agri éthique France

PRESS-BOOK

2nd semestre - 2019

Caramel GROUPE

DATE	SUPPORT	SUJET	AUDIENCE
juin 2019	CULTURE AGRI	Éthique en croissance	8 000
juin-juil 2019	VIVRE BIO HORS SÉRIE	Shopping nutrition	82 000
15/07/19	LES NOUVELLES DE LA BOULANGERIE-PATISSERIE	Actu Nationale - Bellot Minoteries fête ses 230 ans	7 713
15/07/19	SNPTV.ORG - SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE	Les coulisses de la campagne La Boulangère	0
juil-août 19	BIO LINÉAIRES	Produits nouveaux	6 200
juil-août 19	BIO LINÉAIRES	L'Angélus - Le pain bio au quotidien, depuis 1978	6 200
juil-août 2019	ACTIF'S	Le terme "équitable" a une définition	13 440
08/09/19	LATRIIBUNEDESMETIERS.FR	Un nouveau partenaire Agri-Ethique	425 000
10/09/19	NORD LITTORAL	On discute commerce équitable	37 830
11/09/19	L'AVENIR DE L'ARTOIS	Entreprise - La minoterie à la pointe	49 050
18/09/19	NORD LITTORAL	Le label Agri-Éthique	37 830
18/09/19	NORD LITTORAL	Les Lamothe s'engagent pour un blé équitable	37 830
18/09/19	LSA-CONSO.FR	Les bonnes : l'épicerie au juste prix ?!	1 700 000
18/09/19	LAVOIXDUNORD.FR	À la boulangerie Au petit Viesly, "nos client veulent avoir des produits plus responsables, plus sains"	11 601 011
sept.-19	FRANCE SNACKING HORS SÉRIE	Boulangerie Biofournil	135 000
19/09/19	LSA	L'épicerie au juste prix	185 000
19/09/19	LE MAINE LIBRE	Bientôt une enseigne de fruits et légumes zone du Lac	124 000
23/09/19	LA VOIX DU NORD	Le commerce équitable en chiffres	918 000
23/09/19	LA VOIX DU NORD	À la boulangerie Au petit Viesly, "nos client veulent avoir des produits plus responsables, plus sains"	918 000
25/09/19	L'OBSERVATEUR.FR	Viesly : Au Petit Viesly prône le commerce équitable	15 000
26/09/19	FACEBOOK - PROVENCE AZUR	La Ciotat - Les boulangeries s'engagent dans le commerce équitable	25 804
26/09/19	TV PROVENCE AZUR	La Ciotat - Les boulangeries s'engagent dans le commerce équitable	
29/09/2019	LA PROVENCE	Un label équitable pour la boulangerie maison Daniel	124 580
30/09/2019	LE PETIT FUTE MARSEILLE	Maison Daniel - Artisan boulanger	1 094
30/09/2019	BONS PLANS PETIT FUTE MARSEILLE	Maison Daniel - Artisan boulanger	167
02/10/2019	NICE MATIN	Frédéric Roy, le boulanger pétri de commerce équitable	354 000
02/10/2019	LAPROVENCE.COM	La Ciotat : un label équitable pour la boulangerie Maison Daniel	7 298 376
07/10/2019 au 13/10/2019	FEMME ACTUELLE	LE DOSSIER CONSO DE LA SEMAINE : Produits équitables à quelles étiquette se fier	556 898
08/10/2019	RIA.COM	Artésienne de Minoterie rejoint Agri-Ethique	

sept 2019	LE MONDE DES BOULANGERS PATISSIERS	UNE FARINE À LA CARTE POUR CHAQUE CLIENT	41 563
10/10/2019	AGENCE-API.FR	La Boulangère investit 30 M€ à La Chaize-Le-Vicomte	
01/10/19	LINEAIRES	BELLOT MINOTERIES À FOND SUR LES CERTIFICATIONS	6 190
octobre 2019	RIA	Artésienne de Minoterie rejoint Agri-Ethique	4 339
16/10/2019	SAVOURS & CO	Serbotel : Préparer la mutation	903 622
09/10/2019	SAVOURS & CO	TOUTE L'ACTUALITÉ EN BREF	903 622
du 18 au 19 /10/2019	LES ECHOS	La Boulangère choisit la Vendée pour sa septième usine	130 006
18/10/2019	LESECHOS.FR	La Boulangère choisi la Vendée pour sa septième usine	16 618 425
18/10/2019	LES MARCHES	L'actualité en bref : Biofournil adhère à Agri-Ethique	15 000
octobre / novembre 2019	HONORE LE MAG	Louis-Marie BELLOT meunier éthique	12 700
21/10/2019	RCF RADIO	Journal local du Lundi 21 Octobre 2019	
21/10/2019	LE COURRIER DE L'OUEST	Les échos de l'économie choletaise	82 853
25/10/2019	EUROPE 1	Coup de fil à Frédéric Roy, artisan boulanger à Nice	
21/10/2019	RCF.FR	Journal local du Lundi 21 Octobre 2019	
25/10/2019	EUROPE1.FR	Coup de fil à Frédéric Roy, artisan boulanger à Nice	16 393 088
21/10/2019	LES MARCHES	L'actualité en bref : L'Angélus s'engage dans le commerce équitable	15 000
28/10/2019	LES MARCHES	L'actualité en bref : L'Angélus s'engage dans le commerce équitable	15 000
07/10/2019	FLD - FRUITS ET LEGUMES DISTRIBUTION	Des légumes secs équitables avec le label Agri-Éthique	40 000
05/11/2019	REUSSIR.FR	Des légumes secs équitables avec le label Agri-Éthique	43 963
06/11/2019	SAVOURS & CO	L'ANGÉLUS - Adhésion au Label Agri-Ethique	903 622
11/11/2019	AGRA PRESSE HEBDO	Bloc Notes	4 000
novembre 2019	LINEAIRES	UNE NOUVELLE USINE POUR LA BOULANGÈRE	6 190
12/11/2019	LEMONDEDESBOULANGERS.FR	Du neuf aux Minoteries du Château	
18/11/2019	AGRA PRESSE HEBDO	Bloc Notes	4 000
17/11/2019	AGRA.FR	Le commerce équitable, un outil de la transition agro-écologique	
18/11/2019	AGRA FIL	Agenda de la semaine agricole du 18/11/2019	
20/11/2019	AFP - AGENCE FRANCE-PRESSE (ECONOMIQUE)	Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises	
20/11/2019	AFP - AGENCE FRANCE-PRESSE (MONDIALE)	Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises	

20/11/2019	AGRI-MUTUEL.com	Un succès qui suscite des convoitises	
20/11/2019	TERRE-NET.fr	Un succès qui suscite des convoitises	884 316
20/11/2019	WEB-AGRI.fr	Le point sur le commerce équitable agricole en France	233 037
20/11/2019	LINFODURABLE.fr	Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises	
21/11/2019	PLEINCHAMP.COM	Le label Agri-Ethique en plein boom	2 500 000
21/11/2019	PLEINCHAMP.COM	Commerce agricole équitable : un succès qui suscite des convoitises	2 500 000
21/11/2019	LE COURRIER DE L'OUEST	FRANCE-MONDE - Un commerce agricole plus équitable	82 853
22/11/2019	LA FRANCE AGRICOLE AUJOURD'HUI NEWSLETTER	Le commerce équitable gagne du terrain	102 266
25/11/2019	RÉFÉRENCE APPRO	Agri-Éthique, 252 M€ et un logo modernisé	
25/11/2019	AGRI-MUTUEL.com	Le label Agri-Ethique en plein essor	
25/11/2019	TERRE-NET.fr	COMMERCE ÉQUITABLE FRANÇAIS - Le label Agri-Ethique en plein essor	884 316
25/11/2019	WEB-AGRI.fr	Le label Agri-Ethique en plein essor	233 037
Nov 2019	LE MONDE DES BOULANGERS PATISSIERS	Du neuf aux Minoteries du Château	41 563
26/11/2019	AGRI-MUTUEL.com	Le label Agri-Ethique en plein essor	
28/11/2019	LSA	Le goûter porté par le «bien-manger»	185 000
28/11/2019	LSA	La farine lève à nouveau	185 000
Décembre 2019	LE PARTICULIER	Un commerce équitable pour des achats engagés	339 116
29/11/2019	LESMARCHES.REUSSIR.FR	Le label Agri-Éthique a le vent en poupe	15 000
29/11/2019	L'OPINION INDEPENDANTE	Commerce agricole équitable : un succès qui suscite des convoitises	5 000
29/11/2019	TERRES ET TERRITOIRES	LABEL. AGRI'ÉTHIOUE TABLE SUR L'ÉQUITABLE	16 183
29/11/2019	TERRES ET TERRITOIRES	"DANS CE MONDE OÙ LE CONSOMMATEUR PEUT ÊTRE MILITANT, ON PEUT VOTER TOUS LES JOURS POUR LE MODÈLE AGRICOLE QUE L'ON VEUT »	16 183
29/11/2019	LSA LA QUOTIDIENNE	[Dossier] Les 50 catégories championnes des PGC	
29/11/2019	LES MARCHES HEBDO	Le label Agri-Éthique a le vent en poupe	
04/12/2019	SAVOURS & CO	Le Label Agri-Ethique fête son 6ème anniversaire	903 622
05/12/2019	CROZACLIVE	Story Instagram	6 936
05/2/2019	LATRIBUNEDESMETIERS.FR	Bilan et perspectives Agri-éthique, premier label de commerce équitable français	425 000

06/12/2019	AVOSASSIETTES.FR	La Boulangère propose des pains savoureux pour réaliser des recettes “Créatives et Festives”	125 850
12/2019	AGRA VALOR	Commerce équitable origine France : trois labels et deux marques	1 000
06/12/2019	CROZACLIVE	Post Instagram	6 938
06/12/2019	CROZACLIVE	Post Facebook	14 654
06/12/2019	CROZACLIVE	Article de blog	120 000
08/12/2019	LE JOURNAL DE SAÔNE ET LOIRE MACON	Une boulangerie s’engage dans le commerce équitable français	27 955
13/12/2019	VOIX DE L'AIN	Agri-Éthique	100 000
13/12/2019	LA VENDÉE AGRICOLE	Agriculture biologique : une filière en progression	6 600
15/12/2019	REUSSIR.FR/VOLAILLES	Des œufs équitables avec le label Agri-Éthique	
15/12/2019	PRESSE OCÉAN	Un commerce agricole plus équitable	170 000
12/2019	PROCESS ALIMENTAIRE	Un quatrième site vendéen pour La Boulangère	39 170
12/2019	PROCESS ALIMENTAIRE	La Boulangère agt pour l'environnement	39 170
12/2019	RÉUSSIR AVICULTURE	Des œufs équitables avec le label Agri-Éthique	55 388
12/2019	RÉUSSIR AVICULTURE	Volinéo mise sur la polyvalence	55 388
16/12/2019	LATOQUE.FR	Témoignage de Laurent Maeseelle, artisan boulanger convaincu : "ABC est une dynamique pour avancer, progresser, évoluer"	200 000
17/12/2019	LA MONTAGNE	La baguette magique	582 000
20/12/2019	LA FRANCE AGRICOLE	Cérèsia : davantage de productions sous contrat	699 006
19/12/2019	RIA	La Boulangère & Co se dote d’une première unité mixte	8 128
20/12/2019	VOIX DE L'AIN	Bioéthique en boulangerie, le fournil d'Angel innove	100 000
22/12/2019	LE JOURNAL DE SAÔNE ET LOIRE	Du champ à la baguette, ils ont choisi le commerce équitable	180 000
21/12/2019	SNACKING.FR	Pain Burger Brioché 100% Bio	
22/12/2019	VAR MATIN	La jungle des labels	281 000
28/11/2019	LE JOURNAL DES FEMMES.FR	Les pains à dorer de BioFournil	13 897 751
25/12/2019	L'ÉVEIL DE LA HAUTE-LOIRE	La baguette magique	14 555
26/12/2019	LE JOURNAL DE LA CÔTIERE	Le Fournil d'Angel labellisé Agri-Éthique	19 000
26/12/2019	BUGEY CÔTIERE	Le Fournil d'Angel labellisé Agri-Éthique	12 000
Dec-2019	GRANDS TROUPEAUX MAGAZINE	Quelles réponses à l'agribashing ?	10 000
Dec-2019	RIA	La Boulangère & Co se dote d'une première unité mixte	8 128
24/12/2019	LE BETTERAVIER FRANÇAIS	Le label Agri-Éthique en plein essor	234 159

ÉTHIQUE EN CROISSANCE

Lancé en 2013, Agri-Éthique, premier label de commerce équitable 100 % français, affiche une croissance de 45 % en 2018, avec plus de 252 millions d'euros de chiffre d'affaires. Aujourd'hui, ce sont 1290 éleveurs et agriculteurs engagés, 162 références alimentaires, 67 000 tonnes de blé collectées, 19 moulins, 600 boulangeries... soit près de 1850 acteurs répartis dans 74 départements. Le label devrait prochainement s'étendre à d'autres filières agricoles. ■ L.H.

Tous droits réservés à l'éditeur

Vivre BiO

Nature & Bien-être

Hors-série 20

Ces plantes alliées de la santé digestive

ADDITIFS ALIMENTAIRES
un danger pour la santé ?

Spécial Été Fooding

VIANDE/VOLAILLE
Mangeons bio, mangeons mieux

L'huile de chanvre
un trésor pour la santé

Focus sur le ghee

LE POISSON, cet excellent allié santé

RÉUSSIR SA DÉTOX PRINTANIÈRE

Le vrgrowing
pour multiplier à l'infini ses fruits et légumes

L 16773 - 20 H - F: 4,20 € - RD

SHOPPING Nutrition

DE PETITES PÂTES COLORÉES QUI METTENT EN APPÉTIT !

Rouge pour les pâtes à la tomate et à la betterave, verte pour celles au épinard et ivoire pour les non aromatisées. Ludiques et savoureuses, elles constituent le plat idéal pour nos tout petits, à qui il est parfois difficile de faire consommer des légumes. Elles sont à déguster nature ou en gratin avec un filet d'huile et du fromage râpé. Moulin de Provence

DU CHOCOLAT BIO ET ÉQUITABLE

En 1987, Rapunzel lance le premier chocolat bio et équitable au monde ! Aujourd'hui c'est 40 références de chocolat fabriquées en Suisse ou en Italie avec des matières premières issues du Commerce Équitable HAND IN HAND et 150 produits HAND IN HAND commercialisés, fruit d'une collaboration avec 18 partenaires présents dans 15 pays.

PRÉPARATION POUR FALAFEL BIO SANS GLUTEN

Certifiée bio et sans gluten, cette préparation à base de poischiche est riche en protéines végétales. Elle permet de varier votre alimentation etre présente une alternative idéale pour votre apport en protéines ou dans un régime végétarien.
Mon Fournil

LA GAMME « MES PAINS À DORER » SE REFAIT UNE BEAUTÉ

Nouveau sachet avec 40 % de plastique en moins sur les 11 références de pains sous atmosphère protectrice. La longue conservation (6 mois de DLUO) permet d'avoir du pain à tout moment de la journée. Les engagements de la marque font leur apparition sur l'emballage avec Nutriscore et Agriéthique (blé français équitable). L'Angélus en magasins bio spécialisé

MIAM, DES GALETTES GRATINÉES !

Élaborées à base de riz complet et de millet, les Galettes Gratinées sont garnies d'une belle tranche de fromage gratinée au four, mariant fondant et croustillant. Prêtes en 10 minutes au four, bio et naturellement sans gluten, elles sont idéales pour varier son alimentation.
Céréalpes

DES TARTINABLES BIO

Avec l'arrivée des beaux jours viennentles envies de pique-niques et d'apéritifs, les Tartinables Veggie s'invitent à notre table. Pour l'apéritif, on optera pour un peu d'artichaut sur une "roustide" (tartine grillée en provençal) .Côté cuisine, on invite la Provence dans ses tartes en tapissant le fond de tomate séchée/basilic. Ibo

LES LÉGUMINEUSES À L'HONNEUR

- Source de fibres et de protéines, les légumineuses ont le vent en poupe. Pois chiches, lentilles et haricots rouges font leur grand retour. Faciles à cuisiner, les boulettes se dégustent en cœur de repas.
- Riches en protéines végétales, les Super Soupes à base de légumineuses Bio se consomment froides et s'emportent partout pour une pause saine.

Hari&Co

LES GRAINES DE COURGE À L'HONNEUR

Riches en protéines, en antioxydants, en vitamines, en minéraux et en fibres alimentaires, les graines de courge ont largement de quoi nous séduire, surtout lorsqu'elles sont d'origine France ! C'est dans ce contexte que Belledonne a initié, il y a 2 ans, une filière inédite qui réintègre la culture de la graine de courge sur le sol français. La première récolte a été réalisée fin septembre 2018 et les graines sont aujourd'hui présentes dans la recette de Pain Lin Doré et Courge ainsi que dans les Grains de Saveur graines de courge chocolat noir ou lait. Belledonne

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie

Date : 15 juillet 2019

Pays : FR
Périodicité : Toutes les deux semaines
OJD : 5495

ACTU NATIONALE

Meunerie

Bellot Minoteries fête ses 230 ans

Louis-Marie Bellot et Jean-Paul Bellot entourent un gâteau d'anniversaire de circonstance.

De marchands fariniers dès 1550, comme en atteste un acte d'achat de cette époque, les Bellot sont devenus meuniers à la faveur d'un mariage qui leur a permis de s'installer sur le moulin de Geoffret au cours du XVIIIe siècle. Devenu bien national après la Révolution, le moulin a alors été acquis par les Bellot.

Depuis seize générations

Depuis, seize générations se sont succédé sur le site de Geoffret, situé à Saint-Martin-de-Saint-Maixent, dans les Deux-Sèvres. Au cours du XXe siècle, alors que nombre de moulins ont cessé leur activité, la minoterie Bellot s'est adaptée et a évolué au gré des innovations technologiques et des opportunités commerciales. Pas moins de 9 minoteries environnantes sont alors passées dans son giron.

Sous l'impulsion de Jean-Paul Bellot, à la direction de l'entreprise jusqu'en 2018 et actuel Président du Conseil de surveillance, les investissements se sont intensifiés et la production diversifiée : abandon de l'activité d'alimentation du bétail, développement de nouveaux marchés, visant notamment l'industrie, en complément de la clientèle historique des artisans boulangers, création d'un deuxième moulin et amélioration du processus d'assemblage pour permettre la fabrication de farines sur-mesure, valorisation de la qualité de la production (notamment via le BIO, le Label Rouge et la filière CRC® (Culture Raisonnée Contrôlée à partir de 2011).

« C'est qui le Patron?! »

Président de Bellot Minoteries depuis 2018, Louis-Marie Bellot entend assumer pleinement la relève. En témoigne fin 2018 l'inauguration d'un nouveau site sur la zone de la Crèche pour favoriser le développement de nouvelles activités. Ou encore, en mars 2019, le lancement de la farine de la marque « C'est qui le Patron?! » qui garantit sur 3 ans une juste rémunération des producteurs à hauteur de 205 € la tonne. À eux seuls, ces deux exemples illustrent parfaitement la pugnacité des minotiers Bellot qui ont consacré au cours de ces 3 dernières années plus de 2 millions d'euros pour renforcer la performance de leur outil de production. *« C'est avec beaucoup d'envie que je m'engage dans cette aventure, celle de la 16e génération de Minotiers Bellot. Certains diront « il y a du pain sur la planche! »: il en faut pour gagner sa croûte et ne pas se faire rouler dans la farine. Dans les prochaines années, je m'attache à poursuivre ces objectifs: satisfaction totale de nos clients, lean management, transition numérique, construction d'une 3e unité de production et amélioration des conditions de travail de mes collaborateurs »*, souligne – non sans humour – Louis-Marie Bellot.

Avec une production annuelle de 72000 tonnes de farines pour une capacité d'écrasement de 90000 tonnes de blés et plus de 300 références, Bellot Minoteries se classe aujourd'hui parmi les 10 premiers moulins familiaux de France. Avec 15 % de croissance du chiffre d'affaires au cours de ces 5 dernières années, Bellot Minoteries prépare aujourd'hui son projet à l'horizon 2025. Si la performance est à plus d'un titre exemplaire, les défis à relever ne manquent pas pour la 16e génération.

Bellot Minoteries en quelques chiffres :

- 90 tonnes de blés écrasées par an
- 1 000 clients sur 42 départements en France et dans trois pays étrangers
- 90 salariés

Chiffre d'affaires 2018 : 28,9 millions d'euros
Chiffre d'affaires prévisionnel 2019 : 30 millions d'euros

Avec la farine « C'est qui le Patron?! », Bellot Minoteries confirme son engagement dans la filière CRC® et choisit le label Agri-Ethique, 1er label de commerce équitable français, pour garantir la juste rémunération des producteurs, soit 205 € la tonne de blé pendant 3 ans.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.snptv.org
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Les coulisses de la campagne La Boulangère

La Boulangère plus bavarde que jamais dans sa nouvelle publicité TV. Face aux longs discours, La Boulangère va à l'essentiel pour parler de ce qu'elle sait faire de mieux : être solidaire.
La campagne TV (répartie entre un format 30 » et des formats 15 ») est diffusée du 03 juin au 20 août 2019 et permet de découvrir les produits **La Boulangère** fabriqués avec de la farine de blé et des œufs issus du commerce équitable français. **Gloryparis** signe la nouvelle campagne de La Boulangère en faveur du commerce équitable français. Films :
Film 30s
Film Minotier 15s
Film Éleveuse 15s **Question annonceur**
Quels sont les enjeux d'une nouvelle prise de parole TV pour votre marque ?
Cette nouvelle campagne a vu le jour suite à un constat simple : les consommateurs plébiscitent aujourd'hui des marques qui s'engagent, défendent des valeurs qui font écho au leur. Aujourd'hui, 86% des français affirment vouloir consommer de manière plus responsable. Ils accordent une grande importance à l'origine de leurs produits mais aussi leurs conditions de fabrication. Et pour les séduire, les discours ne suffisent plus : ils veulent des actes, des preuves.

Il nous est alors très vite apparu essentiel de communiquer sur nos engagements de la première heure. En effet nous avons développé depuis 2012 une politique d'achats responsables pour notre farine de blé et nos œufs, ce qui nous a notamment permis d'obtenir le *label agri éthique* dont nous sommes très fiers.

Cette nouvelle prise de parole a donc pour objectif de montrer aux consommateurs que nous avons compris leurs attentes, que nous les partageons, et que nous mettons tout en oeuvre pour y répondre . Une façon de renforcer la notoriété de la marque la Boulangère face à ses concurrents, tout en restant fidèles à ses valeurs et engagements .

Quel dispositif de communication avez-vous mis en place ?
Une vaste campagne de communication télévisée est déployée depuis juin, et s'étendra jusqu'à la fin du mois d'août. Sur quatre vagues, différents spots vont être diffusés, notamment sur de grandes chaînes de télévision. En à peine un mois, les résultats de cette campagne se font déjà sentir et nous sommes ravis de voir La Boulangère gagner en notoriété.

Quelles spécificités du média TV avez-vous exploitées pour cette campagne ?
Cette campagne TV divisée en 4 vagues, **permet de mettre en valeur différents** produits (pain de mie, baguette viennoise…) **sans toutefois perdre le cœur du message de la marque** : La Boulangère s'engage pour proposer des produits équitables, conçus dans le respect de l'environnement et des producteurs locaux. **Une manière de ne pas disperser le message et les produits, et d'installer une véritable image de marque pour la Boulangère.**

En quoi la télévision vous a-t-elle semblée incontournable dans votre stratégie ?
La télévision est un média populaire, très efficace pour toucher une audience vaste et hétérogène. De plus, le pouvoir de la télévision est aujourd'hui encore indéniable : le taux de rétention des messages publicitaires télévisés est de 42% (contre 23% sur Youtube par exemple [1]). Cette campagne nous tient vraiment à cœur puisqu'elle souligne les engagements et valeurs de La Boulangère : c'est pourquoi nous souhaitons que le plus grand nombre de consommateurs la voient et que son message rayonne au maximum.

Tous droits réservés à l'éditeur

Question agence

Que vous a apporté le média TV pour cette campagne ?

L'utilisation du média TV était pour nous une garantie de visibilité, d'audience démultipliée. Toucher une cible large était en effet primordial, car de plus en plus de Français s'attachent à consommer mieux et de façon plus durable : Il fallait trouver le moyen le plus efficace de faire passer à tous le message de La Boulangère.

Il est également intéressant d'utiliser ce média dans la mesure où ces spots TV moquent les codes classiques de la publicité, que l'on retrouve souvent à la télévision. Le contraste est alors d'autant plus marqué entre les publicités vides de sens et éloignées des problématiques des consommateurs, et celle de La Boulangère.

Comment avez-vous mis en scène les bénéfices de l'offre ?

C'est en conjuguant tous les clichés de la publicité classique (l'agriculteur qui caresse ses épis de blés au soleil levant, le minotier dans son atelier au milieu des sacs de farine) et en remplaçant leurs discours par de simple « Na na na », que nous soulignons le manque de substance de la plupart des discours des marques alimentaires qui se disent engagées. Cette campagne drôle et décalée permet alors à La Boulangère de se positionner en véritable marque engagée, portée par des convictions éthiques de respect de l'environnement et des producteurs. On comprend que consommer des produits La Boulangère c'est pouvoir enfin consommer en adéquation avec ses valeurs, de façon plus juste et respectueuse.

Qu'est-ce qui caractérise cette campagne ?

Le cœur de cette campagne est véritablement son message authentique et porteur de sens : celui de l'engagement d'une marque à produire des pains et viennoiseries de manière responsable et éthique. La Boulangère n'est pas une énième marque qui tente de booster ses ventes à grands coups de greenwashing, elle est sincère.

En effet chez Gloryparis, nous sommes intimement convaincus que les marques doivent s'engager et répondre aux nouvelles attentes des consommateurs si elles veulent perdurer. C'est l'engagement fort de La Boulangère que nous avons mis en lumière à travers cette campagne.

Une marque qui se justifie trop a bien souvent des choses à cacher. L'utilisation des « Na na na » dénonce cela, et confère à la campagne force et sincérité : la boulangère n'a pas besoin de longs discours, son engagement est réel.

[1] Source : https://www.filmcorporate.fr/pub-tv/

Tous droits réservés à l'éditeur

Produits nouveaux

Mes pains à dorer » de L'ANGELUS

En mai la gamme « Mes pains à Dorer » se refait une beauté. Nouveau sachet avec 40 % de plastique en moins. Ce changement d'emballage est l'occasion de décliner la nouvelle charte graphique de l'Angélus sur les 11 références de pains sous atmosphère protectrice. Cette gamme longue conservation (six mois de DLUO) permet d'avoir du pain à tout moment de la journée. Leurs engagements font aussi leur apparition sur l'emballage au travers de la démarche Nutriscore et Agriéthique (blé français équitable).

Tous droits réservés à l'éditeur

Une soixantaine de références des plus variées composent l'assortiment 100 % bio de l'Angélus.

L'ANGÉLUS

Le pain bio au quotidien, depuis 1978

Une entreprise dynamique aux racines plus que centenaires

Depuis 40 ans passés, la boulangerie Biofournil s'est donné pour mission de perpétuer la tradition des bons pains bio au levain. Mais si 1978 est la date de création des premiers pains bio par Louis Réthoré, ses racines sont encore plus anciennes, puisque la boulangerie qui est à son origine, au Puiset-Doré, localité où est encore installé Biofournil, avait été fondée dès 1902. Sur le plan de la tradition, nul doute donc que Biofournil et sa marque boulangerie L'Angélus, exclusive au réseau bio, présentent une réelle légitimité.

En 1997, Biofournil quitta le cœur du village pour s'installer à sa périphérie immédiate, à 500 m de la boulangerie historique. Le succès aidant et l'activité croissant sans cesse, les locaux furent régulièrement agrandis, jusqu'à la dernière extension en date, en 2017 : 2 400 m² pour le stockage, venant s'ajouter aux 3 250 m² dédiés à la production.

Chez L'Angélus, ceux qui fabriquent le pain sont des boulangers de métier.

Pour pérenniser l'entreprise à l'approche de son départ à la retraite, Jean-Yves Fouché, qui avait pris la direction de Biofournil en 1998 avec son frère Roland, souhaitait transmettre la société à un partenaire local, investi dans les filières bio et partageant les mêmes valeurs. C'est pour cela qu'il a fait le choix de la coopérative Cavac de La Roche-sur-Yon, acteur agricole majeur de la région Vendée - Deux Sèvres. Fortement impliquée dans de nombreuses filières bio, elle est un fournisseur historique indirect de Biofournil via les blés biologiques fournis à ses clients meuniers locaux. L'ancrage territorial de la Cavac, ses valeurs coopératives et son engagement marqué dans la construction de filières régionales durables, donnaient un sens réel à un tel rapprochement, qui s'est fait en 2015. Au sein du Groupe Cavac, Biofournil, tout en gardant son autonomie, sa propre direction et ses équipes spécialisées, a pu acquérir de nouveaux moyens de développement.

> *L'Angélus cultive la tradition et l'authenticité, ainsi que le respect des savoir-faire, de l'environnement et de la nature.*

Aujourd'hui, Biofournil compte une centaine de salariés dont 42 boulangers, produisant une large gamme préemballée de pains cuits et précuits au levain à l'ancienne.

100 % bio et origine locale quasi exclusive

À l'exception du blé khorasan utilisé dans une référence de pain, lui apportant une saveur douce à l'arôme de noisette, toutes les farines de céréales utilisées sont d'origine française, Biofournil privilégiant les productions locales et responsables. Le moulin avec lequel travaille depuis toujours la société, la Minoterie Suire, est implanté tout près, à 30 km à peine du fournil.

Biofournil a signé avec ses producteurs de blés bio des contrats de filières, avec des engagements pluriannuels tripartites (boulangerie, minoterie, producteurs), qui assurent à ces producteurs une juste rémunération. Ces engagements du type commerce équitable Nord-Nord sont garantis par la certification Agri Ethique France.

Le levain à l'ancienne comme signature

Outre le choix du bio, Louis Réthoré avait également décidé de faire des pains au levain pour répondre aux attentes de ses clients. Soucieux de garantir une bonne alimentation, il mit deux ans à retrouver

Tous droits réservés à l'éditeur

le savoir-faire du levain à l'ancienne, sans ajout de levure industrielle. A partir de 1980, toute la gamme fut alors fabriquée exclusivement à partir de levain, ce produit vivant résultant de la fermentation spontanée de farine et d'eau. Depuis lors, c'est toujours la même souche de levain, appelée levain chef, qui est utilisée.

Chaque jour, celui-ci est rafraîchi pour être incorporé dans les pains, c'est-à-dire qu'on y rajoute simplement de l'eau et de la farine. Aucune substance chimique, aucun conservateur n'est ajouté. Ce levain à l'ancienne est présent dans 90 % des pains de la gamme, garantissant une meilleure qualité, une plus longue conservation et un goût inimitable.

L'eau utilisée est purifiée par des filtres sélectifs éliminant toutes les impuretés résiduelles, pour ne conserver que l'eau et les minéraux.

Un des secrets de fabrication : depuis 1980, c'est le même « levain chef » qui est utilisé !

Soucieux de proposer des produits toujours plus sains, Biofournil s'est engagé dans une démarche de réduction de la teneur en sel sur l'ensemble de ses recettes, réduction qui est de l'ordre de 10 %. Depuis avril 2019, l'entreprise a commencé par ailleurs à utiliser l'affichage dit Nutri-Score, ce système volontaire d'étiquetage nutritionnel basé sur un logo avec cinq valeurs allant de A à E et une couleur allant du vert au rouge, établi en fonction de la valeur nutritionnelle du produit alimentaire concerné.

En plus de la certification bio, Biofournil est également certifié IFS Food (International Featured Standard) au niveau « Supérieur ». L'IFS est un référentiel d'audit, créé en 2003, basé sur la norme ISO 9001 (management de la qualité) et le système HACCP (maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires).

Une soixantaine de références

Pain de campagne, rustique, aux céréales, à l'épeautre ou au petit épeautre, au blé khorasan, aux raisins, aux noix, aux olives, pains de mie, pain burger, brioches… Innombrables sont les recettes, proposées sous forme de boulot, camusette, baguette, petites boules, petits pavés… Au total, une bonne soixantaine de références.

Le poids de l'indispensable film d'emballage de la gamme « Mes Pains à Dorer » a pu être réduit de 40 %.

La famille la plus large est celle des pains cuits et précuits réfrigérés, avec une DLUO de 25 jours : gamme au levain à l'ancienne, pains sans farine de blé, gamme « Pains Signature Meilleur ouvrier de France », gamme « Saveur douce » (mélange de levain à l'ancienne et de levure). La gamme « Signature » ? Née à l'occasion des 40 ans de l'entreprise, elle offre des recettes d'exception créées par Mickaël Chesnouard, Meilleur Ouvrier de France Boulanger depuis 2011, justement originaire du Puiset-Doré, recettes au goût intense, alliant le meilleur de la tradition boulangère française et du Bio.

Un des pains appartenant à la gamme « Signature » créée en 2018 : le Pain Intégral.

Vient ensuite la gamme de pains sous atmosphère protectrice, avec une DLUO de 6 mois, dont la cuisson est à terminer par le consommateur. A quoi s'ajoutent des pains de mie (épeautre, céréales, complet et nature), des pains pour burgers, des brioches (froment, épeautre, khorasan, chocolat) et une gamme sans gluten certifiée AFDIAG : pain nature, pain aux graines et un cake vanillé.

Et parce que c'est important pour un nombre croissant de consommateurs, les pains, pains de mie et pains pour burger sont garantis vegan. Seules les brioches ne le sont pas, car contenant - pour rester fidèle aux bonnes recettes traditionnelles - du beurre, du lait et des œufs.

Objectif environnement

Avec ses gammes de pains préemballés, notamment celle des pains précuits sous atmosphère protectrice née en 1995, innovation qui a permis aux magasins de distribuer un bon pain bio en atténuant la gestion quotidienne des invendus de pains cuits, Biofournil avait facilité la vie des points de vente. Mais (pré)emballage signifie déchets, un point dont l'entreprise est parfaitement consciente. C'est pourquoi, en avril 2019, L'Angélus est d'ores et déjà arrivé à réduire de 40 % le poids du film de plastique sur la gamme « Mes Pains à Dorer » des pains sous atmosphère protectrice avec 6 mois de DLUO (ceux dont la cuisson est à finir par le consommateur).

Plus généralement, Biofournil s'est engagé dans une démarche ISO 14000 de gestion des déchets, étant par ailleurs, sur le plan de la RSE, certifiée Bioentreprisedurable® depuis mai 2018.

