de l'offre », a souligné Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France, lors d'une conférence, le 3 mai 2018.

Protéger la dénomination « équitable »
Commerce équitable France souhaite que soit reconnue l'équivalence des termes « commerce équitable » (encadré par la loi) et « équitable », à l'image de ce qui existe pour l'agriculture biologique.

ÉQUITABLE ET BIO CONVERGENT

« Le socle du commerce équitable est la juste rémunération des producteurs, mais les Français ne veulent pas choisir entre justice sociale et protection de l'environnement, constate Julie Stoll. En témoigne la progression de l'offre bio, au sein de l'offre équitable. » En 2017, 80 % des produits issus de filières équitables internationales et vendus en France étaient bio, contre 63 % il y a cinq ans. La part du bio dans le commerce équitable *Made in France* est plus faible (46 %), mais également en progression. « La transition vers une agriculture plus durable est largement conditionnée par une rémunération plus juste des producteurs », estime Marc Dufumier, président de Commerce équitable France. **Valérie Scarlakens**

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 11/05/2018
Heure : 09:03:57
Journaliste : Emmanuel DUTEIL

www.europe1.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Commerce équitable : un tiers du marché concerne aujourd'hui des produits Made in France

Video : http://www.europe1.fr/emissions/la-une-de-leco/commerce-equitable-un-tiers-du-marche-concerne-aujourdhui-des-produits-made-in-france-3649091
Chaque matin, Carole Ferry fait le point sur l'actualité économique.

Carole Ferry remplace Emmanuel Duteil ce vendredi 11 mai 2018.

La quinzaine du commerce équitable débute demain. L'occasion d'initiatives un peu partout en France pour mieux faire connaitre le commerce équitable, ses produits et ses producteurs.
On a tous en tête une image du marketing "issu du commerce équitable" mais concrètement qu'est-ce qu'il y a derrière ce terme ?

Ça veut dire qu'un prix minimum est garanti pour le producteur.
Exemple avec une tablette de chocolat équitable : le cacao, mais aussi le sucre ou les amandes (si c'est un chocolat aux amandes) ont été achetés a un prix fixe garanti pendant au moins trois ans.
L'idée de départ était aider les producteurs des pays en voie de développement à se développer, plutôt que d'envoyer uniquement des aides financières.
Ça a commencé avec le café qui est la deuxième matière première la plus échangée au monde.
Ça a gagné progressivement d'autres produits comme le cacao, le sucre, les fruits tropicaux ou encore le coton. Le mouvement a connu un véritable essor à la fin années 90 avec la création du logo commerce équitable.

Cette idée d'avoir des producteurs rémunérés au juste prix, n'est-ce pas tout le débat qu'on a actuellement en France également ?

Bien sûr, ça fait l'objet d'une véritable guerre commerciale entre producteurs, industriels et grande distribution.
Mais vous avez des consommateurs qui sont prêt à payer un peu plus cher si ça garantit une rémunération plus équitable de toute la filière, c'est comme ça qu'est née par exemple la marque "C'est qui le patron ?!!" lancée juste après la crise du lait pour garantir un prix juste aux producteurs.
Vous avez maintenant des œufs, des fraises ou des pâtes "c'est qui le patron ?!!", la marque va même lancer prochainement du vin et des sardines.

Autre initiative "made in France", le label Agri éthique où là, à priori, on est vraiment sur les agriculteurs ?

Plus précisément le blé, toute la filière du blé avec le producteur, le meunier et le boulanger.
Le marché du blé est extrêmement volatile. Donc quand les prix baissent, c'est bien pour le meunier et le boulanger mais c'est une catastrophe pour l'agriculteur.
Quand les prix grimpent, l'agriculteur retrouve le sourire mais le meunier et le boulanger se retrouvent étranglés.
L'idée c'est que tous ceux qui sont sous ce label, soit 600 producteurs, 50 meuniers et 600 boulangers se garantissent un prix stable sur plusieurs années, quel que soit le cours du blé.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Grâce à cette initiative, pas mal des producteurs de blé se convertissent depuis au bio. Ils ont moins peur de prendre des risques et ont plus de visibilité sur les prix. Et puis, ils savent que c'est aussi une demande forte des consommateurs, ceux qui achètent éthique aiment bien en général acheter aussi bio.

Vous avez également Ethicable qui a lancé Paysans d'ici.

Autant de marques qui répondent finalement à un mouvement citoyen, qui veut redonner un plus de pouvoir a David contre Goliath.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 12/05/2018
Heure : 16:17:40
Journaliste : Carole Ferry/Dylan Gamba

www.europe1.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Si le commerce équitable progresse autant, c'est grâce au Made In France !

Vidéo:http://www.europe1.fr/economie/commerce-equitable-le-succes-du-made-in-france-3650063 Pour la première fois, le secteur a dépassé le milliard d'euros de chiffre d'affaires, porté par le Made in France.
Le commerce équitable a le vent en poupe. Pour la première fois, le secteur a franchi l'an dernier la barre du milliard d'euros de chiffre d'affaires, un bond de 10% sur une année. Dans l'Hexagone, le commerce équitable est porté par le Made in France, qui représente un tiers du secteur. Les consommateurs achètent de plus en plus des produits qui rémunèrent correctement les producteurs français. C'est par exemple le cas pour le réseau Biocoop qui a un système de rémunération en trois tiers : un pour le producteur, un autre pour l'entreprise qui a transformé le produit et un troisième pour le distributeur.

Garanti de prix stables quel que soit les cours du céréale. D'autres acteurs se sont également placés sur ce secteur qui permet une meilleure rémunération des producteurs. A l'image d'Agri-Ethique, qui regroupe tous les secteurs de la filière blé (producteurs, meuniers, boulangers...) et qui garantit des prix stables quel que soit les variations du cours du céréale.

Succès du secteur laitier. Le secteur laitier a été particulièrement touché ces dernières années en France. De nombreux producteurs ont manifesté pour obtenir un "juste prix". C'est qui le patron! s'est positionné sur le secteur en proposant de vendre le lait un peu plus cher pour que les agriculteurs puissent réellement vivre de leur travail. Et le succès est au rendez-vous. La marque prévoyait ainsi d'écouler 5 millions de litres l'an dernier, elle en a finalement vendu sept fois plus. La marque a ainsi décidé de se diversifier en se lançant également dans le commerce des fraises.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'yonne républicaine

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 31355
Edition : Yonne Nord, Yonne Sud

Date : 15 MAI 18
Journaliste : Lydia Berthomieu

Le commerce équitable perdu dans les labels

Consommation

Né entre les années 1960 et 1980 dans le monde, le commerce équitable évolue en France ces dernières années. Ainsi pour la première fois, les ventes ont dépassé, en 2017, un milliard d'euros. Pourtant face à la multiplication des labels et des différentes marques bio ou locales, le consommateur, et les produits du commerce équitable semblent noyés dans la masse.

Lydia Berthomieu
reporters.yr@centrefrance.com

Avec un panier moyen annuel de 15,60 euros par habitant, les produits du commerce équitable progressent. Depuis 2006, les Français déboursent ainsi 12,30 euros de plus, selon Commerce équitable France, un collectif né en 1997 qui regroupe les acteurs en France.

Dans les régions, si les données chiffrées sont quasi inexistantes, les acteurs icaunais remarquent cet engouement. « Les gens réfléchissent de plus en plus à ce qu'ils achètent », confirme Monique Laborde, trésorière à l'association Artisans du monde de Sens. Avec des milliers de références, les produits du commerce équitable sont de toutes natures : nourriture (95 %) mais aussi vêtements, artisanat et même touristique avec des voyages organisés chez l'habitant.

Né dans les années 1960 et développé dans les années 1980, le commerce équitable permet aux producteurs organisés en coopérative (initialement du sud), d'obtenir un prix juste pour satisfaire leurs besoins (santé, alimentation, logement, éducation...). « En général, ils touchent 20 à 40 % du prix du produit », signale André Yverneau, président de l'Association pour la promotion du commerce équitable de l'Yonne.

Vers un commerce équitable « made in France »

Pourtant, pour ce dernier, si la population se tourne bien vers une consommation plus éthique, ce n'est pas forcément vers les produits du commerce équitable. « Il y a un peu moins de dix ans, il y avait des rayons entiers. » Aujourd'hui ces produits sont plus souvent mélangés aux autres rayons des magasins ou intégrés aux étagères bio, dans les moyennes et grandes surfaces (42 % des achats), où les rayons de produits régionaux ont pris de l'importance.

« Nous avons un tout petit rayon, signale ainsi M. Cabral, directeur du magasin Atac d'Auxerre. Il est mis en avant au bout de l'îlot bio. » Mais si pour ce commerçant, proposer ces produits est obligatoire, cela ne représente pas une part importante des ventes. « Contrairement au bio qui est lui en pleine expansion. Le commerce équitable stagne. » Dans les magasins bio, la part du commerce équitable se maintient, elle aussi. « Cela représente 5 % de nos approvisionnements et tous nos cafés, thés, sucres et chocolats », annonce Benoît Gaussens, directeur de la coopérative Germinal. Mais lui-même le reconnaît : « Il y a un problème de confusion entre les différents labels et logos. On travaille au niveau national pour une reconnaissance publique, mais rien n'est abouti. »

À cela s'ajoute depuis 2014 une filière du commerce équitable nord/nord ou « made in France » développée sous les marques Ensemble, solidaire du producteur au consommateur, Paysans d'ici ou encore Agri-éthique. « Cela s'adresse aux producteurs qui ne trouvaient pas de débouchés. Les paysans s'organisent pour avoir des revenus stables, ajoute André Yverneau. Ce sera une piste lorsque le bio va se développer jusque dans les grandes cultures de la Beauce par exemple et que les petites surfaces comme ici ne pourront pas rivaliser. » Ces produits représentaient 31 % de l'ensemble des produits issus du commerce équitable.

Pourtant, le directeur de Germinal est confiant pour l'avenir. « Les consommateurs commencent à mieux comprendre. Ils viennent chercher du bio pour la santé. Maintenant, ils veulent des produits responsables sur toute la ligne. » ■

Tous droits réservés à l'éditeur

CONSOMM'ACTEUR. En plus d'avoir des produits de qualité, ce qui séduit les consomm

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lyonne.fr
Pays : France
Dynamisme : 123

Visualiser l'article

Bio, local ou équitable... Voici comment s'y retrouver

Bio, local ou équitable... voici comment s'y retrouver. © Jérémie FULLERINGER
Du 12 au 27 mai, c'est la quinzaine du commerce équitable. L'occasion de se pencher sur ces produits, mais aussi de se perdre parmi la multitude de labels qui existent et parfois se mêlent. Tour d'horizon pour s'y retrouver.

10 %. C'est la croissance du marché du commerce équitable, en France en 2017 (*). Avec la Quinzaine du commerce équitable (du 12 au 27 mai), l'occasion est donnée au consommateur de se pencher sur les différents logos présents dans son chariot de courses.

Équitable
Impulsé dès la fin des années 1950 le commerce équitable ne prend ce nom qu'à partir des années 1980. Aujourd'hui des dizaines de labels nationaux ou internationaux commercialisent ces milliers de produits venus des pays du Sud, et depuis 2014 du Nord, dits : "made in France" par exemple.

Le consommateur achète le produit à un prix garantissant au producteur une juste rémunération de son travail, sur une période de trois ans, dans un cadre social et environnemental mieux préservé.

Le commerce équitable de plus en plus bio, et inversement

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

En France, le décret du 17 septembre 2015 défini le commerce équitable. Mais à l'inverse du label bio (*voir ci-dessous*) il n'y a pas un logo unique. Plusieurs labels se sont développés à l'échelle internationale (écocert équitable, bio équitable, Fairtrade Max Havelaar, Fair for life, Forest garden products, Fair trade USA, Producteurs paysans, Naturland Fair ou WFTO) et en produits du commerce équitable "made in France" (Agri-Ethique, Paysans d'ici ou Ensemble , solidaire du producteur au consommateur, par exemple).

Bien que la plupart des labels du commerce équitable intègrent des critères de respect de l'environnement, seul 80 % des produits sont certifiés bio . Aujourd'hui dans les rayons des magasins, ces deux types de produits se mêlent souvent. "Les produits équitables représentent 25 % de nos approvisionnements", annonce ainsi Benoit Gaussens, directeur de la coopérative Germinal. Tous les thés, cafés, sucres et chocolats sont ainsi issus du commerce équitable.

Bio

Depuis 1985 le label **AB** signale les produits dont au moins 95 % des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique. Depuis 2009 ce label est aligné sur l'équivalent européen. "Ce n'est pas parce que c'est bio que les producteurs travaillent dans des conditions décentes", rapelle André Yverneau.

La certification **Haute valeur environnementale** (HVE), encadrée par les pouvoirs publics français est attribuée à des exploitations. L'agriculteur applique les principes de l' **agroécologie** (système de production qui vise à diminuer les pressions sur l'environnement : réduction des émissions de gaz à effet de serres, limiter recours aux produits phytosanitaires). Cela peut être combiné au label AB.

Local

Seuls les labels Appellation d'origine contrôlée (**AOC**) ou Appellation d'origine protégée (**AOP** , Europe) permettent au consommateur de s'assurer de la provenance géographique du produit et d'un savoir faire spécifique répondant à un cahier des charges.

Alors que certains se tournent vers les **marchés** de producteurs ou les **Amap** (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne) d'autres consommateurs piochent dans les rayons régionaux des grandes surfaces.

Pourtant parmi tous ces produits, rien ne garantit qu'ils soient équitables ou bio. Et ce même pour les Amap , qui s'inspirent de l'agriculture biologique sans être forcément certifiées.

premium Les Jardins de la Croisière ouvrent leurs portes

"Nous travaillons avec des producteurs locaux des jardins Croisière à Sens, explique Benoit Gaussens. Nous nous sommes engagés sur trois ans et nous leur avons versé une prime de co-développement pour financer une nouvelle serre". Si le directeur de Germinal reconnait qu'aucun label équitable est apposé, il l'assure : "c'est semblable à une démarche de commerce équitable Nord/Nord".

Rendez-vous. L'association Artisans du monde à Sens ouvre une boutique éphémère de produits du commerce équitable (105, Grande-rue) du 14 au 23 mai.

(*) Selon le collectif Commerce équitable France qui regroupe des acteurs de ce secteur en France.

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

À La Panière, on fabrique du pain bio

Texte Ingrid BRUNSCHWIG

Photos Le DL/Sylvain MUSCIO

Certifiée agriculture biologique depuis 2009, La Panière fabrique plus de la moitié de ses variétés de pains en bio, nous avons suivi la fabrication de celui aux noix. Un positionnement haut de gamme et un engagement pour une filière blé agri-ethique clairement affichés sous leur nouveau logo. Quel que soit le cours du blé, les agriculteurs qui fournissent en farine le réseau de boulangeries sont ainsi assurés d'être rémunérés de manière constante.

Chaque jour, dans les 35 magasins, pains et viennoiseries sont cuits sur place, salades et sandwichs sont confectionnés le jour même. «Nous proposons des produits frais du jour, avec des ingrédients de qualité qui proviennent au maximum de la région», précise Sophie Mouchet, chargée du marketing.

Si l'entreprise n'a pas l'ambition de devenir un acteur national pour garder la proximité avec ses magasins, elle souhaite en ouvrir d'autres en Haute-Savoie et dans l'Ain. D'ici 2020, elle prévoit également d'agrandir son site d'Aix-les-Bains, en augmentant la surface de stockage et ses bureaux.

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CRÉATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

1

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CRÉATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

2

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CRÉATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

1

les matières premières

Chaque lundi, La Panière fabrique ses pains bio. Pour la recette aux noix, elle utilise une farine certifiée AB des Alpes-Maritimes, du sel de mer de Guérande, des cerneaux de noix des Alpes-de-Haute-Provence, du levain naturel ainsi que de la levure fraîche.

2

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

le levain

Le levain naturel est issu d'un mélange d'eau et de farine. On le laisse maturer pendant 48 heures à 6 °C. Il représente 20 % du produit fini.

3

le mélange

La farine est mélangée avec de l'eau ébouillantée pour obtenir un produit de qualité sans additif. Puis de la glace pilée vient refroidir le mélange, pétri pendant 15 minutes. Les noix sont ajoutées à la fin pour éviter qu'elles ne soient broyées.

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CREATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

3

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CREATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

en bref

36 magasins

La Panière, c'est un réseau de 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, dans l'Ain et le Rhône, dont huit appartiennent à des partenaires franchisés.

Cinq nouveaux magasins ont ouvert en 2017, suite au rachat des six boulangeries La Grignotte à Albertville, Grignon et Montmélian.

Le bio en chiffres

- 2009 : année du démarrage de la gamme pain bio. - 30 tonnes de pains bio produits par mois.

- 250 tonnes de farine issues de l'agriculture biologique achetées par an.

- 10 % des ventes de pain (en volume) sont réalisées avec des pains bio.

