



*Les Échos du Bio* est une revue destinée aux opérateurs économiques de la région Auvergne-Rhône-Alpes qui évoluent sur le marché de l'agriculture biologique, mais aussi à tous les curieux. *Les Échos du Bio* vous offre un aperçu de l'actualité dans le monde bio et met à l'honneur des filières, des métiers ou encore des opportunités de développement du moment. Aux commandes de la rédaction, **La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes** et le **Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes**.

PHOTO VÉRONIQUE PITTE

**Filières et métiers** Les produits transformés à base de légumineuses, nouvelles tendances de consommation · p2 - Une étude complète pour aider les entreprises bio à développer des produits à base de protéines végétales · p3 **Technique et réglementaire** Ecocert vous informe · p4 - Animaux bio : lancement de la base de données · p5 **Économie et marchés** Distribution & consommation bio, où en est-on? · p6-7 **Opportunités de développement** Focus Espagne · p8 FRANCE 2030 : appel à projets « Résilience et capacités agroalimentaires 2030 » · p9 **Vie des entreprises** CIZERON BIO · p10 - CAVE NOISEL · p11 **Agenda** · p12



## LES PRODUITS TRANSFORMÉS À BASE DE LÉGUMINEUSES, NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION

*L'intérêt agronomique et climatique majeur des légumineuses réside dans leur capacité à réaliser la fixation symbiotique de l'azote de l'air.*

Le contexte institutionnel leur est favorable, comme en témoigne la Stratégie nationale pour les Protéines Végétales, qui ambitionne un doublement des surfaces cultivées en légumineuses entre 2020 et 2030 (soit 2 millions d'ha, 8 % de la SAU) (<https://agriculture.gouv.fr/lancement-de-la-strategie-nationale-en-faveur-du-developpement-des-proteines-vegetales>). Le Green Deal européen intègre également ces évolutions en fixant une

diminution du recours aux fertilisants azotés de synthèse et une augmentation des surfaces en agriculture biologique à hauteur de 25 % de la SAU en 2030. De plus, c'est un levier indispensable pour répondre à l'objectif de la Stratégie nationale Bas Carbone visant la réduction des émissions des GES du secteur agricole pour atteindre la neutralité carbone en 2050 (<https://www.ecologie.gouv.fr/strategie-nationale-bas-carbone-snbc>).

PHOTO WWW.LESGRAINEURS.FR



### S'unir pour créer de nouvelles filières

Dans ce contexte, les coopératives réfléchissent ensemble à ce sujet légumineuses, comme par exemple les coopératives Limagrain (Auvergne-Rhône-Alpes) et Qualisol (Occitanie) qui ont lancé en mars 2021 la marque Les Graineurs (ex-Nutrinat, basée à Castelnaudary dans l'Aude, et acquise pour 65 % par Limagrain et 35 % par Qualisol). Il s'agit d'une gamme de graines et de légumineuses et de produits transformés à base de ces matières premières ([www.lesgraineurs.fr/](http://www.lesgraineurs.fr/)).

La mutualisation, valeur au cœur de nos coopératives territoriales, est bien d'arriver à développer des filières pouvant répondre à ces nouvelles tendances de consommation en France, de partager leurs connaissances agronomiques, de trouver des débouchés et un modèle rémunérateur pour les producteurs.

### Tendance de consommation et la loi EGALIM

Selon une étude de Terres Inovia, plus on consomme des produits bio, plus on mange des légumineuses. Parmi les Français consommant des produits bio chaque semaine, 63 % d'entre eux consomment des légumineuses au moins une fois par semaine : 28 % en cuisinant plus d'une fois par semaine et 35 % une fois par semaine. Consommation de produits bio et légumineuses semblent donc être deux critères de consommation régulièrement associés ([www.terresinovia.fr/-/etude-credoc-consommation-legumineuses](http://www.terresinovia.fr/-/etude-credoc-consommation-legumineuses)).

De plus, la loi Egalim prévoit pour les restaurants scolaires de plus de 200 couverts, un menu végétarien par semaine et l'utilisation de 50 % de produits de qualité et durables, dont au moins 20 % de produits biologiques. Développer des gammes de produits à base de légumineuses dans nos coopératives offre une solution à la restauration collective, végétale, bio, made in France, et de qualité pour la santé.