« Qui sème bon grain récolte bon pain » dit un vieux proverbe. Biofournil ne se contente pas de (faire) semer du bon grain, mais cultive aussi la tradition et l'authenticité, ainsi que le respect des savoir-faire, de l'environnement et de la nature. Tout en regardant avec sérénité l'avenir, avec le souci de séduire toujours plus de consommateurs, comme en témoignent la nouvelle charte graphique de la marque L'Angélus mise en place en juin 2018 (plus moderne, plus attractive, plus différenciante) ou les appétissantes nouveautés régulièrement proposées. La dernière en date, lancée en janvier 2019 : un pain brioché aux raisins « recette gourmande » avec une DLUO longue de 3 mois.

REPÈRES

SAS - Activité bio née en 1978

Groupe Coopérative agricole CAVAC

100 collaborateurs

BIOFOURNIL / BOULANGERIE L'ANGÉLUS
ZA La Camusière - Le Puiset Doré
49600 Montrevault-sur-Èvre
Tél. : +33 (0)2 41 56 70 74 - contact@biofournil.com
www.boulangerielangelus.com

L'ANGÉLUS

Tous droits réservés à l'éditeur

Le terme « équitable » a une définition
The term "fair" has a definition

En France, le commerce équitable bénéficie d'un cadre légal précis avec l'article 94 de la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014. Café, thé, lait, pâtes ou fruits frais : tout produit portant une allégation renvoyant à la promesse du commerce équitable est tenu de respecter les six principes de la démarche. Avec une croissance exceptionnelle de 22% en 2018, le commerce équitable est certes un marché porteur. Mais c'est aussi une démarche contraignante pour ceux qui s'en revendiquent. Or, la simple allégation « *équitable* » s'est multipliée sur les produits des linéaires de la distribution afin, pour certains, de surfer sur cette vague sans en respecter les règles.

L'article 173 de la loi Pacte (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises), publiée ce 24 mai, permet la protection officielle du terme équitable *via* l'amendement de la définition légale du commerce équitable.

« *Seuls les produits conformes à la définition du commerce équitable inscrite à l'article 94 de la loi sur l'Économie sociale et solidaire de 2014 peuvent comporter le terme «équitable» dans leur dénomination de vente. Cette démarche s›inspire de ce qui existe aussi pour les produits dits «bio», qui doivent respecter toute la réglementation sur l'agriculture biologique* », explique Julie Stoll, déléguée générale de Commerce Equitable France.

Six labels de commerce équitable servent de référence pour les achats des consommateurs : Fair Trade Max Havellar, World Fair Trade Organization, Producteurs Paysans, Fair for Life, Equitable & Bio, Agri Ethique France.

With Article 94 of the Law on Social and Solidarity Economy of 2014, a precise legal framework has been laid out for fair trade in France. Coffee, tea, milk, pasta or fresh fruit: any product bearing a claim making reference to the promise of fair trade must observe the six principles of the approach. With an exceptional growth of 22% in 2018, fair trade is certainly a promising market. But it is also binding for those making reference to it. The simple "fair" claim has visibly multiplied on the products in the shelf space shelves, with a number of companies surfing on this wave without necessarily observing its rules.

Article 173 of the PACTE Law (Action Plan for the Growth and Transformation of Enterprises), published on 24 May, allows for the official protection of the term "fair" by amending the legal definition of fair trade.

"Only the products that comply with the definition of fair trade as set out in Article 94 of the Law on Social and Solidarity Economy of May 2014 may include the term "fair trade" in their sales description. This approach was inspired by what also exists for the so-called "organic" products, which must comply with the entire regulation on organic farming", *Julie Stoll, Executive Director of the French Fair Trade Platform, explains. There are six fair trade labels that consumers take into consideration when purchasing: Fair Trade Max Havellar, World Fair Trade Organization, Producteurs Paysans, Fair for Life, Equitable & Bio, Agri Ethique France.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 08/09/2019
Heure : 17:07:30
Journaliste : Gérard SABY

La Tribune des Métiers

www.latribunedesmetiers.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Un nouveau partenaire Agri-Éthique

Agri-Éthique est heureux d'annoncer l'adhésion d'un nouveau partenaire : Artésienne de Minoterie. Meunerie familiale depuis 5 générations, située dans le Pas-de-Calais, Artésienne de Minoterie dessert en farine et autres mélanges de qualité les boulangers et industriels dans le Nord de la France, la Picardie et la Somme. Artésienne de Minoterie est engagée avec Cérèsia*, nouveau nom du groupe coopératif Acolyance (partenaire d'Agri-Éthique depuis 2016) et Céréna, qui est spécialisé dans la collecte de céréales et oléo-protéagineux en culture conventionnelle et bio notamment, et qui couvre 8 départements en France.

Ils nous expliquent pourquoi ils ont choisi Agri-Éthique

Matthieu Tartar, Directeur Général d'Artésienne de Minoterie (62)
« La démarche Agri-Éthique nous permet avant tout de cibler des exploitations pilotées par des jeunes et qui ont besoin de sécuriser une partie de leur revenu dans le temps et sur plusieurs années. On a cette responsabilité, il faut que nous les aidions. En tant que meunerie familiale, nous avons besoin d'eux, nous avons besoin de cette agriculture locale et à taille humaine ! Aujourd'hui, grâce à Agri-Éthique, nous permettons également aux consommateurs de faire le choix de consommer de manière responsable. En achetant des produits Agri-Éthique, ils agissent pour l'environnement dans les campagnes et dans la préservation d'une agriculture traditionnelle.»

Christophe Alindré, Directeur des mises en marché de Cérèsia (51)
« Nous sommes un groupe coopératif agricole et viticole et c'est dans ce partage des valeurs communes que nous avons souhaité adhérer au label Agri-Éthique. Proposer à nos agriculteurs d'intégrer une nouvelle démarche, celle du commerce équitable, fait partie de notre logique de développement local. »

Visitez agriethique.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

NORD Littoral
LE JOURNAL DE LA COTE D'OPALE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 7856

Date : 10 septembre 2019

On discute commerce équitable

La boulangerie Lamothe, présente à Calais et Coquelles, adhère au label Agri-Éthique France, le premier label de commerce équitable français. Ce label fixe pour 3 ans le prix du blé, garantissant les revenus des agriculteurs engagés dans la démarche aux côtés des meuniers, coopératives et boulangers. Derrière cette démarche, on retrouve notamment les Calaisiens Séverine et Sébastien Lamothe. Il existe trois boulangeries Lamothe sur le territoire, une située boulevard Victor Hugo à Calais, une autre rue Louis David au Beau-Marais et une avenue Charles de Gaulle à Coquelles. Le 17 septembre prochain, les acteurs engagés dans la démarche sont invités à discuter avec l'Artésienne de Minoterie et la coopérative Cérésia au sein de l'établissement coquellois, a-t-on appris hier auprès d'Agri-Éthique France.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'Avenir de l'Artois
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 10872

Date : 11 septembre 2019
Page de l'article : p.20
Journaliste : AURÉLIE DELF-ORGE

ARRAGEOIS

Mathieu Tartar a pris la succession de sa mère en début d'année.

ENTREPRISE

La minoterie à la pointe

VITRY-EN-ARTOIS Depuis le début d'année, la minoterie a changé de patron : Mathieu Tartar a pris la suite de sa mère

Tous droits réservés à l'éditeur

l'Avenir de l'Artois
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 10872

Date : 11 septembre 2019
Page de l'article : p.20
Journaliste : AURÉLIE DELFORGE

Quand on parle du métier de meunier, on est loin de la comptine dans laquelle le meunier dort. À 40 ans, Mathieu Tartar compare son métier à celui d'un vigneron, et à juste titre. *« Comme un vigneron qui mélange les cépages, on mélange les différentes variétés de blé. On protège le procédé artisanal de la boulangerie »*, souligne le jeune patron. Avec lui, ce n'est pas moins de la quatrième génération de meunier qui œuvre au moulin de Vitry.

Installée le long de la Scarpe depuis le Xe siècle, la minoterie était à l'époque alimentée par des péniches et tournait grâce à la chute d'eau. Le grand-père, puis la mère de Mathieu, quand elle avait 25 ans, ont redonné vie à ce moulin. *« Elle a fait le pari stratégique de travailler avec l'Angleterre et de demander des certifications dès les années 1990. Tous les ans, elle a investi »*, raconte ce fils qui ne se destinait pourtant pas à reprendre le flambeau. *« Je suis ingénieur. je jouais dans l'entrepôt quand j'étais gamin. Et quand j'ai commencé, je suis passé par tous les postes ! J'ai fait de l'emballage, j'ai porté des sacs, j'ai accompagné les chauffeurs… C'est important d'apprendre chaque poste et chaque difficulté. De l'avoir fait avant, cela donne une grande force. »*

UN MÉTIER, PLUSIEURS FACETTES

Aujourd'hui, le métier de meunier profite d'une automatisation des process, *« pour une plus grande ergonomie pour les salariés »*, mais il reste une filière artisanale. *« Un moulin, ça se règle, c'est un geste d'artisan. C'est un métier qui se fait en touchant le produit : c'est encore un bastion de l'artisanat dans un monde industrialisé. »* Tantôt vigneron quand il doit mélanger les blés, acheteur et un peu agriculteur aussi, le meunier *« doit savoir ce qu'il se passe au champ, doit être soucieux de la récolte et des produits mis dans les champs »*.

Depuis quelques semaines, la minoterie a décroché un label, agri-éthique, pour proposer des farines issues d'une agriculture sans pesticide. Une façon, aussi, de soutenir l'agriculture familiale et de mettre en avant les boulangers qui feront le choix de cette farine. *« Je suis un chef d'entreprise qui fonctionne avec des valeurs »*, note Mathieu, et cela se voit à travers ce label. ■

AURÉLIE DELFORGE

Tous droits réservés à l'éditeur

NORD Littoral
LE JOURNAL DE LA COTE D'OPALE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 7856

Date : 18 septembre 2019

Le label Agri-Ethique

Le label Agri-Ethique Une nouvelle boulangerie, la boulangerie Lamothe, va adhérer au label Agri-Éthique, label de commerce équitable français, au côté de 600 autres déjà engagées. Ce nouvel engagement apportera son soutien à la filière blé, tout en proposant à ses clients de consommer un pain plus responsable. Intégré au collectif du Commerce Équitable France depuis septembre 2018, Agri-Éthique repose sur trois engagements : économique, social et environnemental. Ce label joue un rôle en revalorisant et en sécurisant le métier de l'agriculteur et ses productions. Avec Agri-Éthique, chaque acteur de la filière s'engage sur un volume, un prix et une durée contractuelle de trois ans minimum ; une démarche qui apporte aux producteurs une réelle sérénité en leur garantissant un revenu, préservant ainsi l'emploi local. Les agriculteurs impliqués dans la démarche s'engagent à mettre en #uvre des pratiques agroécologiques.

Tous droits réservés à l'éditeur

NORD Littoral
LE JOURNAL DE LA COTE D'OPALE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 7856

Date : 18 septembre 2019

Les Lamothe s'engagent pour un blé équitable

Un blé de qualité dans une démarche équitable, c'est l'objectif du label Egri Ethique que vient de recevoir la Boulangerie Lamothe à Coquelles. Les commerçants ont reçu l'équipe du label mardi pour sensibiliser ses clients à ce changement.

Un prix fixe qui couvre le coût de revient

Ce label a été créé en 2013 en Vendée. «Une coopérative est partie du constat qu'il y avait une forte volatilité des prix pour les agriculteurs, il leur était donc difficile de s'engager dans une démarche de qualité», explique Alexandra Bothereau, chargée de développement Agri-Ethique. Elle a alors construit une filière avec un prix fixe établi par rapport aux coûts de production. Ainsi il est actuellement de 175 euros la tonne. «Ce sont des contrats de trois ans renouvelables.» Depuis peu, le label se développe dans la région. «Aujourd'hui, nous sommes la première filière dans les Hauts-de-France.» On y trouve l'Artésienne de Minoterie basée à Vitry-en-Artois qui travaille avec Ceresia. «Nous avons aussi un fonds collectif pour être dans une démarche d'innover pour de meilleures techniques et pratiques culturelles les plus adaptées.» En effet, les agriculteurs de ce réseau sont engagés dans une démarche d'agriculture raisonnée (limiter l'usage de pesticides) voire bio. «L'idée c'est de construire une dynamique.» Et le fait d'avoir un prix fixe pour la vente de leurs blés et d'avoir une rémunération leur permet également parfois de passer en bio. «Passer en bio, c'est coûteux pour les agriculteurs, mais c'est aussi beaucoup de temps et d'énergie. Avoir une visibilité des prix sécurise les agriculteurs et c'est plus facile d'évoluer.» Ainsi 15% des agriculteurs du réseau sont passés en bio. «Mon meunier m'a parlé de cette démarche», explique Séverine Lamothe. Le couple de boulangers a alors décidé de s'engager dans cette démarche de commerce équitable. «La qualité du blé, c'est important. On sait d'où il vient.»Amélie Robbe Boulangeries Lamothe: avenue du Général de Gaulle à Coquelles, rue Louis David et boulevard Victor Hugo à Calais. A noter que deux autres animations auront lieu dans les autres boulangeries les 14 et 15 octobre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 18/09/2019
Heure : 00:02:09
Journaliste : SYLVIE LAVABRE

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Les bonnes : l'épicerie au juste prix?!

La marque équitable C'est qui le patron ?! implique les consommateurs dès la création de ses produits. © © DR - AdobeStock

Tandis que la consommation globale a tendance à stagner, le chiffre d'affaires des produits labellisés « responsables » a bondi de 22 % en 2018. Si le commerce équitable concerne en priorité les produits étrangers, comme le café, le thé, le chocolat et le sucre, les ventes de produits équitables made in France ont progressé l'an dernier de 34 %. Symptomatique de cette tendance, le succès de la gamme équitable locale Paysan d'ici, lancée par la Scop Ethiquable. Ou celui de la marque française C'est qui le patron ?!, créée en novembre 2016 par Nicolas Chabanne et Laurent Pasquier, et qui étend son offre d' épicerie .

Rémunération garantie

Après avoir lancé en octobre 2018 du chocolat, fabriqué par Cémoi, et du miel, issu de l'expert français Culture Miel, C'est qui le patron ?! propose des sardines mises en boîte par la conserverie Chancerelle-Connétable qui seront disponibles en fin d'année. Pour son offre de farine, C'est qui le patron ?! a fait confiance à Bellot Minoteries, entreprise familiale implantée depuis 1789 à Geoffret, dans les Deux-Sèvres, où elle dispose d'un moulin d'une capacité de 75 000 tonnes par an. Comme à chaque fois, les consommateurs ont été impliqués pour définir le produit idéal en fonction de ce qu'ils recherchent et du prix qu'ils sont prêts à payer. Commercialisée depuis le 15 mars, au prix maximal de 1,36 € le kilo, la farine T65 est certifiée **Agri-Éthique** sans OGM ni additif, issue de l'agriculture raisonnée et avec un sachet recyclable. Dans le contrat passé avec la coopérative Cavac, Bellot Minoteries s'est engagé sur une rémunération de 205 € la tonne payée aux producteurs pendant trois ans, quels que soient les cours du marché. C'est qui le patron ?! commercialise à ce jour 17 produits et 32 références, tous responsables et durables.

Extrait de dossier : 21 pages; https://www.lsa-conso.fr/les-bonnes-la-lutte-contre-les-plastiques-se-poursuit,327546

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 18/09/2019
Heure : 10:20:06
Journaliste : Bruno Demeulenaere

LA VOIX DU NORD

www.lavoixdunord.fr
Pays : France
Dynamisme : 272

Visualiser l'article

À la boulangerie Le petit Viesly, «nos clients veulent avoir des produits plus responsables, plus sains »

C'est la première fois qu'une boulangerie du Nord – Pas-de-Calais adhère au label Agri-éthique, le premier label de commerce équitable français. Cette boulangerie, c'est celle de Jérémy et Marie-Angélique Dagnicourt, installés à Viesly…

Meunier, représentant de la coopérative et animateurs du label : plusieurs professionnels impliqués dans la démarche ont fêté l'entrée de la boulangerie Le petit Viesly dans Agri-éthique. Photo C. LEFEBVRE. La Voix du Nord - VDN

Leur boulangerie s'appelle Au petit Viesly et est située dans la rue Brûlée… évidemment à Viesly. **Jérémy et Marie-Angélique Dagnicourt ont repris cet établissement il y a sept ans, à l'été 2012.** « *Quand on s'est installé, je ne voulais pas travailler avec l'industriel : j'aime pas, tout simplement ! Je veux tout fabriquer par moi-même* », indique clairement le boulanger.

Ici, « *la majorité de nos produits sont faits maison* , détaille son épouse : *fonds de tarte, viennoiserie pur beurre, pâte à choux…* ». « *On fabrique tout de A à Z… 95 % est maison… même les babas : y'a plus personne qui les fabrique, mais je continue à les faire moi-même !* , confirme l'artisan. *Il n'y a que tout ce qui est friture (donuts, beignets…) que je ne fais pas : ça salit trop le fournil* ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Le couple s'est fait sa clientèle et travaille aujourd'hui avec deux vendeuses (Véronique et Marie-Christine) et deux apprentis (Théo et Cristal). Les spécialités de la boulangerie ? « *Le «Pavé de Viesly», un pain travaillé à l'ancienne, et en pâtisserie, le «Petit Viesly», un croquant au chocolat…* », confie Marie-Angélique Dagnicourt.

Meunier, représentant de la coopérative et animateurs du label : plusieurs professionnels impliqués dans la démarche ont fêté l'entrée de la boulangerie Le petit Viesly dans Agri-éthique. Photo C. LEFEBVRE. La Voix du Nord - VDN

L'adhésion à Agri-éthique s'est présentée comme une évidence, une suite logique… « *En fait, sans le savoir, quand on a démarré, on était déjà dans une démarche un peu similaire : on avait notamment cherché à trouver un moulin régional. Et on avait ainsi déjà sélectionné l' Artésienne de minoterie , située pas loin de chez nous, à Vitry-en-Artois* », raconte Jérémy Dagnicourt. Et il s'avère que cet établissement, encore familial, est lui-même déjà engagé auprès d'Agri-éthique. « *Ce label, ça vient en plus : on aime cette idée de*

Tous droits réservés à l'éditeur

commerce local, avec des acteurs locaux, moins de pesticides, moins d'intermédiaires… Et un système qui pérennise des emplois. (…) Et on espère que beaucoup de monde nous suive ».

« *Ce n'est pas parce qu'on vit et travaille dans un petit village qu'on ne peut pas faire aussi quelque chose* , ajoute la boulangère. *Nos clients veulent savoir d'où vient ce qu'ils consomment, avoir des produits plus responsables, plus sains...* ».

Ouvert de 7h à 13h et de 15h à 19h. Fermé le jeudi, ainsi que les samedi et dimanche après-midi.

Le commerce équitable en chiffres
Le commerce équitable en France est un marché qui pesait près d'1,3 milliard d'euros l'an passé, dont un tiers issu de filières françaises. En comparaison, ces dernières ne dépassaient pas 12 % il y a cinq ans.

Aujourd'hui, **le label Agri-éthique représente à lui seul 58 % de ces filières françaises** , réparties en cinq pôles agroalimentaires : céréales, lait, œufs, viande et légumes secs.

Cela représente : 1290 agriculteurs et éleveurs ; 1850 « acteurs » répartis dans 74 départements de France ; plus de 600 boulangeries ; 19 moulins ; 7 industriels ; une fromagerie ; une casserie d'œufs ; 15 organisations de producteurs ou négoce sur la filière blé et trois de producteurs en lait, œufs et porc…

Des partenariats forts
Agri-éthique est une démarche de commerce équitable français qui a pour vocation, au sein de sa filière Céréales, de « *construire des partenariats forts entre les agriculteurs, les organisations de producteurs, les*

Tous droits réservés à l'éditeur

moulins et les boulangers », expliquent les représentants du label. « *Elle accompagne les partenaires dans un développement durable, au niveau économique, sociétal, et environnemental* ».

D'un bout à l'autre de la chaîne de production, de l'agriculteur au boulanger, chaque maillon s'engage mutuellement sur un prix (du blé, de la farine…), bloqué pendant trois ans. Ce tarif « *sécurisé sur une durée contractuelle* » assure à chacun « *visibilité, sécurité et sérénité* », leur conférant « *la confiance pour investir et stabiliser, directement ou indirectement, les emplois* ».

Par ailleurs, « *Agri-éthique soutient tous les acteurs labellisés dans la mise en place d'actions environnementales ou sociétales responsables et durables* ». Avec l'accompagnement des organisations de producteurs, « *Nos agriculteurs adoptent des pratiques agricoles innovantes pour l'environnement et le bien-être animal* ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Tous droits réservés à l'éditeur

TOUS SECTEURS CONSOMMATEURS DE PAINS BIOLOGIQUES
DE QUALITÉ, AVEC OU SANS GLUTEN

BOULANGERIE BIOFOURNIL

Biofournil est une boulangerie 100% biologique depuis 1978 ; l'acteur historique de la fabrication de pain et de viennoiserie BIO, aujourd'hui leader en France. Nos pains et viennoiseries sont fabriqués à partir d'**ingrédients bio de première qualité**, et issus des méthodes traditionnelles de nos maîtres boulangers. Notre savoir-faire d'origine est respecté à chaque étape de fabrication. Le pétrissage lent pour une mie tendre et savoureuse ; la pousse de la pâte sur toiles de lin fleurées, ainsi que la cuisson sur sole de pierre, garantissent une croûte plus épaisse pour une meilleure conservation du pain. En tant qu'expert du pain bio, au service du goût, nos produits sont fabriqués à partir d'ingrédients 100% biologiques, notamment :

- **Des farines issues de BLÉS BIO FRANÇAIS issus du COMMERCE ÉQUITABLE. Nos farines de blés sont depuis 2018 labélisées AGRI-ETHIQUE** (Label du commerce équitable 100% origine France).
- **Des farines moulues à la meule de pierre** (technique douce permettant de conserver les nutriments essentiels de l'enveloppe, de l'amande et du germe des grains, notamment les fibres et les minéraux).
- **Du levain à l'ancienne :** Constitué en 1980 d'une fermentation spontanée de farine et d'eau, ce savoir-faire garantit à nos produits un goût unique.

GAMME DE PRODUITS

Biofournil propose différentes gammes de pains précuits permettant de disposer de pain frais à toute heure, grâce à une mise en œuvre rapide (seulement quelques minutes de cuisson) :

- **Pains précuits** conditionnés sous atmosphère protectrice : des baguettes, petits pavés (nature, graines, noix, raisins...) adaptés aux professionnels de la restauration, cette gamme se conserve jusqu'à 6 mois à température ambiante.
- **Pains précuits réfrigérés :** Au levain à l'ancienne ou « saveur douce » (mélange de levain à l'ancienne et de levure). Cette gamme permet de conserver l'appellation « Boulangerie ». Conservation à température positive (entre +1°C et + 6°C) avec une DLUO de 25 jours.
- **Pains snacking :** pains burger (existant sous plusieurs formats et recettes), hotdog, pain tartines...
- Autres produits spécifiques : pains de mie, brioches, pains et cake sans gluten etc.

NOUVEAUTÉ 2019

Biofournil agrandit sa gamme de burger avec de nouvelles recettes :

- **Pain burger brioché** sous deux formats : un format généreux de 75g et un format festif (mini burgers de 25g) idéal en amuse-bouche ou cocktail dînatoire.
- **Pain burger aux graines** Sans Sucres Ajoutés : une recette gourmande et saine composée d'un mélange de graines (tournesol, sésame, lin brun, graines de courge et pavot) et d'un topping avoine. Inédite, cette recette a été réalisée sans aucun ajout de sucre !
- **Hotdog** à la française : 80g

POINTS FORTS

- EXPERT DU PAIN BIO AU SERVICE DU GOÛT DEPUIS 40 ANS.
- PME RÉACTIVE ET OUVERTE À VOS PROJETS SUR-MESURE.
- JUSTE RÉMUNÉRATION DE NOS PRODUCTEURS (CONTRAT PLURIANNUEL SUR 3 ANS)

Vegan

Nous avons aussi des pains Vegan !

ADRESSE | CHIFFRES | CONTACTS

Biofournil
ZA La Camusière – Le Puiset-Doré
49600 Montrevault-sur-Èvre
Tél. : +33 (0)2 41 56 70 74

Effectif : 100 Salariés

contact@biofournil.com
www.biofournil.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 19 septembre 2019
Page de l'article : p.62

L'épicerie au juste prix !

Tandis que la consommation globale a tendance à stagner, le chiffre d'affaires des produits labellisés «responsables» a bondi de 22 % en 2018. Si le commerce équitable concerne en priorité les produits étrangers, comme le café, le thé, le chocolat et le sucre, les ventes de produits équitables made in France ont progressé l'an dernier de 34 %. Symptomatique de cette tendance, le succès de la gamme équitable locale Paysan d'ici, lancée par la Scop Ethiquable. Ou celui de la marque française C'est qui le patron?!, créée en novembre 2016 par Nicolas Chabanne et Laurent Pasquier, et qui étend son offre d'épicerie.

La marque équitable C'est qui le patron?! implique les consommateurs dès la création de ses produits.

Rémunération garantie

Après avoir lancé en octobre 2018 du chocolat, fabriqué par Cémoi, et du miel, issu de l'expert français Culture Miel, C'est qui le patron?! propose des sardines mises en boîte par la conserverie Chancerelle-Connétable qui seront disponibles en fin d'année. Pour son offre de farine, C'est qui le patron?! a fait confiance à Bellot Minoteries, entreprise familiale implantée depuis 1789 à Geoffret, dans les Deux-Sèvres, où elle dispose d'un moulin d'une capacité de 75000 tonnes par an. Comme à chaque fois, les consommateurs ont été impliqués pour définir le produit idéal en fonction de ce qu'ils recherchent et du prix qu'ils sont prêts à payer. Commercialisée depuis le 15 mars, au prix maximal de 1,36 € le kilo, la farine T65 est certifiée Agri-Éthique sans OGM ni additif, issue de l'agriculture raisonnée et avec un sachet recyclable. Dans le contrat passé avec la coopérative Cavac, Bellot Minoteries s'est engagé sur une rémunération de 205 € la tonne payée aux producteurs pendant trois ans, quels que soient les cours du marché. C'est qui le patron?! commercialise à ce jour 17 produits et 32 références, tous responsables et durables.

Tous droits réservés à l'éditeur

lemainelibre.fr
Le Maine libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 40004

Date : 19 septembre 2019
Journaliste : Catherine GILOT

Bientôt une enseigne de fruits et légumes zone du Lac

La boulangerie Marie Blachère a ouvert ses portes hier matin, zone du Lac. Un magasin de déco suivra puis un « Mangeons frais », magasin de fruits et légumes du groupe Blachère.

Mercredi matin, dès 6 h 30, la boulangerie-tarterie-sandwicherie Marie Blachère a ouvert ses portes. Après Chope et Compagnie en juillet, c'est la deuxième enseigne à s'installer dans ce nouvel ensemble commercial de la zone du Lac, à La Ferté-Bernard.

Une Bellêmoise de 28 ans à la tête du magasin

Le concept de boulangerie Marie Blachère a été créé en 2004 par Bernard Blachère. *« Nous avons dépassé les 550 magasins Marie Blachère »*, confie Richard Vigueur, manager du secteur nord-ouest du groupe (Normandie, Bretagne, Mayenne), présent pour le démarrage du site fertois.

Pain pétri sur place

En Sarthe, en plus de la boulangerie fertoise, l'enseigne compte déjà trois autres magasins (Arçonnay, Allonnes, Sablé-sur-Sarthe).
« Nous proposons de la boulangerie, de la viennoiserie, de la tarterie et de la sandwicherie. Notre pain est pétri et façonné sur place. Tout est fait sur place et cuit tout au long de la journée », assure le manager.

De l'expérience dans la vente

C'est Cassandra Faudet, une jeune Bellêmoise de 28 ans, qui est la responsable du magasin. *« J'ai commencé dans la boulangerie à 15 ans et pendant dix ans, j'ai fait de la vente en boulangerie avant de m'installer à mon compte dans la presse »*, glisse la jeune femme qui revient à ses premières amours et a déjà une solide expérience dans la vente.
« J'aime le contact avec les clients, mais aussi la fabrication », livre-t-elle.

La Ferté-Bernard, septembre 2019. Richard Vigueur, manager de secteur du groupe Marie-Blachère, et une partie de la nouvelle équipe, dont Cassandra Faudet, responsable du magasin fertois. PHOTO : LE MAINE LIBRE

Une terrasse

Dans le vaste espace clients, un coin pour manger sur place a été aménagé. Quelques tables ont été également installées en terrasse.
« À côté des sandwichs, pizzas et desserts, nous proposons également des salades. Quant à nos boissons chaudes (café, chocolat, et thé), elles sont toutes bios », détaille le manager.
Et de préciser : *« Nous avons entre huit et dix employés dont deux boulangers de métier à temps complet. En vente, les employés sont embauchés à temps partiel. »*

Une enseigne de fruits et légumes

En octobre, dans cette même zone, « Le Repaire du lac », une boutique de concept store (meubles, décoration, arts de la table), est attendue.
« Et juste à côté de Marie Blachère, le groupe Blachère ouvrira une deuxième enseigne, « Mangeons frais », un magasin de fruits et légumes », annonce Richard Vigueur. Ce magasin prendrait, a priori, la place de l'espace de jeux initialement prévu.

Catherine GILOT

Pratique : ouverture de 7 heures à 19 h 30.

Tous droits réservés à l'éditeur

lemainelibre.fr Le Maine libre
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 40004

Date : 19 septembre 2019
Journaliste : Catherine GILOT

« Il faut innover, c'est ce qui fera la différence »

« Il faut innover, c'est ce qui fera la différence », lance avec conviction Jérémy Naudon, artisan boulanger, propriétaire de la Pause gourmande, une boulangerie installée, à La Ferté-Bernard, à quelques centaines de mètres de la nouvelle enseigne Marie Blachère, qui a ouvert ses portes hier.

Des lettres aux instances dirigeantes

En janvier dernier, inquiet de voir arriver l'enseigne, il était monté au créneau avec les autres boulangers fertois. *« J'ai toujours pris position pour défendre l'artisanat et les petits commerçants »*, rappelle-t-il. *« J'ai même écrit en ce sens à nos dirigeants (président, Premier ministre). Sans réponse d'ailleurs. »*

Restauration sur place

Pour se démarquer, le boulanger a créé, il y a quatre ans et demi, une boulangerie avec restauration sur place. *« À l'époque, j'étais le seul à proposer de la restauration rapide sur place à part les fast-foods. »*
Il essaie de ne pas être trop inquiet. *« J'ai une bonne clientèle en ce qui concerne la boulangerie. Mais forcément en ce qui concerne la restauration, comme c'est aussi ce que propose Marie Blachère, je vais être touché »*, confie-t-il.

En haut de la ville

Pour lui, il aurait été plus judicieux que *« cet espace commercial s'implante en haut de la ville, là où il n'y a pas de commerce, à la place du centre Simone-Veil par exemple. »*
Et parce qu'il veut « aider les petits producteurs », il a adhéré au label agri-éthique avec un partenariat entre agriculteurs de la région, meunier et boulanger.

Contre le gaspillage

Enfin, parce qu'il est aussi contre le gaspillage, depuis un an, il a rejoint « Too good to go », une communauté qui lutte contre le gaspillage alimentaire grâce à une appli qui permet aux personnes de récupérer les invendus du jour.
« C'est ma sœur qui m'a sensibilisé à cela en octobre dernier. J'ai tout de suite été partant », annonce le boulanger.

Fataliste

Et de conclure avec amertume : *« En France, nous étions renommés pour notre gastronomie. Bientôt, il n'y aura plus que des grandes chaînes. »*
Thierry Bodin, installé rue Carnot dans le centre-ville et propriétaire de deux boulangeries, est fataliste. *« De toute façon, on n'a pas le choix. Nous avons repris la boulangerie de Saint-Antoine pour garder les gens dans leur quartier »*. Et d'espérer : *« Au début, nos clients iront voir la nouvelle boulangerie, mais après on verra ! »*

Jérémy Naudon, artisan-boulanger à la Pause gourmande, est persuadé qu'en innovant, les boulangers garderont leurs clients. PHOTO : LE MAINE LIBRE

Tous droits réservés à l'éditeur

LA VOIX DU NORD
Périodicité : Quotidien
OJD : 251641

Date : 23 SEPTEMBRE 2019

Le commerce équitable en chiffres

Le commerce équitable en France est un marché qui pesait près d'1,3milliard d'euros l'an passé, dont un tiers issu de filières françaises. En comparaison, ces dernières ne dépassaient pas 12% il y a cinq ans.

1290 agriculteurs et éleveurs

Aujourd'hui, le label Agri-éthique représente à lui seul 58% de ces filières françaises, réparties en cinq pôles agroalimentaires: céréales, lait, #ufs, viande et légumes secs. Cela représente: 1290agriculteurs et éleveurs; 1850«acteurs» répartis dans 74 départements de France; plus de 600boulangeries; 19moulins; 7industriels; une fromagerie; une casserie d'#ufs; 15organisations de producteurs ou négoce filière blé et trois de producteurs en lait, #ufs et porc...

Tous droits réservés à l'éditeur

Périodicité : Quotidien
OJD : 251641

Date : 23 SEPTEMBRE 2019

À la boulangerie Le petit Viesly, «nos clients veulent des produits plus sains»

Par Bruno Demeulenaere cambrai@lavoixdunord.fr Viesly. Leur boulangerie s'appelle Au petit Viesly et est située dans la rue Brûlée... évidemment à Viesly. Jérémy et Marie-Angélique Dagnicourt ont repris cet établissement il y a sept ans, à l'été 2012. «Quand on s'est installé, je ne voulais pas travailler avec l'industriel: j'aime pas, tout simplement! Je veux tout fabriquer par moi-même», indique clairement le boulanger.

95% des produits maison

Ici, «la majorité de nos produits sont faits maison, détaille son épouse: fonds de tarte, viennoiserie pur beurre, pâte à choux...». «On fabrique tout de A à Z. 95% est maison, même les babas: y'a plus personne qui les fabrique, mais je continue à les faire moi-même!, confirme l'artisan. Il n'y a que tout ce qui est friture (donuts, beignets...) que je ne fais pas: ça salit trop le fournil.» Le couple s'est fait sa clientèle et travaille aujourd'hui avec deux vendeuses (Véronique et Marie-Christine) et deux apprentis (Théo et Cristal). Les spécialités de la boulangerie? «Le Pavé de Viesly, un pain travaillé à l'ancienne, et en pâtisserie, le Petit Viesly, un croquant au chocolat...», confie Marie-Angélique Dagnicourt. L'adhésion à Agri-éthique s'est présentée comme une évidence, une suite logique... «En fait, sans le savoir, quand on a démarré, on était déjà dans une démarche un peu similaire: on avait notamment cherché à trouver un moulin régional. Et on avait ainsi déjà sélectionné l'Artésienne de minoterie, située pas loin de chez nous, à Vitry-en-Artois», raconte Jérémy Dagnicourt. Et il s'avère que cet établissement, encore familial, est lui-même déjà engagé auprès d'Agri-éthique. «Ce label, ça vient en plus: on aime cette idée de commerce local, avec des acteurs locaux, moins de pesticides, moins d'intermédiaires... Et un système qui pérennise des emplois. (...) Et on espère que beaucoup de monde nous suive.» «Ce n'est pas parce qu'on vit et travaille dans un petit village qu'on ne peut pas faire aussi quelque chose, ajoute la boulangère. Nos clients veulent savoir d'où vient ce qu'ils consomment, avoir des produits plus responsables, plus sains...» Ouvert de 7h à 13h et de 15h à 19h. Fermé le jeudi, ainsi que les samedi et dimanche après-midi.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Observateur

Date : 25/09/2019
Heure : 16:47:57
Journaliste : Paul Sion

www.lobservateur.fr
Pays : France
Dynamisme : 11

Visualiser l'article

Viesly : Au Petit Viesly prône le commerce équitablePaul Sion

La boulangerie « *Au Petit Viesly* » s'est inscrite dans le label Agri-Ethique. Cette adhésion ne se résume pas seulement à la signature d'un contrat. Elle démontre surtout l'engagement dans le commerce équitable et le soutien apporté aux agriculteurs de la région dans toute la filière blé-farine-pain. Ce mouvement défend un commerce plus humain et durable.