- 2 audits de contrôle par an pour le renouvellement du certificat bio (Bureau Veritas).

Les process revus tous les ans

«Tous les ans, on revoit nos process en fonction des récoltes de blé car, selon les aléas climatiques, les propriétés des farines changent», explique Cathy Guillard, responsable qualité. «La teneur et la qualité des protéines peuvent être différentes d'une année sur l'autre et ça peut modifier le résultat du produit fini.»

Des investissements en cours

- 670000 euros de travaux en cours à l'usine.

- 930000 euros investis dans une nouvelle ligne de façonnage en boulangerie à l'automne.

- 3,9 millions d'euros prévus pour l'extension de l'usine (+ 1500m²) et des bureaux (+600m²), en 2020.

La paniÈre en bref

ACTIVITÉ: fabrication et vente

de pains, pâtisseries, viennoiseries et petite

restauration

CRÉATION: 1993

IMPLANTATIONS: Aix-les-Bains (siège social et unité de fabrication) + 36 magasins en Savoie, Haute-Savoie, Ain et Rhône

CHIFFRE D'AFFAIRES: 32M€

EFFECTIFS: 480 salariés

RÉSULTAT NET: NC

RÉPARTITION DU CAPITAL:

100 % familial (80 % Pascal Cantenot, 20 % son frère Christophe Cantenot)

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

Sans titre

4

6

8

7

4 et 5

La peseuse volumétrique

Elle constitue automatiquement des pâtons de 410 grammes qui sont ensuite farinés puis “boulés”.

6

façonnage et surgélation

Les boules de pâte passent sur la ligne de façonnage. Elles sont étalées par des rouleaux et enroulées pour prendre la forme d’un pain de 23 cm de long (+ ou –2 cm). Le pain est surgelé 20 minutes à –36 °C avant d’être emballé et conservé à –18 °C, pour garder ses qualités gustatives et éviter que la levure ne continue à travailler.

7 et 8

cuisson et mise en rayon

Le pain est livré une à deux fois par semaine dans les points de vente. Le boulanger le met sur une toile à pain en chambre froide et le laisse “travailler” à 16 °C. Puis il le cuit à 260 °C pendant 20 à 25 minutes. Bien chaud, il n’attend plus que les clients!

5

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

Sans titre

B

C

Nouveau logo

Un magasin d'Albertville et celui d'Ambilly (Haute-Savoie) arborent déjà le nouveau logo, plus moderne et qui affirme clairement le positionnement de La Panière : "Engagés pour le bon. Agri-éthique, bio, frais de jour".

D

un programme fidélité solidaire

Le nouveau programme fidélité propose une carte prépayée valable dans tous les magasins La Panière. Les clients peuvent bénéficier d'une remise de 5 % ou en faire don aux Restos du cœur. En 2017, 23 500 euros ont été reversés à l'association.

A

C

D

A et B

snacking, pâtisseries, viennoiseries

Le pain ne constitue qu'un quart des ventes de La Panière. À côté, l'enseigne confectionne dans ses magasins, plusieurs fois par jour, sa gamme de sandwichs et de salades avec des produits issus d'entreprises locales : Andric à La Motte-Servolex (saumon), Provence Dauphiné (fruits et légumes), Peguet Savoie Salaisons (charcuterie), etc. Les tartes, entremets et viennoiseries sont élaborés dans le laboratoire de panification à Aix-les-Bains, au même endroit que le pain.

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

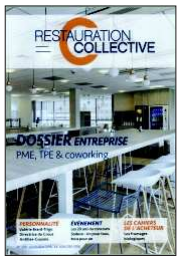
le dauphiné libéré
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785
Edition : LA TOUR-DU-PIN & NORD-DAUPHINÉ

Date : 12 JUIN 18
Page de l'article : p.34

0NR1Qzvme_fUVdzp_a0to0INxvVBi6CCSvu6kcufLde6nP7KH9Zt92d8jHWWjXtcYWEz

Tous droits réservés à l'éditeur

CollectivitéS EXPRESS
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 4031



Date : JUIN/JUIL 18
Page de l'article : p.26-27
Journaliste : Karine Averty

De la diversité au menu du nouveau restaurant Airbus nantais

Le site d'Airbus dans l'agglomération nantaise s'est doté d'un tout nouveau restaurant baptisé Le Cheviré, construit pour soulager le premier arrivé à saturation. Il intègre une cuisine centrale qui réalise l'essentiel de la production pour les deux entités, assurant non seulement un gain par une prestation similaire, mais aussi une qualité constante.

photos©K. Averty

« *Ce nouveau restaurant était indispensable !* » La déclaration d'Emmanuel Paulin, gérant des restaurants Airbus à Bouguenais-Nantes, est sans appel. Construit dans les années 70, Le Patio était prévu pour 1 500 couverts, mais a finalement atteint 3 000 couverts ! Il était temps de pallier ce large surplus de fréquentation. « *Il fallait également s'adapter aux évolutions des normes d'hygiène, flux, etc.* ».

Passage en liaison froide

De plus, la surface du site Airbus est de l'ordre de 90 ha... « *Certains devaient faire 1,5 km pour se restaurer. Notre objectif était de proposer davantage de proximité, même s'il y a des navettes.* » Les salariés peuvent néanmoins se rendre indifféremment sur l'un ou l'autre restaurant : même carte de paiement (multiservices), menus et tarifs identiques. « *Nous avons plutôt une bonne réputation par rapport à la qualité de nos prestations. Nous avons un mot d'ordre : la passion et une restauration réalisée par de vrais cuisiniers.* » Le Cheviré a ouvert ses portes en mars 2018, après 11 mois de travaux (sans compter 8 à 10 mois de travail sur le projet en amont : études...). C'est un bâtiment à faible consommation énergétique (RT 2012), avec des pare-soleil, un important travail sur l'acoustique, des luminaires réglés avec détecteur de luminosité, un air rafraîchi (pas d'air conditionné), des écrans pour la communication du CE en salle, du mobilier Kinnarps ergonomique (« *les chaises sont légères, jolies, avec une bonne assise, le personnel pose le dossier sur les tables et non les pieds* »). Il bénéficie de deux terrasses. C'était un projet d'envergure et le restaurant est encore en phase d'ajustement sur certains points. Auparavant en liaison chaude, la production est désormais réalisée en liaison froide dans la cuisine centrale principale du Cheviré, qui dessert les deux restaurants. « *Nous avons ainsi une qualité similaire.* »

« Le repas doit être un vrai moment de coupure »

L'usine fonctionnant en 3 x 8, il y a 3 services par jour, avec par exemple des sandwichs dès le matin. L'effectif du soir et du week-end, beaucoup moins important, bénéficie de plateaux-repas (+ DA).

Des formations pour accompagner les équipes

« *L'achat du matériel a fait l'objet d'une étude, en tenant compte notamment de critères écologiques et ergonomiques, avec le BET BEGC, l'installateur Corbé Cuisine Professionnelle et les équipes d'Airbus* », indique le gérant. « *Sur ce projet, nous avons réalisé un vrai travail de partenariat, commun et complémentaire, piloté par les équipes d'Airbus (facility management), Steeve Maleyran, secrétaire du Comité d'établissement (CE) Airbus Nantes. Le personnel a également été consulté.* » Et de préciser : « *Tout est dimensionné pour une future extension. Nous avons anticipé la hausse des effectifs côté distribution et salle.* » Le CE investit une large partie de son budget dans la restauration. « *Le*

ÉQUIPE PROJET

Mûrisserie Architecture Parent et Rachdi
GCC Nantes (BTP)
CE Airbus
Oteis Isateg (ingénierie du bâtiment)
+ intervenants spécialisés cuisine : BEGC (bureau d'études), Corbé Cuisine Professionnelle (installateurs équipements)

De g. à d. : Emmanuel Paulin (gérant), Vanessa Garnier (responsable de salle), Steeve Maleyran (CE) et Teddy Lemarié (chef de cuisine)

Tous droits réservés à l'éditeur

CollectivitéS EXPRESS
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 4031

Date : JUIN/JUIL 18
Page de l'article : p.26-27
Journaliste : Karine Averty

repas doit être un vrai moment de coupure, de détente », affirme-t-il. *« Nous avons un tarif usine subventionné et un tarif extérieur. Le salarié peut manger un repas complet et de qualité pour environ 4 euros. »*
Ce projet *« s'accompagnait de multiples changements »*, poursuit Emmanuel Paulin. *« Le chef de cuisine partant à la retraite, nous lui avons trouvé un remplaçant, Teddy Lemarié, qui était son second et représente la nouvelle génération. Par ailleurs, le projet de restauration prenait en compte de nouvelles techniques : liaison froide, sous vide... Tout le monde a été formé. Nous réalisons des productions jusqu'à J+3. Nous faisons nos tests,*

des cuissons de nuit, un travail en cadence... Il faut beaucoup expliquer, faire évoluer la perception et les idées reçues. Enfin, nous avons mis en place le programme de gestion informatique Unirest : stocks et fiches techniques. »

Savoir s'adapter

Il a fallu anticiper en travaillant avec le chef sur le planning de 50 personnes, tout récapituler et répartir les tâches. *« C'est important d'être à l'écoute et d'avoir des éléments moteurs. Je suis pour le management participatif, on a tous de bonnes idées ! »* explique cet ancien cuisinier. *« Nous devons garder la passion, refuser l'ennui, ne pas être dans la routine en restauration collective. »*
Le Cheviré a été conçu sur un seul niveau (contrairement au Patio) : production, distribution, salle. La cuisine est ergonomique et pratique par son aménagement comme par ses équipements *(voir encadré ci-dessous)*. Environ 2 100 repas sont servis au Patio et 850 au Cheviré. *« Nous souhaitons parvenir à un tiers du total pour ce dernier en fin d'année 2018. »* 80 % de la production de deux restaurants est faite dans la cuisine du Cheviré. *« Mais nous partons de la qualité du produit final. Par exemple, pour le poulet rôti, il est livré de chaque côté car la cuisson est meilleure si elle est réalisée sur place »*, précise Emmanuel Paulin. *« Nous achetons des produits de qualité, en local dès que l'on peut, par exemple la Ferme de la Couartière en Vendée pour les volailles, avec laquelle nous travaillons depuis 7 ans et qui dispose d'un abattoir sur place. »* Les volumes sont parfois un frein. *« Nous savons aussi nous adapter, prévoir les productions à l'avance. »*
Il travaille avec le fournisseur Vendée Loire Viandes *(« excepté pour certaines animations thématiques, les viandes sont 100 % françaises »)*, mais aussi avec des distributeurs tels que Pomona ou Atlagel. Chaque restaurant bénéficie d'un second de cuisine attitré. Un chef de cuisine (Teddy Lemarié) et une responsable de salle (Vanessa Garnier) chapeautent les deux sites. Les prestations de direction sont organisées sur le Patio. *« Sur Cheviré, nous proposons au total 55 entrées, plats, légumes, desserts et sandwichs différents chaque jour »*, indique le gérant. Le pain est présenté au niveau des caisses. *« Avant, il était gratuit et nous avions constaté un gros gâchis. Nous le faisons payer désormais 0,10 euro la double part et le gaspillage a baissé ! Nous travaillons avec Agri-Ethique, qui a des partenariats avec des agriculteurs, meuniers et bergers. Nos tarifs sont établis sur trois ans. Les farines proviennent de Loire-Atlantique et des départements limitrophes. »*

4 pôles chauds

Le scramble décline des entrées individuelles, un bar à salades, un bar à desserts et 4 pôles pour les plats chauds : Ô Fil de l'eau (aile de raie grenobloise...), Ô Fil des saisons (plats variés, dont pizzas, va développer la cuisine spectacle), Sur la Breizh (grillades telles que steak de hampe, araignée de porc marinée texane, entrecôte charolaise...), L'Ardoise du jour (plat du jour). En salle, outre le meuble avec eau, micro-ondes, sauces et condiments, deux armoires stockent une dizaine de plateaux-repas pour les équipes de nuit. Ils sont réalisés sur place. Pour le week-end, ils sont fournis par une société prestataire. *« Chaque année, 2 à 4 personnes suivent une formation avec Quali'Bré, et partagent ensuite leur savoir avec le reste de l'équipe. Nous devons mieux valoriser notre métier. »* Les évolutions sont constantes, par étapes. L'un des objectifs est par exemple de créer d'ici fin 2018 une application pour smartphone, regroupant les différents services pour le personnel d'Airbus Nantes, dont la restauration.

● ***Karine Averty***

CHIFFRES CLÉS

- Surface totale du bâtiment Cheviré : 2 900 m²
- Cuisine centrale de 550 m², dont 200 m² de chambres froides
- 400 places assises
- Restaurant conçu pour 1 200 repas par jour (850 actuellement)
- Cafétéria : 1 000 cafés/jour, 7 500 sandwichs/mois
- Horaires du lundi au vendredi :
  Self : 8h-9h + 11h40-13h15 + 18h-19h15
  Sandwicherie (au self) : 8h-9h + 18h-19h15
  Cafétéria/sandwicherie : 11h30-13h15
- Effectif total CE Airbus : 61 personnes, dont 50 pour la restauration (25 sur chaque site)

Visite en cuisine

À l'arrivée des marchandises, un sas à 2°C permet d'éviter la rupture de la chaîne du froid, avant de les stocker dans les chambres froides. Pour l'hygiène (gestion, contrôle), *« nous travaillons avec ePack Hygiène et Mérieux »*, indique Emmanuel Paulin. Quelques caractéristiques de la cuisine : système d'eau refroidie à 2°C relié à la cuisine (gain de temps), centrale de produits d'entretien (évite les manipulations), désinfection des produits alimentaires et équipement traversant avec tapis vers la préparation (hygiène), 2 lave-batterie Granuldisk et Meiko (à capot), salle de production pour les sandwichs avec le concept Croust'wich pour les deux cafétérias... *« On peut préparer la veille pour le lendemain. C'est un concept de qualité. Le convive voit et choisit la garniture de son sandwich assemblé devant lui. »* Dans la zone de préparation froide sont élaborés les hors-d'œuvre et les desserts du midi et du lendemain. *« Nous avons fait un important travail de recherche sur les process et les équipements de cuisson »*. Le choix s'est porté sur MKN pour les fours (maintenance facilitée, performance) et les sauteuses (ergonomie, économies d'énergie, nettoyage intégré). Parmi les autres matériels : cellules Foster, préparation dynamique Robot-Coupe, meubles scramble Profinox, machines à café Bravilor, friteuses Valentine, armoires Tournus, chariots Blanco, plafond filtrant France Air... *« Nous avons de l'espace en cuisine, ce qui permet de diminuer les accidents du travail. Et nous sommes très bien équipés ! »*

Tous droits réservés à l'éditeur

NOUVEAUX PARTENAIRES - LANCEMENTS

10 JUILLET 2018

SOMMAIRE

www.lanouvellerepublique.fr (13 septembre 2017)	Du commerce équitable pour les céréaliers	5
LA NOUVELLE REPUBLIQUE DU CENTRE OUEST (13 SEPT 17)	Du commerce équitable pour les céréaliers	7
www.lunion.fr (21 septembre 2017)	À Reims, trois ans de visibilité pour la boulangère	8
www.lardennais.fr (21 septembre 2017)	À Reims, trois ans de visibilité pour la boulangère	9
L'UNION (22 SEPT 17)	Anti-spéculatrice	10
www.lunion.fr (22 septembre 2017)	Trois ans de visibilité pour la boulangère	11
L'UNION (23 SEPT 17)	Trois ans de visibilité pour la boulangère	13
L'ECHO REPUBLICAIN (23 SEPT 17)	Du pain éthique sur la table	14
www.lardennais.fr (22 septembre 2017)	Trois ans de visibilité pour la boulangère	15
REUSSIR LA VENDEE AGRICOLE (06 OCT 17)	Une nouvelle boulangerie Agri-Éthique à Luçon	16
LA DORDOGNE LIBRE (23 NOV 17)	MONSIEUR ÉCHO	17
PRESSE OCEAN (04 DEC 17)	Commerce équitable	19
www.agrodistribution.fr (6 février 2018)	Filière blé : Le négoce Jeusselin rejoint Agri-éthique	20
www.terre-net.fr (9 février 2018)	Agri-éthique signe deux nouveaux partenaires en blé	22
www.agrisalon.com (9 février 2018)	Agri-éthique signe deux nouveaux partenaires en blé	23
LA DEPECHE LE PETIT MEUNIER (13 FEV 18)	La Minoterie Trottin et 25 producteurs signent le pacte Agri-Éthique	24
REUSSIR GRANDES CULTURES (MARS 18)	Les meuniers s'intéressent à la « juste rémunération » des producteurs	25
SUD OUEST (12 MARS 18)	Le Fournil des pros obtient le label Agri-éthique	26
AGRO DISTRIBUTION (MARS 18)	FILIÈRE BLÉ - Jeusselin adhère à Agri-	27