Diane Rivaton, La Coopération Agricole ARA

# UNE ÉTUDE COMPLÈTE POUR AIDER LES ENTREPRISES BIO À DÉVELOPPER DES PRODUITS À BASE DE PROTÉINES VÉGÉTALES

*Avec 24 % de flexitariens, les consommateurs français sont de plus en plus nombreux à limiter la consommation de viande et rechercher des alternatives végétales. Le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes a mené une étude complète avec Nutrifizz et Ingrébio pour aiguiller les entreprises qui souhaitent développer des produits bio riches en protéines végétales. Selon l'étude, 80 % du panel sont rassurés par le label AB lorsqu'il s'agit de consommer des produits à base de protéines végétales.*



**POUR  
ALLER  
PLUS  
LOIN**

Tous les résultats de l'enquête sont à retrouver dans notre étude.

PHOTO ADOBE STOCK

## Une diversité de Matière Protéiques Végétales

Ajouter des protéines végétales dans ses produits peut permettre d'augmenter la quantité de protéines et de fibres, améliorer la texture, améliorer le nutriscore... En fonction de l'objectif souhaité, la formulation du produit ne sera pas la même. Aussi, selon les matières végétales et les process, la digestibilité et l'assimilation peuvent varier. Il est donc important de le considérer afin d'optimiser les recettes en les combinant avec des céréales par exemple, ou dans le choix du type d'ingrédients (farines, concentrat, isolat...). Sur la totalité des ingrédients proposés par les 49 fournisseurs en Europe, on trouve principalement des farines (34 %), des concentrats (27 %) et des protéines végétales texturées (12 %). Les fournisseurs français proposent majoritairement des matières protéiques végétales à base de chanvre, fève, lentilles, pois et soja. Retrouvez l'annuaire des ingrédients avec leurs caractérisations, et les fournisseurs dans l'étude.

## La production de légumineuses bio

Les ingrédients phares contenant des protéines végétales sont les légumineuses. On dénombre plus de 17 coopératives françaises susceptibles de fournir des légumineuses bio. Si l'assolement est en forte croissance depuis ces 5 dernières années, les rendements varient d'une année sur l'autre et des freins techniques demeurent pour permettre une montée en puissance de la production.

## La perception des consommateurs sur les protéines végétales

Selon l'étude du Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes, si 44 % des personnes qui ont répondu à l'enquête consomment au moins une fois par mois des légumineuses brutes (lentilles vertes ou pois chiches à réhydrater par exemple), encore beaucoup évoquent des freins : le manque de temps est la raison principale évoquée, les étapes de trempage et de cuisson demandent de l'anticipation et ils ne savent pas comment les cuisiner. Les produits élaborés peuvent donc être le moyen d'en consommer davantage. L'étude dévoile également la perception des consommateurs vis-à-vis des ingrédients présents dans les produits transformés. Par exemple, le soja décortiqué a été jugé en majorité avec une image négative (40 %) pour une production considérée mauvaise pour l'environnement et, car ce n'est pas un ingrédient local. Cette étude sur la perception a également été faite sur la farine de riz complet, la farine de pois chiche, les protéines texturées de pois, le seitan de blé, le soja décortiqué et l'isolat de protéines de soja.

L'enquête a permis de faire ressortir les principaux freins à la consommation des protéines végétales. Tout d'abord, les consommateurs n'ont pas l'habitude d'en consommer, contrairement à la viande qui est bien ancrée, l'image négative d'un produit transformé fait sa place et encore trop de consommateurs ont été déçus par le goût. Cependant, les consommateurs de protéines végétales qui en mangent le font par plaisir, pour leur apport en protéines et pour alterner avec les protéines animales.

Bastien Boissonnier et Justine Dragon,  
Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes

## ECOCERT VOUS INFORME

*L'actualité réglementaire a été rythmée par la sortie d'actes secondaires venant s'ajouter au nouveau règlement bio européen (RUE 2018/848) et par la mise en ligne du Guide de lecture français.*

### La transition vers le nouveau règlement

#### VALIDITÉ DES CERTIFICATS

Bien que le nouveau règlement bio européen RUE n° 2018/848 soit à présent en application et ait rendu le règlement CE 834/2007 caduque, vos certificats et ceux de vos fournisseurs faisant référence à cet ancien règlement sont toujours valables jusqu'à la réalisation de votre audit annuel 2022. Lors de votre audit annuel, l'auditeur vérifiera la conformité de vos pratiques et vos productions depuis le dernier audit annuel 2021. Ainsi, pour la période allant jusqu'au 31/12/2021 ce sont les exigences de l'ancienne réglementation (RCE 834/2007) qui seront contrôlées et pour la période allant du 1<sup>er</sup> janvier à la date de l'audit 2022, la vérification se fera conformément au nouveau règlement. À l'issue de l'étude de votre rapport d'audit et sous réserve du respect de la réglementation, un certificat faisant référence au nouveau règlement bio RUE 2018/848 sera émis.