Ce label est un message qui engage les consommateurs à faire confiance aux commerçants. Marie-Angélique et Jérémy ont pour vocation d'accompagner leurs partenaires dans une démarche forte mais aussi les agriculteurs dans un développement durable. Que ce soit au niveau économique ou sociétal.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les bénéfices sont multiples. Garantir le revenu des agriculteurs de la région, préserver l'emploi local sur le territoire et soutenir les pratiques sociétales, environnementales et éco-responsables. Jérémy Dagnicourt est installé depuis 2003. Il confirme que 95% de sa production est faite à la maison. Sa baguette traditionnelle a d'ailleurs reçu le prix de la saveur de l'année. Le pavé de Viesly est une autre spécialité très appréciée des consommateurs. Pâtissier, il produit *le Petit Viesly* , une friandise croustillante en chocolat qui ravit ses clients.

Tous droits réservés à l'éditeur

Réseaux sociaux

Date : 26/09/2019

Nb d'abonnés : 25 804 abonnés

La Provence
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 124580

Date : 29 septembre 2019
Journaliste : Lorine SARKISSIAN

C'EST NOUVEAU

Un label équitable pour la boulangerie maison Daniel

L'équipe de la maison Daniel et du label agri-éthique réunies pour promouvoir leur collaboration. /PHOTO L.S.

Les trois boulangeries Maison Daniel sont maintenant labellisées "Agri-éthique".

C'est le premier label de commerce équitable français. Maison Daniel rejoint ainsi les 600 autres boulangeries déjà engagées.

À cette occasion, la boulangerie a accueilli un stand agri-éthique avec un représentant du label mais aussi un agriculteur et un meunier afin d'expliquer l'engagement d'agri-éthique. Une dégustation de pain était proposée aux clients pour leur faire découvrir les différents produits proposés par la maison Daniel.

Le principe est de soutenir la filière de blé français tout en proposant à la vente un pain de qualité et " *plus responsable* ". Le label a été créé dans le but d'établir le circuit le plus court possible entre le producteur de blé et la baguette qui se retrouve sur nos tables. Agri-éthique s'engage à préserver les emplois locaux et à garantir un revenu fixe aux producteurs. " *Déjà 1 290 producteurs de blé tendre et éleveur ont signé notre contrat. C'est un contrat valable pendant trois ans, renouvelable, dans lequel nous nous engageons à rémunérer ces agriculteurs au juste prix* ", explique Jean-Luc Poisson, chargé de développement pour agri-éthique. " *Notre clientèle est vraiment motivée à acheter des produits qui sont issus de l'agriculture française et en plus en sachant qu'il est issu d'un circuit court, qui favorise l'économie locale*", justifie Daniel Salenc, le patron des boulangeries maison Daniel.

La baguette est confectionnée en quatre étapes avec une traçabilité imposée et un cahier des charges exigeant.

Pour les producteurs, adhérer au label "*c'est pouvoir maîtriser son activité, avec la garantie d'une stabilité*" témoigne un producteur de blé présent à la Ciotat pour inaugurer le partenariat avec la maison Daniel.

"*On met en place une charte de compétences entre plusieurs acteurs locaux qui sont en l'occurrence l'agriculteur, la coopérative ou le stockeur, le meunier et le boulanger*" explique Jean-Luc Poisson. En parallèle, Agri-éthique se charge de mettre en œuvre les moyens de promouvoir le label comme avec cette opération jeudi à la maison Daniel.

Lorine SARKISSIAN

Tous droits réservés à l'éditeur

Réseaux sociaux

Date : 30/09/2019

Nb d'abonnés : 1 094 abonnés

petitfutemarseille • S'abonner
Maison Daniel - Artisan Boulanger

petitfutemarseille [MAISON DANIEL] 100% origine France, 1er label de commerce équitable français, je vous parle bien sûr du label Agri-Ethique! Maison Daniel s'est engagé à produire du pain dont le blé est issu intégralement du commerce équitable français. Une belle initiative qui mérite d'être partagée et de faire parler d'elle! Dans cette action tous le monde y trouve son compte!! Le meunier, le boulanger, l'agriculteur et même l'organisme stockeur! On adore et on encourage cet engagement plus éthique et plus responsable! Bravo à tous, une belle idée futée 🦊

1 j

32 J'aime

IL Y A 1 JOUR

Connectez-vous pour aimer ou commenter.

https://www.instagram.com/p/B3CP28ZloiO/

Réseaux sociaux

Date : 30/09/2019

Nb d'abonnés : 167 abonnés

Bons Plans Petit Futé Marseille est à Maison Daniel - Artisan Boulanger.

Hier, à 05:20 · Marseille ·

[MAISON DANIEL] 100% origine France, 1er label de commerce équitable français, je vous parle bien sûr du label Agri-Ethique! Maison Daniel s'est engagé à produire du pain dont le blé est issu intégralement du commerce équitable français. Une belle initiative qui mérite d'être partagée et de faire parler d'elle! Dans cette action tous le monde y trouve son compte!! Le meunier, le boulanger, l'agriculteur et même l'organisme stockeur! On adore et on encourage cet engagement plus éthique et plus responsable! Bravo à tous, une belle idée futée 🦊 @ Maison Daniel - Artisan Boulanger

https://bit.ly/2mCmix7

NICE MATIN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 96076

Date : 02 octobre 2019
Journaliste : V. M.

Frédéric Roy, le boulanger pétri de commerce équitable

Frédéric Roy est devenu l'un des rares boulangers « Agri-éthique » pour soutenir les agriculteurs français en les rémunérant mieux.
(Photo Cyril Dodergny)

Agri-éthique, c'est le nom d'un nouveau label qualité. Le premier s'intéressant au commerce équitable français autour de sa filière blé. Depuis trois ans, il fédère les agriculteurs, les moulins et les boulangers pour consommer du pain plus responsable. L'idée ? Que tous les partenaires se donnent la main pour mieux rémunérer le travail des agriculteurs français, tout en faisant un geste pour l'environnement.

Une philosophie qui a séduit Frédéric Roy, boulanger de la rue de France, érigé en défenseur d'un métier de tradition. Déjà en guerre contre les viennoiseries industrielles, il vient de franchir le pas du commerce équitable. Pour rejoindre les quelque 650 boulangers « Agri-éthique » sur les 30 000 de France.

Pour inciter ses confrères à le suivre, le Niçois a organisé, avec les partenaires de la filière, un show sur la plage Blue beach. Avec séquence filmée dans le nord de l'Allier, dans l'exploitation céréalière de Gérald Bacconnier, son fournisseur. 200 hectares de céréales dont 40 % de blé de tradition française. *« Ce n'est pas du bio mais de la culture raisonnée »*, précise l'agriculteur.

Prix fixés pour trois ans

L'intérêt de ce label ? Chaque acteur de la filière s'engage sur un volume et un prix fixés pour trois ans. Avec pour l'agriculteur, 20 % de rémunération en plus et surtout un tarif stable indépendant des cours de la Bourse. Et c'est ce qui a séduit notre boulanger : *« Cette farine, je vais la payer un peu plus cher. Mais soit on se lance dans cette démarche responsable, soit on laisse nos agriculteurs se suicider. »*

Pour l'instant, les baguettes de Frédéric Roy pétries à la farine solidaire resteront au même prix : 95 centimes pièce. *« D'ici à quelques mois, elles augmenteront de 5 centimes. Pas plus »*. Ce sera la participation des consommateurs à cette chaîne de l'agriculture équitable.

V. M.

Tous droits réservés à l'éditeur

La Provence

www.laprovence.com

Date : 02/10/2019
Nb de visiteurs : 7 298 376 visiteurs par mois

La Ciotat : un label équitable pour la boulangerie Maison Daniel

La Provence

La Provence

www.laprovence.com

Date : 02/10/2019
Nb de visiteurs : 7 298 376 visiteurs par mois

Les trois boulangeries Maison Daniel sont maintenant labellisées "Agri-éthique".

C'est le premier label de commerce équitable français. Maison Daniel rejoint ainsi les 600 autres boulangeries déjà engagées.

À cette occasion, la boulangerie a accueilli un stand agri-éthique avec un représentant du label mais aussi un agriculteur et un meunier afin d'expliquer l'engagement d'agri-éthique. Une dégustation de pain était proposée aux clients pour leur faire découvrir les différents produits proposés par la maison Daniel.

Le principe est de soutenir la filière de blé français tout en proposant à la vente un pain de qualité et " plus responsable ". Le label a été créé dans le but d'établir le circuit le plus court possible entre le producteur de blé et la baguette qui se retrouve sur nos tables. Agri-éthique s'engage à préserver les emplois locaux et à garantir un revenu fixe aux producteurs. " Déjà 1 290 producteurs de blé tendre et éleveur ont signé notre contrat. C'est un contrat valable pendant trois ans, renouvelable, dans lequel nous nous engageons à rémunérer ces agriculteurs au juste prix ", explique Jean-Luc Poisson, chargé de développement pour agri-éthique. " Notre clientèle est vraiment motivée à acheter des produits qui sont issus de l'agriculture française et en plus en sachant qu'il est issu d'un circuit court, qui favorise l'économie locale", justifie Daniel Salenc, le patron des boulangeries maison Daniel.

La baguette est confectionnée en quatre étapes avec une traçabilité imposée et un cahier des charges exigeant.

Pour les producteurs, adhérer au label "c'est pouvoir maîtriser son activité, avec la garantie d'une stabilité" témoigne un producteur de blé présent à la Ciotat pour inaugurer le partenariat avec la maison Daniel.

"On met en place une charte de compétences entre plusieurs acteurs locaux qui sont en l'occurrence l'agriculteur, la coopérative ou le stockeur, le meunier et le boulanger" explique Jean-Luc Poisson. En parallèle, Agri-éthique se charge de mettre en oeuvre les moyens de promouvoir le label comme avec cette opération jeudi à la maison Daniel.

Voir l'article :
https://urlz.fr/aHgS

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742

Date : Du 07 au 13 octobre 2019
Page de l'article : p.70-73
Journaliste : T. Khorixas

LE DOSSIER CONSO DE LA SEMAINE

Produits équitables

À QUELLE ÉTIQUETTE SE FIER ?

Garantir un revenu correct aux petits producteurs en préservant l'environnement est l'enjeu du commerce équitable. Encore faut-il reconnaître les bons produits. Par T. Khorixas

Les produits issus du commerce équitable séduisent de plus en plus de Français. Le secteur a en effet enregistré en 2018 une croissance de 22% par rapport à 2017. En se dotant d'une Charte internationale, les acteurs du commerce équitable ont voulu donner des principes communs et une structure globale à un secteur qui reposait jusqu'ici sur de multiples initiatives, bienvenues mais pas forcément reliées entre elles. Toutefois, en magasin le consommateur peut se retrouver face à une grande diversité de labels, censés symboliser une même démarche. Max Havelaar, Fair for Life, Agri-Ethique, SPP… à quelle(s) étiquette(s) peut-on vraiment se fier?

95 % DES VENTES

de produits labellisés «commerce équitable» concernent des produits alimentaires, très loin donc devant le coton, la cosmétique et les articles d'artisanat.

Tous droits réservés à l'éditeur

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742

Date : Du 07 au 13 octobre 2019
Page de l'article : p.70-73
Journaliste : T. Khorixas

UNE CHARTE MONDIALE

Lancée en septembre 2018, et signée par plus de 300 organisations, la première Charte internationale du commerce équitable place les peuples et la préservation de la planète avant le profit. Pour cela, elle sensibilise les consommateurs du monde entier aux enjeux du commerce équitable et promeut les initiatives d'économie solidaire et d'agriculture biologique.

Des labels sérieux et crédibles

Parallèlement, les organismes qui gèrent les nombreux labels présents dans les rayons se donnent les moyens d'asseoir leur crédibilité. Ils sont de plus en plus nombreux à avoir recours à une certification réalisée par un organisme indépendant plutôt qu'à de simples rapports d'autoévaluation. Pour le consommateur, opter pour des produits labellisés « commerce équitable » est avant tout un choix éthique. Une démarche qui ne doit pas l'empêcher de rechercher les meilleurs produits, car le label équitable n'est pas la garantie d'une qualité supérieure, même si celle-ci est en constante amélioration : aujourd'hui, 80 % des produits certifiés sont également labellisés biologiques.

GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

LES LABELS CERTIFIÉS

FAIRTRADE/ MAX HAVELAAR
le pionnier

Né il y a plus de trente ans au Mexique, pour défendre les petits producteurs de café, ce label est devenu une référence. Le célèbre logo vert et bleu garantit aux paysans une rémunération plus juste.

Que garantit-il ? Ce label certifie 100 % du produit à ingrédient unique, comme le café, le cacao ou le sucre, et au moins 20 % sur les produits de base.

Pour quels produits ? Près de 3 000 références en France en profitent : chocolat, café, thé, sucre, cosmétiques, vêtements et linge de maison, fleurs et plantes…

Je les trouve où ? En petits commerces et en grande distribution, ils peuvent être associés à des marques (Nestlé, McDonald's, Starbucks…).

SPP
le symbole des producteurs paysans

SPP (*símbolo de los pequeños productores*, soit symbole des producteurs paysans en français) a été lancé en 2006 en Amérique du Sud, et accueille désormais des producteurs d'Afrique et d'Asie.

Que garantit-il ? Ce label certifie 100 % du produit à ingrédient unique, et au moins 50 % sur les autres.

Pour quels produits ? Café, thé, infusions, cacao, maté, chocolat, fruits exotiques, pâtes à tartiner, quinoa bio, et aussi des châles en laine d'alpaga.

Je les trouve où ? 4 000 magasins spécialisés et certaines grandes surfaces distribuent les produits Ethiquable, ainsi que les sites spécialisés : Esperanzacafe.com, Saldac.com, Allpeco.com.

FAIR FOR LIFE
bio, équitable et solidaire

Géré par Ecocert, l'organisme de certification de l'agriculture biologique, Fair for Life a été élargi en 2014 au commerce équitable nord/nord.

Le tourisme aussi

Agir pour un tourisme responsable (tourisme-responsable.org) est une association de tour-opérateurs français. Leur label compte 25 critères, dont un engagement à impliquer et à respecter les populations locales, à privilégier les emplois directs locaux et à veiller au respect des minima sociaux. Une douzaine de voyagistes y adhèrent (Comptoir des voyages, La Balaguère…). L'association pour le tourisme équitable et solidaire (tourisme-solidaire.org) satisfait, elle, aux engagements de la charte du même nom et utilise **le tourisme comme outil d'aide au développement local.** Enfin, les professionnels affichant le logo Voyageurs et voyagistes éco-responsables (vve-ecotourisme.com) appliquent une charte engagée, avec une transparence sur le pourcentage du prix pour les intervenants locaux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742

Date : Du 07 au 13 octobre 2019
Page de l'article : p.70-73
Journaliste : T. Khorixas

Que garantit-il ? Ce label certifie 100% du produit à ingrédient unique, et au moins 20% sur les autres.
Pour quels produits ? Plus de 1 500 références en France: produits alimentaires, cosmétiques, textiles, objets artisanaux, détergents…
Je les trouve où ?
En magasin bio et en grande surface.

BIO PARTENAIRE
seulement la distribution spécialisée

Ecocert certifie également la marque BioPartenaire qui rassemble des dizaines de PME sous les labels Bio équitable et Bio solidaire.
Que garantit-il ? Le label « Equitable par Ecocert » assure au consommateur qu'au moins 95% des ingrédients qui composent le produit sont certifiés.

Pour quels produits ? Plus de 600 références: thé et infusions emballés ou en vrac, épicerie sucrée ou salée, boissons… Mais également phytothérapie, aromathérapie, hygiène et beauté.
Je les trouve où ?
En magasin bio et dans un grand nombre d'épiceries fines.

AGRI-ETHIQUE
100% origine France

Ce label relativement récent (2013) fédère 18 organisations de producteurs français et concerne principalement des matières premières utilisées dans les boulangeries – farines, œufs, lait…
Que garantit-il ? Le logo certifie à 100 % les produits utilisés. Sans logo, la présence de matières certifiées (blé, lait…) est mentionnée sur l'emballage.

1,3 MILLIARD D'EUROS
C'est le chiffre d'affaires des filières du commerce équitable en France en 2018. 34 % de ce chiffre d'affaires est issu des filières de production françaises.

Pour quels produits ? Les produits de boulangerie, qu'ils soient artisanaux ou industriels, comme ceux de la marque La Boulangère.
Je les trouve où ? En grande surface et dans les 520 boulangeries artisanales utilisant des farines labellisées (liste sur agriethique.fr).

LES MARQUES DE CONFIANCE

A défaut d'une certification, ces acteurs militants ont démontré la sincérité de leurs démarches.

ETHIQUABLE
une coopérative citoyenne

Apparue il y a douze ans, Ethiquable est une marque de produits alimentaires (café, thé, chocolat, biscuits, céréales…) qui appartient à une coopérative éponyme située dans le Gers. Ethiquable veille à diversifier les sources de revenus des petits producteurs et développer la transformation des matières premières en produits finis sur place. Son logo « Paysans d'ici » fédère les producteurs de produits bio et équitable en France.

GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

4 conseils pour bien les choisir

1. Les préférer bio. C'est désormais le cas de la grande majorité des produits équitables.

2. Privilégier les circuits courts. C'est le cas avec les produits issus du commerce équitable «nord/nord». Pour les autres, ciblez les provenances les moins lointaines. Alter Eco indique l'empreinte carbone de ses produits.

3. Goûter plusieurs marques. Equitables ne veut pas dire équivalents! D'une référence à l'autre, les qualités gustatives peuvent varier fortement.

4. Préférer les magasins de proximité. Défendre les petits commerces, c'est également équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742

Date : Du 07 au 13 octobre 2019
Page de l'article : p.70-73
Journaliste : T. Khorixas

Je les trouve où ?
4 000 magasins spécialisés et grandes surfaces distribuent la marque, ainsi que ethiquable.coop.

ARTISANS DU MONDE

une démarche militante

La fédération d'associations est une des pionnières du commerce équitable en France. Son premier magasin militant a ouvert en 1974 ! Elle propose objets de décoration, accessoires et aussi épicerie.
Je les trouve où ? Ses 170 boutiques tenues par des militants bénévoles, et dans les magasins Biocoop.

BIOCOOP ENSEMBLE

solidarité globale

Depuis vingt ans, l'enseigne déploie sa marque « Ensemble » sur des produits (lait, viandes, céréales, fruits et légumes) qui visent à changer le modèle agricole. En tout, 700 produits made in France sont aujourd'hui concernés. Le producteur est rémunéré à un prix juste et le magasin applique une marge calculée en fonction de ses charges réelles. Le consommateur achète des produits sains et 100% bio, à des tarifs maîtrisés.
Je les trouve où ? Tous les magasins Biocoop.

Julie Maisonhaute
DG adjointe de Commerce équitable France

« L'ÉQUITABLE, ORIGINE FRANCE, AUSSI »

Depuis 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire définit aussi le commerce équitable franco-français. Son article 94 précise les exigences à respecter, indépendamment de l'origine géographique. Il stipule que les parties s'engagent sur un contrat de trois ans minimum, que l'acheteur verse un prix rémunérateur, établi sur la base des coûts de production, et qu'il paie un montant supplémentaire, destiné au financement de projets collectifs (des écoles ou des dispensaires au sud, du matériel agricole ou des formations de conversions à la culture bio au nord). Les entreprises répondant à ces critères peuvent utiliser la mention « Commerce équitable » sur des produits français. Le réseau de distribution Biocoop commercialise ainsi des produits sous sa marque « Ensemble, solidaires du producteur au consommateur » et la coopérative Ethiquable développe sa marque « Paysans d'ici ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 08/10/2019
Heure : 10:39:35
Journaliste : S. R

www.ria.fr
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

Artésienne de Minoterie rejoint Agri-Ethique

Agri-Ethique gère 67 000 tonnes de blé par an.

Commerce équitable Le label renforce son pôle meunerie.

La filière blé d'Agri-Ethique s'étoffe avec l'arrivée d'Artésienne de Minoterie. Entreprise familiale depuis cinq générations, située dans le Pas-de-Calais, cette meunerie dessert en farine et autres mélanges de qualité les boulangers et industriels dans le nord de la France, la Picardie et la Somme.

Artésienne de Minoterie est engagée avec Cérèsia, nouveau nom du groupe coopératif Acolyance (partenaire d'Agri-Ethique depuis 2016), et Céréna, qui est spécialisé dans la collecte de céréales et oléoprotéagineux en culture conventionnelle et bio, notamment, et qui couvre huit départements en France.

162 références
Agri-Ethique compte aujourd'hui 162 références alimentaires issus de quatre filières : blé, lait, œuf et porc. Cela représente plus de 252 millions d'euros de CA (ventes au consommateur final en 2017), soit une croissance de 45 % par rapport à 2017. Les ventes sont réalisées à 76 % en boulangeries et 22 % en GMS, contre 5 % en 2016.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE MONDE DES BOULANGERS PATISSIERS
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 38973

Date : Septembre 2019
Page de l'article : p.43-44
Journaliste : Jean-Pierre Deloron

MINOTERIES BELLOT

UNE FARINE À LA CARTE POUR CHAQUE CLIENT

Avec sept farines certifiées Agriculture Biologique et cinq farines certifiées label Rouge, les minoteries Bellot affichent aujourd'hui plus de 300 références.

Jean-Pierre Deloron

Les minoteries Bellot, c'est toute une histoire... L'entreprise familiale est implantée depuis 230 ans sur son site historique au moulin de Geoffret, à Saint-Martin-de-Saint-Maixent (Deux-Sèvres). Depuis 1550, seize générations, œuvrant dans le négoce et la production de farines, se sont succédé. Marque emblématique de la minoterie Bellot, la Mitronnette est fabriquée à partir de blés exclusivement français. Au fil des années, la gamme s'est enrichie d'une version Tradition Française et de spécialités (campagne, seigle, complète, son, etc.). En 1998, pour répondre à une demande grandissante des consommateurs, la minoterie a créé la gamme Bio Poitou-Charentes® dédiée aux farines biologiques. Pour mettre en avant la qualité de ses farines, elle adhère en 2003 au cahier des charges label Rouge pour deux de ses farines : la Tradition Française et Évolution.

CRC® : DES CÉRÉALES DE HAUTE QUALITÉ

En 2011, Bellot Minoteries a fait le choix de la filière CRC® (culture raisonnée contrôlée) qui vise à garantir des céréales de haute qualité, cultivées en France, selon de bonnes pratiques favorables à la biodiversité. Produits dans un rayon de 70 km autour de la minoterie, ces blés sont notamment garantis sans traitement chimique après récolte. En mars 2019, lancement de la farine C'est qui le Patron ?!. Bellot Minoteries confirme son engagement dans la filière CRC® et choisit le label Agri-Éthique, premier label de commerce équitable français, pour garan-

Tous droits réservés à l'éditeur

MEUNERIE

tir la juste rémunération des producteurs : 205 € la tonne de blés, pendant trois ans. *« La tendance est clairement à un produit sain, équitable et de qualité »*, résume Louis-Marie Bellot.

FARINES SUR MESURE

L'assemblage de différentes variétés de blés permet à la minoterie de produire des farines qui répondent aux attentes spécifiques des clients et de proposer des farines sur-mesure. Avec 650 points de vente dans l'ouest de la France, les boulangeries artisanales constituent la clientèle historique de la minoterie qui emploie à leur intention deux boulangers conseils, hautement qualifiés. Dans un constant souci de la qualité du produit et d'un accompagnement complet du client, Bellot Minoteries propose un large éventail de services aux artisans boulangers : conseils, formations (techniques et de gestion, management), soutien financier à l'installation, mise en avant de fonds de boulangeries à vendre sur le site de l'entreprise. Du côté de de Geoffret, plusieurs moulins se sont côtoyés et/ou succédé suivant les évolutions des marchés et les innovations technologiques. Cette adaptation constante de l'outil de production est peut-être l'une des explications de la longévité de la minoterie Bellot.

PROJETS 2019-2025

En 2019, la minoterie a installé deux robots de picking pour soulager les salariés du port de charge et un logiciel CRM (gestion de la relation client). Avec 15 % de croissance du chiffre d'affaires au cours de ces cinq dernières années, Bellot Minoteries prépare aujourd'hui son projet à l'horizon 2025. Un projet dont Louis-Marie Bellot a expliqué les grandes lignes directrices : *« Satisfaction totale de nos clients, lean management, transition numérique, construction d'une troisième unité de production, amélioration des conditions de travail des collaborateurs. C'est un énorme challenge sachant qu'en parallèle, nous avons des problèmes de recrutement sur la logistique : difficile de trouver des chauffeurs-livreurs quand il faut porter des sacs de 25 kg de farine. »* Aujourd'hui, Bellot Minoteries écrase annuellement 90 000 tonnes de blés et produit 72 000 tonnes de farines. Elle se classe parmi les dix premiers moulins familiaux de France en 2019.

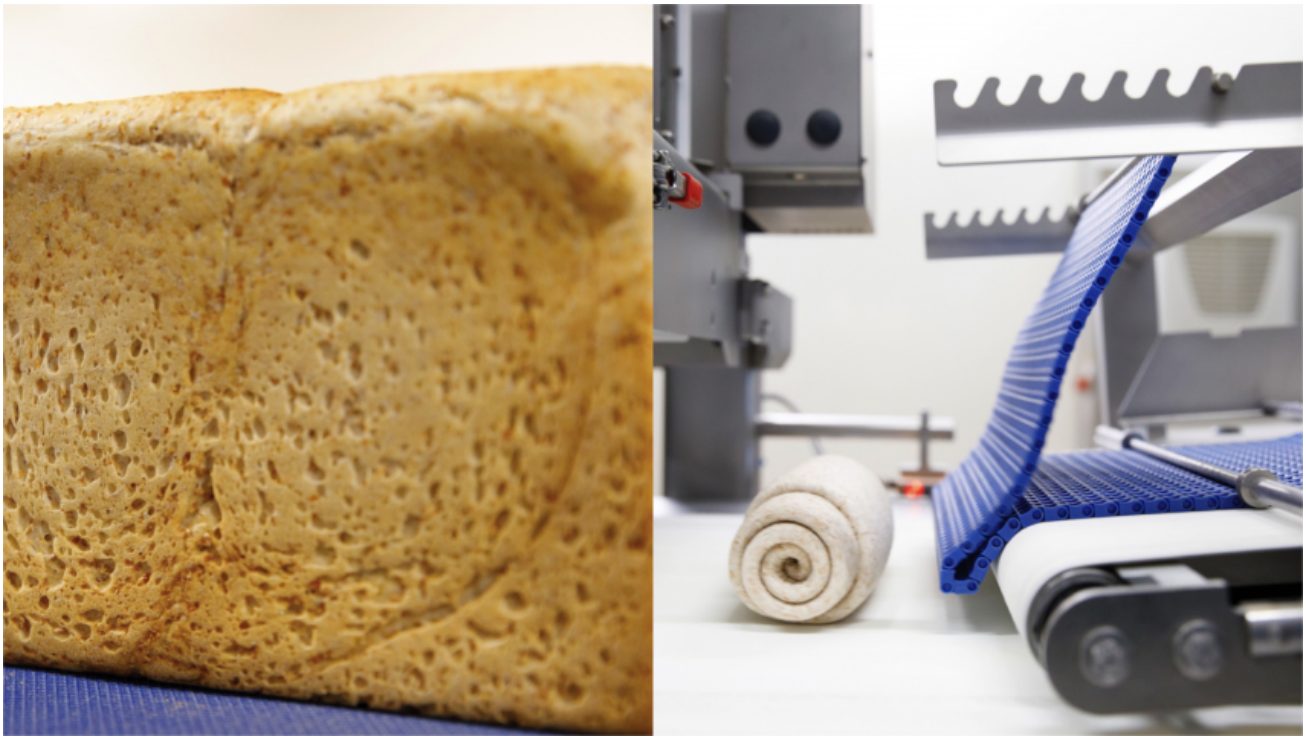
Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 10/10/2019
Heure : 08:27:33
Journaliste : Emmanuel GUIMARD

www.agence-api.fr
Pays : France
Dynamisme : 8

Visualiser l'article

La Boulangère investit 30 M€ à La Chaize-Le-Vicomte



La septième usine de La Boulangère, produira plusieurs type de pains de mie.

La Boulangère and Co inaugure ce jeudi sa septième usine à La Chaize-Le-Vicomte, près de La Roche-sur-Yon. Le troisième producteur français de pains et de viennoiseries préemballés a investi 30 M€ dans cette unité de 15 000 m2 comprenant 5 000 m2 de logistique et près de 10 hectares de réserve foncière pour de futures extensions. Car, si l'usine a démarré cet été avec une quarantaine de salariés, l'effectif doit passer à 150 dans les cinq ans pour atteindre 300 à 350 personnes à terme, « ce qui correspond à l'effectif moyen des autres usines de l'entreprise », mentionne Christophe Aillet, directeur général de La Boulangère qui décrit en effet un site industriel modulable, chaque nouvelle ligne de production devant faire l'objet d'une extension ad hoc. Une structure amont destinée aux matières premières et une autre, en aval, pour la logistique logistique, servira chaque nouvelle extension.

Une usine mixte
A la différence des autres usines, celle-ci sera mixte, produisant à la fois du pain et des viennoiseries. Pour l'heure, c'est la production de pain qui démarre sur la gamme « Toastiligne », des pains de mie blanc, complets ou aux graines, sans sucre ni matière grasse ajoutée, segment sur lequel l'entreprise se définit comme un pionnier. C'est là une partie d'une gamme assez large comprenant notamment « des pains d'ailleurs et du monde » tels les wraps, pita, pains libanais sans sel, une gamme vegan sans huile de palme… L'entreprise a également poussé les feux sur le bio qui représente désormais 40% de sa production et sur lequel elle revendique une part de marché de 42%. La Boulangère s'est également engagée dans la démarche « **Agri-éthique** » initiée par le groupe coopératif vendéen Cavac. Celle-ci implique un approvisionnement

Tous droits réservés à l'éditeur

français et un engagement sur le prix et la durée auprès des fournisseurs, jusqu'à cinq ans pour le bio. Pour La Boulangère cette ressource locale vaut aussi pour les œufs et le beurre.

2 000 salariés

Quatre des sept usines de La Boulangère se trouvent dès lors en Vendée. Si l'entreprise, filiale du groupe breton Norac, poursuit ses investissements sur ce territoire proche du plein emploi, « c'est en raison du savoir-faire et de l'expertise en boulangerie qui s'y trouve, ce qui nous permet d'aller plus vite », répond Christophe Aillet faisant état d'un chiffre d'affaires de 300 M€ dont 40% à l'international, en croissance de 7 à 8% chaque année pour un effectif qui dépassera prochainement les 2 000 salariés.

Tous droits réservés à l'éditeur

LINÉAIRES
LE MENSUEL DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 6296

Date : Octobre 2019
Page de l'article : p.154
Journaliste : P.B.

BELLOT MINOTERIES À FOND SUR LES CERTIFICATIONS

Deux fois centenaire, mais tendance et à la pointe de la technologie. Dans la famille Bellot, on est meunier depuis 16 générations ! L'entreprise, qui fête ses 230 ans cette année, n'a jamais quitté son fief de Saint-Martin-de-Saint-Maixent (79).

La dernière réfection du moulin historique de Geoffret a été réalisée en 2011 pour permettre d'écraser 170 tonnes de blé par jour. Et grâce à un deuxième moulin ultra-moderne créé en 2008 avec une capacité deux fois supérieure, Bellot Minoteries écrase aujourd'hui 90 000 tonnes de blé par an, soit 72 000 tonnes de farine.

Son chiffre d'affaires s'élève à 30 M€, réparti entre les industries et grandes chaînes de boulangeries (47 %), les artisans boulangers (25 %), les GMS (25 %) et l'export (3 %). Si la clientèle professionnelle accapare l'essentiel de ses volumes, Bellot Minoteries produit également des farines en sachet de 1 kg pour les particuliers. À sa marque (Belle Sélection) ou en sous-traitance (Jardin Bio), avec un positionnement exclusivement premium s'appuyant sur différentes certifications.

Bellot Minoteries signe des farines exclusivement certifiées, à sa marque ou en sous-traitance, comme pour C'est qui le Patron ?! depuis avril dernier.

De fait, la PME familiale s'est lancée dans le bio en 1998 et adhère au cahier des charges Label rouge depuis 2003. Elle a fait le choix de la filière CRC en 2011. Laquelle garantit des céréales de haute qualité selon des bonnes pratiques favorables à la biodiversité. Produits dans un rayon de 70 km autour des moulins, ces blés sont garantis sans traitement chimique après récolte.

Au printemps dernier, Bellot Minoteries a franchi un pas supplémentaire en adoptant le label Agri-Ethique garantissant une juste rémunération des agriculteurs, à 205 € la tonne pendant trois ans. Cet engagement a été pris dans le cadre du partenariat avec C'est qui le Patron ?! dont le sachet de farine T65 d'un kilo est proposé depuis avril dernier à 1,36 €.