	éthique	
LE PROGRES (19 MARS 18)	La Panière et Lauralex : « Notre secret, la régularité »	28
OUEST FRANCE (02 AVRIL 18)	Agri-éthique fédère les boulangers	30
HONORE LE MAG (AVRIL/MAI 18)	AGRI-ETHIQUE ACCUEILLE DE NOUVEAUX ADHÉRENTS	31
MIDI LIBRE (10 MAI 18)	Les établissements Talmant ont intégré la filière agri éthique	32
OUEST FRANCE (18 MAI 18)	Le pain célébré par des étudiants à travers la Vendée	35
niort.maville.com (18 mai 2018)	Chiché. Un pain pétri de solidarité	36
LE COURRIER DE L'OUEST (19 MAI 18)	Un pain pétri de solidarité	38
L'UNION (31 MAI 18)	Le pain, la tradition et la confiance	40
REUSSIR AGRI 79 (01 JUIN 18)	Quand commerce équitable rime avec économie locale	41
www.agri72.fr (6 juin 2018)	170€/T pour le blé Agri-éthique	42
lemans.maville.com (6 juin 2018)	Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français	43
www.ouest-france.fr (7 juin 2018)	Farine. Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français	47
lemans.maville.com (6 juin 2018)	Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français	51
OUEST FRANCE (09 JUIN 18)	Ils passent au commerce équitable 100% français	54
L'AVENIR AGRICOLE (08 JUIN 18)	Des Sarthois s'engagent dans Agri-Ethique	55
REUSSIR AGRI 72 (08 JUIN 18)	170 €/T pour le blé Agri-éthique	56
LE MAINE LIBRE (18 JUIN 18)	Le moulin des Noyers adhère à la farine équitable	59
LE REPUBLICAIN (21 JUIN 2018)	Le pain vient des prés	60
www.horizons-journal.fr (3 juillet 2018)	Quand Moulins Fouché met les boulangers dans les champs	61
www.leparisien.fr (4 juillet 2018)	La Ferté-Alais : les Moulins Fouché	66

	choisissent la transparence pour leur farine locale	
LE PARISIEN (05 JUIL 18)	Les Moulins Fouché produisent de la farine locale, et le font savoir !	68
HORIZONS CENTRE ILE DE FRANCE TOUTES EDITIONS (06 JUIL 18)	Les boulangers dans les champs	70

Date : 13/09/2017
Heure : 05:40:57

la Nouvelle République.fr

www.lanouvellerepublique.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Du commerce équitable pour les céréaliers

Au Talmeunier, la boulangerie niortaise, Sébastien Paviot peut afficher son appartenance au concept Agri-éthique. Il rémunère son producteur de blé un prix qui permet à ce dernier de vivre.

Du commerce équitable en direction des céréaliers dans le département, c'est un fait. Certains agriculteurs seront rémunérés bien au-dessus de la moyenne cette saison grâce à ce concept.

Ce dernier a été lancé en juin 2013 par un Vendéen de La Roche-sur-Yon, Ludovic Brindejonc. Celui-ci a passé des accords avec une minoterie, Méchain à Saint-Jean-d'Angély (Charente-Maritime), qui a joué le jeu . Aujourd'hui sous l'appellation Agri-Ethique ce sont pas moins de 600 boulangeries qui adhèrent.
Premier effet salvateur pour les producteurs du terroir : cette saison les blés produits sur une partie de la ferme d'Aurélien Rousseau, agriculteur à Lozay (Charente-Maritime) lui seront payés 170 € la tonne. Alors que

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lanouvellerepublique.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

dans sa coopérative l'Entente agricole (350 adhérents) à Loulay (Charente-Maritime) ses collègues devraient toucher tout au plus 140 € la tonne en lissant le prix sur la saison, estime Arnaud Gaudineau le responsable céréales à la dite coopérative.

Il y a quelques jours à Niort, le directeur de la minoterie Méchain (6.000 tonnes de blé par an), Ludovic Fontaine, avait donné rendez-vous à ses partenaires commerciaux chez Sébastien Paviot, le boulanger de la rue du Maréchal-Leclerc sous l'enseigne Le Talmeunier. Ce dernier est ravi. Il peut parler de qualité, se vanter de rémunérer au juste prix les agriculteurs et d'utiliser les circuits courts et contribuer à la stabilisation du réchauffement de la planète.

Tous droits réservés à l'éditeur

la Nouvelle République du Centre-Ouest
Périodicité : Quotidien
OJD : 180176
Edition : Deux sèvre

Date : 13 SEPT 17

agriculture

Du commerce équitable pour les céréaliers

Du commerce équitable en direction des céréaliers dans le département, c'est un fait. Certains agriculteurs seront rémunérés bien au-dessus de la moyenne cette saison grâce à ce concept.

Ce dernier a été lancé en juin 2013 par un Vendéen de La Roche-sur-Yon, Ludovic Brindejonc. Celui-ci a passé des accords avec une minoterie, Méchain à Saint-Jean-d'Angély (Charente-Maritime), qui a joué le jeu. Aujourd'hui sous l'appellation Agri-Ethique ce sont pas moins de 600 boulangeries qui adhèrent.

Premier effet salvateur pour les producteurs du terroir : cette saison les blés produits sur une partie de la ferme d'Aurélien Rousseau, agriculteur à Lozay (Charente-Maritime) lui seront payés 170 € la tonne. Alors que dans sa coopérative l'Entente agricole (350 adhérents) à Loulay (Charente-Maritime) ses collègues devraient toucher tout au plus 140 € la tonne en lissant le prix sur la saison, estime Arnaud Gaudineau le responsable céréales à la dite coopérative.

Il y a quelques jours à Niort, le directeur de la minoterie Méchain (6.000 tonnes de blé par an), Ludovic Fontaine, avait donné rendez-vous à ses partenaires commerciaux chez Sébastien Paviot, le boulanger de la rue du Maréchal-Leclerc sous l'enseigne Le Talmeunier. Ce dernier est ravi. Il peut parler de qualité, se vanter de rémunérer au juste prix les agriculteurs et d'utiliser les circuits courts et contribuer à la stabilisation du réchauffement de la planète.

Au Talmeunier, la boulangerie niortaise, Sébastien Paviot peut afficher son appartenance au concept Agri-éthique. Il rémunère son producteur de blé un prix qui permet à ce dernier de vivre.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'union

Date : 21/09/2017
Heure : 11:48:01
Journaliste : Antoine Pardessus

www.lunion.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

À Reims, trois ans de visibilité pour la boulangère

Une chaîne de garantie des prix sur trois ans, du blé à la baguette, se met en place à Reims.

Du blé à la baguette en passant par la farine, le dispositif encadré par l'enteprise Agri éthique fait son apparition dans la Marne.
Photographe: A.P.

Des prix de la farine qui « font le yo-yo », passant parfois du simple au double en quelques mois, ça peut perturber le boulanger. Édith Lor, désormais, n'a plus ce souci. Cette boulangère du boulevard Saint-Marceaux à Reims achètera sa farine au même prix pendant trois ans, et ce dans le cadre d'un dispositif de « commerce équitable » mis en place par l'entreprise vendéenne Agri éthique. Elle est la première dans la Marne à intégrer cette chaîne vertueuse associant cultivateur, meunier et boulanger. Un de ses confrères de Tinqueux devrait prochainement à son tour officialiser son entrée dans le dispositif.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais

Date : 21/09/2017
Heure : 12:13:19
Journaliste : Antoine Pardessus

www.lardennais.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

À Reims, trois ans de visibilité pour la boulangère

Une chaîne de garantie des prix sur trois ans, du blé à la baguette, se met en place à Reims.

Du blé à la baguette en passant par la farine, le dispositif encadré par l'enteprise Agri éthique fait son apparition dans la Marne.
Photographe: A.P.

Des prix de la farine qui « font le yo-yo », passant parfois du simple au double en quelques mois, ça peut perturber le boulanger. Édith Lor, désormais, n'a plus ce souci. Cette boulangère du boulevard Saint-Marceaux à Reims achètera sa farine au même prix pendant trois ans, et ce dans le cadre d'un dispositif de « commerce équitable » mis en place par l'entreprise vendéenne Agri éthique. Elle est la première dans la Marne à intégrer cette chaîne vertueuse associant cultivateur, meunier et boulanger. Un de ses confrères de Tinqueux devrait prochainement à son tour officialiser son entrée dans le dispositif.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Date : 22 SEPT 17

Périodicité : Quotidien
OJD : 94689
Edition : Vitry

Anti-spéculatrice

Finies les fluctuations du prix de la farine, provoquées aussi bien par la météo que par la spéculation financière, pour Édith Lor, boulangère installée boulevard Saint-Marceaux à Reims. Elle vient d'intégrer, première du département dans ce cas, un dispositif de prix fixe sur une durée de trois ans, mis en place par une entreprise vendéenne, Agri-éthique. Le prix de la farine ne bougera pas pendant cette période, de même que le prix du blé payé au cultivateur par le meunier.

0uJ1PdfHlJ5iOlr7GwIQ7AELh_IcIY4ZfZmlxG0SzY_6-yObNaObO5AY6iR1K6iIOWQ3

Tous droits réservés à l'éditeur

L'union

Date : 22/09/2017
Heure : 18:43:37
Journaliste : Antoine Pardessus

www.lunion.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Trois ans de visibilité pour la boulangère

De gauche à droite : la boulangère, le meunier, le cultivateur, et, pour encadrer la chaîne vertueuse qui les relie, l'entreprise Agri- éthique.
Photographe: A.P.

D es prix de la farine qui « font le yo-yo », passant parfois du simple au double en quelques mois, ça peut perturber le boulanger. Édith Lor a connu ça, il y a quatre ou cinq ans : *« Sur six ou sept mois,* se souvient-elle, *le prix était passé de 120 à 240 euros la tonne. »* Ce n'est pas un très bon souvenir. Mais désormais, cette boulangère du boulevard Saint-Marceaux n'a plus ce souci : elle achètera sa farine au même prix pendant trois ans, et ce dans le cadre d'un dispositif de « commerce équitable » mis en place par l'entreprise vendéenne Agri-éthique, à l'initiative des coopératives agricoles locales. *« L'idée est bien de se déconnecter du marché des matières premières,* expose le fondateur d'Agri-éthique, Ludovic Brindejonc. *En fait c'est le retour à ce qui se faisait avant la mondialisation des cours. »*

Le moulin Lorin d'Aubérive a déjà en vue un deuxième client boulanger

iframe : redir.opoint.com
Mme Lor est la première dans la Marne à intégrer cette chaîne vertueuse associant cultivateur, meunier et boulanger, où chacun trouve son compte. *« Pendant trois ans, je suis sûr d'être payé 175 euros la tonne »,* témoigne Romain Adam, producteur de blé de Soudron. Plutôt correct quand on sait que les cours actuels tournent autour de 140.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le moulin Lorin d'Aubérive, le partenaire meunier local d'Agri-éthique, a déjà en vue un deuxième client boulanger : Sébastien Laporte de Tinqueux. Celui-ci devrait prochainement à son tour officialiser son entrée dans le dispositif.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Date : 23 SEPT 17
Journaliste : Antoine Pardessus

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689
Edition : Reims

Trois ans de visibilité pour la boulangère

Des prix de la farine qui «font le yo-yo», passant parfois du simple au double en quelques mois, ça peut perturber le boulanger. Édith Lor a connu ça, il y a quatre ou cinq ans: «Sur six ou sept mois, se souvient-elle, le prix était passé de 120 à 240 euros la tonne.» Ce n'est pas un très bon souvenir. Mais désormais, cette boulangère du boulevard Saint-Marceaux n'a plus ce souci: elle achètera sa farine au même prix pendant trois ans, et ce dans le cadre d'un dispositif de «commerce équitable» mis en place par l'entreprise vendéenne Agri-éthique, à l'initiative des coopératives agricoles locales. «L'idée est bien de se déconnecter du marché des matières premières, expose le fondateur d'Agri-éthique, Ludovic Brindejonc. En fait c'est le retour à ce qui se faisait avant la mondialisation des cours.» Le moulin Lorin d'Aubérive a déjà en vue un deuxième client boulanger Mme Lor est la première dans la Marne à intégrer cette chaîne vertueuse associant cultivateur, meunier et boulanger, où chacun trouve son compte. «Pendant trois ans, je suis sûr d'être payé 175 euros la tonne», témoigne Romain Adam, producteur de blé de Soudron. Plutôt correct quand on sait que les cours actuels tournent autour de 140. Le moulin Lorin d'Aubérive, le partenaire meunier local d'Agri-éthique, a déjà en vue un deuxième client boulanger: Sébastien Laporte de Tinqueux. Celui-ci devrait prochainement à son tour officialiser son entrée dans le dispositif. Antoine Pardessus

0h07GWSojlSgdNm2bar1wDUG_e_HvvLepUG-aNws-2pDnPc6UUy7Vr9XkvRX-rbPeODNk

Tous droits réservés à l'éditeur

L'ECHO REPUBLICAIN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 30875
Edition : Eure-et-Loir

Date : 23 SEPT 17
Journaliste : François Bord

JANVILLE ■ La boulangerie du Château a adhéré au pacte « Agri-éthique »

Du pain éthique sur la table

La boulangerie du Château, à Janville, rue du Château, adhère au pacte « Agri-éthique ». Elle rejoint ainsi 600 autres boulangeries engagées dans la filière qui propose aux clients de consommer du pain plus « solidaire ».

EQUIPE. Patrick Robion, boulanger *(orange)*, au côté de Benoit Marchedon, agriculteur *(à sa g.)*

Agro-éthique s'impose comme une démarche innovante reposant sur trois engagements : économique, social et environnemental. Dans ce processus, et dans cette filière, chaque acteur s'engage sur un volume, un prix et une durée contractuelle de trois ans.

Ne plus dépendre des fluctuations des cours mondiaux

Une telle politique a démontré en 2016 que 6.500 emplois avaient été préservés en France, preuve d'un réel soutien à l'économie. Ainsi, au-delà des 600 boulangers, 15 moulins et 1.000 agriculteurs sont les acteurs de cette démarche.

Faire goûter les produits

Ce mercredi matin, tous les acteurs locaux se sont retrouvés pour faire gouter leurs produits à la clientèle et expliquer le sens de leur action : Patrick Robion boulanger, Vincent Fouché, meunier à la Ferté Alais (91), Patrick Beauvillard, Union commerciale sud Ile-de-France, et Benoit Marcheaudon, agriculteur à Gommerville, producteur de céréales étaient réunis.

« Le prix de revient d'une tonne de blé est de 165 € et ce contrat de 3 ans m'assure un prix de vente de 180 €, explique Benoît Marcheaudon. Je suis maintenant assuré de ne plus dépendre des fluctuations des cours mondiaux qui dominent trop souvent notre métier. »

Tous soulignent que « garantir le revenu des agriculteurs, préserver l'emploi local, agir pour l'environnement constitue l'objectif de ce pacte agro-éthique et les consommateurs qui nous rejoignent participent à la défense de l'agriculture française. » ■

François Bord

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais

Date : 22/09/2017
Heure : 18:43:30
Journaliste : Antoine Pardessus

www.lardennais.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Trois ans de visibilité pour la boulangère

Une chaîne de garantie des prix sur trois ans, du blé à la baguette, se met en place.

De gauche à droite : la boulangère, le meunier, le cultivateur, et, pour encadrer la chaîne vertueuse qui les relie, l'entreprise Agri- éthique.
Photographe: A.P.

D es prix de la farine qui « font le yo-yo », passant parfois du simple au double en quelques mois, ça peut perturber le boulanger. Édith Lor a connu ça, il y a quatre ou cinq ans : *« Sur six ou sept mois,* se souvient-elle, *le prix était passé de 120 à 240 euros la tonne. »* Ce n'est pas un très bon souvenir. Mais désormais, cette boulangère du boulevard Saint-Marceaux n'a plus ce souci : elle achètera sa farine au même prix pendant trois ans, et ce dans le cadre d'un dispositif de « commerce équitable » mis en place par l'entreprise vendéenne Agri-éthique...

Article avec accès abonnés : http://www.lardennais.fr/51091/article/2017-09-22/trois-ans-de-visibilite-pour-la-boulangere

Tous droits réservés à l'éditeur

la vendée agricole
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 06 OCT 17

Commerce

Une nouvelle boulangerie Agri-Éthique à Luçon

Mardi 3 octobre, la boulangerie Le Fournil du Talmenier à Luçon a signé le pacte de commerce équitable 100 % Made In France : Agri-Éthique. Elle est la 65e boulangerie de Vendée à s'engager pour soutenir l'ensemble de la filière blé et à proposer à ses clients de consommer du pain plus solidaire.

L'équipe de la boulangerie Le Fournil du Talmenier à Luçon a signé le pacte Agri-Éthique.

Agri-Éthique est une démarche de commerce équitable reposant sur trois engagements : économique, social et environnemental. Avec Agri-Éthique, chaque acteur de la filière s'engage sur un volume, un prix et une durée contractuelle de trois ans, garantissant ainsi les revenus des agriculteurs engagés dans la démarche aux côtés des meuniers, coopératives et boulangers.