PHOTO JIM BRADLEY, PIXABAY

### QUID DES STOCKS ? ARTICLE 60 DU RUE 2018/848

Les produits obtenus conformément au RCE n° 834/2007 avant le 1<sup>er</sup> janvier 2022 peuvent être mis sur le marché après cette date jusqu'à épuisement des stocks.



PHOTO HELGA KATTINGER, PIXABAY

### Utilisation d'Ingrédients non bio

Du nouveau quant aux dérogations nécessaires pour l'utilisation d'ingrédients non bio non disponibles en AB (5 % maximum) dans la transformation de denrées alimentaires : les dérogations deviennent collectives. Ainsi, vous retrouverez sur le site de l'INAO les dérogations accordées pour une période de 6 mois. Si l'ingrédient voulu fait partie de cette liste ingrédients agricoles autorisés, vous pourrez, sans faire de demande à votre nom, utiliser l'ingrédient en question.

Marithé Castaing, Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes



PHOTO JOHN\_NATURE, PHOTOS, PIXABAY

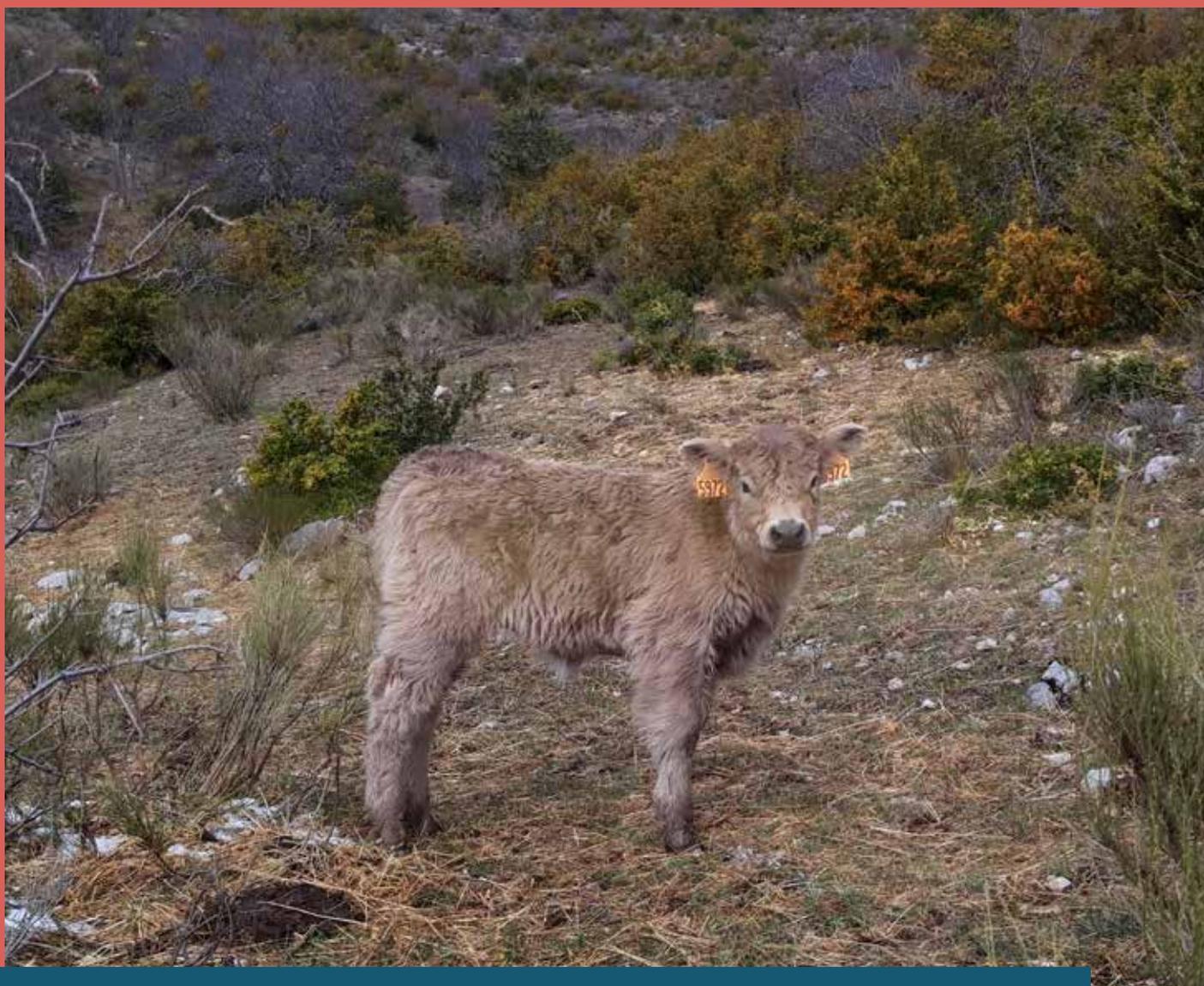


PHOTO LAURE GIBERT

organic  
Xlivestock

Base de données pour les animaux biologiques - France

# Animaux bio : lancement de la base de données

*La base de données des animaux biologiques disponibles en France est accessible sur le site internet <https://animaux-biologiques.org>*