L'initiative revient à Louis-Marie, issu de la 16e génération Bellot, qui a succédé à son père à la présidence de la minoterie fin 2018. Le jeune patron de 26 ans s'est spontanément rapproché de la coopérative de consommateurs en avril 2017, imprimant ainsi sa patte en répondant aux tendances du moment. ●

P. B.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3659

Date : Octobre 2019
Page de l'article : p.3

Au sommaire

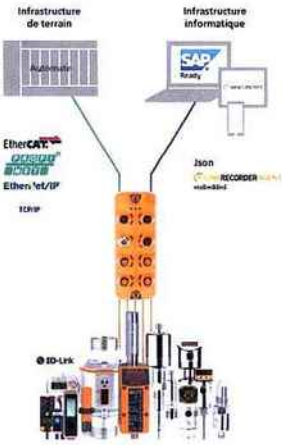
N° 815//OCTOBRE 2019

CÉDRIC FAHMALIGFA

P.18 L'usine du mois
Bimbo QSR façonné pour l'avenir

P.22 DOSSIER
CHAMPIONS FRANÇAIS : LE PALMARÈS 2019

P.50 Production
Capteurs : mieux exploiter leur potentiel avec IO-Link



P.66 Qualité
Contrôle des produits bio : la traçabilité prime sur l'analyse

P.70 Marchés
Farines : les poudres prennent des couleurs

OPOINTSTUDIOCULTURA / PHOTONONSTOP

06 **L'ESSENTIEL**
06 **Charal** se met en scène dans des comptoirs de restauration
07 ÉDITORIAL/ **Reformulation : effervescence dans la R&D**
07 EN IMAGE/ **La Feef** prime les partenariats avec les GMS

08 **STRATÉGIES**
TEMPS FORT
08 **Concours Agropole : l'innovation dans le pragmatisme**
ENTREPRISES
11 **Pelletier** cherche à réduire son impact sur l'environnement
12 **GMP** veille au grain depuis cent ans
12 **Vegesens** fait fructifier ses pépites
13 **Nestlé** pousse Starbucks dans les linéaires
14 **Maîtres Laitiers du Cotentin** repart à l'offensive au grand export
15 Viande : revaloriser les produits élaborés
ILS INVESTISSENT
16 **Alpha Nutrition** fait fleurir les tartines

18 **L'USINE DU MOIS**
Bimbo QSR façonné pour l'avenir

22 **DOSSIER**
CHAMPIONS FRANÇAIS : LE PALMARÈS 2019
Les principaux groupes et entreprises basés en France ont vu leur chiffre d'affaires stagner à + 0,3 % en 2018.

FORMULATION //
33 **Fontarôme** inspirée par les agrumes et les fruits exotiques
34 **Symrise** choie la vanille
34 **Artésienne de Minoterie** rejoint Agri-Ethique
35 **Soufflet** et l'Inra s'allient pour les protéines végétales
36 **Arlès Agroalimentaire** étend sa gamme d'ingrédients bio
38 **Croitre Millet** et le Lempa : produits de panification de millet
40 FOCUS/ Graines et légumineuses dans les produits **bio**

PRODUCTION //
43 Une cellule robotisée pour la scarification des pâtons
44 **La Franco Argentine** pilote le transfert de sucre en automatique
46 L'intelligence artificielle, une aide pour la conduite des process
50 FOCUS/ **Capteurs :** mieux exploiter le ur potentiel avec IO-Link

CONDITIONNEMENT //
55 **GEA** anticipe le développement des emballages monomatériaux
57 **Tecpack** reprend du souffle
58 Le verre plus vert

QUALITÉ //
61 Listeria monocytogenes : gare aux viables non cultivables
63 **Plasmatreat** fonctionnalise les surfaces
65 **MC2 Solutions** propose Green Code
66 FOCUS/ **Contrôle des produits bio :** la traçabilité prime sur l'analyse

MARCHÉS
69 **UN PRODUIT, UNE TENDANCE Daunat** satisfait les grosses faims
70 **Farines :** les poudres prennent des couleurs
72 **LANCEMENTS** France et Monde

QUESTION
75 **de management** Comment **Maître CoQ** stimule l'innovation chez ses salariés
76 **de droit** Jurisprudence : panorama 2019
77 **d'agenda** Europain, du 11 au 14 janvier 2020
78 **À...** Hervé This, Gérard Pascal et Pascale Hébel, de l'**Académie d'agriculture** (section alimentation humaine)

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3659

Date : Octobre 2019
Page de l'article : p.34
Journaliste : S. R.

Artésienne de Minoterie rejoint Agri-Ethique

COMMERCE ÉQUITABLE ▸ Le label renforce son pôle meunerie.

La filière blé d'Agri-Ethique s'étoffe avec l'arrivée d'Artésienne de Minoterie. Entreprise familiale depuis cinq générations, située dans le Pas-de-Calais, cette meunerie dessert en farine et autres mélanges de qualité les boulangers et industriels dans le nord de la France, la Picardie et la Somme. Artésienne de Minoterie est engagée avec Cérèsia, nouveau nom du groupe coopératif Acolyance (partenaire d'Agri-Ethique depuis 2016), et Céréna, qui est spécialisé dans la collecte de céréales et oléoprotéagineux en culture conventionnelle et bio, notamment, et qui couvre huit départements en France.

162 références

Agri-Ethique compte aujourd'hui 162 références alimentaires issus de quatre filières : blé, lait, œuf et porc. Cela représente plus de 252 millions d'euros de CA (ventes au consommateur final en 2017), soit une croissance de 45 % par rapport à 2017. Les ventes sont réalisées à 76 % en boulangeries et 22 % en GMS, contre 5 % en 2016.

Agri-Ethique gère 67 000 tonnes de blé par an.

S. R.

Tous droits réservés à l'éditeur

7E ANNÉE

N°364
16 Octobre 2019

Savours & Co

Plus de 20 000 lecteurs décideurs chaque semaine

Le Goût avant tout !

L'HEBDOMADAIRE DIGITAL LEADER DES PROFESSIONNELS EN RESTAURATION BOULANGÈRE PÂTISSERIE SNACKING RESTAURATION RAPIDE RESTAURATION A THÈME TRAITEUR FOODSERVICE RETAIL

FOOD COURT
NORBERT TARAYRE S'INVITE À LA CARTE DE L'ENSEIGNE LA PATATERIE
p. 3

FOOD COURT
LA BOULANGERIE VICTOR & COMPAGNIE SE LANCE EN FRANCHISE
p. 6

A LA UNE...
SERBOTEL 2019
SAVOURS & CO VOUS PROPOSE UN TOUR D'HORIZON DU PROGRAMME DES CONCOURS, CONFÉRENCES ET DÉMOS QUI SE DÉROULERONT LORS DE LA 18E ÉDITION DE SERBOTEL QUI AURA LIEU DU 20 AU 23 OCTOBRE AU PARC DES EXPOSITIONS DE NANTES.
p. 9 à 16

FOCUS
LES FRANÇAIS CONSOMMERAIENT DAVANTAGE DE VIANDE EN HORS-DOMICILE
p. 8

FOOD COURT
BRIOCHE DORÉE
p. 4

FOOD COURT
GROUPE SO2R
p. 3

FOOD COURT
EUROGERM
p. 5

SOLUTIONS
METRO
p. 7

Tous droits réservés à l'éditeur

PROGRAMME CONFÉRENCES ET DÉMOS

LUNDI 21 OCTOBRE

ESPACE ANIMATIONS Hall 4	15h30 - 16h30 ***Organisation : GNI*** Quel accompagnement au maintien à l'emploi ?
	16h30 - 17h15 ***Organisation : GNI*** Que signifie la Qualité de Vie au Travail dans nos entreprises CHR ?
	17h15 ***Organisation : GNI*** Remise de prix les professionnels ont du coeur
ESPACE PÂTISSERIE Hall XXL	10h00-19h00 / ***Organisation : Cacao Barry*** Démonstrations chocolatées ***Intervenant : Sandrine Baumann, Cacao Barry***
ESPACE SCULPTURE SUR GLACE Esplanade	à partir de 14h00 / ***Organisation : ANSFGH*** Démonstration de sculpture sur glace

MARDI 22 OCTOBRE

ESPACE DÉMOS CONFÉRENCES Grand Palais Niveau 3	9h30-12h00 / ***Organisation : Tables et Saveurs de Bretagne*** Démonstration
	12h00-13h00 / ***Organisation : Bleu-Blanc-Coeur*** Bleu-Blanc-Coeur accompagne la montée en gamme voulue en restauration collective ***Intervenants : Professionnels de la filière : producteur / acheteur / professionnel de la santé / utilisateur (chef)***
	14h00-15h00 / ***Organisation : Agri Ethique*** Comment les TPE / PME peuvent s'engager dans le commerce équitable français ?
	15h00-16h00 ***Organisation : UMIH***
	16h30-17h30 ***Organisation : Un Oeil en Salle***
ESPACE CONFÉRENCES BOULANGERIE Hall XXL	11h30-13h00 / ***Organisation : Gira*** L'innovation en snacking et boulangerie ***Intervenant : Julien Devanne, Gira***
	15h00-16h00 ***Organisation : MAPA***
ESPACE ANIMATIONS Hall 4	10h00-10h45 / ***Organisation : GNI*** La transition écologique et la cybersécurité
	10h45-11h30 / ***Organisation : GNI*** Moins de déchets, plus de valorisation

MERCREDI 23 OCTOBRE

ESPACE DÉMOS CONFÉRENCES Grand Palais Niveau 3	9h30-12h00 / ***Organisation : Tables et Saveurs de Bretagne*** Démonstration

Programme arrêté au 01/10/2019 - sous réserve de modifications

Tous droits réservés à l'éditeur

Savours & Co
Date : 09/10/2019
Nb de lecteurs : 15 000 lecteurs par mois

FOOD COURT

Savours & Co

TOUTE L'ACTUALITÉ EN BREF

L'ANGELUS

L'Angélus Biofournil nouvel adhérent

Située au Puiset-Doré dans le département du Maine-et-Loire, l'entreprise de boulangerie 100 % biologique, vient d'adhérer au réseau Agri-Ethique. Depuis plus de 40 ans, L'Angélus propose des produits authentiques, savoureux et de grande qualité. Spécialiste du levain à l'ancienne, le fabricant propose des pains distribués exclusivement en circuits spécialisés bio. Agri-Éthique, affirme garantir le revenus et l'emploi des agriculteurs, tout en ayant une consommation responsable.

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744

Date : Du 18 au 19 octobre 2019
Page de l'article : p.27-28
Journaliste : Emmanuel Guimard

PME & REGIONS

La Boulangère choisit la Vendée pour sa septième usine

PAYS DE LA LOIRE

La filiale du groupe Norac investit 30 millions d'euros dans ce nouveau site industriel mixte dédié au pain et à la viennoiserie.

Il emploiera 350 personnes à terme.

Emmanuel Guimard
— Correspondant à Nantes

La Boulangère and Co voit grand en Vendée, sa terre d'origine, où elle inaugure aujourd'hui sa septième usine, à La Chaize-le-Vicomte. Le troisième producteur français de pains et de viennoiseries préemballés a investi 30 millions d'euros dans cette unité de 15.000 mètres carrés comprenant 5.000 mètres carrés de logistique et près de 10 hectares de réserve foncière pour de futures extensions. Car, si l'usine a démarré cet été avec une quarantaine de salariés, l'effectif doit passer à 150 dans les cinq ans pour atteindre 300 à 350 personnes à terme, « *ce qui correspond à l'effectif moyen des autres usines de l'entreprise* », précise Christophe Aillet, directeur général de La Boulangère. Le site devra être modulable, chaque nouvelle ligne de production devant faire l'objet d'une extension ad hoc. Le stockage des matières premières, en amont, et le pôle logistique, en aval, sont dimensionnés pour accueillir ces agrandissements à venir.

A la différence des autres usines du groupe, celle-ci sera mixte, produisant à la fois du pain et des viennoiseries. Pour l'heure, c'est la panification qui démarre sur la gamme Toastiligne, des pains de mie blancs, complets ou aux graines. Ces produits sont sans sucre ni matière grasse ajoutée, segment sur lequel l'entreprise se définit comme pionnière.

Le groupe mise également sur une certaine profondeur de gamme comprenant notamment « des pains du monde », tels les wraps, pitas, pains libanais sans sel, une gamme végane sans huile de palme… Il pousse également les feux sur le bio, qui représente désormais 40 % de sa production, avec une part de marché revendiquée de 42 % en France. La Boulangère s'est également engagée dans la démarche Agri-Ethique, initiée par le groupe coopératif vendéen Cavac. Celle-ci implique un approvisionnement français et un engagement sur le prix et la durée auprès des fournisseurs, jusqu'à cinq ans pour le bio. Pour La Boulangère, cette ressource de proximité vaut aussi pour les œufs et le beurre, acheté en AOC Charentes-Poitou.

Une terre de boulangers

Quatre des sept usines se trouvent en Vendée. Si l'entreprise, filiale du groupe breton Norac, poursuit ses investissements sur ce territoire de quasi-plein-emploi, « *c'est en raison du savoir-faire et de l'expertise en boulangerie qui s'y trouvent, ce qui nous permet d'aller plus vite* », répond Christophe Aillet. Le chiffre d'affaires atteint 300 millions d'euros, dont 40 % à l'international, en croissance de 7 à 8 % chaque année pour un effectif qui dépassera prochainement les 2.000 salariés. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744

Date : Du 18 au 19 octobre 2019
Page de l'article : p.27-28
Journaliste : Emmanuel Guimard

Le chiffre d'affaires de La Boulangère atteint 300 millions d'euros, dont 40 % à l'international. *Photo Thomas Raffoux*

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos
www.lesechos.fr
Date : 18/10/2019
Nb de lecteurs : 17 992 961 visiteurs par mois

La Boulangère choisit la Vendée pour sa septième usine

La filiale du groupe Norac investit 30 millions d'euros dans ce nouveau site industriel mixte dédié au pain et à la viennoiserie. Il emploiera 350 personnes à terme.

Pays de la Loire

Par **Emmanuel Guimard**

Publié le 18 oct. 2019 à 7h52

La Boulangère and Co voit grand en Vendée, sa terre d'origine, où elle inaugure aujourd'hui sa septième usine, à La Chaize-le-Vicomte. Le troisième producteur français de pains et de viennoiseries préemballés a investi 30 millions d'euros dans cette unité de 15.000 mètres carrés comprenant 5.000 mètres carrés de logistique et près de 10 hectares de réserve foncière pour de futures extensions. Car, si l'usine a démarré cet été avec une quarantaine de salariés, l'effectif doit passer à 150 dans les cinq ans pour atteindre 300 à 350 personnes à terme, *« ce qui correspond à l'effectif moyen des autres usines de l'entreprise »*, précise Christophe Aillet, directeur général de La Boulangère. Le site devra être modulable, chaque nouvelle ligne de production devant faire l'objet d'une extension ad hoc. Le stockage des matières premières, en amont, et le pôle logistique, en aval, sont dimensionnés pour accueillir ces agrandissements à venir.

Les Echos
www.lesechos.fr
Date : 18/10/2019
Nb de lecteurs : 17 992 961 visiteurs par mois

Pains et brioches

A la différence des autres usines du groupe, celle-ci sera mixte, produisant à la fois du pain et des viennoiseries. Pour l'heure, c'est la panification qui démarre sur la gamme Toastiligne, des pains de mie blancs, complets ou aux graines. Ces produits sont sans sucre ni matière grasse ajoutée, segment sur lequel l'entreprise se définit comme pionnière.

Le groupe mise également sur une certaine profondeur de gamme comprenant notamment « des pains du monde », tels les wraps, pitas, pains libanais sans sel, une gamme végane sans huile de palme… Il pousse également les feux sur le bio, qui représente désormais 40 % de sa production, avec une part de marché revendiquée de 42 % en France. La Boulangère s'est également engagée dans la démarche Agri-Ethique, initiée par le groupe coopératif vendéen Cavac. Celle-ci implique un approvisionnement français et un engagement sur le prix et la durée auprès des fournisseurs, jusqu'à cinq ans pour le bio. Pour La Boulangère, cette ressource de proximité vaut aussi pour les oeufs et le beurre, acheté en AOC Charentes-Poitou.

Une terre de boulangers

Quatre des sept usines se trouvent en Vendée. Si l'entreprise, filiale du groupe breton Norac, poursuit ses investissements sur ce territoire de quasi-plein-emploi, *« c'est en raison du et de l'expertise en boulangerie qui s'y trouvent, ce qui nous permet d'aller plus vite »*, répond Christophe Aillet. Le chiffre d'affaires atteint 300 millions d'euros, dont 40 % à l'international, en croissance de 7 à 8 % chaque année pour un effectif qui dépassera prochainement les 2.000 salariés.

Emmanuel Guimard (Correspondant à Nantes)

Les MARCHÉS
Pays : FR
Périodicité : Quotidien

Date : 18 octobre 2019
Page de l'article : p.2

L'actualité en bref

France et UE

Biofournil adhère à Agri-Ethique

Le réseau Agri-Ethique compte un nouvel adhérent: Biofournil, spécialiste du pain biologique depuis 40 ans et situé dans le département du Maine-et-Loire. « *Biofournil est une PME de 100 personnes qui fabrique exclusivement des pains bio […] Nous étions déjà engagés depuis 4 ans sur des achats en pluriannuel avec nos fournisseurs historiques de blés bios, Agri-Ethique nous permet donc de garantir l'éthique sur ces achats* », commente Marc Barré, directeur général de Biofournil.

Tous droits réservés à l'éditeur

LOUIS-MARIE BELLOT meunier éthique

Implantée sur son site historique de Saint-Martin-de-Saint-Maixent dans les Deux-Sèvres, Bellot Minoteries fête cette année ses 230 ans. Louis-Marie Bellot, qui a pris les rênes de l'entreprise familiale l'année dernière, incarne parfaitement le nouvel élan du minotier. La preuve avec l'inauguration fin 2018 d'un nouveau site de production pour assurer le développement de nouvelles activités et le lancement de la farine à la marque "C'est qui le Patron ?!"

HONORÉ : **Bellot Minoteries, c'est avant tout une histoire de famille qui date de 1550 ?**

LOUIS-MARIE BELLOT : Oui, nos racines meunières sont profondes. De marchands fariniers en 1550, la famille Bellot est devenue minotière à la faveur d'un mariage qui nous a permis de nous installer sur le moulin de Geoffret au cours du XVIIIe siècle. Devenu bien national après la Révolution, le moulin a alors été racheté en totalité par la famille Bellot. A l'époque, le site comptait 3 moulins (blé, céréales secondaires et écorces de chênes). Les meules sont alors actionnées par l'énergie hydraulique produite par la Sèvre Niortaise et la production est acheminée par charrettes jusqu'à Niort et aux alentours. Ce n'est qu'à la fin de la seconde Guerre Mondiale que Yves et Yvan Bellot ne montent le Moulin Neuf, qui correspondait à la nouvelle génération de minoteries : il est alors doté de cylindres qui remplacent définitivement les meules et est actionné grâce à une turbine. Sa capacité de production est portée à 10 tonnes de blé par 24 heures. Les droits d'écrasement sont alors de 3 600 tonnes.

H. : **C'est votre père, Jean-Paul Bellot qui a poursuivi la modernisation du moulin ?**

LOUIS-MARIE BELLOT : Il a en effet mené notre moulin familial sur le chemin de la modernité avec de nombreuses améliorations techniques, pour porter la production journalière à 60 tonnes en 1988. Notre minoterie a d'ailleurs été le premier moulin certifié ISF (International Food Standard) en France en 2006.

H. : **Vous êtes arrivé à la tête de l'entreprise familiale l'année dernière à l'âge de 27 ans, alors que la meunerie n'était pas particulièrement votre première option ?**

LOUIS-MARIE BELLOT : En effet, je ne me destinais pas à ce métier. Après le bac, j'ai eu un parcours en école de commerce, à l'INSSEC à Bordeaux, et j'ai achèvé ma formation par un Master 2 à l'école de Management de Lyon. Mais c'est avec beaucoup d'envie que je m'engage dans cette aventure, celle de la 16e génération des Minotiers Bellot. Aujourd'hui nous écrasons annuellement 90 000 tonnes de blés et produisons 72 000 tonnes de farines. Depuis 3 ans, nous avons accéléré nos investissements avec plus de 2 M€ injectés dans notre outil de production. Nous devions l'adapter aux attentes spécifiques de nos clients. Près de la moitié de notre chiffre d'affaires (47 %) est réalisée auprès des industries et chaînes de boulangerie. Le reste se répartit pour l'essentiel, et à parts égales (25 %), entre les grandes et moyennes surfaces et les boulangeries artisanales.

> « LA TENDANCE EST CLAIREMENT À UN PRODUIT SAIN, ÉQUITABLE ET DE QUALITÉ »
>
> LOUIS-MARIE BELLOT, MINOTIER

H. : **Cela passe par votre engagement dans la filière CRC® et votre implication avec la marque "C'est qui le Patron ?!" ?**

LOUIS-MARIE BELLOT : Nous avons de grandes ambitions pour notre entreprise, et je veux l'ancrer dans le 21e siècle avec de fortes valeurs sociétales et environnementales : satisfaction totale de nos clients, lean management, transition numérique, construction d'une 3e unité de production, et amélioration des conditions de travail de mes collaborateurs. Le choix de notre engagement dans la filière CRC* et le réseau Agri-Ethique correspond à nos objectifs. La farine pour la marque "C'est qui le Patron ?!" est presque une suite logique.

H. : **Comment avez-vous réussi à devenir leur fournisseur de farine ?**

LOUIS-MARIE BELLOT : Ce fut un peu au hasard ou au culot, comme vous préférez. J'ai contacté par email les équipes de la marque, et rapidement, nous avons rencontré le fondateur, Nicolas Chabanne. Tout est allé très vite. Ils pensaient déjà commercialiser une farine "C'est qui le Patron ?!", nous arrivions au bon moment. Le plus compliqué fut peut-être de convaincre les acteurs de l'amont de la filière… Mais, désormais, nous fournissons depuis mars 2019, une farine T65, qui garantit une juste rémunération aux producteurs, de l'ordre de 205 € la tonne de blé pendant 3 ans. C'est vers de telles valeurs que nous souhaitons porter notre projet d'entreprise à l'horizon 2025 ●

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Courrier de l'ouest
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 87903

Date : 21 octobre 2019

Les échos de l'économie choletaise

Biofournil labellisé « Agri-Éthique »

Se présentant comme « le premier label de commerce équitable 100 % Origine France », Agri-Éthique compte parmi ses membres le « spécialiste du pain biologique depuis 40 ans », Biofournil. La société basée au Puiset-Doré emploie une centaine de salariés. Le directeur général Marc Barré explique qu'avec ce label, Biofournil, *« nous affirmons notre volonté de travailler main dans la main et en toute transparence avec les producteurs. Nous assurons aux consommateurs l'origine et la qualité de nos farines biologiques et garantissons entre autres une juste rémunération de nos producteurs grâce à un contrat fixé sur trois ans. »*

Le Puiset-Doré. L'irrésistible ascension de Biofournil PHOTO : ARCHIVES CO - ALEXANDRE BLAISE

Manitou mise sur l'après-vente

Le leader mondial de la manutention tout-terrain Manitou vient d'inaugurer un centre de formation à Ancenis. L'objectif est de former ses techniciens chargés du service après-vente, plus rentable que la vente de machines, et de la maintenance des engins tout terrain. Le studio high-tech permettra aussi de former à distance ses 1 500 concessionnaires et 28 filiales disséminés dans 40 pays.

Trois Choletais intègrent l'accélérateur de Bpifrance

Une quinzaine de PME de la région présentant un potentiel de croissance vont intégrer la 3e promotion de l'accélérateur de Bpifrance. Parmi elle, la fabricant de mobilier métallique de bureau et d'atelier pour les PME et les collectivités Akaze (Saint-Macaire-en-Mauges), le spécialiste du thermolaquage de produits en aluminium Coloralu (Le May-sur-Evre) et le Verger de la Blottière (Saint-George-des-Gardes). Elles vont être accompagnées pendant deux ans par les équipes de Bpifrance pour leurs projets de croissance externe, d'export et de digitalisation. Les entreprises de la promotion 2017 revendiquent une augmentation moyenne du chiffre d'affaires de +50 %, idem sur l'export. Au niveau du recrutement, la hausse moyenne des effectifs a atteint +32 %.

Graines de Boss : appel à candidature

L'animateur de M6 Julien Courbet a donné dernièrement le coup d'envoi du 16e concours Graines de Boss dans le magazine Capital. Ce concours de création d'entreprise a pour vocation de soutenir les jeunes entrepreneurs en leur offrant un véritable tremplin pour se développer. Les lauréats bénéficieront d'un réseau de grands chefs d'entreprise, présents en France et à l'étranger.
Cette année, un Prix Action Cœur de Ville est lancé en partenariat avec le programme « Action Cœur de Ville » du ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales. Un lauréat par ville participant à ce programme, comme c'est le cas pour Cholet, sera désigné. La remise de prix aura lieu au ministère de l'Économie et des Finances le 16 juin.
Inscriptions : www.grainesdeboss.com.
Envoyez vos informations économiques à fabien.leduc@courrier-ouest.com.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/10/2019
Nb d'auditeurs : 2,7 000 000 auditeurs par mois

Coup de fil à Frédéric Roy, artisan boulanger à Nice

Le boulanger niçois Frédéric Roy explique pourquoi il s'est lancé dans la démarche "agri-éthique", qui permet de mieux rémunérer les agriculteurs, de préserver l'emploi local et d'agir sur l'environnement. Invité(s) : Frédéric Roy

PODCAST :

Double-clic sur l'image

https://rcf.fr

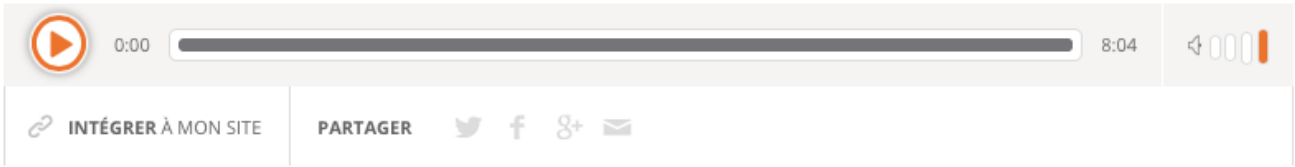
Date : 21/10/2019

Journal local du Lundi 21 Octobre 2019

Présentée par ***Fanny Brevet***

S'ABONNER À L'ÉMISSION | INFOS MATIN | LUNDI 21 OCTOBRE À 8H00 | DURÉE ÉMISSION : 10 MIN

- A une très large majorité, les salariés de Michelin la Roche sur Yon ont choisi d'entamer des consultations avec leur direction. Dès demain, une réunion préparatoire à la négociation est organisée à Clermont-Ferrand.
- Les opposants au port de Brétignolles sur Mer toujours mobilisés. Ils ont manifesté samedi devant la Préfecture à la Roche, et espèrent un moratoire qui viendrait suspendre les travaux.
- Après Facebook et Twitter, le préfet de la Vendée est désormais sur Instagram... L'objectif est que son compte devienne une source d'actualité pour les jeunes qui sont les principaux utilisateurs de ce réseau social.



Podcast : https://rcf.fr/la-matinale/journal-local-du-lundi-21-octobre-2019

Date : 21/10/2019
Nb d'auditeurs : 600 000 auditeurs par mois

Journal local du Lundi 21 Octobre 2019

Présentée par Fanny Brevet

PODCAST :

Les MARCHÉS
Pays : FR
Périodicité : Quotidien

Date : 21 octobre 2019
Page de l'article : p.2

L'actualité en bref.

France et UE

L'Angélus s'engage dans le commerce équitable

A l'occasion du Natexpo, la boulangerie bio L'Angélus et le label de commerce équitable français Agri-Ethique annonceront leur partenariat, indiquent les deux acteurs dans un communiqué. Située dans le département du Maine-et-Loire, la boulangerie veut avoir *« des relations saines et constructives avec [ses] fournisseurs et [ses] clients »*, affirme Marc Barré, directeur général de l'Angélus. *« Au-delà des certifications déjà obtenues en qualité à travers l'IFS, en RSE grâce à Bio Entreprise Durable, nous voulions continuer à avancer sur les démarches en faveur du développement durable et les certifier »*, ajoute-t-il.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Angélus s'engage dans le commerce équitable

La boulangerie bio L'Angélus et le label de commerce équitable français Agri-Éthique ont annoncé leur partenariat dans un communiqué. Située dans le Maine-et-Loire, la boulangerie veut avoir *« des relations saines et constructives avec* [ses] *fournisseurs et* [ses] *clients »*, affirme Marc Barré, son directeur général. *« Nous voulions continuer à avancer sur les démarches en faveur du développement durable et les certifier »*, ajoute-t-il.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 07 novembre 2019
Page de l'article : p.4
Journaliste : Véronique Bargain

Commerce équitable

Créé en 2013, le label Agri-Éthique est aujourd'hui le premier label de commerce équitable français. Les premières filières de f&l se mettent en place avec des légumes secs.

Des légumes secs équitables avec le label Agri-Éthique

Depuis cette saison, l'OP légumes secs de la Cavac propose des légumes secs bio portant le label Agri-Éthique, garant d'un commerce équitable « nord-nord » ou commerce équitable français. Un autre opérateur important en légumes secs devrait aussi adhérer à Agri-Éthique. Et d'autres filières de fruits et légumes frais s'y intéressent. « *Depuis 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire fixe le cadre légal du commerce équitable en France* », a rappelé Ludovic Brindejonc, directeur général Agri-Éthique, lors d'une conférence au salon de la restauration Serbotel (du 20 au 23 octobre à Nantes). Selon le collectif Commerce Équitable France, qui fédère les acteurs français, le commerce équitable repose sur des prix rémunérateurs pour les producteurs, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée, sur un engagement commercial pluriannuel, sur le versement d'un montant pour financer des projets collectifs, sur l'autonomie des producteurs, sur la transparence et la traçabilité des filières et sur la sensibilisation des consommateurs à des modes de production socialement et écologiquement durables. En 2018, 434 M€ de chiffre d'affaires ont été réalisés en France en commerce équitable (+34 %), dont 34 % dans des filières françaises. 47 % des produits sont bio et les cahiers des charges impliquent en général des exigences environnementales fortes. Trois opérateurs assurent l'essentiel des ventes : Agri-Éthique (58 %), Biopartenaire et Biocoop (marque Ensemble). Créé en 2013 par des agriculteurs vendéens, Agri-Éthique rassemble aujourd'hui dix-huit organisations de producteurs (1 300 agriculteurs). En 2018, il a permis 252 M€ (+45 %) de chiffre d'affaires, dont 15-20 % en bio. La première filière développée est celle du blé (80 % du chiffre d'affaires est encore réalisé en boulangerie artisanale). Mais, depuis un an, le label s'est étendu à des filières œufs, viande, lait et désormais légumes. Si l'engagement dans le commerce équitable entraîne peu de plus-value, le public y est sensible. Les contrats pluriannuels permettent aussi de sécuriser les approvisionnements, avec un surcoût en général limité. ■

Ce label entraîne peu de plus-value, mais public et GMS y sont sensibles et le surcoût limité.

Véronique Bargain

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 05/11/2019
Heure : 13:34:12
Journaliste : Véronique Bargain

www.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 25

Visualiser l'article

Des légumes secs équitables avec le label Agri-Éthique

Créé en 2013, le label Agri-Éthique est aujourd'hui le premier label de commerce équitable français. Les premières filières de fruits et légumes se mettent en place avec des légumes secs.

Depuis cette saison, l'OP légumes secs de la Cavac propose des légumes secs bio portant le label Agri-Éthique, garant d'un commerce équitable « nord-nord » ou commerce équitable français. Un autre opérateur important en légumes secs devrait aussi adhérer à Agri-Éthique. Et d'autres filières de fruits et légumes frais s'y intéressent. « *Depuis 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire fixe le cadre légal du commerce équitable en France* », a rappelé Ludovic Brindejonc, directeur général Agri-Éthique, lors d'une conférence au Serbotel (du 20 au 23 octobre à Nantes).

Article avec accès abonnés :https://www.reussir.fr/fruits-legumes/fruits-legumes/fruits-legumes/fruits-legumes/des-legumes-secs-equitables-avec-le-label-agri-ethique

Tous droits réservés à l'éditeur

L'ANGÉLUS

Adhésion au Label Agri-Ethique

La boulangerie 100 % biologique, située dans le Maine-et-Loire, a rejoint le Label de commerce équitable Agri-Ethique. Spécialiste du levain à l'ancienne, l'Angélus propose des pains distribués exclusivement en circuits spécialisés bio. La boulangerie fait le choix d'associer qualité et proximité, en utilisant des farines issues de l'agriculture biologique. Elle privilégie des matières premières provenant d'ingrédients cultivés avec des engrais organiques en quantités limitées, sans produits chimiques de synthèse et sans OGM. La boulangerie choisie également un mode de production et de transformation respectueux de l'environnement et de la biodiversité. Pour Marc Barré, Directeur Général de l'Angélus, « à l'heure des discours flous et ambigus de certains sur leurs relations avec leurs fournisseurs, nous avons voulu certifier nos bonnes pratiques qui sont celles d'une Bio Cohérente, Exigeante et Durable. Nous étions déjà engagés depuis 4 ans sur des achats en pluriannuels avec nos fournisseurs historiques de blés bio, Agri-Éthique nous permet donc de garantir l'éthique sur ces achats. Aujourd'hui, avec le label Agri-Éthique apposé sur nos produits, nous affirmons et communiquons sur notre volonté de travailler main dans la main et en toute transparence avec les producteurs.

Tous droits réservés à l'éditeur

bloc *NOTES*

AGENDA **FRANCE**

►13-14/11
Congrès du maïs, à Toulouse
www.agpm.org

►13-14/11
Conférence « Économies d'eau en irrigation »
https://watersaving.sciencesconf.org/, à Montpellier

►19/11
Terre Innovia
Carrefour Pois et féverole à Paris
www.terresinovia.fr

►19/11
Confédération du commerce de gros et international
Conférence « Une alimentation saine, sûre et durable en restauration collective : c'est possible ! » « Livraison professionnelle en ville & réglementation : quels nouve?aux enjeux ? »

►19-20/11
OrléansOpenAgriFood
www.openagrifood-orleans.org/le-forum-annuel/forum-open-agrifood-2019/

►19-21/11
Congrès des maires, à Paris
www.amf.asso.fr

►20/11
Académie d'agriculture de France
L'Agriculture face à ses défis techniques
www.academie-agriculture.fr

►20-21/11
14e Rencontres de la fertilisation raisonnée et de l'analyse – Comifer-Gemas, à Dijon
https://comifer.asso.fr

►20-22/11
5e édition de Woodchem, congrès international de la chimie du bois, à Nancy
www.woodchem.fr

►21/11
Agri Ethique France
Le commerce équitable, un outil de la transition agro-écologique, à Paris
www.agriethique.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

LINÉAIRES
LE MENSUEL DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 6296

Date : Novembre 2019
Page de l'article : p.122
Journaliste : PATRICIA BACHELIER

UNE NOUVELLE USINE POUR LA BOULANGÈRE

- **Challenger du pain préemballé et de la viennoiserie, La Boulangère a inauguré sa septième usine.**
- **Le nouveau site sortira à terme 40 000 tonnes de produits, dont une partie bio, son fer de lance.**

Environ 30 M€ pour construire U7. Il ne s'agit pas d'un nouveau modèle d'avion-espion américain, mais bien de la septième usine montée par La Boulangère, la quatrième dans sa Vendée natale. Celle-ci est implantée à La Chaize-le-Vicomte, où elle occupe un terrain de 10 ha, avec 15 000 m² de bâtiment, dont 5 000 m² d'entrepôt logistique.