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

Date : 23 NOV 17

MONSIEUR ÉCHO

... ATTEND toujours l'ouverture dans l'agglo de la première boulangerie engagée dans le **pacte Blé Agri-Ethique France**, qui consiste à fixe pour trois ans le prix du blé, garantissant ainsi les revenus des agriculteurs engagés dans la démarche, aux côtés des meuniers, coopératives et boulangers. Si nos voisins Charentais en comptent déjà une douzaine (pour autant d'agriculteurs engagés), la Dordogne n'en a encore aucune. Enfin jusqu'à aujourd'hui, puisque la boulangerie Le Fournil du Talmeunier de Port-Sainte-Foy-et-Ponchapt vient de rejoindre le réseau. L'ennui, c'est que ce n'est pas la porte à côté... Espérons que l'imitative fasse des petits pour aider les céréaliers périgourdins.

... CONSEILLE les Périgourdins de venir se garer en ville cette semaine : Indigo est en effeten train de **remplacer tous ses horodateurs**, pour les remplacer par de nouveaux. Conséquence : le stationnement est gratuit dans plein de rues comme la rue Wilson ou devant *DL*, allée d'Aquitaine (photo). À croire que la

Ville l'a fait exprès pour contrer l'ouverture d'H&M à Trélissac ! Mais dépêchez-vous, ça ne va pas durer : les nouveaux parcmètres solaires (avec lecteur de carte bancaire intégré - et sans contact), comme celui-ci (photo) seront installés à partir de la fin de la semaine, début de la semaine prochaine...

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

... A AIMÉ les commentaires des personnes âgées, lors de l'ouverture du magasin **H&M** à la Feuilleraie. Le rideau était légèrement relevé afin que les employés puissent entrer et sortir, et un papi a fait un commentaire judicieux : « *Tu te glisses dessous et on en parle plus, comme ça c'est réglé* ». Un bon vieux resquillage des familles, y'a que ça de vrai !

... A APPRIS que même le maire de Trélissac **Francis Colbac** était présent pour l'ouverture de nouveau magasin H&M. Inquiet de se retrouver dans les embouteillages, il a choisi d'y aller plutôt à la pause méridienne. L'histoire ne dit pas s'il y a fait quelques emplettes. Ce qui est sûr, c'est qu'il a rencontré le patron du Leclerc, Fabrice Faure, qui lui a assuré que toute la galerie de La Feuilleraie sera entièrement terminée et gonflée à bloc d'ici le mois de mars.

... RELAIE la belle initiative du photographe **Laurent Pareau**, qui organise une collecte de jouets pour le Secours populaire. Chacun peut apporter deux jouets neufs, dans leur emballage, au studio du photographe rue Wilson. En échange, Laurent Pareau

vous propose une séance de portrait. Plusieurs clichés vous seront envoyés et celui de votre choix vous sera offert. Les jouets, eux, seront redistribués aux enfants bénéficiaires du Secours populaire. Souriez, vous serez solidaires ! L'initiative se déroule jusqu'au 30 novembre.

... A REMARQUÉ l'inquiétude de Jean-François Pinson, à la tête de la Semipal qui gère le **Palio** et premier adjoint de Boulazac. Alors que, dix ans après sa création, un appel d'offres sera lancé pour la gestion de la salle, l'élu a fait part de son inquiétude : « *J'ai la trouille. Il y a des gros groupes de production qui fonctionnent bien, mais bon, c'est Périgueux, et avec la contrainte du BDD...* » Le rendez-vous est donc donné l'année prochaine, pour voir le résultat, ou pas.

... SE FÉLICITE que la Dordogne puisse attirer des entreprises. Et de luxe en plus ! Deux associés, Sophie Engster et Franck Le Franc, ont quitté le célèbre groupe LVMH pour fabriquer une maison de **fabrication de souliers** haut de gamme. Afin de former des professionnels du cuir, Pôle Emploi a installé une plateforme de formation à Thiviers, à proximité des ateliers d'Hermès et Repetto. Le prochain objectif des entrepreneurs est de travailler le cuir avec des producteurs locaux. La Dordogne serait-elle donc le nouvel eldorado des marques de luxe et du made in France ?

Tous droits réservés à l'éditeur

PRESSE OCEAN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 32810
Edition : Nantes, Nantes Nord

Date : 04 DEC 17

SAINT-HERBLAIN. Soixante boulangeries solidaires dans le département

Commerce équitable

Alexandra Bothereau, Bruno Mérit, meunier, Nicolas Mullet, agriculteur, Céline et David Mullet, propriétaires du « Plaisir Gourmand ».

« Le plaisir gourmand » est l'une des cinq nouvelles boulangeries solidaires de Loire-Atlantique.

Elle sont désormais cinq de plus avoir signé le pacte Agri-Ethique, démarche de commerce équitable 100 % origine France.

« *Grâce à Agri-Ethique, je suis certain de l'origine de notre farine, et je sais que je fais travailler les agriculteurs de notre région* », souligne David Mallet, boulanger du magasin « Le plaisir gourmand ».

Plus de 600 boulangeries signataires dans toute la France

Pour Nicolas Mullet, producteur de blé et engagé dans cette démarche d'agriculture raisonnée, « *cela nous permet d'être déconnectés du marché mondial du blé, trop fluctuant et souvent spéculatif, en ayant un prix du blé fixé au plus juste pendant 3 ans* ».

De l'agriculteur, en passant par les coopératives et les minoteries et jusqu'aux boulangeries, Agri Ethique accompagne toute la filière pour garantir le revenu des agriculteurs, préserver l'emploi local et agir pour l'environnement. Acheter du pain issu du commerce équitable, plus solidaire, c'est, pour Alexandra Bothereau, chargée de développement, « *faire le choix de pérenniser la filière agroalimentaire française qui profite à tous* ».

Depuis 2013, Agri-Ethique, ce sont 1 000 agriculteurs engagés, 11 coopératives signataires, 15 moulins partenaires, plus de 600 boulangeries dans toute la France. En Loire-Atlantique, 60 boulangeries ont signé le pacte Agri-Ethique, reconnu et certifié « commerce équitable 100 % France ».

Contact www.agriethique.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 06/02/2018
Heure : 19:17:46
Journaliste : Hélène Laurandel

www.agrodistribution.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Filière blé : Le négoce Jeusselin rejoint Agri-éthique

Le négociant Jeusselin, dans la Sarthe, vient d'adhérer le 4 février avec son meunier Trottin au pacte blé d'Agri-éthique.

La filière Agri-Ethique dirigée par Ludovic Brindejonc, à droite, accueille deux nouveaux adhérents, de droite à gauche, le négociant Gilles Jeusselin et la minoterie Trottin avec Pierre, Georges et Clément Trottin. Tout à gauche, un boulanger, Aurélien Valton.

Le négoce Jeusselin et la minoterie Trottin vont participer à la démarche Agri-éthique, à partir de la récolte 2018, à hauteur de 3 500 tonnes de blé par an, pour les trois ans à venir. Ils ont signé dimanche 4 février, sur le salon Europain à Paris, leur adhésion au pacte blé de cette filière, basée sur le partage équitable de la valeur ajoutée du champ à la baguette et des pratiques respectueuses de l'environnement.
Pour Gilles Jeusselin, PDG du négoce sarthois, « Agri-éthique permet de formaliser encore mieux notre partenariat avec la minoterie Trottin qui nous a proposé cet engagement. Nous espérons, avec cette filière équitable et durable, pouvoir nous protéger d'une éventuelle nouvelle crise ». Pour démarrer, une vingtaine d'agriculteurs et 20 hectares vont être mis à contribution. Ils auront à respecter les bonnes pratiques de la charte d'Agri-éthique. « Nous étendrons la démarche au fur à et à mesure », précise le PDG.

D'autres projets d'adhésion en cours

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

A ce jour, avec cette nouvelle adhésion, Agri-éthique couvre trois filières, le blé tendre et le sarrasin avec 58 500 tonnes et le lait avec 700 000 litres, produits par 1 000 agriculteurs avec le concours de 12 organismes stockeurs (10 coopératives et 2 négoces), 16 moulins, 1 fromagerie, 1 coopérative laitière, 5 industriels et plus de 600 boulangeries. D'autres projets d'adhésion sont en cours, en blé pour la récolte à venir et aussi en viande, nouveau secteur qui pourrait faire son entrée dans la démarche à partir de septembre prochain.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terre-net.fr
Pays : France
Dynamisme : 8

Visualiser l'article

Agri-éthique signe deux nouveaux partenaires en blé

Agri-éthique France a signé début 2018 de nouveaux partenariats avec deux nouveaux acteurs : une minoterie et un négociant. La démarche de filière céréalière, du champ à la baguette, assoit ainsi sa présence dans la Sarthe.

L a minoterie Trottin et le négoce Jeusselin rejoignent la **démarche Agri-éthique** France en signant le pacte blé. Ils s'engagent à livrer 3 500 tonnes de blé éthique sur les campagnes 2018-2019-2020. De nouvelles boulangeries devraient donc rejoindre le pacte de commerce équitable dans les prochains mois, affirmant la présence d'Agri-éthique dans la Sarthe.

Trois ans après son lancement, la démarche participe au maintien de 6 500 emplois sur le territoire national. Et s'impose de cette façon comme un réel soutien pour l'économie locale.

Le directeur d'Agri-éthique, Ludovic Brindejonc, définit Agri-éthique comme « une **démarche de commerce équitable** qui s'adresse aux consommateurs. Via son achat, il permet à l'agriculteur de vivre de son travail et maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière. Agri-Éthique change la relation entre les partenaires. Le prix n'est plus un sujet puisque tout le monde doit être gagnant, parmi nos préoccupations : la qualité, le sourcing et la sensibilisation du consommateur à nos valeurs... ». Les partenariats sont contractualisés sur un volume et un prix pour une durée de trois ans.

« Nous fournissons la famille Trottin depuis deux générations, et nous voulions, avec cet engagement permettre à nos producteurs de s'associer à une démarche gagnant-gagnant, déclare Gilles Jeusselin, PDG de Jeusselin. J'ai repris la graineterie familiale avec mes frères en 1993, elle avait été créée en 1950 par notre père et aujourd'hui, Agri-Éthique nous permet de formaliser ce que nous faisons depuis déjà 30 ans ! Ainsi, à travers ce pacte nous fixons les règles de bonne pratique. En plus de dire ce que l'on fait et de faire ce que l'on dit, nous l'écrivons, ce qui rend l'engagement d'autant plus fort. »

« Grâce à cette filière équitable et durable nous espérons nous protéger d'une éventuelle crise. Nous allons commencer par mettre cela en place avec 20 agriculteurs et sur 20 hectares dans un premier temps, puis nous l'étendrons au fur et à mesure. Agri-Éthique c'est une démarche d'avenir avec des valeurs fortes qui va nous permettre de solidifier notre démarche familiale. »

Tous droits réservés à l'éditeur

www.agrisalon.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Agri-éthique signe deux nouveaux partenaires en blé

Agri-éthique France a signé début 2018 de nouveaux partenariats avec deux nouveaux acteurs : une minoterie et un négociant. La démarche de filière céréalière, du champ à la baguette, assoit ainsi sa présence dans la Sarthe.
La minoterie Trottin et le négoce Jeusselin rejoignent la démarche Agri-éthique France en signant le pacte blé. Ils s'engagent à livrer 3 500 tonnes de blé éthique sur les campagnes 2018-2019-2020. De nouvelles boulangeries devraient donc rejoindre le pacte de commerce équitable dans les prochains mois, affirmant la présence d'Agri-éthique dans la Sarthe.

Trois ans après son lancement, la démarche participe au maintien de 6 500 emplois sur le territoire national. Et s'impose de cette façon comme un réel soutien pour l'économie locale.

Le directeur d'Agri-éthique, Ludovic Brindejonc, définit Agri-éthique comme « une démarche de commerce équitable qui s'adresse aux consommateurs. Via son achat, il permet à l'agriculteur de vivre de son travail et maintenir l'emploi de l'ensemble de la filière. Agri-Éthique change la relation entre les partenaires. Le prix n'est plus un sujet puisque tout le monde doit être gagnant, parmi nos préoccupations : la qualité, le sourcing et la sensibilisation du consommateur à nos valeurs... ». Les partenariats sont contractualisés sur un volume et un prix pour une durée de trois ans.

« Nous fournissons la famille Trottin depuis deux générations, et nous voulions, avec cet engagement permettre à nos producteurs de s'associer à une démarche gagnant-gagnant, déclare Gilles Jeusselin, PDG de Jeusselin. J'ai repris la graineterie familiale avec mes frères en 1993, elle avait été créée en 1950 par notre père et aujourd'hui, Agri-Éthique nous permet de formaliser ce que nous faisons depuis déjà 30 ans ! Ainsi, à travers ce pacte nous fixons les règles de bonne pratique. En plus de dire ce que l'on fait et de faire ce que l'on dit, nous l'écrivons, ce qui rend l'engagement d'autant plus fort. »

« Grâce à cette filière équitable et durable nous espérons nous protéger d'une éventuelle crise. Nous allons commencer par mettre cela en place avec 20 agriculteurs et sur 20 hectares dans un premier temps, puis nous l'étendrons au fur et à mesure. Agri-Éthique c'est une démarche d'avenir avec des valeurs fortes qui va nous permettre de solidifier notre démarche familiale. »

Tous droits réservés à l'éditeur

La Dépêche Le Petit Meunier
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 13 FEV 18
Page de l'article : p.3
Journaliste : Karine Floquet

La Minoterie Trottin et 25 producteurs signent le pacte Agri-Éthique

La Minoterie Trottin s'est engagée dans la démarche Agri-Éthique, au côté de SA Jeusselin, pour la fourniture de 3 500 t de blé tendre meunier (cinq variétés BPMF et/ou VRM) sur la campagne 2018/2019 », a annoncé Georges Trottin, dirigeant du moulin familial du même nom (Yvré-l'Évêque, Sarthe), à l'occasion du salon Europain, le 4 février à Villepinte. Le meunier a signé avec les vingt-cinq producteurs, engagés auprès du négociant privé de Moncé-en-Saosnois (Sarthe), un contrat leur garantissant un prix fixe d'achat de leur blé tendre sur trois ans.

170 €/t de blé tendre

« Ce prix garanti payé à l'agriculteur, qui s'élève à 170 €/t, correspond à la moyenne sur les cinq dernières années du prix du blé tendre payé par la Minoterie Trottin au collecteur, corrigée des majorations mensuelles, explique Georges Trottin. *Le prix n'est ainsi plus une variable pour l'agriculteur. »* Il couvre les coûts de production, enregistrés dans le nord de la Sarthe, et permet une juste rémunération du producteur.

Les 2700 t de farine, qui sont issues des 3500 t de blé contractualisées, seront proposées dès cet été aux artisans boulangers de la Minoterie Trottin. La farine livrée aux clients, qui auront signé le pacte Agri-Éthique, leur garantissant un prix fixe sur trois ans, sera composée à 50 % de blé, produit dans le cadre de la démarche de commerce équitable.

À terme, le moulin familial compte accroître les volumes de blé sous pacte Agri-Éthique, notamment en dupliquant cette démarche en production biologique.

Karine Floquet

Tous droits réservés à l'éditeur

GROS PLAN

Les meuniers s'intéressent à la « juste rémunération » des producteurs

« La minoterie Trottin s'est engagée dans la démarche Agri-Éthique, au côté de SA Jeusselin, pour la fourniture de 3 500 tonnes de blé tendre meunier (5 variétés BPMF et/ou VRM) sur la campagne 2018-2019 », a annoncé Georges Trottin, dirigeant du moulin familial du même nom (situé à Yvré-l'Évêque dans la Sarthe), à l'occasion du salon Europain, le 4 février à Villepinte. Le meunier a signé avec 25 producteurs engagés auprès du négociant sarthois Jeusselin, un contrat leur garantissant un prix fixe d'achat de leur blé tendre sur trois ans. *« Ce prix garanti payé à l'agriculteur, qui s'élève à 170 euros la tonne, correspond à la moyenne sur les cinq dernières années du prix du blé tendre payé par la minoterie Trottin au collecteur, corrigée des majorations mensuelles,* explique Georges Trottin. *Le prix n'est ainsi plus une variable pour l'agriculteur. »* Il couvre les coûts de production enregistrés dans le Nord de la Sarthe, et permet une juste rémunération du producteur. Les 2 700 tonnes de farine, qui sont issues des 3 500 tonnes de blé contractualisées, seront proposées dès cet été aux artisans boulangers de la minoterie Trottin. La farine livrée aux boulangers qui auront signé le pacte Agri-Éthique leur est vendue à eux aussi à un prix fixe sur trois ans. Elle sera composée à 50 % de blé produit dans le cadre de la démarche de commerce équitable. À terme, le moulin familial compte accroître les volumes de blé sous pacte Agri-Éthique, notamment en bio.