Conformément à l'article.26 du règlement UE 2018/848 entré en application le 1er janvier 2022, précisant que chaque État membre doit disposer d'une base de données permettant aux opérateurs qui vendent des animaux biologiques de déposer leurs offres. L'INAO, Institut national de l'origine et de la qualité, en charge de la mise en place de cet outil, a mandaté le FIBL allemand pour mettre en œuvre cette base de données.

L'INAO précise que cette base de données est amenée à évoluer, ainsi les utilisateurs sont invités à faire part de leurs remarques et suggestions sur cette base en écrivant à l'adresse mail [animauxbio@inao.gouv.fr](mailto:animauxbio@inao.gouv.fr)

Diane Rivaton, La Coopération Agricole ARA



## DISTRIBUTION & CONSOMMATION BIO, OÙ EN EST-ON ?

### Perspectives pour le marché bio

La conférence de presse de l'Agence Bio qui a eu lieu dans les locaux du Cluster Bio le 10 juin dernier nous confirme un recul du marché bio en 2021 (-1,3 %) avec un chiffre d'affaires total de 13,27 milliards d'euros. La part bio dans la consommation alimentaire des ménages représente 6,6 %. Alors que les ventes de produits bio ont reculé en grande distribution en 2021 (-4 %) et en réseau spécialisé bio dans une plus faible mesure (-2 %), elles se développent en vente directe (+8 %) et chez les artisans-commerçants (+6 %).



**13 milliards €**

Valeur du marché bio  
en France en 2021  
**- 1,3 % / 2020**



**6,6 %**

Part bio  
de la consommation  
alimentaire des ménages

### Comment expliquer ce ralentissement ?

• Le déplacement géographique de la population post-covid : les grands centres urbains comme l'Île-de-France ont été délaissés post-covid au profit du littoral ouest. Or il s'agit également de zones fortement contributrices au CA bio ce qui contribue aux pertes de bio.

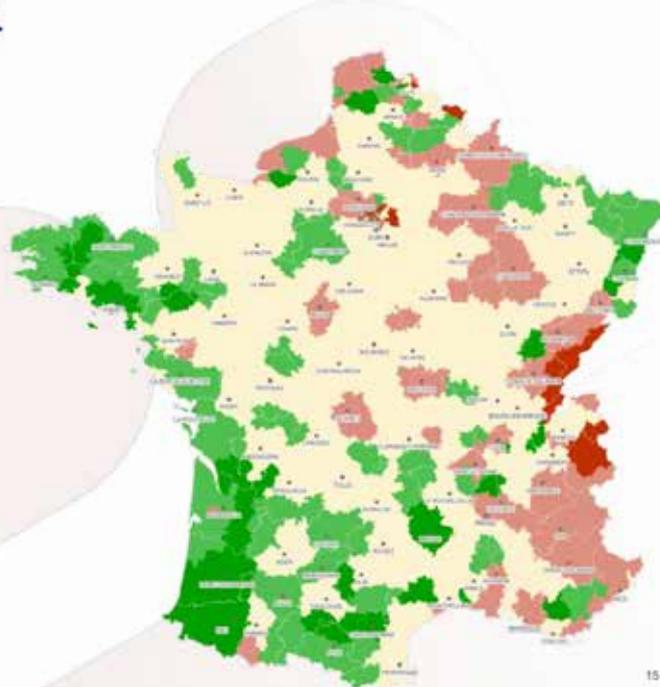
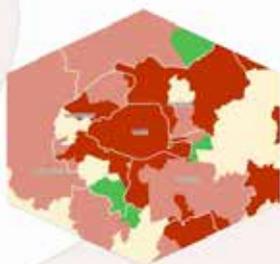
• La concurrence des labels privés et le besoin de réassurance sur le bio.

• La difficulté à capter les 26-45 ans en magasin bio, catégorie qui dispose du plus important pouvoir d'achat alimentaire. La bio est perçue comme décevante avec des magasins austères, peu de services.