Inaugurée en grande pompe le mois dernier, U7 a démarré en juin avec une ligne de production dédiée au pain de mie tournant en 1x8 avec 37 collaborateurs. Elle fonctionnera en 2x8 en janvier et accueillera une seconde ligne dans un an permettant la fabrication de viennoiseries. Avec à terme six à sept lignes capables de sortir 40 000 tonnes de produits grâce à 300 employés.

La Boulangère s'inscrit à plein dans le schéma industriel du groupe Norac. Lequel compte aussi Daunat, Le Ster ou encore Dessaint comme filiales et dimensionne ses usines avec 300 à 400 salariés. « *C'est un effectif qui permet au directeur de rester proche de ses équipes tout en disposant d'un outil performant avec des volumes importants et une productivité élevée*, explique Bruno Caron, le dirigeant fondateur du groupe. *Démultiplier les usines à taille humaine offre aussi un gros avantage en matière de sécurité, en cas d'incendie par exemple. Enfin, cela favorise les comparaisons et les échanges de bonnes pratiques sur un même métier.* »

Les deux précédentes créations de sites La Boulangère remontent à 1999 à Mortagne-sur-Sèvre pour la viennoiserie et Sainte-Hermine en 2000 pour le pain de mie. La nouvelle usine est donc la première à réunir les deux savoir-faire de l'entreprise. Tout sauf anecdotique pour une marque qui a opéré pendant 15 ans sur deux rayons via deux entités autonomes – Pain concept et La Boulangère. Avec des produits au look pas vraiment homogène, conçus et vendus par des équipes marketing et commerciales différentes.

Moose & Cie

Christophe Aillet, DG de La Boulangère, l'affirme : « *D'après les panels, La Boulangère est la marque qui a généré le plus gros gain de chiffre d'affaires en bio cette année en PGC.* »

Créée en 2005, Toastiligne est une gamme sans sucres ajoutés ni matière grasse. Elle est fabriquée dans la nouvelle usine de La Chaize-le-Vicomte qui a démarré en juin.

PRÈS DE 30 M€ EN BIO

« *La fusion a eu lieu en 2017 et tous les produits adoptent la même identité depuis septembre 2018* », précise Christophe Aillet, le DG de La Boulangère. Les ventes sous cette signature représentent 25 % du chiffre d'affaires, sur un total de 300 M€, et affichent une croissance de 8 %.

Encore modeste challenger de la viennoiserie et du pain préemballé avec respectivement 4 à 8 % de part de marché, La Boulangère est leader sur le bio. Elle occupe le créneau depuis 2001 sur le pain de mie (2009 sur les brioches) et signe 23 codes réalisant près de 30 M€ de chiffre d'affaires. Ce qui en fait la première marque d'épicerie conventionnelle sur le bio tous rayons confondus.

Mais au-delà du bio, le Vendéen est en pointe sur les engagements durables et responsables. Tous les produits signés La Boulangère sont fabriqués avec du blé et des œufs plein air issus du commerce équitable français labellisés Agri-éthique.

L'approvisionnement est local, y compris pour le beurre, qui est AOP Charentes-Poitou dans les viennoiseries conventionnelles. « *Nous espérons bien pouvoir rapidement inscrire le beurre dans cette démarche équitable* », précise Pascal Pubert, le DG adjoint. L'un des fournisseurs, Eurial, n'est qu'à 25 km de la nouvelle usine U7. ●

PATRICIA BACHELIER

Tous droits réservés à l'éditeur

LE MONDE DES Boulangers

Date : 12/11/2019
Heure : 16:17:59

www.lemondedesboulangers.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Du neuf aux Minoteries du Château

Le site repris par Bertrand Girardeau en août 2012 s'agrandit et la production de farine de cette minoterie passe de 150 à 450 tonnes/jour.

Du nouveau aux Minoteries du Château, à Ernée, en Mayenne ! L'agrandissement du site et des locaux de production a été l'occasion de visiter la minoterie et de découvrir en même temps l'art et la manière de fabriquer les différentes farines. Tout au long d'une journée portes ouvertes, des farines de qualité ont été mises à l'honneur à travers des pains réalisés sur place : farines label Rouge, farines CRC© (culture raisonnable contrôlée)… La nouvelle charte graphique des Minoteries du Château valorise l'ancrage local du moulin.

Valoriser la démarche CRC©

Les Minoteries du Château ont mis en avant la démarche CRC©, la filière **Agri-Éthique** et la CAPL (coopérative des Pays de la Loire), qui ont été présentes tout au long de la journée pour présenter leur démarche et leur rôle dans la filière. Aujourd'hui, les Minoteries du Château disposent d'un fournil d'essai et d'une antenne au centre de formation atelier M'Alice. Chaque jour, les 35 salariés de l'entreprise veillent à fournir des farines et des services de qualité à tous leurs clients, dont principalement des artisans boulangers-pâtissiers.

Tous droits réservés à l'éditeur

bloc NOTES

n°3717
Semaine du 18 novembre 2019

AGENDA **FRANCE**

►19/11
Terre Innovia
Carrefour Pois et féverole à Paris
www.terresinovia.fr

►19/11
Confédération du commerce de gros et international
Conférence « Une alimentation saine, sûre et durable en restauration collective : c'est possible ! » « Livraison professionnelle en ville & réglementation : quels nouve?aux enjeux ? »

►19-20/11
OrléansOpenAgriFood
www.openagrifood-orleans.org/le-forum-annuel/forum-open-agrifood-2019/

►19-21/11
Congrès des maires, à Paris
www.amf.asso.fr

►20/11
Académie d'agriculture de France
L'Agriculture face à ses défis techniques
www.academie-agriculture.fr

►20-21/11
14e Rencontres de la fertilisation raisonnée et de l'analyse – Comifer-Gemas, à Dijon
https://comifer.asso.fr

►20-22/11
5e édition de Woodchem, congrès international de la chimie du bois, à Nancy
www.woodchem.fr

►21/11
Agri Ethique France
Le commerce équitable, un outil de la transition agro-écologique, à Paris
www.agriethique.fr

►22/11
Journée « Saisonnalité et contre-saisonnalité pour une alimentation durable », organisée par l'Inra et étéicos, à Ivry/Seine
www6.versailles-grignon.inra.fr

►25-26/11
Journée d'études « Penser l'autonomie en agriculture: entre revendications et injonctions », - Sciences Sociales & Agricultures, à Dijon
www.sad.inra.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

www.agra.fr
Pays : France
Dynamisme : 18

Visualiser l'article

Le commerce équitable, un outil de la transition agro-écologique

jeudi, 21. novembre 2019

Organisée par Agri Ethique France
Pour plus d'informations sur www.agriethique.fr

Lieu: Paris

Tous droits réservés à l'éditeur

Agenda de la semaine agricole du 18/11/2019

Mardi 19 novembre
Open Agri Food, à Orléans jusqu'à mercredi
Vote du PLF 2020 à l'Assemblée nationale
Vote du PLFSS 2020 au Sénat
Début de l'examen du PLF 2020 au Sénat (commissions)
Début de l'examen du PJL de lutte contre le gaspillage à l'Assemblée nationale (commissions)
Journée de Terres Inovia sur le pois et la féverole
Salon des maires, jusqu'à jeudi

Mercredi 20 novembre
Rencontres de la fertilisation raisonnée, à Dijon
Présentation du rapport d'information sur la filière française des biocarburants (Assemblée)

Jeudi 21 novembre
Rencontres Agri Ethique France

Vendredi 22 novembre
Conférence de presse de Natup, Groupama et Bioline sur le produit Protélis

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Quotidien

Date : 20 novembre 2019
Journaliste : ngu/etr/soe/mcj

20/11/2019 11:32:04

Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22% par rapport à 2017 "et un triplement en trois ans", se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

"Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4.500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8.000 aujourd'hui", indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, oeufs, lait et plantes aromatiques...: la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53% des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

"Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative", explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.

Si elle loue une "filière très vertueuse", elle appelle à "être vigilant à bien garder le cap" en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

Tous droits réservés à l'éditeur

"Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable", confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

"On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien +marketées+, mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit", renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

"Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants", appuie Mme Péloquin.

Autre danger: les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains "font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable", affirme Julie Stoll.

"Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir", ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

"Sur les filières internationales, les produits sont bios à hauteur de 85%. Sur les filières françaises, on est à 47% et ce pourcentage s'accélère", conclut-elle.

ngu/etr/soe/mcj

Tous droits réservés à l'éditeur

20/11/2019 11:32:04

Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22% par rapport à 2017 "et un triplement en trois ans", se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

"Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4.500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8.000 aujourd'hui", indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, oeufs, lait et plantes aromatiques...: la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53% des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

"Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative", explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.

Si elle loue une "filière très vertueuse", elle appelle à "être vigilant à bien garder le cap" en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

Tous droits réservés à l'éditeur

"Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable", confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

"On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien +marketées+, mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit", renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

"Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants", appuie Mme Péloquin.

Autre danger: les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains "font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable", affirme Julie Stoll.

"Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir", ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

"Sur les filières internationales, les produits sont bios à hauteur de 85%. Sur les filières françaises, on est à 47% et ce pourcentage s'accélère", conclut-elle.

ngu/etr/soe/mcj

DANONE

Tous droits réservés à l'éditeur

Agri Mutuel

www.agri-mutuel.com
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

Un succès qui suscite des convoitises

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017 « et un triplement en trois ans », se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

« Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4 500 bénéficiaires, on est à 8 000 aujourd'hui », indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, œufs, lait et plantes aromatiques… : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

Levier environnemental
« Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative », explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.Si elle loue une « filière très vertueuse », elle appelle à « être vigilant à bien garder le cap » en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

« Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable », confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

« On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien « marketées », mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit », renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'**Agri-Ethique,** un label regroupant notamment 615 boulangeries.

« Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants », appuie Mme Péloquin.

Autre danger : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains « font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable », affirme Julie Stoll.

« Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir », ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

« Sur les filières internationales, les produits sont bio à hauteur de 85 %. Sur les filières françaises, on est à 47 % et ce pourcentage s'accélère », conclut-elle.

AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terre-net.fr
Pays : France
Dynamisme : 8

Visualiser l'article

Un succès qui suscite des convoitises

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

S i la filière du **commerce équitable de produits agricoles** concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017 « et un triplement en trois ans », se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de **Commerce équitable France** (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

« Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4 500 bénéficiaires, on est à 8 000 aujourd'hui », indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, œufs, lait et plantes aromatiques... : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

Levier environnemental
« Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative », explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.
Si elle loue une « filière très vertueuse », elle appelle à « être vigilant à bien garder le cap » en termes de **revenus des producteurs** et de réciprocité des engagements.

« Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable », confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans **les négociations sur les prix** , au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

Tous droits réservés à l'éditeur

« On voit fleurir un certain nombre de **démarches dites équitables** , durables, responsables, qui sont très bien "marketées", mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit », renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d' Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries .

« Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants », appuie Mme Péloquin.

Autre danger : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains « font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable », affirme Julie Stoll.

« Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir », ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

« Sur les filières internationales, les produits sont bio à hauteur de 85 %. Sur les filières françaises, on est à 47 % et ce pourcentage s'accélère », conclut-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

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

Visualiser l'article

Le point sur le commerce équitable agricole en France

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du **commerce équitable de produits agricoles** concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017 « et un triplement en trois ans », se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de **Commerce équitable France** (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

« Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4 500 bénéficiaires, on est à 8 000 aujourd'hui », indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, œufs, lait et plantes aromatiques... : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

Levier environnemental
« Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative », explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.
Si elle loue une « filière très vertueuse », elle appelle à « être vigilant à bien garder le cap » en termes de **revenus des producteurs** et de réciprocité des engagements.

« Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable », confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans **les négociations**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

« On voit fleurir un certain nombre de **démarches dites équitables**, durables, responsables, qui sont très bien "marketées", mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit », renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'**Agri-Ethique**, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

« Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants », appuie Mme Péloquin.

Autre danger : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains « font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable », affirme Julie Stoll.

« Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir », ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

« Sur les filières internationales, les produits sont bio à hauteur de 85 %. Sur les filières françaises, on est à 47 % et ce pourcentage s'accélère », conclut-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.linfodurable.fr
Pays : France
Dynamisme : 13

Visualiser l'article

Commerce agricole équitable: un succès qui suscite des convoitises

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22% par rapport à 2017 "et un triplement en trois ans", se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise vendredi à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

"Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4.500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8.000 aujourd'hui", indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF.

Fruits et légumes, céréales, viande, oeufs, lait et plantes aromatiques...: la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53% des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

- Levier environnemental -

"Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative", explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Si elle loue une "filière très vertueuse", elle appelle à "être vigilant à bien garder le cap" en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

"Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable", confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

"On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien +marketées+, mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit", renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

"Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants", appuie Mme Péloquin.

Autre danger: les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains "font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable", affirme Julie Stoll.

"Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir", ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

"Sur les filières internationales, les produits sont bios à hauteur de 85%. Sur les filières françaises, on est à 47% et ce pourcentage s'accélère", conclut-elle.

ngu/etr/soe/mcj

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le label Agri-Ethique en plein boom

Avec une croissance de 45% en un an, le label Agri-Ethique, qui repose sur des accords tripartites et un prix garanti aux producteurs, entend développer le commerce équitable 100% français.

A la veille des Assises nationales du commerce équitable origine France, qui se tiennent le 22 novembre à Paris, le label Agri-Ethique dresse le bilan de ses six ans d'existence. Initié par le groupe coopératif Cavac (Vendée), ce label repose sur des accords tripartites garantissant des prix sur trois ans minimum. Il représente aujourd'hui 58% des ventes de produits issus du commerce équitable français, soit 252 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et la tendance est au dynamisme puisque ces ventes ont bondi de +45% en un an.

La démarche, initiée en 2013, s'est d'abord portée sur la filière blé, afin d'apporter une sécurité face à la volatilité des prix. Aujourd'hui, ce sont 15 organismes stockeurs, 19 moulins et plus de 600 boulangeries un peu partout en France qui sont impliqués dans ce label. Pour chaque contrat, les prix garantis sont élaborés à partir des coûts de production dans la région concernée, tout en tenant compte des caractéristiques des exploitations agricoles du secteur. *« Ce qui est essentiel dans notre démarche, c'est que le prix garanti soit décidé avec les organisations de producteurs et qu'il convienne aux producteurs »* , indique Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Ethique et directeur du pôle développement durable de la Cavac.

« Le label n'est pas là uniquement pour certifier des produits, il est aussi là pour accompagner la structuration des filières » , fait-il également savoir. La juste rémunération des producteurs, la préservation de l'emploi

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

local et la réduction de l'impact environnemental sont les trois piliers de cette démarche solidaire. Fort de son succès avec la filière blé, Agri-Ethique se décline désormais dans d'autres filières comme les œufs, le lait, le porc et les légumes secs et concerne 1300 agriculteurs et éleveurs français.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.pleinchamp.com
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Commerce agricole équitable : un succès qui suscite des convoitises

Pleinchamp avec l'AFP

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus d'agriculteurs de vivre correctement, un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères. En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22% par rapport à 2017 *"et un triplement en trois ans",* se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise le 22 novembre à Paris les assises nationales. Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu

Tous droits réservés à l'éditeur

dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

"Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4.500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8.000 aujourd'hui", indique à l'AFP Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF. Fruits et légumes, céréales, viande, oeufs, lait et plantes aromatiques : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés. Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53% des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

Levier environnemental

"Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative", explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux. Si elle loue une *"filière très vertueuse* ", elle appelle à *"être vigilant à bien garder le cap"* en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements. *"Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable",* confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production. *"On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien marketées, mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit",* renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

"Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants", appuie Mme Péloquin. Autre danger : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains *"font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable",* affirme Julie Stoll. *"Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir",* ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale. *"Sur les filières internationales, les produits sont bios à hauteur de 85%. Sur les filières françaises, on est à 47% et ce pourcentage s'accélère"* , conclut-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Courrier de l'ouest

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 87903

Date : 21 novembre 2019

FRANCE-MONDE

Un commerce agricole plus équitable

Le commerce agricole équitable permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer.

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement. Un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

La filière lait pourrait connaître un bond en avant

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017 « *et un triplement en trois ans* », se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise demain à Paris les assises nationales.

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

« *Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4 500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8 000 aujourd'hui* », indique Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF. Fruits et légumes, céréales, viande, œufs, lait et plantes aromatiques… : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

« *Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative* », explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.

Si elle loue une « *filière très vertueuse* », elle appelle à « *être vigilant à bien garder le cap* » en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

« *Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable* », confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms. « *Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir* », ajoute Julie Stoll, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

Ce sont aujourd'hui plus de 8 000 agriculteurs qui ont rejoint la filière équitable. PHOTO : AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Courrier de l'ouest

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 87903

Date : 21 novembre 2019

Un autre danger guette la filière : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains « font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable », affirme Julie Stoll.

PHOTO : AFP

Engagements des deux côtés

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production.

« *On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien « marketées », mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit* », renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.

« *Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants* », appuie Mme Péloquin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le commerce équitable gagne du terrain

« En 2016 on devait expliquer pourquoi l'outil [le **commerce équitable**] était utile en France maintenant c'est plus évident. » Voici une phrase entendue à plusieurs reprises lors des **assises nationales du commerce équitable origine France**, le 22 novembre 2019.

Depuis la loi économie sociale et solidaire de 2014, de nombreux acteurs économiques se sont emparés des outils du commerce équitable à l'échelle française. Les ventes ont d'ailleurs été multipliées par 4 depuis 2015, selon les chiffres présentés par **Commerce équitable France**, une plateforme qui réunit des entreprises, les principaux labels présents sur le marché français, des distributeurs, des ONG…

« Un cadre légal a été fixé et cela a permis de parler de **commerce équitable avec les producteurs français** », se félicite Julie Maisonhaute, responsable filières françaises et territoires pour la plateforme.

8 000 agriculteurs engagés dans les filières

Les ventes issues du commerce équitable origine France affichent une progression de 34 % sur 2018. Elles représentent un chiffre d'affaires de 434 millions d'euros, détaille Commerce équitable France.

Plus de 65 groupements de producteurs sont engagés dans la démarche, soit plus de plus de 8 000 agriculteurs. 7 filières de production sont concernées pour l'instant : **céréales, légumineuses, huiles, fruits et légumes, viandes porcine, bovine et de volaille, œufs, lait et plantes aromatiques**. 47 % des produits ont un double label, et respectent à la fois les engagements du commerce équitable et de l'**agriculture biologique**.

Ces chiffres correspondent aux ventes réalisées par les trois labels existants pour les produits origine France, **Agri-Éthique France**, **Fair for life** et **Biopartenaire**, et deux marques ayant une démarche de commerce équitable bien structurée, **Paysans d'ici**

Tous droits réservés à l'éditeur

(Éthiquable) et **Ensemble (Biocoop)**.

Une démarche encadrée

La loi économie sociale et solidaire de 2014 a permis de fixer une définition dite universelle du commerce équitable en précisant les six engagements de la démarche :

• Une **organisation collective des producteurs** et une gouvernance démocratique.

• Un **partenariat commercial** pluriannuel sur moins 3 ans.

• Un **prix rémunérateur** qui prend en compte le calcul des **coûts de productions du producteur** et une négociation équilibrée.

• La mise en place d'un fonds de développement pour financer des **projets collectifs**.

• La **traçabilité** et la transparence de filières vis-à-vis des consommateurs.

• La sensibilisation et l'éducation des consommateurs aux **modes de production socialement et environnementalement durables**.

Des engagements qui ne sont pas sans rappeler les objectifs que s'était fixés le gouvernement lors des États-généraux de l'alimentation.

Marie Salset

Focus sur Agri-éthique France

Le label **Agri-éthique France** existe depuis 2013, à l'instigation de la **Cavac**, coopérative vendéenne. Il est l'un des trois labels de **commerce équitable origine France**, dont il représente 58 % des parts de marché, soit 252 millions d'euros en 2018. Ses ventes ont progressé de 45 % en un an. Sur les bases des engagements du commerce équitable, ce label repose sur trois piliers : **garantir un revenu aux agriculteurs**, préserver l'**emploi local** sur le territoire et soutenir les **pratiques sociétales, environnementales écoresponsables**.

« Les États-généraux de l'alimentation (EGA) ont eu un effet positif. Nous avons le sentiment qu'un mouvement de fond a été initié. Cela a incité les industriels à se poser des questions. Mais nous ne constatons pas d'action très concrète de la part des enseignes pour l'instant », constate Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique France.

1 295 producteurs dans toute la France

19 organisations de producteurs, ce qui représente 1 295 agriculteurs dans toute la France, sont engagées dans une filière Agri-éthique France. « Notre démarche est une démarche globale d'accompagnement des filières et pas simplement de labellisation. Nous accompagnons les acteurs des filières dans la sensibilisation au commerce équitable auprès du grand public et nous les aidons à structurer les filières, notamment par la mise en relation des acteurs distributeurs, transformateurs, producteurs », relève Ludovic Brindejonc.

Tous droits réservés à l'éditeur

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

Date : 25 novembre 2019
Journaliste : Stéphanie Ayrault

Agri-Éthique, 252 M€ et un logo modernisé

Facebook Twitter LinkedIn Email Par Stéphanie Ayrault - Publié le 22/11/2019

Agri-Éthique, le premier label de commerce équitable 100 % français, a affiché, le 21 novembre, des chiffres en hausse pour 2018, à l'occasion de la cinquième édition de ce label de commerce équitable (CE) 100 % français. Les ventes s'élèvent à 252 M€ pour 2018, en hausse de 45 % sur un an, soit 58 % des ventes de produits du CE Nord-Nord en France. 15 % des produits sont également certifiés en bio, soit moins que la moyenne nationale qui s'élève à 48 %.
Le label concerne 1295 agriculteurs, rassemblés dans 19 organisations de producteurs et 162 références alimentaires.

Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-Éthique

Renforcer la communication

En 2020, Agri-Éthique sera présent pour la première fois au salon de l'agriculture. « Nous avons dédié un budget de 50 000 euros, pour un stand de 24 m², indique Ludovic Brindejonc, directeur d'Agri-Éthique. Notre objectif est de faire connaitre le label. »
Le chiffre d'affaires s'élève à 790 000 euros pour un résultat de 90 000 euros. 90 % des recettes viennent des cotisations et 10 % de la vente d'outils de communication. 46 % des ressources sont ensuite investies dans la communication et la sensibilisation du grand public, 28 % va à l'accompagnement des partenaires.

« C'est l'une des priorités du label qui fonde sa démarche sur la co-construction avec les agriculteurs. Rien ne doit être imposé », a martelé Franck Bluteau, président d'Agri-Éthique et par ailleurs administrateur de la Cavac.
Le label fait également peau neuve, avec un nouveau logo créé par l'Agence de communication Pixelis.

Tous droits réservés à l'éditeur

Agri Mutuel

www.agri-mutuel.com
Pays : France
Dynamisme : 9

Visualiser l'article

Le label Agri-éthique en plein essor

Initiée en 2013, la démarche Agri-éthique, qui vise à rémunérer les agriculteurs au prix juste, connaît un développement exemplaire, avec une croissance de son chiffre d'affaires de + 45 % entre 2017 et 2018. Cinq filières sont désormais concernées par la démarche : les céréales, le lait, les œufs, le porc et les légumes secs.

Lancée d'abord pour le blé par la coopérative vendéenne Cavac en 2013, la démarche Agri-éthique a pour objectif de garantir aux producteurs une juste rémunération, grâce à des accords tripartites qui assurent les prix aux agriculteurs pendant trois ans au minimum, sur des volumes déterminés.

Désormais affiché sur 162 références alimentaires, le label Agri-Ethique séduit de plus en plus les consommateurs : entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires a progressé de + 45 %, atteignant 252 millions d'euros, a indiqué Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, à l'occasion des rencontres organisées par le label le 21 novembre.

Après six ans d'existence, la démarche compte désormais 1 295 producteurs agricoles dans cinq filières (céréales, lait, œufs, porc et légumes secs), 19 organisations de producteurs, et un réseau de commercialisation qui prend de l'ampleur, rejoint tous les ans par de nouveaux partenaires.

Le principal acteur du commerce équitable 100 % français
Pour Ludovic Brindejonc, l'un des objectifs du label est aussi « d'accompagner la structuration des filières ». Agri-éthique travaille avec les organisations de producteurs pour définir des prix rémunérateurs, en fonction des coûts de production.

Le label Agri-éthique a intégré en 2018 le collectif Commerce Équitable France, qui réunit les principaux acteurs français engagés dans le commerce équitable pour les filières internationales « Nord-Sud », comme pour les filières françaises « Nord-Nord ».

Agri-éthique représente ainsi 58 % du chiffre d'affaires du commerce équitable Nord-Nord. En un an, le commerce équitable français total a progressé de 34 %, tiré par la demande de consommateurs plus attentifs à l'impact de leur acte d'achat. Pour augmenter encore davantage sa visibilité et poursuivre son développement, Agri-éthique renouvelle également son logo en mettant en avant le « fier trade » et le commerce équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Commerce équitable français Le label Agri-éthique en plein essor

Initiée en 2013, la démarche Agri-éthique, qui vise à rémunérer les agriculteurs au prix juste, connaît un développement exemplaire, avec une croissance de son chiffre d'affaires de + 45 % entre 2017 et 2018. Cinq filières sont désormais concernées par la démarche : les céréales, le lait, les œufs, le porc et les légumes secs.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, lors des rencontres organisées par le label le 21 novembre (©Terre-net Media)

Lancée d'abord pour le blé par la coopérative vendéenne Cavac en 2013, la démarche Agri-éthique a pour objectif de garantir aux producteurs une juste rémunération, grâce à des accords tripartites qui assurent les prix aux agriculteurs pendant trois ans au minimum, sur des volumes déterminés.

Désormais affiché sur 162 références alimentaires, le label Agri-Ethique séduit de plus en plus les consommateurs : entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires a progressé de + 45 %, atteignant 252 millions d'euros, a indiqué Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, à l'occasion des rencontres organisées par le label le 21 novembre.

Après six ans d'existence, la démarche compte désormais 1 295 producteurs agricoles dans cinq filières (céréales, lait, œufs, porc et légumes secs), 19 organisations de producteurs, et un réseau de commercialisation qui prend de l'ampleur, rejoint tous les ans par de nouveaux partenaires.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le principal acteur du commerce équitable 100 % français
Pour Ludovic Brindejonc, l'un des objectifs du label est aussi « d'accompagner la structuration des filières ». Agri-éthique travaille avec les organisations de producteurs pour définir des prix rémunérateurs, en fonction des coûts de production.

Le label Agri-éthique a intégré en 2018 le collectif Commerce Équitable France, qui réunit les principaux acteurs français engagés dans le commerce équitable pour les filières internationales « Nord-Sud », comme pour les filières françaises « Nord-Nord ».

Agri-éthique représente ainsi 58 % du chiffre d'affaires du commerce équitable Nord-Nord. En un an, le commerce équitable français total a progressé de 34 %, tiré par la demande de consommateurs plus attentifs à l'impact de leur acte d'achat. Pour augmenter encore davantage sa visibilité et poursuivre son développement, Agri-éthique renouvelle également son logo en mettant en avant le « fier trade » et le commerce équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/11/2019
Heure : 16:16:45
Journaliste : Delphine Jeanne

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

Visualiser l'article

Le label Agri-éthique en plein essor

Initiée en 2013, la démarche Agri-éthique, qui vise à rémunérer les agriculteurs au prix juste, connaît un développement exemplaire, avec une croissance de son chiffre d'affaires de + 45 % entre 2017 et 2018. Cinq filières sont désormais concernées par la démarche : les céréales, le lait, les ½ufs, le porc et les légumes secs.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, lors des rencontres organisées par le label le 21 novembre (©Terre-net Media)

Lancée d'abord pour le blé par la coopérative vendéenne Cavac en 2013, la démarche **Agri-éthique** a pour objectif de garantir aux producteurs une juste rémunération, grâce à des accords tripartites qui assurent les **prix** aux agriculteurs pendant trois ans au minimum, sur des volumes déterminés.

Désormais affiché sur 162 références alimentaires, le label Agri-Ethique séduit de plus en plus les consommateurs : entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires a progressé de + 45 %, atteignant 252 millions d'euros, a indiqué Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, à l'occasion des rencontres organisées par le label le 21 novembre.

Après six ans d'existence, la démarche compte désormais 1 295 **producteurs** agricoles dans cinq filières (**céréales**, lait, œufs, porc et légumes secs), 19 organisations de producteurs, et un réseau de commercialisation qui prend de l'ampleur, rejoint tous les ans par de nouveaux partenaires.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le principal acteur du commerce équitable 100 % français
Pour Ludovic Brindejonc, l'un des objectifs du label est aussi « d'accompagner la structuration des filières ». Agri-éthique travaille avec les organisations de producteurs pour définir des prix rémunérateurs, en fonction des coûts de production.

Le label Agri-éthique a intégré en 2018 le collectif Commerce Équitable France, qui réunit les principaux acteurs français engagés dans le commerce équitable pour les filières internationales « Nord-Sud », comme pour les filières françaises « Nord-Nord ».

Agri-éthique représente ainsi 58 % du chiffre d'affaires du **commerce équitable** Nord-Nord. En un an, le commerce équitable français total a progressé de 34 %, tiré par la demande de consommateurs plus attentifs à l'impact de leur acte d'achat. Pour augmenter encore davantage sa visibilité et poursuivre son développement, Agri-éthique renouvelle également son logo en mettant en avant le « fier trade » et le commerce équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE MONDE DES BOULANGERS PATISSIERS
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 38973

Date : Novembre 2019
Page de l'article : p.15

Du neuf aux Minoteries du Château

Le site repris par Bertrand Girardeau en août 2012 s'agrandit et la production de farine de cette minoterie passe de 150 à 450 tonnes/jour.

Du nouveau aux Minoteries du Château, à Ernée, en Mayenne ! L'agrandissement du site et des locaux de production a été l'occasion de visiter la minoterie et de découvrir en même temps l'art et la manière de fabriquer les différentes farines. Tout au long d'une journée portes ouvertes, des farines de qualité ont été mises à l'honneur à travers des pains réalisés sur place : farines label Rouge, farines CRC© (culture raisonnable contrôlée)... La nouvelle charte graphique des Minoteries du Château valorise l'ancrage local du moulin.

Valoriser la démarche CRC©

Les Minoteries du Château ont mis en avant la démarche CRC©, la filière Agri-Éthique et la CAPL (coopérative des Pays de la Loire), qui ont été présentes tout au long de la journée pour présenter leur démarche et leur rôle dans la filière. Aujourd'hui, les Minoteries du Château disposent d'un fournil d'essai et d'une antenne au centre de formation atelier M'Alice. Chaque jour, les 35 salariés de l'entreprise veillent à fournir des farines et des services de qualité à tous leurs clients, dont principalement des artisans boulangers-pâtissiers.

Tous droits réservés à l'éditeur

Agri Mutuel

www.agri-mutuel.com
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Le label Agri-éthique en plein essor

TNC

Initiée en 2013, la démarche Agri-éthique, qui vise à rémunérer les agriculteurs au prix juste, connaît un développement exemplaire, avec une croissance de son chiffre d'affaires de + 45 % entre 2017 et 2018. Cinq filières sont désormais concernées par la démarche : les céréales, le lait, les œufs, le porc et les légumes secs.

Lancée d'abord pour le blé par la coopérative vendéenne Cavac en 2013, la démarche Agri-éthique a pour objectif de garantir aux producteurs une juste rémunération, grâce à des accords tripartites qui assurent les prix aux agriculteurs pendant trois ans au minimum, sur des volumes déterminés.

Désormais affiché sur 162 références alimentaires, le label Agri-Ethique séduit de plus en plus les consommateurs : entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires a progressé de + 45 %, atteignant 252 millions d'euros, a indiqué Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-éthique, à l'occasion des rencontres organisées par le label le 21 novembre.

Après six ans d'existence, la démarche compte désormais 1 295 producteurs agricoles dans cinq filières (céréales, lait, œufs, porc et légumes secs), 19 organisations de producteurs, et un réseau de commercialisation qui prend de l'ampleur, rejoint tous les ans par de nouveaux partenaires.

Le principal acteur du commerce équitable 100 % français
Pour Ludovic Brindejonc, l'un des objectifs du label est aussi « d'accompagner la structuration des filières ». Agri-éthique travaille avec les organisations de producteurs pour définir des prix rémunérateurs, en fonction des coûts de production.

Le label Agri-éthique a intégré en 2018 le collectif Commerce Équitable France, qui réunit les principaux acteurs français engagés dans le commerce équitable pour les filières internationales « Nord-Sud », comme pour les filières françaises « Nord-Nord ».

Agri-éthique représente ainsi 58 % du chiffre d'affaires du commerce équitable Nord-Nord. En un an, le commerce équitable français total a progressé de 34 %, tiré par la demande de consommateurs plus attentifs à l'impact de leur acte d'achat. Pour augmenter encore davantage sa visibilité et poursuivre son développement, Agri-éthique renouvelle également son logo en mettant en avant le « fier trade » et le commerce équitable.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 novembre 2019
Page de l'article : p.56
Journaliste : S. LAV.

Dossier

TOP 50 DES PGC

Le goûter porté par le « bien-manger »

La catégorie reste très ancrée dans les foyers, avec 95 % des enfants qui goûtent tous les jours, chez eux ou à l'extérieur. Les formats de poche sont toujours privilégiés, et ce même pour une consommation à domicile. Avec une progression très forte du bio et une attention croissante portée à la composition et à l'origine des aliments. Car si 93 % des Français associent l'alimentation au plaisir, ils sont 91 % (+ 7 %) à penser qu'elle joue aussi un rôle sur la santé. Dans les biscuits, le bio a crû de 17 %, en cumul annuel mobile à P3 2019. Avec, en GMS, **l'apparition de nouvelles marques bio, comme L'Appétisserie chez Bjorg,** ou Naten du groupe ABCD Nutrition. Le goûter a aussi profité des engagements équitables ou locaux, à travers le programme Harmony de Mondelez ou de la labellisation Agri-Éthique pour La Boulangère. Autres leviers majeurs : la communication et l'animation. Avec de la publicité télévisée, mais aussi des programmes sur le digital. **S. LAV.**

41

GOÛTERS

+3,9 %
L'évolution en valeur, à **452,3 M €**

-0,7 %
L'évolution en volume

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095

Date : 28 novembre 2019
Page de l'article : p.52
Journaliste : S. LAV.