LA MINOTERIE TROTTIN, présente à Europain 2018, a récemment signé le pacte Agri-Éthique.

L'intérêt des meuniers pour les démarches qui assurent aux producteurs une « juste rémunération » de leur marchandise grandit.

Un prix garanti sur trois ans avec Carrefour

C'est en tout cas ce qu'a montré cette année le salon Europain, où ce sujet était sur de nombreuses lèvres, États généraux de l'alimentation oblige.
La minoterie Girardeau a par exemple signé courant janvier un contrat avec Carrefour pour la fourniture de farine issue de l'agriculture biologique. Dans ce contrat, *« le prix du blé tendre, encadré pour trois ans, permet à l'agriculteur de bien gagner sa vie au travers d'une filière de valorisation qui regroupe organisme stockeur, meunier et distributeur »*, a expliqué Bertrand Girardeau, son président-directeur général.

Karine Floquet

Tous droits réservés à l'éditeur

SUD OUEST
www.sudouest.com
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 280453
Edition : La rochelle / Rochefort

Date : 12 MARS 18
Journaliste : Arnaud Bébien

AYTRÉ

Le Fournil des pros obtient le label Agri-éthique

Jean-François Billion (à gauche) avec Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique (à droite). PHOTO DR

Installé depuis l'an passé ZAC de Belle-Aire, le Fournil des pros, un concept de boulangerie artisanale pour professionnels (traiteurs ou restauration collective), renforce sa qualité. Son fondateur, Jean-François Billion, vient en effet de rejoindre le label Agri-éthique, qui compte plus de 600 boulangeries partenaires en France. Pour lui, l'obtention de ce label s'inscrit dans la continuité de ce qu'il entreprend. « Je pense que nous avons un vrai rôle à jouer face au public pour lequel nous travaillons, comme les écoles, fait remarquer Jean-François Billion. Nous devons expliquer aux plus jeunes que quand on mange du pain, c'est tout une filière que l'on fait vivre. C'est pourquoi je ne voulais pas m'engager uniquement sur la qualité de mes matières premières mais aussi sur un approvisionnement local et solidaire. »

Engagement équitable

Lancé il y a cinq ans, le label Agri-éthique correspond à une nouvelle forme de commerce qui repose sur la fixation du prix de la matière première agricole, sur une période donnée.

Il s'agit d'un engagement réciproque et équitable entre les différents acteurs d'une filière.

L'objectif est que chacun y gagne : producteur, transformateur et consommateur. Ainsi, Jean-François Billion n'a pas manqué d'associer et d'inviter ses fournisseurs, tel l'agriculteur saint-xandrais Richard Gaillard, lors de l'annonce de son adhésion à Agri-éthique, le 8 mars. « Avec ce label, nous allons plus loin, nous préservons les intérêts de l'ensemble de nos interlocuteurs », conclut le boulanger.

Arnaud Bébien

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRO DISTRIBUTION
Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 5547

Date : MARS 18
Page de l'article : p.8

FILIÈRE BLÉ

Jeusselin adhère à Agri-éthique

■ La minoterie Trottin a invité le négoce Jeusselin à rejoindre ensemble la filière Agri-éthique. A partir de 2018 et durant trois ans, le négoce sarthois va ajouter 3 500 t de blé par an aux 55 000 t actuels de blé tendre et de sarrasin. Cette adhésion porte à 12 le nombre d'organismes stockeurs (10 coopératives et 2 négoces) et à 16 moulins acteurs de la filière.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS
www.leprogres.fr
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324
Edition : Edition Est Lyonnais

Date : 19 MARS 18
Journaliste : Christian Gizon

MEYZIEU ECO-CONSO

La Panière et *Lauralex* : « Notre secret, la régularité »

Humbert Iommi, à gauche, et Yvette Iommi, au centre, avec une partie de leurs employés.
Photo Christian GIZON

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS
www.leprogres.fr
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324
Edition : Edition Est Lyonnais

Date : 19 MARS 18
Journaliste : Christian Gizon

Rencontre avec Humbert et Yvette Iommi, qui ont ouvert la première boulangerie *La Panière*, rue de la République il y a près de vingt ans. La PME est devenue grande. Retour sur une success-story.

C'est en 2000 qu'Humbert et Yvette Iommi ont ouvert la première boulangerie *La Panière*, rue de la République, qu'ils faisaient fonctionner avec trois employés. 18 ans plus tard, l'enseigne compte deux magasins de plus (Meyzieu et Chassieu) et 35 personnes qui font tourner les boulangeries à plein régime, dont les enfants du couple, Laura et Alexandre.

***Lauralex*, *La Panière* c'est votre marque ?**

«Non c'est une chaîne de boulangeries principalement installées en Savoie et Haute-Savoie, qui comprend une trentaine de magasins dont les trois nôtres. *Lauralex* est le nom de ma société, nous fonctionnons sous un système équivalent à une franchise.»

Vous êtes donc une boulangerie industrielle ?

«Oui, mais avec une fabrication artisanale. Les pains et les pâtisseries sont issus d'une seule unité de production située à Aix-les-Bains. Tous nos pains sont à maturation lente et cuits sur place. Nous répondons à un cahier des charges de qualité très précis : nous adhérons à "Agri-éthique" et utilisons de la farine française, qui garantit au producteur un revenu minimum. Nos pains spéciaux sont tous bio, ce qui implique une démarche contraignante (farine bio, stockage et cuisson séparés). De même, les salades et sandwiches sont préparés sur place quotidiennement par notre traiteur, qui n'utilise que des produits frais et régionaux.»

Quel est le secret de votre réussite finalement ?

«Elle tient à la régularité dans la qualité de nos produits, même s'ils sont un peu plus chers que nos concurrents. Il y a aussi l'amplitude d'ouverture, de 6 à 20 heures tous les jours et toute l'année, l'accueil de nos équipes et des conditions d'hygiène optimales : nos employés ne touchent pas les produits avec les mains et ne manipulent pas d'argent depuis l'utilisation du monnayeur automatique. C'est important.»

Avez-vous été impacté par la concurrence récemment ?

«Oui, lorsque *Marie Blachère* a ouvert, nous avons perdu 25 % de notre chiffre d'affaires la première année. Mais, depuis, nous avons remonté la pente.»

Propos recueillis par Christian Gizon

PRATIQUE 17 rue de la République Tél. 04.37.44.10.98.

Un partenariat solidaire

Depuis 10 ans, *La Panière* vient en aide aux Restaurants du cœur et à l'Entraide majolane. Une à deux fois par semaine, les bénévoles de chaque association passent pour récupérer le pain invendu. Cette aide, qui est une façon intelligente de lutter contre le gaspillage, est complétée par un dispositif plutôt original, qui existe depuis la mise en place de la carte de fidélité au niveau de l'ensemble de la trentaine de magasins. Les clients de *La Panière*, dans le Rhône et en Savoie, ont la possibilité de faire don aux Restaurants du cœur des 5 % de réduction auxquels ils ont droit avec leur carte, au lieu d'en profiter eux-mêmes. En fin d'année, le total des dons effectués par les clients est doublé par la direction des magasins. Ce sont, ainsi, 17 000 € versés en 2017, soit 8500 € par les clients et la même somme par la société.

EN CHIFFRES

- **3 magasins** : Meyzieu, ouverture en 2000 et 2006. Chassieu, ouverture en 2014.
- **35 employés** qui travaillent en deux équipes entre **6 et 20 h**eures **six étudiants** sont employés les samedis et dimanches.
- **CA 2017 : 3,566 m d'euros.** +13 % par rapport à 2016.
- Production en % du CA pour 2017 : pain 29 %, sandwicherie, traiteur : 24 %, pâtisserie : 19 %, viennoiserie et boissons : 17 %. En moyenne : **500 à 600 baguettes par jour.**
- Le dimanche : **1200 baguettes.**
- En projet : au printemps agrandissement du magasin de la rue de la République.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258
Edition : Caen, Bayeux Caen, Pays d'auge, Vire Falaise

Date : 02 AVRIL 18

Normandie / Calvados

Agri-éthique fédère les boulangers

Trois boulangers du Calvados contribuent, par le biais d'Agri-éthique, à la stabilité des prix et à la pérennité des emplois.

La boulangerie Michel, à Saint-Sylvain, adhère à Agri-éthique. | CRÉDIT PHOTO OUEST FRANCE

Pourquoi ? Comment ?

Qu'est-ce qu'Agri-éthique ?
Créée en 2013, Agri-éthique est une filiale du groupe coopératif agricole Cavac (Coopérative agricole polyvalente pour une agriculture durable). Sa volonté est de revaloriser et sécuriser l'agriculture locale en portant son action sur le blé. **« Nous sommes dans une démarche de commerce équitable 100 % origine France »**, explique Alexandra Bothereau, chargée de développement. Elle permet à ses trois partenaires (boulangers, meuniers et agriculteurs) de vivre de leur travail en garantissant leurs revenus pendant trois ans.

Comment fonctionne la filière Agri-éthique ?
« Il s'agit d'un pacte qui repose sur un engagement réciproque pendant trois ans. D'une part entre l'agriculteur et le meunier, qui garantit un prix du blé sur un volume déterminé, et, d'autre part, entre le meunier et le boulanger, sur un volume de farine et un prix fixe. »

Quels sont les effets de cette démarche solidaire ?
Selon Agri-éthique, elle a trois effets bénéfiques. Tout d'abord sur l'environnement. **« Chaque agriculteur du pacte s'engage à mener, au minimum, une action innovante permettant un gain environnemental sur l'eau, l'air et le sol »**, souligne Alexandra Bothereau. Le deuxième porte sur les emplois : **« Ce pacte permet de les maintenir ainsi que le tissu rural local du territoire. »** En 2016,, Agri-éthique a permis de préserver 6 500 emplois en France. Enfin, elle garantit une stabilité des prix et une meilleure qualité des produits.

Combien de professionnels ont adhéré à cette opération ?
En 2017, 600 boulangeries, 15 moulins et 1 000 agriculteurs y ont adhéré en France. Dans le Calvados, trois boulangers, à Falaise, à Saint-Pierre-sur-Dives, et le dernier en date, à Saint-Sylvain, s'inscrivent dans cette démarche. **« Je me suis engagé parce que ce pacte me permet d'améliorer la qualité mon pain et de mes brioches grâce à une meilleure farine et ce, sans augmenter les prix »**, se félicite Jacques Michel, boulanger à Saint-Sylvain.

Sa farine provient d'un meunier de la Mayenne, Les Minoteries du château, qui achète le blé à un agriculteur du même département. L'objectif aujourd'hui pour Agri-éthique est de développer ce dispositif dans l'Ouest, en particulier le Calvados, ainsi que de l'étendre à d'autres filières comme le lait et le porc.

Tous droits réservés à l'éditeur

ACTUALITÉS ENTREPRISES

AGRI-ETHIQUE ACCUEILLE DE NOUVEAUX ADHÉRENTS

Le réseau de commerce équitable Agri-Ethique a enregistré l'arrivée de 3 nouveaux adhérents avec la Minoterie Trottin, l'entreprise de négoce Jeusselin (Sarthe) et le concept de boulangerie artisanale Le Fournil des Pros (Charente-Maritime). Agri-Ethique regroupe désormais un réseau de 12 coopératives, 16 moulins et plus de 600 boulangeries dans la filière blé-farine-pain ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065

Date : 10 MAI 18
Journaliste : THIERRY DEVIENNE

Les établissements Talmant ont intégré la filière agri éthique

Économie. L'entreprise fête ses cinquante ans cette année. Elle a entrepris cette démarche depuis deux ans « pour se resserrer sur des valeurs » telles que la préservation de l'emploi, de l'environnement et une répartition équitable de la valeur.

Tony Talmant ne stocke plus que des farines sans aucun pesticide. PHOTO VINCENT DAMOURETTE

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065

Date : 10 MAI 18
Journaliste : THIERRY DEVIENNE

Dans le dépôt de farine des établissements Talmant, sur la zone d'activités de Berret à Bagnols-sur-Cèze, on trouve une cinquantaine de variétés, *« des farines de plusieurs traditions françaises, faites avec des blés rares, des blés sélectionnés ; des farines complètement bio ; des farines conventionnelles »*, détaille Tony Talmant, le patron. *« Mais toutes sont cultivées dans le cadre de l'agriculture éthique et nous travaillons à 100 % avec des produits issus de blés français »*, ajoute-t-il avec fierté.

L'entreprise fête son cinquantième anniversaire cette année (lire encadré). Après avoir travaillé avec son père, Emile, pendant trente ans, Tony assure la continuité. Mais il a voulu également apporter sa touche personnelle et c'est notamment l'engagement dans la filière "agri éthique".

Une démarche solidaire

Le pacte qui la définit prévoit de défendre et mettre à l'honneur les produits 100 % origine France et d'autre part de développer des relations de commerce équitable. Cela signifie rémunérer la production agricole à sa juste valeur, grâce à un prix sécurisé et sur une durée contractuelle. *« Nous nous sommes engagés sur trois ans et nous avons donc acheté du blé qui n'a pas encore été cultivé »*, indique Tony Talmant.

De tels accords contribuent à maintenir l'emploi local. Le pacte vise encore à préserver l'environnement en utilisant le moins possible de pesticides et en privilégiant les circuits courts.

Ainsi, à la base, les établissements Talmant s'approvisionnent auprès de la Cavac, une coopérative située dans le Dauphiné. *« Nous choisissons les variétés qui nous intéressent. Elles sont cultivées selon un cahier des charges bien précis. Ces agriculteurs nous garantissent des cultures éco-responsables »*, précise le jeune patron qui ajoute : *« À partir des blés sélectionnés, nous faisons nos assemblages avec lesquels on recherche le croustillant, le moelleux, le goût, la conservation et l'aspect. »*

Pour l'étape suivante, Tony Talmant estime avoir des relations privilégiées également : *« Nous avons la chance de pouvoir faire écraser les blés par le groupe Nicot Meunerie, basé en Saône-et-Loire. On travaille avec eux depuis quarante ans. C'est une vieille famille de meuniers depuis quatre générations. »*

Répartition équitable de la valeur ajoutée

L'un des buts recherchés par la filière Agri éthique est d'arriver à une répartition équitable de la valeur ajou-

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065

Date : 10 MAI 18
Journaliste : THIERRY DEVIENNE

tée, *« et autant que possible éviter que ce soient les financiers qui soient rémunérés »*.
Le négociant en farines trouve d'autres avantages à travailler de cette façon. Ainsi, la Cavac lui permet de trouver des blés rares qu'il ne voyait plus ailleurs. *« Et leur qualité nous permet de ne plus mettre de correcteurs de farine et de travailler de façon plus naturelle. »* Il est notamment en mesure d'affirmer que durant cette campagne 2018, il arrive à 100 % de farines sans pesticides dans son stockage. Bien entendu, cela impose notamment d'être très rigoureux dans le nettoyage, pour prévenir l'invasion des insectes.
De même, en aval, dans ses boulangeries (lire par ailleurs), il a pris l'habitude de travailler avec du levain, de la farine écrasée à la meule de pierre, sans améliorant ajouté (*« On compense au niveau des techniques de fabrication employées »*).
Tout ça se ressent dans le produit final. D'où l'intérêt de maîtriser tout le processus, du champ de blé au pain et à la pâtisserie. *« En tant que boulanger, je ne pourrais plus m'éloigner du bio »*, déclare-t-il encore.
Autre avantage : *« Ça permet de réaliser des tests grandeur nature et voir si le produit correspond bien à ce que j'ai demandé,* indique-t-il. *Ça aide aussi à voir les tendances du marché auprès des consommateurs. »*
Pourtant, il est encore parfois difficile de convaincre les boulangers d'intégrer la filière agri éthique. *« Il leur arrive de ne pas voir l'intérêt pour le consommateur. Moi, je crois que c'est comme ça que les artisans feront la différence et se maintiendront. »*
Dans l'immédiat, le négociant en farines a pu constater que son intégration à la filière agri éthique, qui se traduit par des produits un peu plus chers, n'a pas entraîné de diminution de son activité et donc de son chiffre d'affaires.
Comme pour le bio, il faut laisser le temps au temps et au concept celui de faire son chemin.

THIERRY DEVIENNE
tdevienne@midilibre.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258
Edition : Toutes éditions

Date : 18 MAI 18

Le pain célébré par des étudiants à travers la Vendée

Les boulangers honorent leur saint patron, le 16 mai, jour de la Saint-Honoré. En Vendée, cette célébration prendra la forme de dégustation mini-baguettes, vendredi 18 mai, par des étudiants de l'Ifacom de La Ferrière, dans six communes du département : Mouchamps, Saint-Fulgent, Les Essarts, Venansault, Les Épesses et Moutiers-les-Mauxfaits.