### Les mouvements de consommation plus globaux vont vers la façade Atlantique au détriment de l'Île-de-France et du Nord-Est.

Evolution du poids CA annuel moyen (en point) des bassins dans le total PGC FLS national (hyper/super/drive/proximité) entre 2019 et 2021.

**IRi Géomarketing**



- Décile n°1 Croissance poids du bassin ++
- Décile n°2 et 3 Croissance poids du bassin +
- Décile n°8 et 9 Décroissance poids du bassin -
- Décile n°10 Décroissance poids du bassin --



15



PHOTO SHUTTERSTOCK

## Quelles projections sur le marché bio ?

Dans un contexte de marché inflationniste qui vient tout juste de s'enclencher en France, il est probable que des arbitrages seront réalisés par le consommateur. Les biens alimentaires sont souvent la variable d'ajustement. Avec l'augmentation de l'énergie, des emballages, les marges se réduisent du côté des fabricants qui ne répercutent pas ou peu pour le moment ces augmentations. Les magasins bio rationalisent les effectifs pour passer ce cap délicat. Il faudra s'attendre à des défaillances d'entreprise du côté des fabricants et des magasins. Toutefois et pour finir sur une note optimiste, il y a toujours de la place pour les bons élèves avec des entreprises comme Yency ou Nümorning qui se développent bien avec une conjoncture moins favorable.

## Piste de relance



• FNAB •  
Fédération Nationale  
d'Agriculture BIOLOGIQUE



Fédération des Organisations Économiques 100% Bio  
des agronomes de France

Dans un communiqué de presse adressé fin mai au nouveau ministre, les deux organisations 100 % bio Forébio et FNAB lui demandent de :

- « Mettre les moyens pour atteindre rapidement 20 % de produits bio à la cantine » > Obligation EGALIM devant s'appliquer depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022.
- « Lancer un plan de résilience des filières bio » > Selon eux, « la bio a du mal à s'insérer dans les plans de soutien agricole existants. »

L'Agence Bio a lancé fin mai sa campagne de communication de 1 M€ avec comme slogan :



Le message est relayé et diffusé par certaines interprofessions et interbio régionales.

Marithé Castaing, Cluster bio Auvergne-Rhône-Alpes,  
Diane Rivaton, La Coopération Agricole ARA,  
Équipe LCA ECO<sup>2</sup>

## L'AVIS DES PROFESSIONNELS

### Étienne Gangneron

Vice-président de la FNSEA, chargé du bio

« Durant le confinement le local est passé devant le bio dans l'esprit des consommateurs. Mais ces deux sujets doivent désormais être reliés. »



### Sylvain Ferry

DG Biocoop

« La démocratisation de ce segment a engendré une sorte de saturation, qui a conduit à atteindre un palier. » « Avec le nombre de labels qui existent, les consommateurs sont perdus. Il faut redonner de la légitimité au logo bio AB et renouer avec la confiance des Français. »



### Allon Zeitoun

DG Naturalia

« Si l'on se prend en main, le problème ne sera que conjoncturel, mais si l'on ne s'adapte pas, il va devenir structurel. Il faut reprendre la parole et remettre le curseur sur le cahier des charges et de réexpliquer ses fondamentaux. »



### Benoit Soury

Directeur Marché Bio Carrefour

« Nous voulons rendre le bio accessible à tous et casser son image élitiste. L'animation commerciale est un levier que nous allons aussi fortement actionner cette année à travers les prospectus et des temps forts promotionnels. »



### Joseph Chauvet

Directeur du GT Bio Leclerc

« C'est fondamental de jouer collectif, car le bio doit continuer à endosser le rôle de mouche du coche qui permet de tirer tous les modes de production vers le haut pour une consommation plus raisonnable et raisonnée. »





## FRANCE 2030 : APPEL À PROJETS « RÉSILIENCE ET CAPACITÉS AGROALIMENTAIRES 2030 »

Dans le cadre de France 2030, BPI France lance l'appel à projets « Résilience et Capacités Agroalimentaires 2030 ». Cet appel à projets vise en priorité les projets d'industrialisation et de structuration des filières dans les 4 thématiques suivantes :

1. la relocalisation des maillons industriels stratégiques
2. l'industrialisation pour répondre aux besoins alimentaires de demain
3. l'industrialisation pour réussir la transition agroécologique
4. des démarches collectives de transition et de résilience des filières agricoles et agroalimentaires



Il s'agira, dans le cadre de la thématique 4 de soutenir les démarches collectives, ayant pour but de :

- Sécuriser les débouchés pour les producteurs ainsi que les approvisionnements et les débouchés pour les transformateurs et distributeurs en encourageant les actions de regroupement de l'offre et de contractualisation pour mieux se positionner, y compris à l'international, mais également en développant des circuits d'approvisionnement locaux en particulier pour la restauration collective;
- Faire évoluer les modèles agricoles par l'agroécologie, pour atteindre une meilleure performance économique, sociale, environnementale et sanitaire;
- Mieux répondre aux attentes du marché et des citoyens en faisant évoluer l'offre des produits, les pratiques de

production à chaque maillon des filières, les processus de transformation, de conservation, de transport et de distribution, ainsi qu'en limitant le gaspillage alimentaire.