Dossier

La farine lève à nouveau

Petit segment de 150 millions d'euros, la farine est partie à la reconquête des consommateurs, avec le retour des produits bruts et sains. Leader du marché (34,5 % en valeur) Francine, qui a performé en 2018 avec sa farine d'épeautre, a lancé en 2019 une farine à pain bio multigraines. Axiane Meunerie, deuxième acteur de la catégorie, a sorti en avril une farine Label Rouge et une autre durable, Savoir Terre, issue du blé produit par les agriculteurs du Centre-Val de Loire signataires d'une charte de bonnes pratiques. De son côté, Bellot Minoteries, entreprise familiale implantée dans les Deux-Sèvres où elle dispose d'un moulin d'une capacité de 75000 tonnes par an, est devenue le fournisseur exclusif de **C'est qui le patron ?! Cette farine T65 est un produit équitable,** certifiée Agri-Éthique sans OGM ni additifs, issue de l'agriculture raisonnée et avec un sachet recyclable. Elle est commercialisée depuis mars à 1,36 € le kilo, soit trois fois le prix d'une farine premier prix. **S. LAV.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Particulier Hors-série
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.18-21

Un commerce équitable pour des achats engagés

Dans le dictionnaire, le mot équitable définit un élément « conforme à l'équité, à la justice ». Appliqué au commerce, il est synonyme de relations plus respectueuses avec les producteurs, qui se voient garantir des prix stables et rémunérateurs pour vivre dignement de leur travail. Le tout en adoptant des modes de production respectueux de leur environnement. Donc, au-delà du seul critère économique, le commerce équitable s'étend également aux domaines social et environnemental. Cela le rend d'autant plus attrayant aujourd'hui, à l'heure où les consommateurs s'interrogent de plus en plus sur le contenu de leurs assiettes et sur le sens donné à leur consommation. Les agriculteurs gagnent-ils leur vie convenablement ? Ce que je mange est-il produit dans des conditions acceptables ? Autant de questions auxquelles répond le commerce équitable.

Une définition officielle a même été donnée par les pouvoirs publics en 2014 (voir encadré ci-dessous). Elle pose quelques grands principes généraux, comme la nécessité d'un engagement d'au moins 3 ans entre vendeur et acheteur, et la fixation d'un prix rémunérateur, qui inclut ou prévoit un montant supplémentaire destiné au financement des projets collectifs.

Pour trouver des produits issus du commerce équitable, les circuits sont nombreux. Historiquement, les boutiques bio et spécialisées dans l'équitable ont ouvert le marché, suivies par la grande distribution classique (supermarchés, hypermarchés) qui en propose dans ses rayons, tout comme les circuits de consommation hors domicile (restaurants, vente à emporter).

→ Réglementation

LA LOI DÉFINIT PRÉCISÉMENT CE TYPE D'ÉCHANGE MARCHAND

L'article 94 de la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire donne une définition officielle du commerce équitable. « Le commerce équitable a pour objet d'assurer le progrès économique et social des travailleurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur, qui satisfont aux conditions suivantes :

1. Un engagement entre les parties au contrat sur une durée permettant de limiter l'impact des aléas économiques subis par ces travailleurs, qui ne peut être inférieure à 3 ans.
2. Le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat.
3. L'octroi par l'acheteur d'un montant supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs, en complément du prix d'achat ou intégré dans le prix, visant à renforcer les capacités et l'autonomisation des travailleurs et de leur organisation.

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. »

→ UNE RÉPONSE AU COMMERCE MONDIALISÉ

Si le développement des produits labellisés connaît une très forte accélération ces dernières années, le concept est, lui, apparu en Europe après-guerre. Des pionniers décidèrent d'importer des produits issus des pays en développement en supprimant les intermédiaires, pour assurer de meilleurs revenus au premier maillon de la chaîne : les producteurs. La vocation du commerce équitable s'est établie en réponse aux dés-

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Particulier Hors-série
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.18-21

PHILIPPE TURPIN/PHOTONONSTOP

équilibres liés au commerce traditionnel, créateur d'inégalités sociales et environnementales. En 1964, des producteurs de café, confrontés à la chute des cours mondiaux, avaient alors lancé un appel symbolique « trade but not aid » (du commerce, pas de l'aide) lors d'une séance de la Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement. Ce cri du cœur est l'un des éléments fondateurs du commerce équitable, qui ne réclame ni pitié ni assistance, mais tout simplement un développement digne. Dans les années 80 puis 90, la filière s'est structurée et, aujourd'hui, plusieurs labels permettent de garantir le respect de ces principes au moment de faire ses courses. Historiquement issus des pays du Sud, les produits du commerce équitable les plus connus sont le café, le cacao ou le chocolat, ou encore les bananes, provenant souvent de petites exploitations réunies en coopératives. Ce qui leur permet de mutualiser leurs moyens et d'investir pour leur développement, l'éducation, ou encore une agriculture respectueuse de l'environnement.

DES CAHIER DES CHARGES TRANSPARENTS

Concrètement, les entreprises qui vendent ces produits s'engagent à plusieurs niveaux, avec un cahier des charges accessible à tous, et des prix qui permettent à chaque maillon de la chaîne (la plus courte possible) de vivre correctement. Éthiquable, entreprise coopérative française qui distribue des produits équitables et bio, précisait ainsi l'an dernier, lors du lancement de plusieurs tablettes de chocolat d'Équateur, qu'elle payait le cacao en direct au prix de 4 200 dollars la tonne, alors que le cours à l'époque était de 2 300 dollars. Et sur le prix de vente final, 28 % revenaient aux producteurs. Une transparence qui n'est pas vraiment de mise dans le commerce traditionnel.

19 €

C'est le montant annuel moyen d'achats par habitant de produits issus du commerce équitable.
Source : Commerce équitable France, 2018

84 % des produits du commerce équitable issus des filières internationales (café, thé, chocolat...) sont aussi labellisés Agriculture biologique.
Ce chiffre atteint 47 % pour les produits des filières équitables françaises.
Source : Commerce équitable France, 2018

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Particulier Hors-série
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.18-21

Mais les lignes bougent, avec des citoyens consommateurs de plus en plus soucieux de connaître la répartition de la valeur, comme en témoigne la très forte progression des laits dits éthiques en France, où le montant qui revient aux producteurs est plus élevé et surtout affiché (ces laits ne sont pas forcément issus du commerce équitable : ils se limitent souvent à une meilleure rémunération, sans cocher les autres cases du référentiel).

LE LOCAL PREND DU POIDS

Concernant l'offre, des modifications sont perceptibles depuis l'extension de la définition du commerce équitable par la loi sur l'économie sociale et solidaire du 31 juillet 2014. Jusqu'alors, seuls les produits issus des pays du Sud pouvaient être labellisés, dans une logique de solidarité historique. Mais cette loi a étendu le champ d'application aux échanges avec les producteurs du Nord, donnant naissance à un commerce équitable dit « local ». Une nouvelle possibilité qui est intéressante compte tenu des crises agricoles répétées dans les campagnes. Encore balbutiante, la filière française est représentée pour moitié par les produits de boulangerie et le pain, issus du secteur blé équitable. Ces produits, garantis par le label Agri-éthique sont disponibles dans un millier de boulangeries en France et dans les grandes surfaces, sous la marque La Boulangère, par exemple. D'autres filières se mettent peu à peu en place. Selon les chiffres de Commerce équitable France (CEF), collectif national de concertation et de représentation des acteurs du secteur dans l'Hexagone, le marché du commerce équitable représentait au total un chiffre d'affaires de 1,276 milliard d'euros en 2018 (les deux tiers réalisés par les produits de filières internationales, et le tiers restant par ceux des françaises). Soit une hausse de 22 % sur un an, preuve de l'engouement et de l'intérêt des clients. En mai dernier, lors de la présentation de ces données, Julie Stoll, déléguée générale de CEF, rappelait même que le marché « *avait triplé en 6 ans* », et que le prix n'était plus un frein.

1988 : création de Max Havelaar aux Pays-Bas. Un logo est apposé sur des cafés équitables.

LES LABELS, GARANTS D'UNE ACTION ÉTHIQUE

Pour attester de la conformité à la réglementation, le consommateur peut se reposer sur différents labels apposés sur les emballages. Une certification qui vient valider les cahiers des charges (qui doivent être accessibles au public), avec des contrôles et audits effectués par des organismes externes vérifiant la conformité des pratiques avec les engagements annoncés. Plusieurs labels mettent en avant le commerce équitable, mais avec des logiques et inspirations différentes. Certains sont réservés aux produits dont les composants sont issus des pays en voie de développement. C'est par exemple le cas du label SPP (Symbole des producteurs paysans) et du plus connu des labels de commerce équitable, Fairtrade/Max Havelaar. Ce dernier existe en deux versions. Celui sur fond noir peut-être apposé à condition que tous les ingrédients du produit disponibles en commerce équitable Fairtrade/Max Havelaar en soient obligatoirement issus. Il existe aussi un logo blanc (accompagné d'un nom d'ingrédient) et, dans ce cas, seul l'ingrédient indiqué provient du commerce équitable, et non le produit en totalité. Les matières premières qui n'existent pas en commerce équitable (œufs, lait, farine, etc.) sont dispensées de cet impératif. D'autres labels ne font pas de distinction sur l'origine géographique des ingrédients, comme WFTO, BioPartenaire, ou Fair for Life. Le label Agri-éthique est, lui, réservé aux produits issus du commerce équitable originaire de France uniquement.

UNE OFFRE BIEN AU-DELÀ DU SEUL ALIMENTAIRE

Bien que l'alimentation représente l'essentiel des ventes du commerce équitable (fruits, café, thé, chocolat, sucre, biscuits, huile, riz, blé, confitures, etc.), le champ d'application est vaste. Commerce équita-

Tous droits réservés à l'éditeur

INTERVIEW

De plus en plus de consommateurs adhèrent aux principes du commerce équitable

Comment expliquer le succès des produits issus du commerce équitable ?
Il y a une quinzaine d'années, le sujet était moins connu. Mais depuis, les thèmes de l'écologie et de l'environnement se sont imposés dans toutes les tranches d'âge. Le commerce équitable a su apporter quelque chose de différent, en allant plus loin sur des questions comme l'origine ou le territoire. Cela donne des produits moins stéréotypés. Nous sommes également poussés par le développement et l'élan du bio. D'ailleurs, environ 80 % des produits labellisés commerce équitable sont aussi bio. Cela paraît cohérent pour les consommateurs.

CHRISTOPHE EBERHART, cofondateur de la coopérative Ethiquable*

Qu'en est-il de l'offre de produits français ?
Il y a une véritable attente en la matière, mais nous sommes encore au début de l'aventure. Dans le sillage de la loi de 2014 *[qui étend le champ du commerce équitable à tous les pays, et plus uniquement à ceux du Sud, Ndlr]*, les initiatives se multiplient. Biocoop a, par exemple, positionné sa marque Ensemble sur ce créneau. Chez Éthiquable, nous travaillons sur des jus de fruits, et avons notamment lancé une crème de châtaignes du sud de l'Aveyron. Nous soutenons par ce biais un projet mené par des agriculteurs pour rénover d'anciennes châtaigneraies. Nous avons aussi lancé une action avec des producteurs de fruits des Monts du Lyonnais pour des confitures, nous travaillons sur les herbes aromatiques, les céréales, etc. Tout cela permet de relocaliser des productions en France.

Les produits du commerce équitable sont-ils plus chers ?
Il y a parfois un petit différentiel de coût, souvent justifié par les caractéristiques du produit. Mais le rapport qualité/prix reste intéressant. Notre chocolat noir pure origine est vendu 2,30 €, et les consommateurs sont prêts à mettre les 30 centimes de plus par rapport à une tablette classique pour s'offrir un produit différent. Et plus généralement, nous arrivons à nous positionner à des prix très proches du conventionnel. Nous rémunérons mieux les producteurs, au double du marché pour le café ou le chocolat, par exemple, mais il y a beaucoup moins d'intermédiaires qui prennent une marge.

Comment être sûr d'acheter des produits issus du commerce équitable ?
Il faut privilégier les labels, véritable garantie pour le consommateur. Chez Ethiquable, nous en avons choisi pour être audités par un tiers extérieur. C'est important pour crédibiliser la démarche. Nous privilégions le Symbole des producteurs paysans (SPP), label à l'initiative des petits producteurs, centrés uniquement sur l'agriculture familiale, car nous préférons accompagner des coopératives de producteurs.

* Entreprise coopérative créée en 2003, spécialiste de la distribution de produits issus du commerce équitable et de l'agriculture bio.

ble France a recensé de nombreuses autres catégories comme les fleurs coupées, le textile (avec toutes les déclinaisons possibles à partir du coton issu du commerce équitable) et les produits de beauté (maquillage, soins du corps, huiles essentielles). L'artisanat est également concerné, avec de la décoration ou du mobilier (art de la table, vannerie, bagagerie, jouets, instruments de musique, bijoux, fauteuils). Une grande diversité de produits est, par exemple, disponible dans les boutiques du réseau associatif Artisans du monde. On trouve même du tourisme équitable et solidaire (voir p. 108) !

AYMERIC WARMÉ-JANVILLE

Tous droits réservés à l'éditeur

Les MARCHES

Date : 29/11/2019
Heure : 07:38:30
Journaliste : Tilia Guérin-Calmettes

lesmarches.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 16

Visualiser l'article

Le label Agri-Éthique a le vent en poupe

Avec une croissance de 45 % en 2018, le label Agri-Éthique poursuit son développement en faveur du commerce équitable made in France. Cinq filières sont désormais concernées et de nouveaux projets se construisent.

Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique. © D. R.

Le label de commerce équitable français, Agri-Éthique, a présenté des résultats très positifs à l'occasion de ses 5 es rencontres nationales, organisées le 21 novembre. Présent sur 162 références dont 15 % issues de l'agriculture biologique, le label séduit de plus en plus de consommateurs. Il représente 58 % des ventes de produits issus du commerce équitable Nord-Nord en France (lire aussi p. 4) pour un chiffre d'affaires de 252 millions d'euros en 2018.

Lancée historiquement en 2013 sur la filière blé, qui représente encore plus de 90 % de ses volumes, la démarche s'est élargie progressivement à d'autres filières : le blé noir, les œufs, le lait et plus récemment le porc et les légumes secs. Avec une croissance de 25 % du nombre de partenaires en 2018, le réseau compte aujourd'hui 1 295 agriculteurs pour dix-neuf organisations de producteurs.

L'objectif est d'avoir un label transversal

Tous droits réservés à l'éditeur

À l'avenir, le label souhaite pérenniser et développer sa filière céréale tout en consolidant ses positions dans les autres secteurs. De nouveaux partenariats sont prévus en 2020, notamment dans les domaines laitier et porcin. *« L'objectif n'est pas d'augmenter les volumes de production, mais d'avoir un label transversal. Cela permet d'assurer une crédibilité pour les consommateurs »* , précise Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique.

Agri-Éthique développe aussi une expertise pour accompagner de nouveaux acteurs dans la structuration de leurs filières pour aboutir, à terme, à une labellisation. Le label veut aller au-delà du contrôle d'un cahier des charges : *« les acteurs des filières sont accompagnés pour promouvoir les pratiques positives et leur offrir un lieu d'échange »* , explique Ludovic Brindejonc.

Des bénéfices à quantifier

En aval, l'entreprise travaille sur la création d'indicateurs économiques, sociaux et environnementaux pour quantifier les bénéfices du label. En ce sens, Agri-Éthique s'engagera prochainement avec le programme Noé pour mettre en œuvre des projets territoriaux, financés par un fonds collectif.

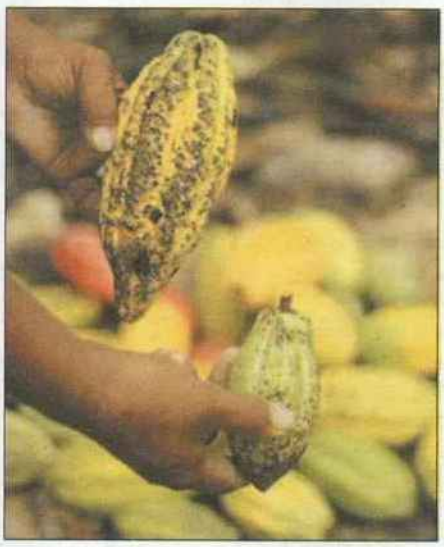
Tous droits réservés à l'éditeur

L'Opinion
INDEPENDANTE
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 29 novembre 2019
Journaliste : Nicolas Gubert

Commerce agricole équitable : un succès qui suscite des convoitises

Il faut écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.



Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères. En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017, se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur. Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, la montée en puissance de cette filière, même si elle ne constitue encore qu'une niche, permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

"Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4500 agriculteurs bénéficiaires, on est à 8000 aujourd'hui", indique Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF. Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

Levier environnemental

"Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative", explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux. Si elle loue une "filière très vertueuse", elle appelle à "être vigilant à bien garder le cap" en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements. "Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable", confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage pour au moins trois ans sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production. "On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien «marketées», mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit", renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries. "Commerce équitable, ça veut dire un engagement des deux côtés. Il y a un engagement pour rémunérer correctement le producteur, mais le producteur doit aussi s'engager dans des pratiques qui soulagent la société, en matière de réchauffement climatique, en matière d'intrants", appuie Mme Péloquin.

Autre danger : les pratiques tarifaires des distributeurs. Certains "font une marge plus importante sur les produits bio et issus du commerce équitable", affirme Julie Stoll. "Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir", ajoute-t-elle, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale. "Sur les filières internationales, les produits sont bios à hauteur de 85 %. Sur les filières françaises, on est à 47 % et ce pourcentage s'accélère", conclut-elle.

Nicolas Gubert

Tous droits réservés à l'éditeur

TERRES ET TERRITOIRES
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 29 novembre 2019
Page de l'article : p.23
Journaliste : LUCIE DE GUSSEME

terre d'initiatives

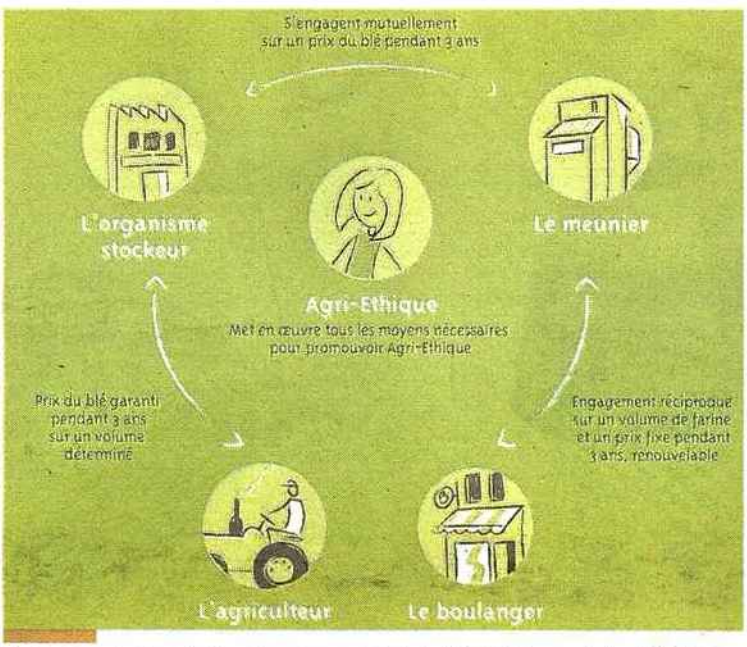
COMMERCIALISATION

LABEL. AGRI'ÉTHIQUE TABLE SUR L'ÉQUITABLE

Créé en 2013, Agri'Éthique a estampillé, en 2019, un moulin de Vitry-en-Artois (62). Zoom sur le seul label de commerce équitable 100 % français qui s'attache à défendre les producteurs.

LUCIE DE GUSSEME

Quand on pense aux bénéficiaires du commerce équitable, on imagine plutôt de petits producteurs guatémaltèques entre deux caféiers que les agriculteurs dont on longe le champ chaque matin pour aller travailler. Pourtant, c'est bien le revenu des producteurs français qu'Agri'Éthique s'évertue depuis six ans à défendre. La Cavac, une coopérative vendéenne, est à l'origine d'Agri'Ethique en juin 2013. L'idée première était dans les tuyaux de la coop depuis le début des années 2010. « *Le but était de sécuriser nos achats auprès des producteurs sur la base d'un engagement sur trois ans sur un volume précis, avec un prix rémunérateur pour l'agriculteur,* détaille Ludovic Brindejonc, directeur général du label. *La coopérative a ensuite proposé ce volume de blé à des moulins locaux, intéressés par ce type d'engagement dans la durée. On est donc passé à une démarche filière : du producteur au boulanger en passant par la coop et le meunier. Il a ensuite fallu verrouiller juridiquement notre schéma de prix, pour le déconnecter de la volatilité des prix. Le problème du marché des matières premières est que le prix est parfois tellement bas que l'agriculture en souffre… mais l'inverse est aussi vrai. En se déconnectant de ce marché irrégulier, on bâtit une*



Tout comprendre du fonctionnement du label 100 % français Agri'Éthique en un clin d'œil. © AGRI'ÉTHIQUE

Tous droits réservés à l'éditeur

base de prix saine. Nous avons monté une structure juridique et économique, ainsi qu'une stratégie marketing pour faire comprendre la démarche au consommateur. »

45 % DE CROISSANCE

Présent sur le littoral ouest, la région parisienne et le Pas-de-Calais depuis cette année avec l'Artésienne de Minoterie (*lire le témoignage*), Agri'Éthique estampille 58 % des ventes de produits issus du commerce équitable français et affiche 252 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le label travaille avec presque 1 300 producteurs en France. Son taux de croissance de ventes flirte avec les 45 %. Depuis septembre 2018, le label a intégré l'association Commerce équitable France avec Max Havelaar, Malongo, ou encore Artisans du monde. « *Nous sommes le seul label 100 % français de l'association* », affirme Ludovic Brindejonc. Une évolution qui en dit long sur l'état du secteur agricole français ? « *Entre les producteurs de cacao ou de café et les producteurs de blé français le contexte est bien sûr différent. Mais le modèle économique de ces derniers n'est parfois pas beaucoup plus viable !* »

La solution, pour lui, ne tient pas dans un cahier des charges imposant sa volonté à des producteurs. « *C'est d'arrière-garde. D'une région à l'autre il ne sera pas adapté. Et puis, quand on nous impose quelque chose on a plus de mal à le mettre en application. Agri'Éthique coconstruit, c'est mieux. Ce n'est pas un label seulement contrôlant mais "capacitant". Phytos raisonnés, biodiversité... On laisse la capacité aux acteurs de s'exprimer. Nous voulons impulser des dynamiques, pas expliquer aux producteurs comment travailler* ».

AGRI'ÉTHIQUE EN TROIS DATES

2013. Création du label en Vendée.
14 sept 2018. Intégration à l'association Commerce Équitable France.
Juin 2019. L'Artésienne de Minoterie (62) rejoint la démarche.

Tous droits réservés à l'éditeur

TERRES ET TERRITOIRES
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 29 novembre 2019
Page de l'article : p.23
Journaliste : MATTHIEU TARTAR

TÉMOIGNAGE

MATTHIEU TARTAR
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ARTÉSIENNE DE MINOTERIE, VITRY-EN-ARTOIS (62)

« DANS CE MONDE OÙ LE CONSOMMATEUR PEUT ÊTRE MILITANT, ON PEUT VOTER TOUS LES JOURS POUR LE MODÈLE AGRICOLE QUE L'ON VEUT »

« Nous avons rejoint Agri'Éthique en juin dernier. On se tournait autour depuis un an, et je connais l'un de leurs membres historiques, la Minoterie Lorrain. Ce qui m'intéresse avec Agri'Éthique, c'est d'impliquer des jeunes agriculteurs en phase de succession. J'ai repris l'entreprise après ma mère en début d'année, les problématiques de succession, ça me parle.

Via Agri'Éthique nos producteurs – issus de la coopérative Cérèsia – engagent un tiers de leur volume au maximum, avec un prix de farine fixé sur trois ans. Le but est de signer un engagement quadripartite entre agriculteur, coopérative, meunier et boulanger.

Je pense que l'agriculture familiale française a besoin de ça. Ce genre de structure est important. Sans nos coopératives par exemple, nous serions peu de choses. Je n'ai pas toujours le choix du prix auquel j'achète. Il y a celui du marché, la Belgique juste à côté, ceux qui vont chercher leur blé en Ukraine, Bulgarie ou Allemagne... Ce label nous permet de renforcer nos filières au niveau local, et d'introduire des notions d'agriculture durable aussi.

Nous avons convaincu une petite vingtaine de boulangeries de nous suivre, nous y avons fait venir des producteurs pour qu'ils rencontrent les consommateurs. Ceux-ci ne sont pas toujours faciles à convaincre, parfois incrédules, et peu au courant des enjeux de la rentabilité d'une ferme. Mais ce qui leur a plu, c'est le côté circuit court, de savoir qu'on ne balade pas les blés dans toute l'Europe. Dans ce monde où le consommateur peut être militant, on peut voter tous les jours pour ce que l'on veut, qu'il s'agisse de modèles agricoles ou de rémunération des filières. »

Tous droits réservés à l'éditeur

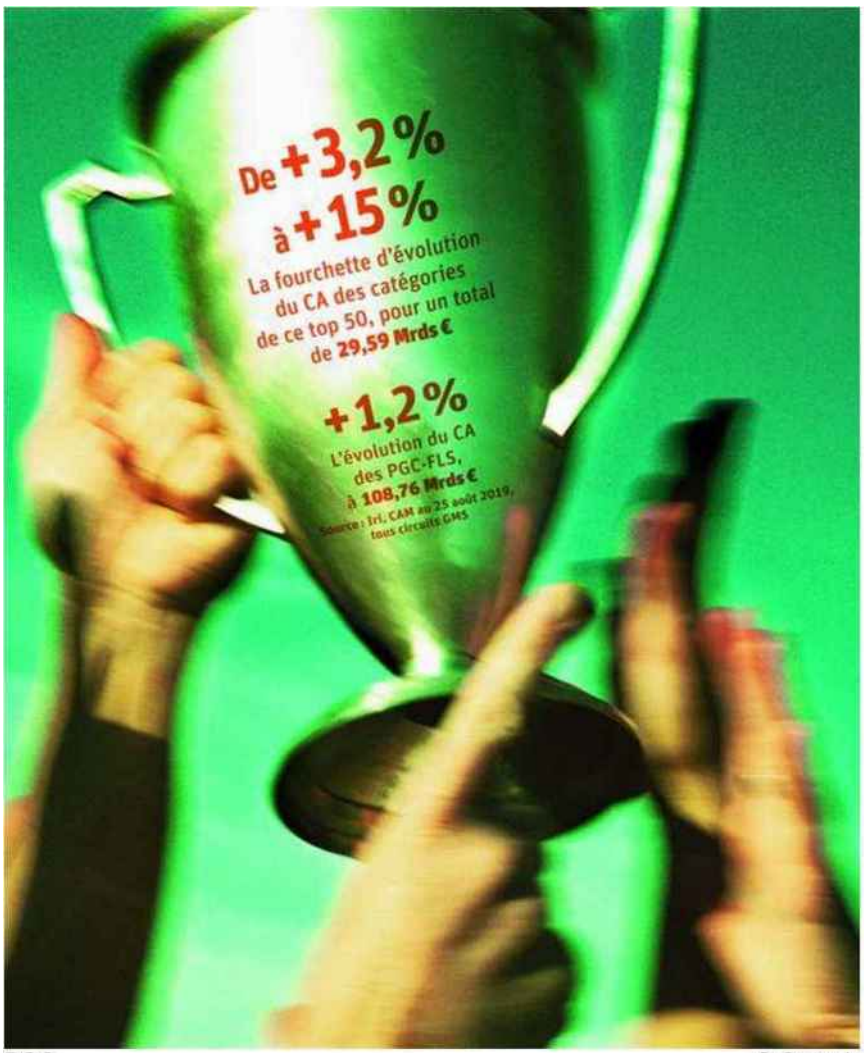
[Dossier] Les 50 catégories championnes des PGC

FLORENCE BRAY | MARCHÉS, PGC, FRAIS LS ET PRODUITS SURGELÉS

PUBLIÉ LE 27/11/2019

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN GOOGLE +

Ce classement met à l'honneur les 50 catégories ayant enregistré les plus fortes croissances de chiffre d'affaires. Des performances remarquables dansun contexte morose pour les PGC. Découverte du palmarès 2019.



PGC © Getty Images

Tous droits réservés à l'éditeur

S. LAV.

La farine lève à nouveau

Petit segment de 150 millions d'euros, la farine est partie à la reconquête des consommateurs, avec le retour des produits bruts et sains. Leader du marché (34,5 % en valeur) Francine, qui a performé en 2018 avec sa farine d'épeautre, a lancé en 2019 une farine à pain bio multigraines. Axiane Meunerie, deuxième acteur de la catégorie, a sorti en avril une farine Label Rouge et une autre durable, Savoir Terre, issue du blé produit par les agriculteurs du Centre-Val de Loire signataires d'une charte de bonnes pratiques. De son côté, Bellot Minoteries, entreprise familiale implantée dans les Deux-Sèvres où elle dispose d'un moulin d'une capacité de 75 000 tonnes par an, est devenue le fournisseur exclusif de C'est qui le patron ?! Cette farine T65 est un produit équitable, certifiée Agri-Éthique sans OGM ni additifs, issue de l'agriculture raisonnée et avec un sachet recyclable. Elle est commercialisée depuis mars à 1,36 € le kilo, soit trois fois le prix d'une farine premier prix.

S. LAV.

Les chiffres

9-Lessives généralistes

- +8,1% : l'évolution en valeur, à 1 464,8 M €
- +6,2% : l'évolution en volume

10-Rhums

- +8,1% : l'évolution en valeur, à 575,3 M €
- +2,9% : l'évolution en volume

11-Pommes de terre surgelées

- +7,9% : l'évolution en valeur, à 474,2 M €
- +2,1% : l'évolution en volume

12-Pâtes fraîches

- +7,8% : l'évolution en valeur, à 503,2 M €
- +7% : l'évolution en volume

Tous droits réservés à l'éditeur

LES MARCHES HEBDO
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 29 novembre 2019
Page de l'article : p.8
Journaliste : Tilia Guérin-Calmettes

entreprises et filières

Le label Agri-Éthique a le vent en poupe

Avec une croissance de 45 % en 2018, le label Agri-Éthique poursuit son développement en faveur du commerce équitable made in France. Cinq filières sont désormais concernées et de nouveaux projets se construisent.

> Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique, label de commerce équitable français.

Le label de commerce équitable français, Agri-Éthique, a présenté des résultats très positifs à l'occasion de ses 5es rencontres nationales, organisées le 21 novembre. Présent sur 162 références dont 15 % issues de l'agriculture biologique, le label séduit de plus en plus de consommateurs. Il représente 58 % des ventes de produits issus du commerce équitable Nord-Nord en France (lire aussi p. 4) pour un chiffre d'affaires de 252 millions d'euros en 2018.

Lancée historiquement en 2013 sur la filière blé, qui représente encore plus de 90 % de ses volumes, la démarche s'est élargie progressivement à d'autres filières : le blé noir, les œufs, le lait et plus récemment le porc et les légumes secs. Avec une croissance de 25 % du nombre de partenaires en 2018, le réseau compte aujourd'hui 1 295 agriculteurs pour dix-neuf organisations de producteurs.

À l'avenir, le label souhaite pérenniser et développer sa filière céréale tout en consolidant ses positions dans les autres secteurs. De nouveaux partenariats sont prévus en 2020, notamment dans les domaines laitier et porcin. *« L'objectif n'est pas d'augmenter les volumes de production, mais d'avoir un label transversal. Cela permet d'assurer une crédibilité pour les consommateurs »*, précise Ludovic Brindejonc, directeur général d'Agri-Éthique.

> *« L'objectif est d'avoir un label transversal »*

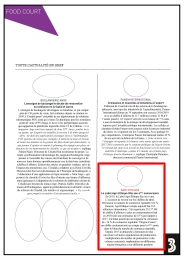
Agri-Éthique développe aussi une expertise pour accompagner de nouveaux acteurs dans la structuration de leurs filières pour aboutir, à terme, à une labellisation. Le label veut aller au-delà du contrôle d'un cahier des charges : *« les acteurs des filières sont accompagnés pour promouvoir les pratiques positives et leur offrir un lieu d'échange »*, explique Ludovic Brindejonc.

Des bénéfices à quantifier

En aval, l'entreprise travaille sur la création d'indicateurs économiques, sociaux et environnementaux pour quantifier les bénéfices du label. En ce sens, Agri-Éthique s'engagera prochainement avec le programme Noé pour mettre en œuvre des projets territoriaux, financés par un fonds collectif.

Tilia Guérin-Calmettes

Tous droits réservés à l'éditeur



AGRI-ETHIQUE

Le Label Agri-Ethique fête son 6ème anniversaire

En 2019, le Label Agri-Éthique fête ses 6 ans. L'occasion de revenir sur les chiffres du label. Précurseur en matière de commerce équitable 100 % français, Agri-Éthique compte aujourd'hui 162 références alimentaires. Cela représente 252,37 M€ de chiffre d'affaires (ventes au consommateur final en 2018) soit une croissance de 45 % par rapport à 2017. Un bilan positif qui accompagne la croissance de +34 % du commerce équitable "Origine France" ; un chiffre seulement pris en compte pour la 4ème année dans le bilan du marché du commerce équitable. Depuis 2013 la démarche a fortement évolué : ouverture à d'autres organisations de producteurs, multiplication du nombre de partenaires et des volumes concernés, implantation sur différentes régions françaises et sur différents produits.

Tous droits réservés à l'éditeur

Instagram Story

Date : 05 décembre 2019

Audience : 6 936 abonnés

Instagram Story

Date : 05 décembre 2019

Audience : 6 936 abonnés

Date : 05/12/2019
Heure : 16:43:07
Journaliste : Gérard SABY

La Tribune des Métiers

www.latribunedesmetiers.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Bilan et perspectives Agri-éthique, premier label de commerce équitable français

Agri-Éthique est devenu un acteur majeur de commerce équitable avec **58% du CA des produits labellisés commerce équitable origine France** . L'intégration à la plateforme de Commerce Equitable France a permis de franchir un pas significatif, d'une part grâce aux échanges avec leurs pairs du nord/sud et d'autre part de leur volonté de consolider les standards et d'accompagner au quotidien dans cette démarche de progrès sur tous les volets, économique, social, environnemental, mais aussi plaidoyer. **Les missions Agri éthique ont également évolué** , certes **Agri éthique** reste un label mais leur force réside également dans la capacité à expertiser, accompagner de nouveaux acteurs dans la structuration de leurs filières pour aboutir à une labellisation afin d'accéder à de nouveaux marchés.

Au travers de la table ronde leur modèle évolue, **Agri éthique** est dans une perpétuelle démarche de progrès, de co-construction avec tous les maillons de la chaine, rien ne doit être imposé.