L'objectif de cette journée est de faire découvrir une baguette élaborée à partir d'anciennes variétés de blés et inscrite dans une démarche de commerce équitable grâce au label Agri-éthique. Cette opération est menée conjointement avec la minoterie Planchot, située à Saint-Paul-en-Pareds et fondée en 1912.

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

niort.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 202

Visualiser l'article

Chiché. Un pain pétri de solidarité

Mickaël Choisne et une partie de son équipe.© Photo CO

Le label « Agri-éthique » sécurise la filière blé, du producteur au consommateur. A Chiché, la boulangerie Choisne s'inscrit dans cette démarche de commerce équitable.

La formule a plusieurs vertus aux yeux du patron, Mickaël Choisne. Elle lui permet de *« sécuriser le prix d'achat de ma farine, sur trois ans »* , explique le boulanger. Mickaël Choisne a noué cet accord avec la minoterie Planchot, de Saint-Paul-en-Pareds (Vendée). Laquelle, de son côté, s'engage de la même manière sur un prix d'achat fixe auprès des agriculteurs, via la Cavac.

De surcroît, le principe permet aux yeux du boulanger de *« retourner à l'essentiel, avec des produits qui font vivre les agriculteurs des environs. A mes débuts, j'avais travaillé avec un petit moulin. Et les blés n'étaient même pas français, sans que je le sache. »*

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le consommateur est, semble-t-il, sensible à la démarche. La fameuse baguette « Poulichette », produit phare né de cette noble filière, est cinq fois plus vendue dans la boulangerie chichéenne, depuis l'adhésion à « Agri-éthique »

Lire aussi « Le Courrier de l'Ouest » de samedi 19 mai, édition Deux-Sèvres.

Courrier de l'Ouest

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Courrier de l'ouest
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 87903
Edition : Deux-Sèvres

Date : 19 MAI 18
Journaliste : Fabien GOUAULT

Un pain pétri de solidarité

Le label « Agri-éthique » sécurise la filière blé, du producteur au consommateur. A Chiché, la boulangerie Choisne s'inscrit dans cette démarche de commerce équitable.

Chiché, hier. Au four et donc directement relié au moulin, Mickael Choisne transmet ses connaissances à son équipe. Photo CO - Fabien GOUAULT

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Courrier de l'ouest
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 87903
Edition : Deux-Sèvres

Date : 19 MAI 18
Journaliste : Fabien GOUAULT

« Je peux travailler au plus juste »

Fabien GOUAULT
bressuire@courrier ouest com

Les périodes de répit sont rares, dans la journée type de Mickael Choisne. Le boulanger, installé à de Chiché, est encore sur tous les fronts en ce vendredi matin. L'œil aiguisé du professionnel - deux décennies d'expérience à seulement 35 ans - reste son meilleur atout, face aux « coups de feu » récurrents.

L'artisan, originaire de Beaufort-en-Vallée (Maine-et-Loire), est établi au cœur du centre-bourg. Il a migré de quelques centaines de mètres fin 2017, de la rue du Commerce à la place Saint-Martin. Une manière d'être en phase avec les nouvelles normes liées à l'accessibilité, tout en se rapprochant stratégiquement de la RN149 (lire par ailleurs).

« Se déconnecter du marché mondial du blé »

De trois éléments, initialement, ses effectifs s'appuient désormais sur quatre salariées et deux apprentis. Un bond en avant, qui repose aussi sur le choix d'un créneau porteur : le pain équitable.

La formule a plusieurs vertus, à ses yeux. Elle lui permet de « *sécuriser le prix d'achat de ma farine, sur trois ans* », explique le boulanger. Mickael Choisne a noué cet accord avec la minoterie Planchot, de Saint-Paul-en-Pareds (Vendée). Laquelle, de son côté, s'engage de la même manière sur un prix d'achat fixe auprès des agriculteurs, via la Cavac. Ce cercle vertueux offre une visibilité, pour tous les partenaires, sur les prix et les volumes. Avant de passer cet accord, Mickael Choisne subissait « *des variations du marché importantes, sur la farine, de l'ordre de 3 à 4 centimes le kilo.* » Un facteur qui pèse lourd sur les charges, quand on doit s'approvisionner à hauteur de six tonnes par mois. « *Cette démarche permet de se déconnecter du marché mondial du blé* », prolonge Eric Boisseleau, responsable commercial artisanat à la minoterie Planchot.

De surcroît, le principe permet aux yeux du boulanger de « *retourner à l'essentiel, avec des produits qui font vivre les agriculteurs des environs. A mes débuts, j'avais travaillé avec un petit moulin. Et les blés n'étaient même pas français, sans que je le sache.* » Le consommateur est, semble-t-il, sensible à la démarche. La fameuse baguette « Poulichette », produit phare né de cette noble filière, est cinq fois plus vendue dans la boulangerie chichéenne, depuis l'adhésion à « Agri-éthique ».

(*) Le label Agri-éthique implique 1 000 agriculteurs, 12 coopératives, 16 moulins et 650 boulangeries

Agriculteur à Beaulieu-sous-Bressuire, Jean-Luc Graveleau adhère au label « Agri-éthique », via la coopérative Cavac. « *Ce prix minimum garanti m'engage sur les quantités de blé à fournir, mais il me donne de la visibilité. On peut ainsi amortir les variations du marché. Je peux travailler au plus juste, du semis à la récolte, en développant une agriculture raisonnée notamment par l'intermédiaire de techniques réfléchies sur le sol.* »

A SAVOIR

« Je ne veux pas de déviation »

La clientèle de passage représente près de la moitié de l'activité de la boulangerie de Mickaël Choisne. Alors, il suit de près les discussions concernant l'hypothétique contournement du bourg (NDLR : dont il est question depuis des années pour sécuriser la RN 149). « *Je ne veux pas de déviation* », assure-t-il. Installé au plus près de l'axe routier, après avoir déplacé son activité de quelques centaines de mètres en novembre, Mickaël Choisne a notamment largement développé sa partie « snacking ».

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Date : 31 MAI 18

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689
Edition : Laon

Le pain, la tradition et la confiance

L'artisan boulanger montcornétois, Christophe Mariage, a accueilli des acteurs de la filière agro-alimentaire du pain de tradition française. L'idée était, avec d'autres collaborateurs, de favoriser des échanges avec la clientèle du Four à Bois de Montcornet. Né en 2013, le pacte Agri-Éthique qui certifie un principe labellisé et certifié de commerce équitable 100% d'origine française a été évoqué. L'objectif de ce pacte est d'aboutir, dans une démarche réciproque, à la vente d'un pain solidaire. Le système repose sur la signature de contrats de confiance, d'une durée de 3 ans et selon un volume déterminé, qui garantit des prix sécurisés de vente du blé meunier et de la farine: «Ainsi, producteurs agricoles, meuniers et boulangers gagnent leur vie, sans risque».

Des circuits de commercialisation visibles

Ici à Montcornet, le blé est produit par une vingtaine de jeunes agriculteurs de la Marne et de l'Aisne. Tous sont adhérents à Acolyance qui les accompagne dans leur installation et leur rémunération. De leur côté, chacun s'engage à utiliser des méthodes culturales, dans le respect de l'environnement. «Leur but est de redorer l'image de leur profession», explique Valentin Siguin, représentant le groupe coopératif agricole Acolyance. Le Moulin Lorin, entreprise familiale implantée à Auberive, au cœur de la Champagne, fournit la farine. «Nous apportons la garantie de la qualité, la sécurité et la traçabilité de nos farines», assure Baptiste Lorin, meunier Enfin, le pain est fabriqué au Four à Bois selon des méthodes artisanales, par les savoir-faire du boulanger, avant d'être cuit au feu de bois. Grâce à ces échanges, la clientèle a pu prendre conscience des produits utilisés dans leur pain quotidien.

09GpjIbc2ud9LhVOhXCPt3Nu7ysleCpJD0V5ws78QUIRcGvo0xYyoKwBuRCC1LZ6YY2Vh

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRI 79 INFORMATIONS
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 3536

Date : 01 JUIN 18
Journaliste : PHILIPPE BIDET

DANS NOTRE REGION

BOULANGERIE Dans le cadre de la quinzaine du commerce équitable et de la semaine du pain, qui ont eu lieu mi-mai, Emilie et Mickaël Choisne, boulangers à Chiché, témoignaient le 18 mai de leur expérience.

Quand commerce équitable rime avec économie locale

Mickaël et Émilie Choisne, boulangers à Chiché, ont signé en 2017 un contrat Agri-Éthique avec la minoterie Planchot de Saint-Paul-en-Pareds (Vendée) et des agriculteurs bocains. Cette démarche, initiée par la Cavac, « a pour but, par un contrat de prix de céréales sur trois ans, de sécuriser le revenu des agriculteurs et des boulangers locaux », présente Alexandra Bottereau, son animatrice. En effet, le commerce équitable génère 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en France, dont un tiers concerne les filières agricoles nationales.

Jean-Luc Graveleau, agriculteur à Beaulieu-sous-Bressuire, y adhère depuis 2013. « En livrant 100 tonnes de blé par an à 175 €/t, j'améliore le prix de vente moyen de mes céréales et ma visibilité sur plusieurs années ».

Pour Éric Boisselleau, responsable commercial de la minoterie Planchot, « les meuniers ont besoin des agriculteurs pour leur activité. De l'agriculteur au boulanger, chacun doit gagner sa vie ».

Mickaël Choisne reconnaît l'impact positif de cette relation. Il garde un souvenir mitigé de son expérience en boulangerie industrielle. « On ignorait la provenance de la farine, probablement des États-Unis ». Jean-Luc Graveleau abonde en ce sens : « quand on entend parler d'impact carbone, ça interroge ! Je suis à la fois mieux rémunéré et je contribue à l'économie locale ». Et le consommateur dans cette relation ? « Il n'est pas oublié car il fait l'arbitrage par son achat », souligne Éric Boisseleau.

Agri-Éthique ne pense pas en rester là en élargissant les contrats aux autres filières agricoles et ambitionne de devenir le label français de référence. Une démarche partenariale « gagnant-gagnant » conjuguant économie locale et éthique.

PHILIPPE BIDET
CORRESPONDANT

PHILIPPE BIDET

De gauche à droite : Éric Boisseleau, Alexandra Bottereau, Jean-Luc Graveleau, Mickaël Choisne, une vendeuse, et Émilie Choisne.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 06/06/2018
Heure : 18:14:09
Journaliste : Delphine GROSBOIS

www.agri72.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

170€/T pour le blé Agri-éthique

La minoterie Trottin et le négociant Jeusselin rejoignent la démarche Agri-éthique en contractualisant 3500 tonnes de blé avec des producteurs sarthois, pour un prix de 170€/T.

L'objectif de la démarche Agri-éthique est une *«juste rémunération des producteurs»*. **Ludovic Brindejonc**, directeur de la société, l'a rappelé mercredi à Yvré-l'Evêque, lors de la présentation de deux nouveaux acteurs sarthois : la minoterie Trottin et le négociant Jeusselin. *« La valeur ajoutée doit être partagée et le terme commerce équitable ne doit pas - et ne pourra plus grâce à la nouvelle loi alimentation- être galvaudé»*, insiste-t-il en précisant que la démarche n'impose, pour les agriculteurs *«pas d'exigences supplémentaires»*. *«Ce n'est pas au consommateur de dicter sa loi, c'est aux agriculteurs de se réapproprier la communication,* ajoute-t-il, *d'ailleurs ils seront impliqués dans la promotion auprès des boulangers».*

Contrat triennal

Car dans le "pacte" Agri-éthique, tous les maillons de la filière - producteur, négociant, minotier, boulanger- sont liés par contrat pour les trois prochaines campagnes.Le négociant s'est engagé sur 3500T de blé -soit 7% de sa collecte totale- payé 170€/T aux producteurs. Plus d'une vingtaine d'agriculteurs sarthois ont pour l'instant signé ce contrat, représentant "une bouffée d'air" dans un contexte de marché des céréales fluctuant. ***Retrouvez l'article complet dans le journal Réussir Agri72 du vendredi 8 juin (s'abonner).***

Tous droits réservés à l'éditeur

lemans.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 233

Visualiser l'article

Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français

Gilles Jeusselin, négociant de céréales à Moncé-en-Saosnois, Georges et Pierre Trottin, dirigeants de la minoterie à Yvré-l'Évêque, et Ludovic Brindejonc, directeur général Agri éthique France.© OUEST-FRANCE
Agriculteurs, négociant, minotiers et boulangers sarthois se sont retrouvés, ce mercredi 6 juin, à la Minoterie Trottin, à Yvré-l'Évêque, pour sceller un pacte de commerce équitable et rejoindre le label agri éthique France
La minoterie Trottin à Yvré-l'Évêque (plus de 100 ans d'histoire), et Gilles Jeusselin, négociant à Moncé-en-Saosnois (qui travaille depuis deux générations avec la famille Trottin), se sont engagés pour 3 500 tonnes de blé éthique sur les récoltes 2018-2019-2020 avec Agri-Éthique, basée à La Roche-sur-Yon (Vendée). L'occasion pour Ludovic Brindejonc, créateur de ce label d'asseoir sa présence dans le département de la Sarthe.

Ce mercredi 6 juin, au moulin, tous les intermédiaires locaux ont appris à se connaître. Avant d'aller voir pousser le blé dans les champs l'après-midi, agriculteurs et boulangers ont pu découvrir tous les rouages de la fabrication de la farine. Les maîtres mots de la journée : qualité, proximité, traçabilité.

iframe : redir.opoint.com
Sécuriser le marché pour éviter les crises
« C'est en 2008 que je me suis décidé, se rappelle Georges Trottin, **l'un des deux frères dirigeants de la minoterie. Quand le prix du blé a flambé, de 150 € la tonne à 250 € au profit des seuls boursicoteurs, J'ai alors cherché une solution. Je souhaitais un mode cultural sain, mais aussi être transparent, équitable et local. Et enfin, permettre aux consommateurs d'être fiers d'avoir une baguette de blé tracé. »**

Tous droits réservés à l'éditeur

En résumé, tout ce qu'avait développé Ludovic Brindejonc. Après avoir suivi pendant trois ans l'évolution de l'entreprise vendéenne, ils ont concrétisé. **« Mon rôle est d'abord de nous faire connaître pour sensibiliser un large public. Mais aussi de mettre en relation des acteurs, faire le maillage territorial et optimiser le côté local »,** explique Ludovic Brindejonc. Sans compter que l'entreprise conseille les signataires sur le prix à pratiquer et a une démarche contrôlée par Certipac.

Le commerce équitable à la mode française
Le commerce équitable décliné à la mode française repose sur les mêmes piliers que celui que l'on connaît mieux à l'étranger. **« Il faut juste bousculer un peu les principes » ,** sourit le directeur de Bio éthique. Face à la volatilité des prix des matières premières, il se déconnecte du marché classique du blé pour garantir un revenu correct aux agriculteurs, mais aussi préserver l'emploi local, et mettre en avant la qualité des blés cultivés en Sarthe. **« Nous démarrons avec vingt agriculteurs et sur 20 ha dans un premier temps »,** complète Gilles Jeusselin.

Avec Agri éthique, le grainetier et le meunier, copains comme cochons depuis plusieurs décennies, ont trouvé le bon partenaire pour formaliser ce qu'ils faisaient depuis trente ans. Aujourd'hui, le label blé bioéthique liste les règles de bonne conduite à toujours respecter. En quelque sorte, un cahier des charges encore plus exigeant. **« La qualité, on n'a toujours fait que ça » ,** s'accordent les deux chefs d'entreprise.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Clément Trottin, le fils de Georges, explique aux agriculteurs et aux boulangers la fabrication de la farine au moulin. | OUEST-FRANCE Solidaires, tout le monde est gagnant

Tout le monde est gagnant. Le grainetier, coincé entre l'agriculteur et le meunier, n'a plus à négocier pour satisfaire les deux. Le meunier a la garantie de fournir une farine de qualité à ses boulangers. L'agriculteur, un prix à la hauteur de son travail et un revenu stable, et en bonus gommer l'étiquette de pollueur qui lui colle aux bottes. L'artisan boulanger est livré d'un produit de qualité pour satisfaire les papilles des consommateurs, toujours de plus en plus exigeantes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Agriculteurs et boulangers engagés dans la démarche blé agri éthique visitent la minoterie Trottin. | OUEST-FRANCE Agri-éthique en quelques chiffres en France
- Création de l'entreprise en 2013 dans l'Ouest, à La Roche-sur-Yon (Vendée).

- 7 salariés.

- 55 000 tonnes de blé, 700 000 litres de lait.

- 1 000 agriculteurs.

- 12 coopératives, 16 moulins, 1 fromagerie, 1 coopérative laitière, 5 industriels.

- Plus de 600 boulangers

Tous droits réservés à l'éditeur

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 153

Visualiser l'article

Farine. Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français

Gilles Jeusselin, négociant de céréales à Moncé-en-Saosnois, Georges et Pierre Trottin, dirigeants de la minoterie à Yvré-l'Évêque, et Ludovic Brindejonc, directeur général Agri éthique France. | OUEST-FRANCE Murielle DESMOULINS.