Le ticket d'entrée est assez élevé (assiette de dépenses minimale de 500 k€). L'État sera attentif à prioriser les dossiers s'inscrivant dans une logique de souveraineté alimentaire et de résilience. Ce guichet est ouvert jusqu'au 3 novembre 2022. Il est adossé à une enveloppe indicative de 300 M€. Le soutien apporté par l'État peut se faire sous forme de subventions et/ou d'avances remboursables.

Le dossier de candidature complet du projet est à déposer sous forme électronique sur la plateforme en ligne.

Diane Rivaton, La Coopération Agricole ARA

**POUR  
ALLER  
PLUS  
LOIN**

Plus d'informations  
sur le site de la BPI :

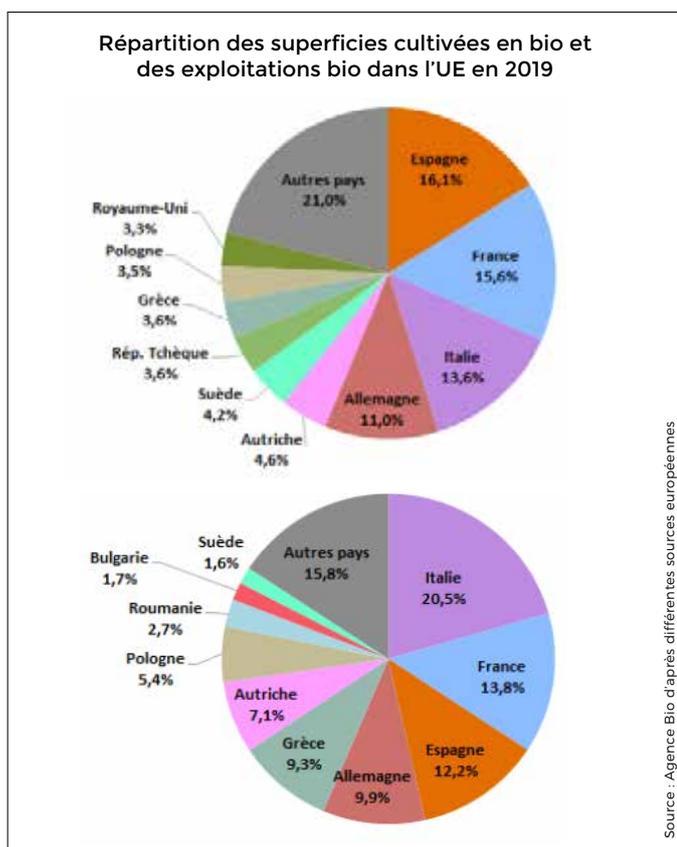
<https://www.bpifrance.fr/nos-appels-a-projets-concours/appel-a-projets-resilience-et-capacites-agroalimentaires-2030>

# FOCUS ESPAGNE

## L'Espagne : le plus important producteur bio en termes de surfaces certifiées bio jusqu'en 2020

En effet, l'Espagne connaît une augmentation constante de ses surfaces bio depuis quelques années. En 2020, c'était 10,2 % des terres agricoles qui étaient en bio.

Pour vous donner une échelle, l'Espagne représente 16,1 % des terres agricoles bio de l'Union européenne avec 2,4 millions d'hectares et se positionne juste derrière la France (2,5 millions d'hectares).



## Le marché bio s'est développé plus tardivement que ses voisins européens

La dynamique du marché bio espagnol a commencé en 2015. En dix ans (2009-2019) le marché bio a été multiplié par 2,6.

En 2019, la consommation espagnole de produits bio est aussi à la hausse avec 2,24 % de parts de marché dans le secteur alimentaire global, soit environ une dépense de 50 € par an et par habitant (en prenant en compte les dépenses en restauration hors domicile).

Cette même année, les Espagnols étaient 70 % à déclarer consommer des produits bio au moins une fois par mois.