Tous droits réservés à l'éditeur

Franck Bluteau, Président Agri-Ethique : *« Notre label vous l'aurez compris est un label à viser capacitante et non seulement contrôlante, une certification ne doit pas se limiter à un contrôle de ses acteurs, nous devons aussi et surtout les accompagner afin qu'ils acquièrent les pouvoirs d'action nécessaires à la valorisation et l'amélioration de leurs pratiques. Nous devons encourager les pratiques positives, le fond collectif et le processus d'adhésion volontaire que nous déployons avec les partenaires en sont la preuve, laissons la capacité aux acteurs, aux producteurs de s'exprimer. À la lumière des différentes interventions de cette matinée, nous voyons que notre label évolue avec vous, en y incluant notamment des critères environnementaux et bien-être, notre label n'a pas la volonté d'interdire, de contraindre et finalement de le réduire à une perspective moralisatrice, étroite et limitée, mais souhaite contribuer à des changements profonds et durable ».*

Quelques chiffres :
1,2 Md€ de ventes de produits issus du commerce équitable,
+ 22 % croissance en 2018 vs 2017,
+ 126 % croissance depuis 2014,
84 % des produits équitables sont également certifiés Bio,
19 € panier moyen par an des Français en commerce équitable Nord-Nord et Nord-Sud en 2018 (X3 en 6 ans),
+ 45 % croissance des ventes labellisées **Agri-éthique,**
15 % des produits équitables sont également certifiés Bio.

Accompagnement des meuniers en boulangeries : 86 jours d'animations en boulangerie, 36 jours d'accompagnement des partenaires sur le terrain (formation, sensibilisation, tournage de vidéos, …), 11 vidéos réalisées / en cours de réalisation par Agri-Éthique.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.avosassiettes.fr
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

La Boulangère propose des pains savoureux pour réaliser des recettes “Créatives et Festives”

Donner mon avis

La Boulangère place le pain au centre de la table pour des repas de réveillon résolument festifs et gourmands ! La marque française de pains et de viennoiseries préemballés, propose ainsi 3 produits pour surprendre ses invités avec des recettes savoureuses et créatives !

Les Pains L'Atelier : L'association de 2 farines et de 2 graines

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

À propos de La Boulangère
La Boulangère est un fabricant français de pains et viennoiseries. Fondée en Vendée en 1985 et riche d'héritages familiaux, elle allie aujourd'hui savoir-faire boulanger, culture de l'innovation et engagement en faveur des filières agricoles françaises.

Une marque engagée en faveur des filières agricoles françaises
La Boulangère a mis en place avec ses partenaires, des filières agricoles de commerce équitable certifiées Agri-Éthique France pour sa farine et ses œufs, à proximité de ses sites de production vendéens. Solidaire avec les agriculteurs français, La Boulangère s'engage sur le long terme en leur garantissant des volumes et un prix d'achat fixe et équitable pour le blé et les œufs favorisant ainsi la pérennité de leur exploitation : une démarche certifiée Agri-éthique France.

Une marque innovante
En tant que marque ancrée dans son époque, La Boulangère a bien compris les nouveaux enjeux de la vie moderne. Elle innove donc sans cesse, afin de créer des pains et viennoiseries gourmands, rapides à préparer pour faciliter le quotidien et mieux manger.

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRA VALOR

Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.28

En bref

Commerce équitable origine France : trois labels et deux marques

Commerce équitable France a communiqué, lors des Assises nationales du commerce équitable origine France le 22 novembre, des chiffres extrêmement encourageants pour le commerce équitable origine France (+34 % des ventes en un an, triplement en trois ans). Faute de label unique, ces chiffres ne concernent que les produits labellisés par les trois labels de commerce équitable français, ou bien les produits d'entreprises « membres de Commerce équitable France (qui) disposent d'un cahier des charges transparent et vérifié ». À savoir, Fair for life, Biopartenaire et AgriEthique pour les labels et Paysans d'ici (coopérative Ethiquable) et Ensemble (Biocoop) pour les marques. « On voit arriver une prolifération de produits sans label sur le marché... sans garantie », alerte Julie Stoll, déléguée générale du collectif.

Tous droits réservés à l'éditeur

Instagram

Date : 06/12/2019

Nb d'abonnés : 6 938 abonnés

crozaclive • S'abonner

crozaclive Manger éthique, ben c'est pas encore automatique
Mais, ça va le devenir
.....
Avec cette première boulangerie du Puy-de-dome à #clermontferrand : @boulangerie_domi .....
Ce label @agriethique signifie que l'agriculteur est rémunéré à sa juste valeur....en l'occurrence là pour le blé
.....
Cette boulangerie utilise cette farine sans augmentation majeure
Les patrons sont jeunes et respectueux de cette filière agricole
....BRAVO à eux ....
....
Vous êtes adeptes du "achat local" ou "achat éthique" ?

329 J'aime

IL Y A 2 JOURS

Connectez-vous pour aimer ou commenter.

https://www.instagram.com/p/B5urcZboP4P/

Facebook

Date : 06/12/2019

Nb d'abonnés : 14 654

Crozaclive
6 décembre, 01:43 ·

Coucou tout le monde
Hier j'étais invitée à un lancement presse pour nous présenter la 1ère boulangerie éthique du Puy De Dome : Boulangerie DOMI à #clermontferrand label Agri-Éthique
.....
Ethique signifie que le prix du blé est réglé correctement à l'agriculteur ...
.....
Franchement, bravo à cette boulangerie de privilégier cette farine à une autre sans faire forcément une augmentation du prix ...

BLOGCROZACLIVE.COM
La baguette éthique, c'est automatique à la Boulangerie DOMI / HENRI - Crozaclive : blog famille - CLERMONT FERRAND

https://www.facebook.com/crozaclive/posts/1019863238360501

BLOG - CROZACLIVE

Date : 06/12/2019

Nb de visiteurs/mois : 120 000

AUVERGNE, CLERMONT FERRAND, BOULANGERIE, DOMI - HENRI, COMMERCE ÉQUITABLE, AGRI-ÉTHIQUE, ALIMENTATION, AVIS

LA BAGUETTE ÉTHIQUE, C'EST AUTOMATIQUE À LA BOULANGERIE DOMI / HENRI

6 DÉCEMBRE 2019

Rédigé par CROZACLIVE et publié depuis Overblog

Manger de la bonne baguette, c'est bien....

Manger de la baguette 100 % d'origine française, c'est mieux...

Manger Agri éthique, c'est excellent ...

Et manger de **la baguette Agri-éthique**, ce n'est en rien Poétique ou Tétratonique (~~quoique ....lol~~) mais véritablement symbolique de l'attention que vous donnez à nos agriculteurs français.

En ce jour, j'ai été conviée à une invitation presse afin de découvrir cette boulangerie. En présence de Jean-Charles HENRY (artisan boulanger), Olivier (Moulins NICOT) et Alexandra BOTHEREAU (Agri-Ethique) :

BOULANGERIE DOMI / HENRI

Qui est Domi / Henri ?

C'est une boulangerie artisanale avec des horaires d'ouverture impressionnantes : **5h30 à 20 h.**

Elle est située **163 Boulevard Etienne Clémentel - 63100 CLERMONT FERRAND**

Toutes les créations sont réalisées à la boulangerie, que ce soit les pâtisseries, les sandwichs et tous les pains.

Vous pouvez consommer sur place, plusieurs tables sont à votre disposition. C'est vraiment un endroit agréable.

BLOG - CROZACLIVE

Date : 06/12/2019

Nb de visiteurs/mois : 120 000

Pourquoi je vous en parle ?

C'est la **1ère boulangerie engagée** "100 % commerce équitable France" **dans le Puy-de-Dôme** depuis 2017.

C'est un label qui garantit aux agriculteurs français un revenu juste et durable.....

De ce fait, il adhère au label *AGRI ETHIQUE* !!!

Il a été inventé en 2013, une période difficile pour les producteurs qui peinaient à se rémunérer et à couvrir leurs charges de production.

Agri-Ethique assure donc un lien entre toutes les parties prenantes.

Concrètement pour le pain ?

L'agriculteur revend son blé à un prix correct afin de lui garantir un revenu. Le prix du blé est garanti pendant 3 ans sur un volume déterminé.

Les producteurs sont proches du **Moulin NICOT**, une entreprise familiale, c'est donc des emplois locaux qui sont préservés.

Ce modèle fonctionne tellement bien qu'il s'est étendu à d'autres filières : légumes secs, lait, oeufs.....

Habitante à la campagne, je consomme déjà beaucoup de produits locaux et issus du commerce équitable, j'estime qu'il faut soutenir aux mieux cette filière agricole afin de préserver nos producteurs et l'emploi dans les régions.

Je ne veux pas partir dans un grand débat mais, je me demande bien plus tard, ce que vont manger nos enfants et petits enfants....

Pas vous ?

http://www.blogcrozaclive.com/-088

LUGNY Commerce

Une boulangerie s'engage dans le commerce équitable français

La boulangerie Naudou a adhéré au label Agri-Éthique qui prône un commerce plus solidaire entre les agriculteurs. Il vise à créer un nouveau modèle économique cohérent et juste entre les agriculteurs, coopératives, industriels et boulangeries partenaires pour ce qui concerne entre autres les céréales.

Sébastien, agriculteur à Clessé, à gauche, est venu se renseigner auprès de Laurent, agriculteur, qui adhère déjà au label. Photo JSL/Francois MOURON

Vous ne connaissez pas le label Agri-Éthique ? Vendredi, Delphine et Nicolas Naudou proposaient une animation devant leur boulangerie à Lugny pour expliquer le concept à leur clientèle.

Anaïs, représentante du label, un technicien de la minoterie Forest, partenaire de l'opération et Laurent, un agriculteur adhérent étaient présents.

À un moment où les consommateurs sont de plus en plus enclins à se soucier de la qualité de leur alimentation, il est normal que le boulanger s'engage à répondre à leurs attentes.

Un gage de qualité

C'est le choix que Delphine et Nicolas Naudou ont fait en adhérant au label Agri-Éthique.

« De 25 tonnes en 2019, on passera à 100 tonnes en 2020 et 2021 », explique le représentant de la minoterie Forest. L'animatrice poursuit : « 22 agriculteurs sont impliqués dans la région, où le groupe Bernard de Saint-André-de-Corcy (01) assure la distribution des céréales collectées auprès des producteurs qui se sont engagés sur trois ans dans un premier temps. »

« On a besoin d'un volume supplémentaire, et nous recherchons des agriculteurs partenaires comme Sébastien qui est venu de Clessé prendre contact et se renseigner », ajoute-t-elle. Dans un premier temps, il y a la garantie d'un revenu pour les agriculteurs. Ils sont rémunérés sur leur production agricole à sa juste valeur. Cette démarche s'est structurée et est garantie par le label.

Verser un revenu aux agriculteurs, préserver l'emploi dans les régions et soutenir les pratiques environnementales et écoresponsables sont les arguments qui ont séduit le boulanger de Lugny, soucieux de garantir à sa clientèle du pain de qualité, à base de produits traçables et issus de productions locales.

« Je suis venu me renseigner en vue d'une possible adhésion. Je suis intéressé par la démarche qui consiste à fournir des céréales de qualité produits dans le respect de l'environnement, et qui correspond aux exigences du consommateur. Le revenu est garanti et ça permet, à nous agriculteurs, d'avoir une visibilité », explique Sébastien Girard, agriculteur à Clessé.

Francois MOURON (CLP)

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13576

Date : Du 13 au 19 decembre 2019
Page de l'article : p.26

SAINT-RAMBERT

Agri-éthique

Le Fournil d'Angel annonce la mise en place d'un commerce 100 % français en privilégiant les circuits courts. Animation et présentation samedi 14 décembre à partir de 9 h.

Tous droits réservés à l'éditeur

la vendée agricole
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 13 decembre 2019
Journaliste : ANTONIN ROUGEOT

Bio Cavac L'assemblée générale du groupement des producteurs Bio de la Cavac s'est tenue le vendredi 6 décembre. L'occasion de faire un tour des productions et de présenter les chiffres du groupement pour la campagne 2018-2019.

Agriculture biologique : une filière en progression

Les surfaces et volumes suivis par le groupement ont augmentés dans l'ensemble des filières.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les producteurs bio se sont déplacés ce vendredi 6 décembre pour assister à l'assemblée générale du groupement de la Cavac. Olivier Joreau, directeur général adjoint du groupe, et Franck Bluteau, producteur élu et référent bio de la Cavac, ont présenté les chiffres du groupement pour la campagne 2018-2019 en faisant un tour des filières Bio suivies par la Cavac.

Ce tour des productions a permis de faire un constat : les surfaces et volumes suivis par le groupement ont augmenté dans l'ensemble des filières, et notamment au niveau des céréales avec par exemple une augmentation de 60 % du volume de blé tendre pour l'année 2019. Aujourd'hui, 20 % des surfaces céréalières suivies par la Cavac sont en agriculture biologique, avec pour principale conséquence une baisse des importations de céréales bio. Outre les cultures, la Cavac œuvre également à développer un certain nombre de filières tant végétales qu'animales, avec une recherche de valeur ajoutée passant notamment par la contractualisation. Cependant, les responsables du groupement ont conscience de l'importance de suivre l'évolution de la consommation des produits issus de l'agriculture biologique et de ne pas développer des outils qui dépassent les capacités du marché pour éviter une surproduction.

Vers de nouvelles règles ?

Ce tour des productions a également été l'occasion d'aborder les futurs enjeux de la filière. D'une part la limitation de l'épandage des effluents industriels qui entrera en vigueur en 2021, le passage à 100 % d'alimentation d'origine biologique en élevage à partir du 1er janvier 2021 d'autre part et, enfin, le nouveau règlement Bio qui arrivera en 2021 également. Il comportera de nouvelles règles en matières de bâtiments d'élevage, notamment au niveau des accès à l'extérieur et des surfaces couvertes, impliquant de nouveaux investissements pour les éleveurs. Des craintes

Tous droits réservés à l'éditeur

ont été exprimées pendant l'assemblée générale par les producteurs bio au sujet du pas de temps très court pour les agriculteurs pour s'adapter à ces évolutions réglementaires. Des inquiétudes également face à cette sur-transposition de normes et la possible distorsion de concurrence qui en découlera.

De nouveaux marchés se développent, notamment avec les GMS, qui tirent désormais la commercialisation. Des partenariats également, avec l'exemple de Biofournil, où les intervenants ont insisté sur la nécessité de proposer des produits en adéquation avec la demande des consommateurs et de se démarquer par la qualité et l'origine. L'agriculture biologique a également l'opportunité de prendre de l'avance, notamment sur des problématiques telles que le bien-être animal. Franck Bluteau, vice-président du groupement Bio, a conclu sur le développement croissant du bio, qui trouve de plus en plus sa place en GMS et sur l'importance de ne pas opposer les systèmes de production mais de valoriser l'image du bio. Enfin, l'accent a été porté sur la nécessité d'assurer une rémunération juste aux producteurs, notamment au travers d'Agri-éthique.

ANTONIN ROUGEOT

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 15/12/2019
Heure : 09:11:19
Journaliste : V. B.

www.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 15

Visualiser l'article

Des œufs équitables avec le label Agri-Éthique

Créé en 2013, le label Agri-Éthique est aujourd'hui le premier label de commerce équitable français. Une filière œufs se développe depuis septembre 2018.

« L' engagement doit porter sur des volumes notables pour permettre un complément de revenu significatif pour le producteur », estime Ludovic Brindejonc d'Agri-Éthique.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

© V. Bargain
Depuis septembre 2018, une filière d'œufs commerce équitable se développe dans le cadre du label Agri-Éthique. Elle associe pour l'instant l'industriel La Boulangère, qui utilise du blé et des œufs Agri-Éthique, le fabricant d'ovoproduits Geslin et dix-huit éleveurs de l'organisation de producteurs Volinéo du groupe Cavac. Un contrat tripartite de trois ans est établi, garantissant aux éleveurs des prix rémunérateurs basés sur les coûts de production, avec un partage équilibré de la valeur ajoutée. Les poules sont au minimum élevées en plein air ou en bio. *« Depuis 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire fixe le cadre légal du commerce équitable en France »,* a rappelé Ludovic Brindejonc, directeur du label Agri-Éthique, lors d'une conférence au salon de la restauration Serbotel.

Tous droits réservés à l'éditeur

PRESSE OCEAN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 32810

Date : 15 decembre 2019

France-Monde

Un commerce agricole plus équitable

ÉCONOMIE. Le commerce agricole équitable permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement, un succès parti pour durer.

Caen (Calvados), le 24 avril 2008 : 8 000 agriculteurs figurent aujourd'hui dans la filière équitable. Photo AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

Le commerce agricole équitable pousse à toute vitesse en France et permet à de plus en plus de paysans de vivre correctement.

Un succès parti pour durer à condition d'écarter des démarches opportunistes susceptibles de nuire au secteur, préviennent les pionniers de la filière.

Si la filière du commerce équitable de produits agricoles concerne en premier lieu des denrées exotiques venues de pays en développement, comme le café ou le chocolat, de plus en plus de produits issus des fermes françaises font leur apparition sur les étagères.

En 2018, ces derniers ont représenté 434 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit une hausse de 22 % par rapport à 2017 « *et un triplement en trois ans* », se réjouit Julie Stoll, déléguée générale de Commerce équitable France (CEF), une plateforme qui représente une partie des acteurs du secteur et en organise demain à Paris les assises nationales.

« Il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative »

Dans un monde agricole en crise, sous pression d'une guerre des prix mortifère, alors qu'une loi Alimentation censée ramener du revenu dans les cours de fermes peine encore à produire ses effets, la montée en puissance de cette filière permet de faire vivre décemment de plus en plus de producteurs.

« *Fin 2016, lors des premières assises, on avait le chiffre de 4 500 agriculteurs/trices bénéficiaires, on est à 8 000 aujourd'hui* », indique Julie Maisonhaute, déléguée générale adjointe de CEF. Fruits et légumes, céréales, viande, œufs, lait et plantes aromatiques… : la quasi-totalité de la ferme France a désormais des producteurs labellisés.

Si les céréales, portées par la boulangerie, représentent 53 % des ventes de produits en commerce équitable français, la filière lait pourrait connaître un bond en avant, avec l'arrivée en 2019 sur le marché du géant Danone et de sa marque bio Les deux Vaches.

« *Le contexte de la globalisation, de la recherche de marge systématique, dans un système de distribution très pyramidal, très écrasant aussi pour le producteur, fait qu'à un moment, il y a besoin de s'organiser pour proposer une alternative* », explique Céline Péloquin, dont la ferme dans les Charentes produit céréales, légumes secs et oléagineux.

Si elle loue une « *filière très vertueuse* », elle appelle à « *être vigilant à bien garder le cap* » en termes de revenus des producteurs et de réciprocité des engagements.

« *Vous avez beaucoup de démarches qui parlent de la rémunération des producteurs, mais qui ne sont pas forcément conformes aujourd'hui à la définition légale du commerce équitable* », confirme Julie Maisonhaute, sans citer de noms.

« *Aujourd'hui, on sait qu'on ne peut plus produire la même chose de la même manière, mais beaucoup d'agriculteurs sont coincés. Ils ne vivent pas suffisamment bien de leur métier pour investir dans le changement. Le commerce équitable leur permet d'investir* », ajoute Julie Stoll, voyant dans le succès de cette filière un levier pour la transition environnementale.

Engagements des deux côtés

Loi. **En 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire a précisé les critères du commerce équitable. Elle prévoit notamment que les producteurs soient organisés en groupements pour pouvoir peser dans les négociations sur les prix, au cours desquelles l'acheteur s'engage, pour au moins trois ans, sur un prix rémunérateur, basé sur l'identification des coûts de production. « On voit fleurir un certain nombre de démarches dites équitables, durables, responsables, qui sont très bien « marketées », mais qui ne sont que le révélateur d'un consommateur qui a envie de ce type de produit », renchérit Ludovic Brindejonc, directeur et fondateur d'Agri-Ethique, un label regroupant notamment 615 boulangeries.**

Tous droits réservés à l'éditeur

PROCESS ALIMENTAIRE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3766

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.18-21
Journaliste : Stéphanie Perraut

© THOMAS RAFFOUX

Directeur du nouveau site de fabrication de La Chaize-Le-Vicomte (85), Antoine Bossard a démarré sa carrière au service R & D de La Boulangère en 2006.

BOULANGERIE Suite à un investissement de 30 M€, La Boulangère s'est dotée d'une nouvelle usine à La Chaize-Le-Vicomte (85). Elle vise les 40 000 t/an de pains et viennoiseries.

UN QUATRIÈME SITE VENDÉEN POUR LA BOULANGÈRE

L'ENTREPRISE

LA BOULANGÈRE & CO
Groupe Norac Foods
Pains et viennoiseries

- Création 1985
- **Implantation** : sept sites en France (quatre en Vendée)
- **Effectif** : 1950 collaborateurs
- **Chiffre d'affaires** : 300 M€ (40 % à l'export)
- **Croissance** : + 7 % à + 10 %/an

Le groupe Norac Foods a inauguré le 10 octobre 2019 à La Chaize-Le-Vicomte, près de La Roche-sur-Yon (85), la nouvelle usine La Boulangère. La septième, et pourtant une première ! Ce bâtiment de 15 000 m² sur un terrain de 10 hectares illustre le rapprochement entrepris en 2016 des entités La Boulangère et La Compagnie des pains au sein de La Boulangère & Co. Conçu pour être modulaire, l'outil accueille pour l'instant une unique ligne de pain de mie, à laquelle devraient s'ajouter à horizon cinq ans plusieurs autres, dédiées à la fabrication de pain ou de viennoiserie. « *Le chantier a démarré en mars 2018 et les premières productions sont sorties le 25 juin 2019* », se félicite Antoine Bossard, directeur du site. Un démarrage sans fausse note qui doit beaucoup à l'implantation vendéenne de l'usine.

UN ANCRAGE LOCAL

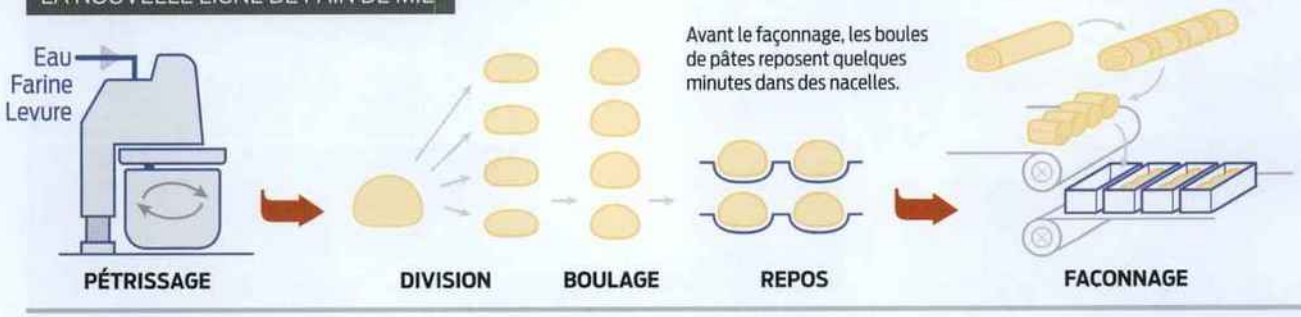
« *Nous avons pu nous appuyer sur nos savoir-faire développés depuis plus de 30 ans. L'équipe de cette nouvelle usine U7 est issue de la promotion interne. Elle a été détachée très tôt à La Chaize-Le-Vicomte. Nous bénéficions aussi de l'expertise et de l'expérience de nos fournisseurs locaux. Tout ceci a contribué à un démarrage serein* », affirme Pascal Pubert, directeur général adjoint de La Boulangère. Sans oublier l'engagement des collectivités territoriales. L'agglomération de La Roche-sur-Yon a investi 2,5 M€ pour les infrastructures et 200 k€ dans les travaux à proprement parler. Le soutien est précieux pour ce projet qui a requis un investissement global de 30 M€, répartis à parts égales entre le process et le génie civil. Les zones de stockage sont dimen-

Tous droits réservés à l'éditeur

PROCESS ALIMENTAIRE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3766

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.18-21
Journaliste : Stéphanie Perraut

LA NOUVELLE LIGNE DE PAIN DE MIE



sionnées pour absorber la production de quatre à cinq lignes. À terme, le site devrait en comporter six à sept, chacune dédiée à un type de produit, pour un volume annuel de 40 000 tonnes. Une fois racké, l'entrepôt dédié aux produits finis pourra accueillir 2 000 palettes. « *Nous avons décidé de spécialiser les lignes pour garantir une qualité optimale et constante de la production* », explique Pascal Pubert. La performance énergétique a également été un critère de choix des équipements, notamment pour les opérations de cuisson et de refroidissement des pains.

« Nous avons fait le choix de spécialiser et automatiser les lignes »

PASCAL PUBERT
D G ADJOINT LA BOULANGÈRE

« *Le four à gaz est doté d'un système de récupération de chaleur qui sert à chauffer d'autres zones* », illustre-t-il.

DES COÛTS MAÎTRISÉS

Pour cette nouvelle usine, La Boulangère a fait le choix de l'automatisation. « *Avec la démarche Agri-Éthique, nous nous engageons à payer nos matières premières au prix juste. L'enjeu est donc de réduire nos coûts de revient tout en garantissant la répétabilité du processus pour bien nous positionner en qualité et en prix* », explique Pascal Pubert. Ainsi, l'encaissage est réalisé dans une cellule robotisée. « *Sur ce poste, il s'agit de réduire la pénibilité pour nos opérateurs et de faciliter les recrutements* », précise-t-il. Les recrutements sont d'ailleurs amenés à se poursuivre à un rythme constant. D'ici trois ans, le site devrait compter 150 collaborateurs, et 300 à terme. Cette usine suit un modèle industriel qui fonctionne au sein du groupe Norac Foods depuis sa création en 1992. « *Le premier avantage est la sécurité. On n'est jamais à l'abri d'un incident. Un petit site est moins vulnérable* », affirme Bruno Caron, président du

Tous droits réservés à l'éditeur

PROCESS ALIMENTAIRE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3766

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.21

La Boulangère agit pour l'environnement

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE « *Nous sommes convaincus que les consommateurs veulent manger de façon plus responsable. C'est pourquoi nous cherchons à leur offrir des alternatives en accord avec nos convictions* », affirme Christophe Aillet, directeur général. La société propose depuis 2001 des pains et viennoiseries bio. Membre du collectif « 1 % for the planet », la marque reverse 1 % de son chiffre d'affaires à des associations œuvrant pour l'agriculture durable, la biodiversité et la qualité de l'eau. Les produits La Boulangère (hors wrap et bruschetta) sont élaborés à partir de farine de blé et d'œufs (et peut-être bientôt aussi de produits laitiers) certifiés Agri-Éthique France, en bio comme en conventionnel. Près de 700 agriculteurs et éleveurs locaux sont engagés dans la démarche. Les énergies ne sont pas en reste. Depuis bientôt trois ans, La Boulangère utilise de l'électricité verte Origine France garantie. En septembre 2018, deux des sept camions de la flotte interne de la société sont passés au bioGNV, issu d'un méthaniseur à Mortagne-sur-Sèvres (85). La stratégie est payante. « *En bio, nous sommes le premier intervenant du pain et de la viennoiserie préemballées. Et nous avons la plus forte croissance en valeur de toutes les marques alimentaires bio actuellement sur le marché* », avance Christophe Aillet.

PROCESS ALIMENTAIRE – DÉCEMBRE 2019 – N° 1375

Tous droits réservés à l'éditeur

Réussir Aviculture
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.24
Journaliste : V. B.

Produire

Des **œufs équitables** avec le label Agri-Éthique

Créé en 2013, le label Agri-Éthique est aujourd'hui le premier label de commerce équitable français. Une filière œufs se développe depuis septembre 2018.

LUDOVIC BRINDEJONC, D'AGRI-ÉTHIQUE. « L'engagement doit porter sur des volumes notables pour permettre un complément de revenu significatif pour le producteur. »

V. BASCAINS

Depuis septembre 2018, une filière d'œufs commerce équitable se développe dans le cadre du label Agri-Éthique. Elle associe pour l'instant l'industriel La Boulangère, qui utilise du blé et des œufs Agri-Éthique, le fabricant d'ovoproduits Geslin et dix-huit éleveurs de l'organisation de producteurs Volinéo du groupe Cavac. Un contrat tripartite de trois ans est établi, garantissant aux éleveurs des prix rémunérateurs basés sur les coûts de production, avec un partage équilibré de la valeur ajoutée. Les poules sont au minimum élevées en plein air ou en bio. « *Depuis 2014, la loi sur l'économie sociale et solidaire fixe le cadre légal du commerce équitable en France* », a rappelé Ludovic Brindejonc, directeur du label Agri-Éthique, lors d'une conférence au salon de la restauration Serbotel. Selon le collectif Commerce équitable France, qui fédère les principaux acteurs en France, le commerce équitable repose sur des prix rémunérateurs pour les producteurs, basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée, sur un engagement commercial d'au moins trois ans, sur le versement d'un montant pour financer des projets collectifs, sur l'autonomie des producteurs, sur la transparence et la traçabilité des filières et sur la sensibilisation des consommateurs à des modes de production socialement et écologiquement durables.

L'INDUSTRIEL La Boulangère, utilise du blé et des œufs Agri-Éthique pour ses produits.

Un label qui a germé en Vendée

En 2018, 434 millions d'euros de chiffre d'affaires ont été réalisés en France en commerce équitable « nord-nord » (+ 34 %) ; 47 % des produits sont bio et les cahiers des charges impliquent en général des exigences fortes au niveau de l'environnement. Les principaux opérateurs du commerce équitable français sont Agri-Éthique (58 % des ventes), Biopartenaire, Biocoop (marque Ensemble), Fair for Life (Ecocert) et Ethiquable. Créé en 2013 par des agriculteurs vendéens, Agri-Éthique rassemble aujourd'hui 18 organisations de producteurs et près de 1 300 agriculteurs. En 2018, il a généré un chiffre d'affaires de 252 M€ (+ 45 %), dont 15-20 % en bio. La première filière développée est celle du blé et de la farine, avec 80 % du chiffre d'affaires encore assuré en boulangerie artisanale. Depuis un an, le label s'est étendu à d'autres filières : lait, viande, œufs et légumes secs. ■ **V. B.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Réussir Aviculture
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.6
Journaliste : V. B.

Comprendre

Volinéo mise sur la polyvalence

L'arrivée des Éleveurs de Challans et de Prodavi marque un nouveau développement pour Volinéo, qui s'adapte au marché par la polyvalence et le développement du plein-air et du bio.

V. Barcain

EN JANVIER PROCHAIN, LA CENTAINE D'ÉLEVEURS DE CHALLANS adhérera à la Cavac. L'activité économique du syndicat y sera transférée au fur et à mesure des lots.

En 2018-2019, Volinéo – l'OP Volailles de la coopérative vendéenne Cavac – a produit 3,7 millions (M) de canards de Barbarie, 14,3 M de poulets, 1,2 M de pintades, 392 000 dindes, 1,85 M de cailles, 1,1 M de volailles traditionnelles démarrées et adultes et 200 000 poulets bio, 52 M d'œufs bio et 22 M d'œufs plein air ou sol. L'année 2019 a été marquée par l'officialisation du rapprochement avec Éleveurs de Challans. « *Cette union vise à développer de nouveaux marchés en permettant aux éleveurs de Challans de bénéficier des services de Cavac* » ont souligné Guy-Marie Brochard, président de Volinéo, et Dominique Morvan, président des Éleveurs de Challans.

Des élevages polyvalents capables de produire presque tout

Le nouveau pôle Volailles de qualité rassemble les ex-Eleveurs de Challans et les éleveurs bio de Volinéo. Autre rapprochement : celui de l'organisation vendéenne Prodavi (34 éleveurs canards et 4 éleveurs poulets situés en Maine-et-Loire, Vendée, Loire-Atlantique) qui devient une filiale de Cavac. Le pôle volailles rassemble désormais 350 éleveurs et 500 000 m² de bâtiment. Les performances techniques s'améliorent. En canard, la demande baissière entraîne des baisses de densité et l'allongement des vides. Le développement est mis en attente et tout est fait pour favoriser la polyvalence. Celle-ci est aussi recherchée en volailles sur litière. 80 % du parc poulet est désormais polyvalent avec l'objectif d'atteindre 100 %. La polyvalence a permis de développer la dinde de 10 %, avec un schéma démarreurs-engraisseurs, et la pintade. Inexistante il y a trois ans, la pintade représente aujourd'hui 20 % du parc litière. La caille est aussi en progression. « *Les orientations en volailles sur litière sont l'accompagnement vers la polyvalence, la démédication et la lumière naturelle* », a précisé Guy-Marie Brochard. L'activité œuf, lancée en 2010, connaît aussi un développement rapide, avec 33 éleveurs détenant 410 000 poules. L'accompagnement technique se renforce. Même si l'œuf reste le principal client, l'accent est mis sur le développement de filières sécurisées, comme celle initiée avec Geslin et La Boulangère dans le cadre d'Agri-Éthique. ■ **V. B.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 16/12/2019
Heure : 20:03:27
Journaliste : Laurent Maeseelle

www.latoque.fr
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Témoignage de laurent maeseelle, artisan boulanger convaincu : « ABC est une dynamique pour avancer, progresser, évoluer »

Avec 2 boulangeries artisanales dont la dernière récemment inaugurée, la Boulangerie KB à Rostrenen, Laurent et Hélène Maeseelle sont des artisans boulangers engagés et passionnés par la qualité de leurs produits et par la relation qu'ils entretiennent précieusement avec leurs clients fidèles.

ARTISAN BOULANGER PASSIONNE A ROSTRENEN
Cette passion commune pour le beau, le bon et la qualité, ils participent à la transmettre tous les jours à leurs équipes.

Conscients qu'il est plus difficile de le faire seuls, ils ont été séduits par l'accompagnement global et pratico-pratique proposé par la Minoterie du Bocage (22) à l'initiative de la démarche ABC avec les 5 autres Moulins Associés : la Minoterie Girardeau (44), la Minoterie Suire en Bio (44), la Minoterie du Château (53) et les Moulins Fouché (91).

POURQUOI LA DEMARCHE ABC
« Nous avons décidé d'avoir un œil impartial extérieur car quand on a le nez collé aux problèmes du quotidien et tout ce que l'on doit gérer, il est toujours intéressant d'avoir l'avis d'un professionnel qui n'est pas là pour nous casser mais pour nous aider à évoluer et à progresser »

L'objectif d'ABC est d'aider les Artisans Boulangers à rester **libres et indépendants mais pas seuls !**

Pour les aider au quotidien, une **boîte à outils « COUTEAU SUISSE »** est en ligne 24/24h : la qualité, la gestion, l'hygiène, la relation clients, l'administratif, la formation obligatoire, le marketing, les réseaux sociaux et tous les aspects pratiques de la gestion d'entreprise sont traités !

L'engagement est total puisque les outils sont simples, utiles et adaptables en permanence aux besoins spécifiques de chaque artisan et de son équipe de production et de vente. C'est à eux de décider comment moduler les outils à leur façon de fonctionner pour encore plus d'efficacité !