Chaque matin, recevez l'essentiel de l'actualité nationale et internationale

Agriculteurs, négociant, minotiers et boulangers sarthois se sont retrouvés, ce mercredi 6 juin, à la Minoterie Trottin, à Yvré-l'Évêque, pour sceller un pacte de commerce équitable et rejoindre le label agri éthique France.

La minoterie Trottin à Yvré-l'Évêque (plus de 100 ans d'histoire), et Gilles Jeusselin, négociant à Moncé-en-Saosnois (qui travaille depuis deux générations avec la famille Trottin), se sont engagés pour 3 500 tonnes de blé éthique sur les récoltes 2018-2019-2020 avec Agri-Éthique, basée à La Roche-sur-Yon (Vendée). L'occasion pour Ludovic Brindejonc, créateur de ce label d'asseoir sa présence dans le département de la Sarthe.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ce mercredi 6 juin, au moulin, tous les intermédiaires locaux ont appris à se connaître. Avant d'aller voir pousser le blé dans les champs l'après-midi, agriculteurs et boulangers ont pu découvrir tous les rouages de la fabrication de la farine. Les maîtres mots de la journée : qualité, proximité, traçabilité.

Video:https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/yvre-leveque-72530/du-ble-au-pain-ils-misent-sur-le-commerce-equitable-100-francais-5807169

Sécuriser le marché pour éviter les crises

« C'est en 2008 que je me suis décidé, se rappelle Georges Trottin, l'un des deux frères dirigeants de la minoterie. Quand le prix du blé a flambé, de 150 € la tonne à 250 € au profit des seuls boursicoteurs, J'ai alors cherché une solution. Je souhaitais un mode cultural sain, mais aussi être transparent, équitable et local. Et enfin, permettre aux consommateurs d'être fiers d'avoir une baguette de blé tracé. »

En résumé, tout ce qu'avait développé Ludovic Brindejonc. Après avoir suivi pendant trois ans l'évolution de l'entreprise vendéenne, ils ont concrétisé. « Mon rôle est d'abord de nous faire connaître pour sensibiliser un large public. Mais aussi de mettre en relation des acteurs, faire le maillage territorial et optimiser le côté local », explique Ludovic Brindejonc. Sans compter que l'entreprise conseille les signataires sur le prix à pratiquer et a une démarche contrôlée par Certipac.

Le commerce équitable à la mode française

Le commerce équitable décliné à la mode française repose sur les mêmes piliers que celui que l'on connaît mieux à l'étranger. « Il faut juste bousculer un peu les principes » , sourit le directeur de Bio éthique. Face à la volatilité des prix des matières premières, il se déconnecte du marché classique du blé pour garantir un revenu correct aux agriculteurs, mais aussi préserver l'emploi local, et mettre en avant la qualité des blés cultivés en Sarthe. « Nous démarrons avec vingt agriculteurs et sur 20 ha dans un premier temps », complète Gilles Jeusselin.

Avec Agri éthique, le grainetier et le meunier, copains comme cochons depuis plusieurs décennies, ont trouvé le bon partenaire pour formaliser ce qu'ils faisaient depuis trente ans. Aujourd'hui, le label blé bioéthique liste les règles de bonne conduite à toujours respecter. En quelque sorte, un cahier des charges encore plus exigeant. « La qualité, on n'a toujours fait que ça » , s'accordent les deux chefs d'entreprise.

Tous droits réservés à l'éditeur

Clément Trottin, le fils de Georges, explique aux agriculteurs et aux boulangers la fabrication de la farine au moulin. | OUEST-FRANCE

Tout le monde est gagnant. Le grainetier, coincé entre l'agriculteur et le meunier, n'a plus à négocier pour satisfaire les deux. Le meunier a la garantie de fournir une farine de qualité à ses boulangers. L'agriculteur, un prix à la hauteur de son travail et un revenu stable, et en bonus gommer l'étiquette de pollueur qui lui colle aux bottes. L'artisan boulanger est livré d'un produit de qualité pour satisfaire les papilles des consommateurs, toujours de plus en plus exigeantes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Agriculteurs et boulangers engagés dans la démarche blé agri éthique visitent la minoterie Trottin. | OUEST-FRANCE

Agri-éthique en quelques chiffres en France
- Création de l'entreprise en 2013 dans l'Ouest, à La Roche-sur-Yon (Vendée).

- 7 salariés.

- 55 000 tonnes de blé, 700 000 litres de lait.

- 1 000 agriculteurs.

- 12 coopératives, 16 moulins, 1 fromagerie, 1 coopérative laitière, 5 industriels.

- Plus de 600 boulangers

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 06/06/2018
Heure : 19:56:31
Journaliste : Murielle DESMOULINS

lemans.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 233

Visualiser l'article

Du blé au pain, ils misent sur le commerce équitable 100 % français

Gilles Jeusselin, négociant de céréales à Moncé-en-Saosnois, Georges et Pierre Trottin, dirigeants de la minoterie à Yvré-l'Évêque, et Ludovic Brindejonc, directeur général Agri éthique France.© OUEST-FRANCE

Agriculteurs, négociant, minotiers et boulangers sarthois se sont retrouvés, ce mercredi 6 juin, à la Minoterie Trottin, à Yvré-l'Évêque, pour sceller un pacte de commerce équitable et rejoindre le label agri éthique France.

La minoterie Trottin à Yvré-l'Évêque (plus de 100 ans d'histoire), et Gilles Jeusselin, négociant à Moncé-en-Saosnois (qui travaille depuis deux générations avec la famille Trottin), se sont engagés pour 3 500 tonnes de blé éthique sur les récoltes 2018-2019-2020 avec Agri-Éthique, basée à La Roche-sur-Yon (Vendée). L'occasion pour Ludovic Brindejonc, créateur de ce label d'asseoir sa présence dans le département de la Sarthe.

Ce mercredi 6 juin, au moulin, tous les intermédiaires locaux ont appris à se connaître. Avant d'aller voir pousser le blé dans les champs l'après-midi, agriculteurs et boulangers ont pu découvrir tous les rouages de la fabrication de la farine. Les maîtres mots de la journée : qualité, proximité, traçabilité.

Sécuriser le marché pour éviter les crises
« C'est en 2008 que je me suis décidé, se rappelle Georges Trottin, l'un des deux frères dirigeants de la minoterie. Quand le prix du blé a flambé, de 150 € la tonne à 250 € au profit des seuls boursicoteurs, J'ai alors cherché une solution. Je souhaitais un mode cultural sain, mais aussi être transparent, équitable et local. Et enfin, permettre aux consommateurs d'être fiers d'avoir une baguette de blé tracé. »

En résumé, tout ce qu'avait développé Ludovic Brindejonc. Après avoir suivi pendant trois ans l'évolution de l'entreprise vendéenne, ils ont concrétisé. « Mon rôle est d'abord de nous faire connaître pour sensibiliser un large public. Mais aussi de mettre en relation des acteurs, faire le maillage territorial et optimiser le côté local

Tous droits réservés à l'éditeur

», explique Ludovic Brindejonc. Sans compter que l'entreprise conseille les signataires sur le prix à pratiquer et a une démarche contrôlée par Certipac.

Le commerce équitable à la mode française
Le commerce équitable décliné à la mode française repose sur les mêmes piliers que celui que l'on connaît mieux à l'étranger. « Il faut juste bousculer un peu les principes » , sourit le directeur de Bio éthique. Face à la volatilité des prix des matières premières, il se déconnecte du marché classique du blé pour garantir un revenu correct aux agriculteurs, mais aussi préserver l'emploi local, et mettre en avant la qualité des blés cultivés en Sarthe. « Nous démarrons avec vingt agriculteurs et sur 20 ha dans un premier temps », complète Gilles Jeusselin.

Avec Agri éthique, le grainetier et le meunier, copains comme cochons depuis plusieurs décennies, ont trouvé le bon partenaire pour formaliser ce qu'ils faisaient depuis trente ans. Aujourd'hui, le label blé bioéthique liste les règles de bonne conduite à toujours respecter. En quelque sorte, un cahier des charges encore plus exigeant. « La qualité, on n'a toujours fait que ça » , s'accordent les deux chefs d'entreprise.

Clément Trottin, le fils de Georges, explique aux agriculteurs et aux boulangers la fabrication de la farine au moulin. | OUEST-FRANCE Solidaires, tout le monde est gagnant
Tout le monde est gagnant. Le grainetier, coincé entre l'agriculteur et le meunier, n'a plus à négocier pour satisfaire les deux. Le meunier a la garantie de fournir une farine de qualité à ses boulangers. L'agriculteur, un prix à la hauteur de son travail et un revenu stable, et en bonus gommer l'étiquette de pollueur qui lui colle aux bottes. L'artisan boulanger est livré d'un produit de qualité pour satisfaire les papilles des consommateurs, toujours de plus en plus exigeantes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Agriculteurs et boulangers engagés dans la démarche blé agri éthique visitent la minoterie Trottin. | OUEST-FRANCE Agri-éthique en quelques chiffres en France
- Création de l'entreprise en 2013 dans l'Ouest, à La Roche-sur-Yon (Vendée).

- 7 salariés.

- 55 000 tonnes de blé, 700 000 litres de lait.

- 1 000 agriculteurs.

- 12 coopératives, 16 moulins, 1 fromagerie, 1 coopérative laitière, 5 industriels.

- Plus de 600 boulangers

. Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

ouest france

Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : 09 JUIN 18
Journaliste : Murielle DESMOULINS.

Sarthe

Ils passent au commerce équitable 100% français

Agriculteurs, négociant, minotiers et boulangers sarthois se sont retrouvés hier, à Yvré-l'Évêque, pour sceller un pacte de commerce équitable et rejoindre le label Agri-éthique France.

La minoterie Trottin à Yvré-l'Évêque (plus de 100 ans d'histoire), et Gilles Jeusselin, négociant à Moncé-en-Saosnois (qui travaille depuis deux générations avec la famille Trottin), se sont engagés pour 3 500 tonnes de blé éthique sur les récoltes 2018-2019-2020 avec Agri-Éthique, basée à La Roche-sur-Yon (Vendée). L'occasion pour Ludovic Brindejonc, créateur de ce label, d'asseoir sa présence dans le département de la Sarthe.

Hier, au moulin, tous les intermédiaires locaux ont appris à se connaître. Avant d'aller voir pousser le blé dans les champs l'après-midi, agriculteurs et boulangers ont pu découvrir tous les rouages de la fabrication de la farine. Les maîtres mots de la journée : qualité, proximité, traçabilité.

Gilles Jeusselin, négociant de céréales à Moncé-en-Saosnois, Georges et Pierre Trottin, dirigeants de la minoterie à Yvré-l'Évêque, et Ludovic Brindejonc, directeur général Agri-éthique France. | © EDIT PHOTO OUEST FRANCE

Sécuriser le marché pour éviter les crises

« C'est en 2008 que je me suis décidé, se rappelle Georges Trottin, **l'un des deux frères dirigeants de la minoterie. Quand le prix du blé a flambé, de 150 € la tonne à 250 € au profit des seuls boursicoteurs, J'ai alors cherché une solution. Je souhaitais un mode cultural sain, mais aussi être transparent, équitable et local. Et enfin, permettre aux consommateurs d'être fiers d'avoir une baguette de blé tracé. »**

En résumé, tout ce qu'avait développé Ludovic Brindejonc. Après avoir suivi pendant trois ans l'évolution de l'entreprise vendéenne, ils ont concrétisé. **« Mon rôle est d'abord de nous faire connaître pour sensibiliser un large public. Mais aussi de mettre en relation des acteurs, faire le maillage territorial et optimiser le côté local »,** explique Ludovic Brindejonc. Sans compter que l'entreprise conseille les signataires sur le prix à pratiquer et a une démarche contrôlée par Certipac.

Le commerce équitable décliné à la mode française repose sur les mêmes piliers que celui que l'on connaît mieux à l'étranger. **« Il faut juste bousculer un peu les principes »,** sourit le directeur de Bio éthique. Face à la volatilité des prix des matières premières, il se déconnecte du marché classique du blé pour garantir un revenu correct aux agriculteurs, mais aussi préserver l'emploi local, et mettre en avant la qualité des blés cultivés en Sarthe. **« Nous démarrons avec vingt agriculteurs et sur 20 ha dans un premier temps »,** complète Gilles Jeusselin.

Solidaires, tout le monde est gagnant

Avec Agri-éthique, le grainetier et le meunier, copains comme cochons depuis plusieurs décennies, ont trouvé le bon partenaire pour formaliser ce qu'ils faisaient depuis trente ans. Aujourd'hui, le label blé bioéthique liste les règles de bonne conduite à toujours respecter. En quelque sorte, un cahier des charges encore plus exigeant. **« La qualité, on n'a toujours fait que ça »,** s'accordent les deux chefs d'entreprise.

Tout le monde est gagnant. Le grainetier, coincé entre l'agriculteur et le meunier, n'a plus à négocier pour satisfaire les deux. Le meunier a la garantie de fournir une farine de qualité à ses boulangers. L'agriculteur, un prix à la hauteur de son travail et un revenu stable, et en bonus gommer l'étiquette de pollueur qui lui colle aux bottes. L'artisan boulanger est livré d'un produit de qualité pour satisfaire les papilles des consommateurs, toujours de plus en plus exigeantes.

Murielle DESMOULINS.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'avenir agricole
Mayenne, Sarthe, Maine-et-Loire
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 4665

Date : 08 JUIN 18
Page de l'article : p.10

En bref

Sarthe

Des Sarthois s'engagent dans Agri-Ethique

Le label "Agri-Ethique", créé il y a trois ans par l'entreprise vendéenne éponyme, sécurise la filière blé par un prix garanti, du producteur au consommateur. C'est dans cette démarche que se sont engagés deux acteurs sarthois, la minoterie Trottin à Yvré-l'Évêque et le négociant en céréales Gilles Jeusselin à Moncé-en-Saosnois. La contractualisation porte sur 3500 tonnes de blé "éthique", rémunéré à 170 €/t sur trois ans. Ce pacte de "commerce équitable à la française" a été fêté ce mercredi 6 juin au Moulin. *"Nous démarrons avec vingt agriculteurs et sur 20 ha dans un premier temps"* indique Gilles Jeusselin. Les deux entreprises sarthoises, liées depuis deux générations, retrouvent dans ce Label des valeurs qui sont les leurs : proximité, qualité et traçabilité de la filière.

Tous droits réservés à l'éditeur

AU FIL DE LA SEMAINE | SARTHE

Georges Trottin, co-dirigeant de la minoterie, Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-éthique et le négociant Gilles Jeusselin, mercredi matin à Yvré-l'Evêque.

Commerce équitable La minoterie Trottin et le négociant Jeusselin rejoignent la démarche Agri-éthique en contractualisant 3 500 tonnes de blé avec des producteurs sarthois, pour un prix de 170 €/T.

170 €/T pour le blé Agri-éthique

Tous droits réservés à l'éditeur

L'objectif de la démarche Agri-éthique est une *« juste rémunération des producteurs »*. Ludovic Brindejonc, directeur de la société, émanant il y a trois ans de la Cavac, l'a rappelé mercredi à Yvré-l'Evêque, lors de la présentation de deux nouveaux acteurs sarthois : la minoterie Trottin et le négociant Jeusselin. *« La valeur ajoutée doit être partagée et le terme commerce équitable ne doit pas -et ne pourra plus grâce à la nouvelle loi alimentation- être galvaudé »*, insiste-t-il en précisant que la démarche n'impose, pour les agriculteurs *« pas d'exigences supplémentaires »*. *« Ce n'est pas au consommateur de dicter sa loi, c'est aux agriculteurs de se réapproprier la communication,* ajoute-t-il, *d'ailleurs ils seront impliqués dans la promotion auprès des boulangers »*.

Plus d'une vingtaine d'agriculteurs sarthois ont pour l'instant signé ce contrat.

Contrat triennal

Car dans le « pacte » Agri-éthique, tous les maillons de la filière -producteur, négociant, minotier, boulanger- sont liés par contrat pour les trois prochaines campagnes. *« Une première »* pour le négociant de Moncé-en-Saosnois qui espère ainsi fidéliser sa clientèle. *« Ce n'est pas la seule démarche que nous proposons aux agriculteurs mais celle-ci formalise les relations que nous entretenons depuis 30 ans avec la famille Trottin »*, déclare Gilles Jeusselin qui a partagé les coûts de certification avec le minotier d'Yvré-l'Evêque (10 et 15 €). Le négociant s'est engagé sur 3 500 tonnes de blé -soit 7% de sa collecte totale- payé 170 €/T aux producteurs. Georges Trottin achète 201,5 €/T ce blé collecté par Jeusselin et vend la farine *« avec un surcoût de*

REPERES

Agri éthique en chiffres :
55 000 tonnes de blé
700 000 litres de lait
1 000 agriculteurs
12 coopératives
16 moulins
1 fromagerie
1 coopérative laitière
5 industriels
600 boulangeries

Tous droits réservés à l'éditeur

3 €/q » aux boulangers qui ne le répercuteront pas forcément sur le prix de leur pain. *« C'est une démarche intéressante pour communiquer,* estime Hubert Tollet, artisan à Sargé, *ma clientèle est très regardante sur la provenance de mes ingrédients »*.