Le marché des produits bio pèse 2,36 milliards d'euros avec une nette augmentation en 2020 de 17 % (versus 10 % les années précédentes). L'Espagne est en 7<sup>e</sup> position des marchés bio européens.

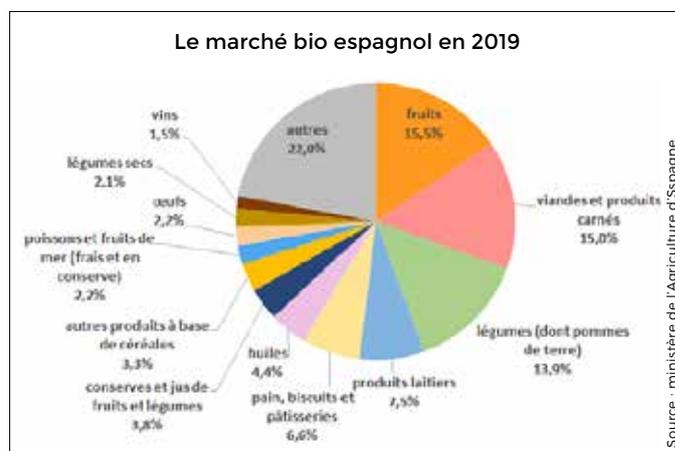
## Un marché tiré par la grande distribution, le discount et les MDD

La grande distribution est le 1<sup>er</sup> circuit de distribution des produits bio avec 48 % vs 36 % pour la distribution spécialisée.

La croissance du marché bio en Espagne est étroitement liée avec le développement des gammes bio de la grande distribution. À titre d'exemple, La MDD d'Aldi "gutbio" proposait 200 références de produits bio, fin 2020.

Toutes les grandes enseignes proposent des MDD en bio et les consommateurs espagnols sont en demande de ces produits, car ils occupent une place croissante dans la part de marché des produits bio.

Même si la distribution spécialisée est derrière la grande distribution, il y a tout de même entre 3000 et 4000 points de vente surtout implantés dans les grandes villes. Les principales chaînes sont Veritas et Herbolario. La RHD représente environ 2 % du marché bio et progresse régulièrement.



## Les tendances de consommation et quelques pistes pour exporter

La demande de produits bio transformés a connu une belle progression ces dernières années, il y a donc eu une hausse des importations. Les produits français sont connus des Espagnols et appréciés des consommateurs. Ils sont vigilants sur les aspects de santé et des protections de la planète ce qui les pousse à acheter du bio. Ils se renseignent sur la production biologique et la tendance végétarienne/végane est marquée et en augmentation. Même si le taux de chômage est important, la consommation de produits bio pourrait continuer à se développer notamment au travers des jeunes qui arbitrent leurs achats vers du plus vertueux.

Caroline Girard, Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes  
Sources : Ecozept, carnets internationaux de l'Agence Bio



## Pouvez-vous me présenter en quelques mots votre entité ?

Cizeron Bio est une entreprise de FAB (fabrication d'aliments du bétail), spécialisée dans le bio et travaillant en partenariat avec la coopérative EUREA implantée dans la Loire et Haute-Loire.

L'histoire a commencé, il y a plus de deux siècles dans le moulin familial Cizeron.

Véritable précurseur de l'agriculture biologique il y a près de cinquante ans, Cizeron Bio répondait à la demande de producteurs locaux engagés. Désormais, Jean-Charles Cizeron, président directeur général appartient à la sixième génération de meuniers et est le garant de cette expertise en alimentation animale biologique.

En 2022, près de 38000 tonnes d'aliments bio vont sortir du process unique de l'entreprise située en pleine zone d'élevage de montagne. Un peu moins de la moitié du tonnage est consacré à la volaille (pondeuse et volaille de chair) l'autre moitié étant répartie entre la production d'aliment ruminant et porc.

## Parlez-nous de votre expertise dans l'alimentation animale bio.

Cizeron Bio détient une expertise reconnue s'appuyant sur plusieurs piliers :

Des matières premières contractualisées sur des critères allant au-delà du cahier des charges réglementaires, comme leur qualité nutritionnelle, mais aussi leur

traçabilité, leurs origines, etc. Ainsi près de 90 % de nos matières premières sont françaises et sont le fruit d'une collaboration étroite avec nos partenaires historiques.

Une équipe R&D dédiée à chaque espèce, volaille, porc et ruminant.

Un process permettant de valoriser les protéagineux en une source d'acides aminés la plus assimilable possible.

## Un process spécifique de valorisation des matières premières et des co-produits d'usine ?

Chaque graine est valorisée intégralement dans les aliments de la gamme Cizeron, mais peut l'être également auprès d'autres fabricants d'aliments que ce soit pour la graine en elle-même, mais aussi les co-produits : huile, coque...