L'idée est aussi de les accompagner, par **2 visites conseil en boulangerie par un professionnel et par un organisme indépendant CERTIPAQ pour l'objectivité d'analyse**, à révéler leur propre identité et se différencier par la qualité de leurs produits.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Regardez l'interview de **Laurent MAESEELLE** qui s'exprime sur les raisons pour lesquelles il adhère à la démarche ABC : https://www.youtube.com/watch?v=h8rKJ8LhT0g&t=31s

L'ENGAGEMENT MUTUEL DES ARTISANS ET DES MOULINS : LA QUALITE ECO-RESPONSABLE
« La qualité et le respect de nos clients font partie de notre histoire. Pionniers engagés depuis plus de 40 ans au tout début de la BIO avec la Minoterie Suire, nous sommes aussi impliqués depuis l'origine des filières respectueuses comme la Culture Raisonnée Contrôlée CRC® et l'Agri-Ethique ou des filières de qualité comme le Label Rouge.

Nous privilégions les meilleurs crus de blés et de céréales cultivés selon de bonnes pratiques agricoles pour faire des farines de qualité supérieure en garantissant une juste rémunération des agriculteurs. » Bertrand Girardeau.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Crédit photo Matthieu Mitschké

Pour les artisans boulangers, s'engager dans la démarche ABC, c'est revendiquer leur passion pour des croissants, pains au chocolat de qualité **fait maison** et pour le **pain de tradition française**. Avec des clients de plus en plus exigeants et parfois méfiants, c'est l'occasion de revendiquer personnellement leur propre **engagement qualitatif et éco-responsable**. Tous les produits sont fabriqués avec des **farines issues de filières respectueuses** de l'environnement !

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584

Date : 17 decembre 2019
Journaliste : Dominique Diogon

La baguette magique

Prise en sandwich entre plusieurs tranches de kebabs, à l'entrée nord de Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme), la boulangerie Domi ne présente pas, de prime abord, de signes distinctifs par rapport à ses voisines. Son propriétaire, Jean-Charles Henry, est pourtant un pionnier.

Voilà deux ans, le jeune chef d'entreprise, qui possède un autre point de vente à quelques hectomètres de là, a été le premier boulanger du département et même du Massif central à adhérer au label « Agri éthique ». Des confrères locaux lui ont depuis emboîté le pas.

Lancé en 2013 par une coopérative vendéenne, la CAVAC, ce label français de commerce équitable, qui s'est depuis étendu à d'autres filières (lire ci-contre) , assure une rémunération équitable à tous les maillons de la filière, à commencer par le premier d'entre eux, celui des producteurs qui sert trop souvent de variable d'ajustement.

Une démarche qui a d'emblée parlé à Jean-Charles Henry. « Je suis fils d'éleveurs laitiers de Haute-Saône. L'exploitation a été reprise par mon frère. Au départ, ils livraient leur lait à un petit fromager qui a été racheté par une coopérative, elle-même absorbée plus tard par Lactalis. Un grand groupe qui possède une éthique bien à lui. Et les éleveurs comme mon frère ne s'y retrouvent pas forcément dans ce qu'ils touchent », sourit le boulanger auvergnat.

En l'espace de six ans, « Agri éthique », qui est basée sur des pratiques agricoles durables, a véritablement décollé avec, à l'échelle nationale, plus de 650 artisans boulangers, fournis par 19 meuniers, qui, eux-mêmes, écrasent 70.000 tonnes de blé de 19 organisations de producteurs. Un mode de fonctionnement où tout le monde trouve son compte.

« Le marché des céréales est volatile et les cours sont fixés à la bourse de Chicago, avance Alexandra Bothereau, chargée de développement d'Agri-éthique . Nous, nous renversons la construction du prix en partant du coût de revient des agriculteurs. Nous signons ensemble des contrats de trois ans renouvelables où toutes les parties s'engagent. Le prix est établi dans chacune des structures. Nous sommes sur une moyenne de 175 euros la tonne. Le producteur sait donc dès le départ qu'il ne va pas perdre d'argent. Mais le meunier et le boulanger savent également où ils vont, ce qui est bon pour les investissements et, indirectement, l'emploi local. »

Jean-Charles Henry, qui travaille avec les moulins Joseph Nicot en Saône-et-Loire, l'un des poids lourds de la meunerie française, dont il loue la régularité de la matière première, n'a que très peu communiqué sur son engagement dans la démarche.

« Je suis rentré dedans par convictions personnelles. Je vois bien que mon frère vit avec rien du tout. Cela se traduit pour moi par un surcoût de 5 euros le quintal de farine que je répercute sur mes pains. Cela a fait une augmentation de 5 à 10 centimes selon les pains. J'en ai expliqué la raison à mes clients qui ont très bien compris que si l'on veut consommer mieux et local, cela a un impact sur les prix. »

« À travers notre démarche, on montre que l'on ne peut pas tout avoir pour rien. Il en va de l'avenir de l'agriculture française et du renouvellement des générations. Je suis un bon exemple. J'ai renoncé à reprendre la ferme laitière de mes parents », renchérit Alexandra Bothereau.

« C'est important d'avoir des producteurs à proximité. Cela n'aurait aucun sens d'aller acheter notre blé en Bulgarie », conclut Olivier Guinand des Moulins Joseph Nicot.

Dominique Diogon dominique.diogon@centrefrance.com

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584

Date : 17 decembre 2019

Philosophie.

Une quête de sens

Philosophie. Les Moulins Joseph Nicot, l'un des dix-neuf meuniers français à s'être engagés dans « Agri éthique », écoulent aujourd'hui 70 tonnes de blé dans la démarche. « Aujourd'hui, nous sommes dans une situation où si nous mettons du sens, nous vendons bien, souligne Olivier Guinand, conseiller boutique. Avec Jean-Charles Henry, c'est idéal car il agit par conviction et non par opportunisme. »

Attentes sociétales

Valorisation. La création de démarches de type commerce équitable en France s'inscrit dans un mouvement plus large sur fond d'attentes sociétales précises. « Les gens veulent de la qualité, des circuits courts et établir un lien direct avec les producteurs. Et c'est valorisant aussi pour ceux-ci », explique Alexandra Bothereau « d'Agri éthique »

Repères

Naissance

Lancé le 20 juin 2013, le label « Agri éthique » affiche un chiffre d'affaires de 252 millions d'euros sur un total de 434 millions pour l'ensemble du commerce équitable de l'agriculture française.

Filières

Après les céréales et les légumineuses, « Agri éthique » a lancé des filières dans le lait, les oeufs et la viande, en particulier à travers le porc fermier de Vendée. Il défend le bien-être animal à travers des obligations très précises comme : élevage en plein air, accès à un vaste parcours extérieur, 182 jours d'âge minimum à l'abattage, nourris avec des céréales et de la graine de lin.

Renseignement

Le site internet agriethique.fr recense l'ensemble des partenaires engagés dans la démarche et permet aux consommateurs de trouver les endroits le plus près de chez eux où acheter les produits du label.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584

Date : 17 decembre 2019

Les six grandes règles de l'équitable

attentes sociétales. « Le collectif du commerce équitable français a fixé six grandes règles à respecter, liste Alexandra Bothereau, chargée de développement du label « Agri éthique » (ici à gauche en compagnie de Jean-Charles Henry et Olivier Guinand du Moulin Nicot) . La première est la construction du prix. La deuxième est l'aspect durable avec un contrat pluri-annuel. La troisième touche à la transparence, la traçabilité. La quatrième a trait à la gouvernance démocratique de la démarche où les agriculteurs peuvent s'exprimer pleinement. La cinquième tient au financement d'un fonds collectif pour réfléchir à de meilleures pratiques. Enfin, la sixième concerne l'engagement à sensibiliser le grand public et à expliquer pourquoi avoir choisi le concept de commerce équitable. »

Tous droits réservés à l'éditeur

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

Grand-Est Cérèsia : davantage de productions sous contrat

La coopérative Cérèsia met en œuvre un plan d'action pour développer des filières spécialisées sous contrat (cultures bas intrants, culture raisonnée contrôlée, label rouge, AgriEthique, filière riche en protéines…). L'objectif est de passer de 33 000 t actuellement (sur 1,8 Mt collectées) à 150 000 t d'ici à trois ans. Parmi les moyens mis en place : une meilleure rémunération de la production grâce à un système de prime.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

La Boulangère & Co se dote d'une première unité mixte

Capacités L'usine de La Chaize-le-Vicomte est dotée pour le moment d'une seule ligne, mais le site est modulable, et conçu pour accueillir 6 à 7 lignes. À terme, elle produira 40 000 tonnes de produit fini. Actuellement, la ligne en fonction produit des pains de mie, notamment le Toastiligne, sans sucres ajoutés.Thomas Raffoux/La Boulangère

La Chaize-le-Vicomte (Vendée) Pour accompagner sa croissance, La Boulangère & Co, filiale de Norac Foods, s'est dotée d'un septième site. Ce sera le premier à produire pains et viennoiseries.

I naugurée le 10 octobre, l'usine de La Chaize-le-Vicomte, en Vendée, est le septième site de La Boulangère & Co, filiale de Norac Foods. « Une nouvelle usine pour accélérer la croissance de l'entreprise », déclare Pascal Pubert, directeur général adjoint (DGA). Une croissance que Christophe Aillet, directeur général, chiffre à 7-8 % par an. Le chantier a débuté en mars 2018, et la première production est sortie le 25 juin 2019.

Doté pour le moment d'une ligne produisant des pains de mie, il devrait à terme en accueillir 6 à 7, pour la fabrication de pains et de viennoiseries. Ce sera le premier site du groupe à produire les deux. Les viennoiseries devraient commencer fin 2020 ou début 2021. L'entreprise a fait le pari de renforcer son ancrage vendéen : ce nouveau site est le quatrième du département, les autres étant aux Herbiers, à Mortagne-sur-

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Approvisionnements Adossés à l’usine, des silos de farine. La Boulangère met en avant ses partenariats avec des producteurs et minotiers locaux. Pour les produits bio notamment, des contrats pluriannuels ont été mis en place avec des agriculteurs, via la démarche Agri- Ethique. Thomas Raffoux/La Boulangère

Tous droits réservés à l'éditeur

voix de l'ain l'hebdomadaire des pays de l'ain
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13576

Date : Du 20 au 26 decembre 2019
Page de l'article : p.27

Bioéthique en boulangerie, le fournil d'Angel innove

LE PAIN N'EST PAS PLUS CHER ET DE MEILLEURE QUALITÉ

Un pain fabriqué avec une farine issue du commerce équitable. Photo : JG NG

SAINT-RAMBERT

Agri-éthique : label français du Commerce Équitable

Ce modèle de commerce solidaire est venu de la prise de conscience de la société qui voit sa filière agricole menacée, et des exploitants fragilisés, qui ont du mal à vivre décemment de leur travail.

Il fallait donc créer des filières agricoles en imaginant un nouveau concept : le circuit court. « Agri-éthique » est un nouveau modèle de commerce plus solidaire des agriculteurs français. Ce modèle existe depuis 2013 et prend de l'importance au fil des années. Au point que ce modèle s'est étendu à de nombreuses filières telles que celles du blé, des légumes secs, du lait, des œufs…

Acheter ces produits

Le client qui fait le choix de consommer les produits « agri-éthique » 100 % origine France soutient donc une filière agricole et alimentaire. Cet écosystème solidaire garantit ainsi un revenu durable aux producteurs français et préserve ainsi l'emploi dans nos régions.

Aujourd'hui, à Saint-Rambert, vous pouvez consommer quotidiennement des baguettes issues du commerce équitable. La Fournil d'Angel donne une valeur labellisée à son pain.

Des consommateurs citoyens

Le blé fourni est régulièrement analysé et n'est absolument pas mélangé avec d'autres blés, même en provenance des pays de la communauté européenne.

Agir pour l'environnement

En favorisant les circuits courts et le 100 % Français, l'impact bénéfique sur l'environnement est prouvé.

Tous droits réservés à l'éditeur

le journal de Saône et Loire

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 53825

Date : 22 décembre 2019
Journaliste : Rémi LANGLOIS

BOURBON-LANCY Artisan boulanger

Du champ à la baguette, ils ont choisi le commerce équitable

Mercredi matin de 9 h à 12 h, Thierry et Catherine Chapuis, de la boulangerie-pâtisserie *Le Beurdin*, ont organisé, en présence de leurs clients, une animation sur les composantes de la démarche agri-éthique dont ils font partie, avec les acteurs de la filière.

Esteban, Thierry et Catherine Chapuis posent avec leur mythique et succulent gâteau, une véritable marque de fabrique.
Photo JSL/Rémi LANGLOIS

Premier label de commerce équitable en France, le réseau agri-éthique noue désormais plusieurs centaines de partenariats. La boulangerie-pâtisserie *Le Beurdin*, située au cœur de la ville au 22, rue du Docteur Pain, a opté pour ce label. C'est l'entreprise Descréaux SAS, installée à Dompierre-sur-Besbre et Coulanges (Allier), qui a sauté le pas, il y a trois ans, aux côtés de la minoterie Forest de Cluny. Ensemble, ils sont venus à la rencontre de Thierry et Catherine Chapuis.

Une démarche locale

« Chaque partenaire de la filière est acteur. L'agriculteur, l'organisme stockeur et le meunier s'imposent certaines conditions pour qu'au final le boulanger ait une véritable histoire à raconter à ses clients. C'est ainsi qu'aujourd'hui nous sommes aux côtés de notre artisan, avec Jean-Paul Gilbert, agriculteur à Chézy (Allier) et le minotier pour expliquer aux clients la démarche, l'implication et le travail de chacun », explique Sébastien Descréaux, responsable opérationnel. Le but de la démarche : faire en sorte que chacun y gagne et fasse profiter le consommateur de productions cultivées localement et dans le souci du développement durable. Agriculteurs, meuniers et boulangers, s'engagent sur un volume, un prix et une durée de trois ans, tout en respectant des pratiques vertueuses pour l'environnement. En faisant le choix de consommer un produit à base de blé agri-éthique, le client préserve des emplois locaux et garantit aux agriculteurs un revenu. Malgré un chiffre d'affaires qui n'augmente pas, le couple veut garder le moral. « Ça devient difficile, mais nous faisons tout pour pérenniser notre commerce de centre-ville dans la vraie tradition et la qualité du métier. »

Rémi LANGLOIS (CLP)

CONTACT **Thierry et Catherine Chapuis : 09.84.54.85.59**

Une marque déposée

Depuis qu'ils ont repris l'enseigne le Beurdin, Thierry et Catherine Chapuis gèrent la boulangerie-pâtisserie en famille. Leur fils, Célestin, 20 ans, titulaire d'un CAP et d'un Bac Pro obtenu avec mention, fait le pain, Thierry fait la pâtisserie et les viennoiseries. « Notre spécialité est le fameux gâteau Le Beurdin. Ça va faire près de 50 ans qu'il existe. C'est devenu une marque déposée auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi Ndlr). "Le Beurdin Bourbon-Lancy" est enregistré au Registre national des marques (RNM). Chaque successeur s'est passé la recette », confie Thierry.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.snacking.fr
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Pain Burger brioché 100 % bio p

Ce pain bio brioché 100 % est fabriqué à partir de farine de blé issue du commerce équitable (label Agri-éthique France). Ce pain moelleux et doré, est réalisé dans un fournil bio par une équipe de boulangers. Les pains sont emballés sur demande par 2, 4, 8 etc.

Tous droits réservés à l'éditeur

VAR MATIN
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 66757

Le dossier du dimanche

Des recettes locales

Date : 22 decembre 2019
Journaliste : L. A.

Dossier :
Laurent AMALRIC et Mathilde TRANOY

La jungle des labels

Une fois encore, il ne faut pas se fier aux étiquettes qui affichent, à tout bout de champ, « Commerce équitable ».

« *Ce ne sont que des allégations non vérifiées qui peuvent être dénoncées auprès de la Répression des fraudes* », souligne Philippe Molinas *(lire par ailleurs)*, qui précise, au passage, que le bio n'est pas forcément équitable...

L'organisation de référence « Commerce Equitable France » liste les noms suivants comme valeurs sûres : Fairtrade/Max Havelaar et Producteurs paysans, WFTO, BioPartenaire, Fair for Life, Agriéthique et ATES qui, lui, concerne le tourisme.

Chacune a son logo-type estampillé sur le produit. Les marques *Ensemble* de Biocoop et *Paysan d'Ici* d'Ethiquable sont également recommandées pour le respect des critères.

Ce qui ne compromet pas pour autant le reste de l'offre... « *Beaucoup de producteurs sont dans une démarche équitable mais ne bénéficient pas du label, faute de répondre à la totalité du cahier des charges. Mais il faut être attentif à leur projet et les soutenir, comme par exemple le modèle économique des Paniers Davoine ou Aurélien Proneur, maraîcher de Sollies-Pont que l'on retrouve à Toulon au marché des producteurs du cours Lafayette* », conclut le président de l'association *L'Équitable*.

L. A.

Tous droits réservés à l'éditeur

Site Internet
Date : 28 novembre 2019

LE JOURNAL DES FEMMES

Audience : 13 897 751visiteurs/mois

< Les coups de cœur food de la rédaction

Les pains à dorer de Biofournil

Voilà des pains précuits qui remplissent parfaitement leur job : avoir du pain à portée de main, chaud et surtout bien croustillant sans pour autant mettre des miettes partout comme certains concurrents. On valide !

- **Où l'acheter ?** en GMS
- **A quel prix ?** 2,50 euros le paquet
- **Site de la marque :** Biofournil

© Biofournil

L'EVEIL DE LA HAUTE LOIRE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 13262

Date : 25 decembre 2019
Journaliste : Dominique Diogon

La baguette magique

Équitable

Assurer une juste rémunération à tous les maillons d'une filière dans le respect d'une agriculture durable, c'est l'ambition « d'Agri éthique », le premier label français 100 % équitable. Une réussite qui témoigne d'une évolution des modes de consommation.

Dominique Diogon
dominique.diogon@centrefrance.com

ENGAGÉ. Jean-Charles Henry a augmenté ses pains, de cinq à dix centimes. Une hausse bien vécue par sa clientèle qui « a très bien compris que si l'on veut consommer mieux et local, cela a un impact sur les prix ». PHOTO THIERRY LINDAUER

Prise en sandwich entre plusieurs tranches de kebabs, à l'entrée nord de Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme), la boulangerie Domi ne présente pas, de prime abord, de signes distinctifs par rapport à ses voisines. Son propriétaire, Jean-Charles Henry, est pourtant un pionnier.

Voilà deux ans, le jeune chef d'entreprise, qui possède un autre point de vente à quelques hectomètres de là, a été le premier boulanger du département et même du Massif central à adhérer au label « Agri éthique ». Des confrères locaux lui ont depuis emboîté le pas.

Plus de 650 artisans boulangers et 19 meuniers engagés à l'échelle nationale

Lancé en 2013 par une coopérative vendéenne, la CAVAC, ce label français de commerce équitable, qui s'est depuis étendu à d'autres filières *(lire ci-contre)*, assure une rémunération équitable à tous les maillons de la filière, à commencer par le premier d'entre eux, celui des producteurs qui sert trop souvent de variable d'ajustement.

Une démarche qui a d'emblée parlé à Jean-Charles Henry. « Je suis fils d'éleveurs laitiers de Haute-Saône. L'exploitation a été reprise par mon frère. Au départ, ils livraient leur lait à un petit fromager qui a été racheté par une coopérative, elle-même absorbée plus tard par Lactalis. Un grand groupe qui possède une éthique bien à lui. Et les éleveurs comme mon frère ne s'y retrouvent pas forcément dans ce qu'ils touchent », sourit le boulanger auvergnat.

En l'espace de six ans, « Agri éthique », qui est basée sur des pratiques agricoles durables, a véritablement décollé avec, à l'échelle nationale, plus de 650 artisans boulangers, fournis par 19 meuniers, qui, eux-mêmes, écrasent 70.000 tonnes de blé de 19 organisations de producteurs. Un mode de fonctionnement où tout le monde trouve son compte.

« Le marché des céréales est volatil et les cours sont fixés à la bourse de Chicago, avance Alexandra Bothereau, chargée de développement "d'Agri-éthique". Nous, nous renversons la construction du prix en partant du coût de revient des agriculteurs. Nous signons ensemble des contrats de trois ans renouvelables où toutes les parties s'engagent. Le prix est établi dans chacune des structures. Nous sommes sur une moyenne de 175 euros la tonne. Le producteur sait donc dès le départ qu'il ne va pas perdre d'argent. Mais le meunier et le boulanger savent également où ils vont, ce qui est bon pour les investissements et, indirectement, l'emploi local. »

Jean-Charles Henry, qui travaille avec les moulins Joseph Nicot en Saône-et-Loire, l'un des poids lourds de la meunerie française, dont il loue la régularité de la matière première, n'a que très peu communiqué sur son engagement dans la démarche.

« Je suis rentré dedans par convictions personnelles. Je vois bien que mon frère vit avec rien du tout. Cela se traduit pour moi par un surcoût de 5 euros le quintal de farine que je répercute sur mes pains. Cela a fait une augmentation de 5 à 10 centimes selon les pains. J'en ai expliqué la raison à mes clients qui ont très bien compris que si l'on veut consommer mieux et local, cela a un impact sur les prix. »

« À travers notre démarche, on montre que l'on ne peut pas tout avoir pour rien. Il en va de l'avenir de l'agriculture française et du renouvellement des générations. Je suis un bon exemple. J'ai renoncé à reprendre la ferme laitière de mes parents », renchérit Alexandra Bothereau.

« C'est important d'avoir des producteurs à proximité. Cela n'aurait aucun sens d'aller acheter notre blé en Bulgarie », conclut Olivier Guinand des Moulins Joseph Nicot. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Les six grandes règles de l'équitable

ATTENTES SOCIÉTALES. « Le collectif du commerce équitable français a fixé six grandes règles à respecter, liste Alexandra Bothereau, chargée de développement du label « Agri éthique » *(ici à gauche en compagnie de Jean-Charles Henry et Olivier Guinand du Moulin Nicot)*. La première est la construction du prix. La deuxième est l'aspect durable avec un contrat pluri-annuel. La troisième touche à la transparence, la traçabilité. La quatrième a trait à la gouvernance démocratique de la démarche où les agriculteurs peuvent s'exprimer pleinement. La cinquième tient au financement d'un fonds collectif pour réfléchir à de meilleures pratiques. Enfin, la sixième concerne l'engagement à sensibiliser le grand public et à expliquer pourquoi avoir choisi le concept de commerce équitable. »

REPÈRES

Naissance
Lancé le 20 juin 2013, le label « Agri éthique » affiche un chiffre d'affaires de 252 millions d'euros sur un total de 434 millions pour l'ensemble du commerce équitable de l'agriculture française.

Filières
Après les céréales et les légumineuses, « Agri éthique » a lancé des filières dans le lait, les œufs et la viande, en particulier à travers le porc fermier de Vendée. Il défend le bien-être animal à travers des obligations très précises comme : élevage en plein air, accès à un vaste parcours extérieur, 182 jours d'âge minimum à l'abattage, nourris avec des céréales et de la graine de lin.

Renseignement
Le site internet agriethique.fr recense l'ensemble des partenaires engagés dans la démarche et permet aux consommateurs de trouver les endroits le plus près de chez eux où acheter les produits du label.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EVEIL DE LA HAUTE LOIRE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 13262

Date : 25 decembre 2019

Une quête de sens

Philosophie. Les Moulins Joseph Nicot, l'un des dix-neuf meuniers français à s'être engagés dans « Agri éthique », écoulent aujourd'hui 70 tonnes de blé dans la démarche. « Aujourd'hui, nous sommes dans une situation où si nous mettons du sens, nous vendons bien, souligne Olivier Guinand, conseiller boutique. Avec Jean-Charles Henry, c'est idéal car il agit par conviction et non par opportunisme. » ■

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EVEIL DE LA HAUTE LOIRE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 13262

Date : 25 decembre 2019

Attentes sociétales

Valorisation. La création de démarches de type commerce équitable en France s'inscrit dans un mouvement plus large sur fond d'attentes sociétales précises. « Les gens veulent de la qualité, des circuits courts et établir un lien direct avec les producteurs. Et c'est valorisant aussi pour ceux-ci », explique Alexandra Bothereau « d'Agri éthique »

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Journal de LA CÔTIÈRE
Hebdomadaire d'informations des cantons de Miribel, Montluel et Meximieux
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : Du 26 decembre 2019 au 1er janvier 2020
Page de l'article : p.27

BUGEY

St-Rambert-en-Bugey

> Le Fournil d'Angel labellisé "Agri-éthique"

La boulangerie de St-Rambert, le Fournil d'Angel, vient d'adhérer à l'association "Agri-éthique". Cette démarche garantit que les blés utilisés pour la fabrication du pain proviennent des circuits courts et sont produits dans la région. Pour le boulanger, c'est l'assurance d'une certaine qualité et d'un prix ferme durant 3 ans, face à la dérégulation mondiale du prix du blé. En faisant le choix de consommer de produits issus du commerce équitable français, le consommateur soutient également toute une filière agricole et alimentaire. L'association "Agri-éthique", créée il y a 3 ans, rassemble aujourd'hui 1200 agriculteurs engagés, 15 moulins partenaires, 10 coopératives, plus de 600 boulangeries, et 5 industriels, pour une production annuelle de 55.000 tonnes de blé.

L'équipe du Fournil d'Angel travaille désormais avec des blés issus d'un commerce équitable "100% origine France"

Tous droits réservés à l'éditeur

BUGEY

St-Rambert-en-Bugey

> Le Fournil d'Angel labellisé "Agri-éthique"

La boulangerie de St-Rambert, le Fournil d'Angel, vient d'adhérer à l'association "Agri-éthique". Cette démarche garantit que les blés utilisés pour la fabrication du pain proviennent des circuits courts et sont produits dans la région. Pour le boulanger, c'est l'assurance d'une certaine qualité et d'un prix ferme durant 3 ans, face à la dérégulation mondiale du prix du blé. En faisant le choix de consommer de produits issus du commerce équitable français, le consommateur soutient également toute une filière agricole et alimentaire. L'association "Agri-éthique", créée il y a 3 ans, rassemble aujourd'hui 1200 agriculteurs engagés, 15 moulins partenaires, 10 coopératives, plus de 600 boulangeries, et 5 industriels, pour une production annuelle de 55.000 tonnes de blé.

L'équipe du Fournil d'Angel travaille désormais avec des blés issus d'un commerce équitable "100% origine France"

Tous droits réservés à l'éditeur

Quelles réponses à l'agribashing ?

Dans le contexte du film « *Au nom de la terre* », Le 1 consacre son édition du 6 novembre à « *comment sauver les paysans* ». Son directeur de publication, Éric Fottorino, évoque le surinvestissement des agriculteurs à coup « *de crédits qu'on leur promettait indolores, sans dire trop fort que les conseilleurs ne sont pas les payeurs* ». Le sociologue Jean Viard voit « *un immense fossé* » qui s'est creusé entre les producteurs et les consommateurs urbains. D'ailleurs le film d'Édouard Bergeon n'a fait que 100 000 entrées à Paris contre 15 fois plus dans les campagnes. Pour lui, « *il est nécessaire de discuter avec les riverains* » mais « *ce modèle du toujours plus (hectares, matériels, intrants, emprunts) est confronté maintenant à la révolution écologique, qui monte à partir des villes ; nous sommes à un tournant de civilisation car nous avons pris conscience que nous étions en train de détruire la nature et nous avec. La société se révolte, à raison* ». Le sociologue pose une question récurrente : « *qui est prêt à payer pour la mutation plus rapide vers une agriculture plus écologique ? L'Europe ? L'État ? Les clients ? La plupart des fermes ne peuvent plus investir* ». L'hebdomadaire présente un Gaec vendéen en polyculture-élevage, très diversifié, en complète autonomie. Un céréalier dit son bonheur de travailler avec la filière Agri-Éthique et un laitier se déclare très serein depuis qu'il est fournisseur de la marque « *C'est qui le patron ?* ».

Comment travaille le lobby agroalimentaire

Dans *We Demain* de septembre, Gilles Luneau décrypte, à partir d'un rapport du CNRS, le jeu d'influence du lobby agroalimentaire. Les industriels financent des activités de recherche et investissent l'enseignement supérieur par le financement de chaires. Ils financent aussi des centres de recherche spécialisés, des travaux scientifiques, des congrès tout en mettant en avant les études scientifiques qui servent leurs intérêts. Des chercheurs complaisants peuvent également jeter un doute sur une étude leur étant trop défavorable. Et puis, questionne le journaliste, est-il normal que la FNSEA, l'Association nationale de l'industrie agroalimentaire et la Fédération du commerce et de la distribution siègent au conseil d'administration de l'Agence nationale de sécurité sanitaire et à celui du Conseil national de l'Alimentation ? Le CNRS a pu mettre en évidence le rôle central du Fonds français pour l'alimentation et la santé qui est un pont d'échange entre industries agroalimentaires et sphère publique. Le conseil d'administration de cette organisation compte la Direction générale de l'alimentation, des chercheurs et les acteurs du lobby agroalimentaire...

GRANDS TROUPEAUX Magazine

Tous droits réservés à l'éditeur

RIA
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3659

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.16-18
Journaliste : MARION COISNE

L'USINE DU MOIS

← CAPACITÉS L'usine de La Chaize-le-Vicomte est dotée pour le moment d'une seule ligne, mais le site est modulable, et conçu pour accueillir 6 à 7 lignes. À terme, elle produira 40 000 tonnes de produit fini. Actuellement, la ligne en fonction produit des pains de mie, notamment le Toastiligne, sans sucres ajoutés. THOMAS RAFFOUX/LA BOULANGÈRE

La Boulangère & Co se dote d'une première unité mixte

LA CHAIZE-LE-VICOMTE (VENDÉE) ▸ Pour accompagner sa croissance, La Boulangère & Co, filiale de Norac Foods, s'est dotée d'un septième site. Ce sera le premier à produire pains et viennoiseries.

REPÈRES

- **CA 2019 :** 300 M€, dont 40 % à l'international.
- **Effectif :** au début 35 salariés, 300 à terme.
- **Production :** 40 000 t de produit fini par an à terme.
- **Ventes :** 25 % sous marque La Boulangère, 70 % sous marque distributeur (moitié France, moitié export), et 5 % en B to B.

↑ LE SITE Pour son septième site, La Boulangère & Co s'est implantée sur un terrain de 10 hectares. Le bâtiment couvre 15 000 m², dont 5 000 m² pour l'entrepôt logistique. LA BOULANGÈRE

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3659

Date : Decembre 2019
Page de l'article : p.16-18
Journaliste : MARION COISNE

↑ ENCAISSAGE Les pains sont regroupés et poussés dans un carton préformé, envoyé vers une étiqueteuse. Ils sont pré-empilés par trois et envoyés à l'étage supérieur vers un palettiseur automatique.

↑ LOGISTIQUE Le site dispose de 5 000 m² de stockage, qui pourront contenir 2 000 palettes. Un jour et demi à deux jours de stocks sont conservés. La réception des commandes est informatisée. M.C.

← APPROVISIONNEMENTS Adossés à l'usine, des silos de farine. La Boulangère met en avant ses partenariats avec des producteurs et minotiers locaux. Pour les produits bio notamment, des contrats pluriannuels ont été mis en place avec des agriculteurs, via la démarche Agri-Ethique.

THOMAS RAFFOUX/LA BOULANGÈRE

Des équipes intégrées en amont de la conception de l'usine

Inaugurée le 10 octobre, l'usine de La Chaize-le-Vicomte, en Vendée, est le septième site de La Boulangère & Co, filiale de Norac Foods. « Une nouvelle usine pour accélérer la croissance de l'entreprise », déclare Pascal Pubert, directeur général adjoint (DGA). Une croissance que Christophe Aillet, directeur général, chiffre à 7-8 % par an. Le chantier a débuté en mars 2018, et la première production est sortie le 25 juin 2019.

Doté pour le moment d'une ligne produisant des pains de mie, il devrait à terme en accueillir 6 à 7, pour la fabrication de pains et de viennoiseries. Ce sera le premier site du groupe à produire les deux. Les viennoiseries devraient commencer fin 2020 ou début 2021. L'entreprise a fait le pari de renforcer son ancrage vendéen : ce nouveau site est le quatrième du département, les autres étant aux Herbiers, à Mortagne-sur-Sèvre et à Sainte-Hermine. Outre une volonté de rester proche du bassin de producteurs fournisseurs, l'enjeu portait sur les collaborateurs, en faisant jouer la mobilité interne.

« L'usine a bien fonctionné dès son démarrage car nos équipes étaient déjà formées, nous les avons détachées très tôt », analyse le directeur général adjoint. Le responsable de l'équipe technique a pris part à la conception de l'usine, et l'ensemble de l'équipe a été intégré avant le début du chantier, pour côtoyer les fournisseurs. « C'est une chance extraordinaire qui a permis aux techniciens de maintenance de mieux comprendre le fonctionnement », juge Pascal Pubert. « Nous avons bénéficié de l'expérience acquise sur nos autres sites, relate-t-il. Nous avons analysé les dysfonctionnements, et apporté des améliorations sur de nombreux plans. Il y a une vraie différence technique sur ce site par rapport aux autres. » Côté environnement, l'utilisation de l'eau a été optimisée, et les fluides frigorifères choisis « pour ne pas contribuer au réchauffement climatique », précise le DGA. Les pains sont refroidis naturellement, en amenant de l'air filtré extérieur.

D'ici à cinq ans, les 35 collaborateurs actuels devraient être 150, et à terme 300. « Nous avons recruté 85 personnes en 2018, et nous visons un chiffre similaire cette année », précise Pascal Pubert. Le site n'ira pas au-delà de 300, car « l'intention est de conserver une proximité entre les équipes et la direction de l'usine », justifie Bruno Caron, PDG de Norac Foods.

MARION COISNE

LA PAROLE À...

PASCAL PUBERT, DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT

MARION COISNE

« La Chaize-le-Vicomte est notre quatrième site en Vendée. Cela a permis de créer une mobilité professionnelle sans avoir besoin de créer une mobilité géographique. Nous avons eu un nombre de volontaires phénoménal pour ce site, il a même fallu faire un choix. Notre décision a été payante. Quant aux recrutements, au niveau local, La Boulangère est une marque employeur forte. Les salariés qui intègrent l'entreprise restent, et nous essayons d'y travailler. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Betteravier français
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : 24 decembre 2019
Page de l'article : p.11

EN BREF

COOPÉRATIVES

Le label Agri-Éthique en plein essor

Initiée en 2013 par la coopérative Cavac, la démarche Agri-Éthique fait des émules. Elle concerne aujourd'hui près de 1 300 producteurs de cinq filières : blé, œufs, lait, légumes secs et viande porcine, travaillant avec douze coopératives. Son but est de rémunérer les agriculteurs au prix juste. Le chiffre d'affaires d'Agri-Éthique a progressé de 45 % entre 2017 et 2018. En 2018, 252 M€ ont été générés par les ventes de produits portant leur label.

Tous droits réservés à l'éditeur