Une démarche d'avenir ?

Plus d'une vingtaine d'agriculteurs sarthois ont pour l'instant signé ce contrat, représentant *« une bouffée d'air »* dans un contexte de marché des céréales fluctuant. Didier Laloi, producteur de lait à Saint-Rémy-des-Monts, a engagé ainsi le tiers de sa récolte de blé –80 tonnes– dans la filière Agri-éthique. Pour Francis Lecorcier, éleveur de porcs à Dangeul, il s'agira de 50 tonnes. Le cahier des charges –qui ne leur a été présenté que mercredi après-midi sur la parcelle d'essai de Thierry Herbelin, à Tuffé–, précise les quelques variétés de blé concernées (PMF) et l'itinéraire qui devra favoriser une diminution de l'indice de fréquence de traitement grâce à l'utilisation d'outils d'aide à la décision. *« Ce sont déjà leurs pratiques,* assure Vincent Bernard, acheteur chez Jeusselin, *ce sera à nous ensuite de collecter les céréales en fonction de ce que le terroir exprime »*. Si l'essai est concluant, le négociant compte développer cette démarche.

DELPHINE GROSBOIS

Tous droits réservés à l'éditeur

lemainelibre.fr Le Maine libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 40004

Date : 18 JUIN 18

YVRÉ-L'ÉVÊQUE

Le moulin des Noyers adhère à la farine équitable

Pour sécuriser ses récoltes et ses revenus, le moulin des Noyers a adhéré à une filière labellisée Agri-Ethique il y a trois ans.

G. Trottin, patron de la Minoterie, L. Brindejonc directeur d'Agri-Ethique et G. Jeusselin, PDG de Jeusselin.

La question taraude les agriculteurs depuis longtemps. Comment assurer du revenu régulier et stable aux producteurs et, en même temps, proposer des produits de qualité aux consommateurs ?

> « L'agriculteur aura moins de surprises sur sa production »
> **GILLES JEUSSELIN.** PDG.

Pour répondre tant bien que mal à cet équilibre, le moulin des Noyers a adhéré à une filière labellisée Agri-Ethique, depuis 3 ans. « *Aujourd'hui au moulin des Noyers, nous sommes venus présenter un pacte blé avec la minoterie Trottin et le négociant Jeusselin*, annonce Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri'Ethique. *Concrètement, ce sont 3 500 tonnes de blé qui seront produites en Sarthe et sécurisées sur les récoltes 2018, 2019 et 2020. Les prix payés aux producteurs ne sont plus volatils et dépendants des fluctuations des marchés, souvent générées par la spéculation.* »

Gagnant gagnant

Avec ce label, c'est une filière dite équitable où grainetiers, céréaliers, meuniers et distributeurs s'engagent sur un volume, un prix et une durée contractuelle. « *En choisissant les bonnes semences aux bonnes terres par exemple, l'agriculteur aura moins de surprises sur sa production*, argumente Gilles Jeusselin. *Nous fournissons la famille Trottin depuis deux générations mais l'adhésion à cette filière formalise ce que nous faisions déjà dans un rapport gagnant gagnant.* » Reste à convaincre le consommateur qui voudra acheter son pain équitable, local et 100 % français. La force de frappe d'Agri-Ethique en terme de communication et marketing devrait les y inciter.

Agri-Ethique en chiffres : en France, c'est 55 000 tonnes de blé, 700 000 litres de lait, 1 000 agriculteurs, 12 coopératives, 16 moulins, 1 fromagerie, 1 coopérative laitière, 5 industriels. Plus de 600 boulangeries. Selon Agri-Ethique, 6 500 emplois sont préservés en France grâce à sa démarche.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Républicain

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5915

Date : 21 JUIN 2018
Journaliste : T. V.

Le pain vient des prés

Découverte d'une parcelle de blé.

A l'initiative des Moulins Fouché, une rencontre entre agriculteurs et boulangers a eu lieu lundi 18 juin à Richarville.

Aujourd'hui le pain n'est plus le produit de première nécessité qu'il était par le passé et la consommation diminue désormais chaque année. Aussi les Moulins Fouché ont organisé une rencontre entre boulangers et agriculteurs lundi. L'occasion pour les seconds de parler de leur métier et de donner aux premiers des arguments afin qu'ils puissent expliquer à leurs clientèles que le pain qu'il fabrique est un produit français de qualité. « *Le but c'est de permettre à nos boulangers de mieux connaître l'amont de la filière* », souligne Vincent Fouché. Explications techniques avec des techniciens de la coopérative Ile-de-France Sud, et la Chambre d'agriculture de région ainsi que l'institut Arvalis ont précédé des visites dans les champs.

Les Moulins Fouché approvisionnent environ 400 artisans boulangers en Ile-de-France en s'approvisionnant en blé principalement dans le Sud-Essonne. Les Moulins s'impliquent également dans le commerce équitable avec la démarche agri-éthique qui concerne dans le département une soixantaine de boulangeries et 90 agriculteurs.

T.V.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/07/2018
Heure : 21:37:48
Journaliste : Marine Guillaume

www.horizons-journal.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Quand Moulins Fouché met les boulangers dans les champs

Les Moulins Fouché avaient invité les boulangers franciliens à découvrir la production de blé francilienne.

Des boulangers dans les champs. L'image n'est pas banale, presque inédite en Île-de-France. L'idée vient des Moulins Fouché et a été réalisée lundi 18 juin.

Toute la journée, ce sont une centaine de professionnels de toute l'Île-de-France qui ont répondu à l'invitation pour découvrir la production de blé francilienne et plus globalement toute la filière amont à la fabrication du pain.

L'événement s'est déroulé à Richarville (Essonne), dans les parcelles d'essais techniques menés par la chambre d'Agriculture de région Île-de-France.

« Nous avons été sollicités par les Moulins Fouché pour que les essais de la plate-forme puissent aussi servir à des visites de terrain pour les boulangers », témoigne un conseiller technique de la chambre, Samuel Millet.

Avec plusieurs de ses collègues et l'appui technique de Delphine Bouttet, ingénieure chez Arvalis-Institut du végétal, il était présent pour expliquer aux boulangers les tenants et les aboutissants de la production céréalière. Rendement, taux de protéines, apport d'azote, sélection variétale, lutte contre les adventices et agriculture biologique ont notamment été abordés de façon théorique avant une visite en plaine.

Tous droits réservés à l'éditeur

Il a également été question de la commercialisation de la production agricole grâce à la présence du président de la coopérative Île-de-France sud, Thierry Sirou, et d'Agri-éthique, un label basé sur le commerce équitable 100 % d'origine France.

« Le niveau de connaissance des boulangers concernant la production de la matière première est proche de zéro, a confié Vincent Fouché, à la tête des Moulins Fouché, installé à La Ferté-Alais (Essonne). Or, je suis convaincu que l'avenir de la boulangerie artisanale passe par davantage de cohésion de toute la filière blé-farine-pain. Il faut que les boulangers sachent que l'agriculture d'aujourd'hui évolue à vitesse grand V, il faut sensibiliser aux méthodes de production, aux contraintes aussi et surtout communiquer sur le savoir-faire de tous les maillons de la chaîne. C'est sur cette valeur ajoutée que nous pouvons faire la différence ».

Enfin, Vincent Fouché s'est réjoui de la présence du président du syndicat des boulangers du Grand Paris, Franck Thomasse, lors de cette journée : « C'est un signal fort de l'intérêt porté par les boulangers à la filière blé française ».

Vidéo: http://www.horizons-journal.fr/article/quand-moulins-fouche-met-les-boulangers-dans-les-champs,2639.php

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/07/2018
Heure : 21:37:48
Journaliste : Marine Guillaume

www.horizons-journal.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/07/2018
Heure : 21:37:48
Journaliste : Marine Guillaume

www.horizons-journal.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/07/2018
Heure : 21:37:48
Journaliste : Marine Guillaume

www.horizons-journal.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien

Date : 04/07/2018
Heure : 16:47:35
Journaliste : Manon Varaldo

www.leparisien.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

La Ferté-Alais : les Moulins Fouché choisissent la transparence pour leur farine locale

Vincent Fouché, l'actuel Directeur général des Moulins fait visiter les parcelles de Richarville afin « d'être transparent » avec ses clients, acteurs du monde agricole. LP/Manon Varaldo

Les moulins Fouché s'inscrivent dans une démarche agri-éthique. L'entreprise créée en 1860 à la Ferté-Alais privilégie les filières courtes et utilise des blés locaux à 50 km autour du moulin. Nous l'avons visitée à l'occasion de ses portes ouvertes.
Quelle est l'origine du produit, comment est-il fabriqué et par qui ? Des questions que se posent de plus en plus les consommateurs. Pour répondre à cette demande de transparence et d'authenticité, les Moulins Fouché, à La Ferté-Alais ont récemment organisé des portes ouvertes.

L'entreprise familiale s'inscrit ainsi dans une démarche environnementale et sociétale, et participe au développement de la filière agri-éthique, en place depuis un an et demi. « C'est un label de commerce équitable français. On rémunère la production agricole à sa juste valeur pour que l'agriculteur puisse avoir un prix rémunérateur sur un minimum de trois ans. Il se doit d'évoluer dans ses pratiques culturales », explique Ludovic Brindejonc, directeur général agri-éthique France.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

40 personnes travaillent aux Moulins Fouché créés en 1860 à la Ferté-Alais, qui écrase environ 20 000 t de blé dédiés à la boulangerie artisanale. L'entreprise familiale a souhaité faire découvrir pour la première fois leurs parcelles. « Nous souhaitons communiquer avec transparence sur les récoltes des blés, une céréale très importante chez les Français », révèle Mahjouba Fouché, chargée événementielle. « Nous souhaitons que nos clients connaissent mieux l'amont », poursuit Vincent Fouché, l'actuel Directeur général.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892
Edition : Essonne

Date : 05 JUIL 18
Journaliste : MANON VARALDO

Les Moulins Fouché produisent de la farine locale, et le font savoir !

L'entreprise créée en 1860 utilise des blés produits à 50 km alentour. Elle a ouvert ses portes pour sensibiliser clients et consommateurs.

L.P./M.V

Vincent Fouché, le directeur général, a fait visiter les parcelles de Richarville aux acteurs du monde agricole et à ses clients professionnels.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892
Edition : Essonne

Date : 05 JUIL 18
Journaliste : MANON VARALDO

LA FERTÉ-ALAIS

PAR MANON VARALDO

QUELLE EST L'ORIGINE DU PRODUIT, comment est-il fabriqué et par qui ? Des questions que se posent de plus en plus les consommateurs Pour répondre à cette demande de transparence et d'authenticité, les Moulins Fouché, à La Ferté-Alais, ont récemment organisé des portes ouvertes

L'entreprise familiale s'inscrit ainsi dans une démarche environnementale et sociétale, et participe au développement de la filière agri-éthique, en place depuis un an et demi « C'est un label de commerce équitable français On rémunère la production agricole à sa juste valeur pour que l'agriculteur puisse avoir un prix rémunérateur sur un minimum de trois ans Il se doit d'évoluer dans ses pratiques culturales », explique Ludovic Brindejonc, directeur général agri-éthique France

« EN SEPTEMBRE, NOUS ALLONS SORTIR UNE FARINE ÉQUITABLE. LES CONSOMMATEURS AURONT UNE BAGUETTE QUI S'APPELLERA L'ESSONNIENNE »

VINCENT FOUCHÉ, DIRECTEUR GÉNÉRAL

Quarante personnes travaillent aux Moulins Fouché, créés en 1860 à la Ferté-Alais L'entreprise familiale écrase environ 20 000 t de blé dédiés à la boulangerie artisanale Elle a souhaité faire découvrir pour la première fois les parcelles qui produisent son blé « Nous souhaitons communiquer avec transparence sur les récoltes, une céréale très importante chez les Français », révèle Mahjouba Fouché, chargée événementielle « Nous souhaitons que nos clients connaissent mieux l'amont », poursuit Vincent Fouché, l'actuel directeur général

Les participants ont échangé sur les modes de culture avec les techniciens, meuniers ou encore responsables du site « J'aide les coopérations agriculteurs et les Moulins Fouché à avoir une communication sur l'agriculture durable », raconte Caroline Roques, conseillère agricole de la chambre d'agriculture Les visiteurs découvrent les variétés, et les soins prodigués

« Si un grain de blé est attaqué, il ne pourra pas être écrasé. Ça ne sera pas rémunérateur Nous cherchons un équilibre entre les besoins des meuniers, boulangers et l'agriculteur *(NDLR . qui est paué aux rendements, ce qu'il produit)* A chaque essai, nous notons plusieurs critères pour l'agriculteur, comme la sensibilité aux maladies, ou encore le rendement », explique Vincent Fouché

La filière agri-éthique se veut intégrée à un maillage territorial, de proximité entre les agriculteurs, les meuniers et les boulangers Les Moulins Fouché utilisent des blés locaux à 50 km autour de leur site et souhaitent aller encore plus loin « En septembre, nous allons sortir une farine qui sera 100 % locale et équitable. Les consommateurs auront une baguette qui s'appellera l'Essonnienne », révèle Vincent Fouché « Il y aura des drapeaux dans les champs de ces agriculteurs avec « ici pousse le blé de la farine de l'Essonnienne », ils seront identifiables pour le consommateur »

Tous droits réservés à l'éditeur

HORIZONS CENTRE ILE DE FRANCE TOUTES EDITIONS
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5054

Date : 06 JUIL 18
Page de l'article : p.6
Journaliste : MARINE GUILLAUME

AU FIL DE LA SEMAINE

COMMUNICATION Les Moulins Fouché avaient invité les boulangers franciliens à découvrir la production de blé francilienne.

Les boulangers dans les champs

Des boulangers dans les champs. L'image n'est pas banale, presque inédite en Île-de-France. L'idée vient des Moulins Fouché et a été réalisée lundi 18 juin. Toute la journée, ce sont une centaine de professionnels de toute l'Île-de-France qui ont répondu à l'invitation pour découvrir la production de blé francilienne et plus globalement toute la filière amont à la fabrication du pain. L'événement s'est déroulé à Richarville (Essonne), dans les parcelles d'essais techniques menés par la chambre d'Agriculture de région Île-de-France.

« Nous avons été sollicités par les Moulins Fouché pour que les essais de la plate-forme puissent aussi servir à des visites de terrain pour les boulangers », témoigne un conseiller technique de la chambre, Samuel Millet. Avec plusieurs de ses collègues et l'appui technique de Delphine Bouttet, ingénieure chez Arvalis-Institut du végétal, il était présent pour expliquer aux boulangers les

Tous droits réservés à l'éditeur

HORIZONS CENTRE ILE DE FRANCE TOUTES EDITIONS
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5054

Date : 06 JUIL 18
Page de l'article : p.6
Journaliste : MARINE GUILLAUME

À Richarville (Essonne), le 18 juin. Les Moulins Fouché avaient convie les boulangers franciliens à une découverte de la production de blé francilienne.

Les techniciens de la chambre d'Agriculture (ici Samuel Millet et Thierry Mulot) ont présenté les spécificités de la culture du blé, accompagnés de l'ingénieure d'Arvalis, Delphine Bouttet.

tenants et les aboutissants de la production céréalière. Rendement, taux de protéines, apport d'azote, sélection variétale, lutte contre les adventices et agriculture biologique ont notamment été abordés de façon théorique avant une visite en plaine. Il a également été question de la commercialisation de la production agricole grâce à la présence du président de la coopérative Île-de-France sud, Thierry Sirou, et d'Agri-éthique, un label basé sur le commerce équitable 100% d'origine France.

« Le niveau de connaissance des boulangers concernant la production de la matière première est proche de zéro, a confié Vincent Fouché, à la tête des Moulins Fouché, installé à La Ferté-Alais (Essonne). Or, je suis convaincu que l'avenir de la boulangerie artisanale passe par davantage de cohésion de toute la filière blé-farine-pain. Il faut que les boulangers sachent que l'agriculture d'aujourd'hui évolue à vitesse grand V, il faut sensibiliser aux méthodes de production, aux contraintes aussi et surtout communiquer sur le savoir-faire de tous les maillons de la chaîne. C'est sur cette valeur ajoutée que nous pouvons faire la différence ». Enfin, Vincent Fouché s'est réjouit de la présence du président du syndicat des boulangers du Grand Paris, Franck Thomasse, lors de cette journée: « C'est un signal fort de l'intérêt porté par les boulangers à la filière blé française ».

MARINE GUILLAUME

Tous droits réservés à l'éditeur