L'expertise et le process permettent depuis plusieurs années de développer des noyaux techniques, adaptés aux besoins des coopératives ne disposant que de céréales simples pour leurs propres fabrications. Ces noyaux techniques sont ainsi utilisés comme matière première riche en protéine de qualité et produite localement.

## L'environnement est au cœur de vos préoccupations ?

Tout à fait, c'est un sujet transversal, ancré dans nos valeurs d'entreprise. Bien au-delà du cahier des charges bio, cela passe aussi bien par la logistique (moins de 10 % de camions roulant à vide au retour) que la production d'énergie (panneaux solaires) ou encore le recyclage de l'énergie (calorifugation des machines), que d'autres critères, comme la réduction des nuisances sonores...



**Camille DUFIX**  
Chargée de développement  
porcs bio et spécialités  
**CIZERON BIO**  
par Diane RIVATON



Camille Dufix  
04 77 30 42 23 – [contact@cizeron-bio.fr](mailto:contact@cizeron-bio.fr)  
[cizeron-bio.fr](http://cizeron-bio.fr)





PHOTO: CAVE NOISEL



**Charline THOMAS**

Gérante de  
**CAVE NOISEL**

par Farida HADDOU



### Présentez-nous votre activité ?

Cave Noisel est producteur et créateur de spécialités aux noix, une gamme d'une centaine de produits de l'apéritif au dessert. Nous achetons les noix auprès de 80 nuciculteurs locaux, en AOP noix de Grenoble, conventionnelle ou biologique. Nous cassons, trions et transformons l'ensemble des noix. Notre moulin en meule de pierre de 1780 nous permet d'effectuer une fabrication artisanale de l'huile de noix.

La Cave Noisel s'est également spécialisée dans la transformation des noix vertes en une gamme de produits salés (chutney et tartinable) sucrée (confiture) et alcool.

Pour nous, il est essentiel de garantir et promouvoir le respect de nos terres, une consommation responsable, la protection de la santé des consommateurs, une transparence de nos modes de fabrication. Nous voulons aussi préserver les apports nutritifs de nos produits aux noix, et viser la qualité pour mieux satisfaire nos clients.

### Comment est né votre projet ?

LMDES est une entreprise adaptée créée en 2005 sur des activités de prestations de service industriel et d'envoi de courrier. En 2017, ce sont 50 salariés, dont 40 en situation de handicap intégrés à des activités de sous-traitance. Afin de pérenniser notre entreprise et de maintenir les emplois, nous avons opéré une diversification d'activité en rachetant la Cave Noisel, transformateur local emblématique de produits aux noix depuis 1991. Une activité où nous sommes acteur de notre développement et producteur à part entière. Une manière de valoriser un produit de notre terroir, de garantir les emplois et d'en créer puisque 10 personnes en situation de handicap ont pu être embauchées.

### Pouvez-vous nous parler de votre engagement en lien avec le développement durable ?

La protection de notre planète est une priorité pour la Cave Noisel. Depuis toujours, nos pots et nos bouteilles sont en verre réutilisables ou recyclables. Depuis 2021,

l'ensemble de nos sachets sont en kraft recyclable. Nous tendons vers une utilisation 0 plastique.

Nous réutilisons les coquilles de noix comme combustibles pour le four à torréfaction lors de la fabrication de l'huile de noix afin de ne pas générer de déchets supplémentaires.

Nous avons également mis en place le covoiturage dans notre équipe pour limiter au maximum la pollution.

Les matières premières sont locales, à moins de 20 km de notre lieu de transformation. Les contenants sont achetés deux fois par an puis stockés pour limiter les livraisons multiples.

L'aspect social est très présent pour la Cave Noisel, notre équipe est composée en intégralité de personnes en situation de handicap. Nous mettons un point d'honneur à développer l'accompagnement social et professionnel de nos salariés afin de les rendre autonomes et de développer leur compétence.

### Comment réagissez-vous face à la crise économique que nous vivons actuellement ?

À ce jour nous ne sommes pas impactés pour nous approvisionner en matière première, car nous entretenons une proximité avec nos fournisseurs. Néanmoins, la pénurie en verre commence à être problématique pour acheter des pots et bouteilles. Nous avons donc décidé de changer de modèle de pot et de bouteille pour conserver des achats en France plutôt que de commander à l'étranger malgré une augmentation de tarif d'achat.

### Prévoyez-vous des évolutions/projets prochainement ?

Nous sommes en constante évolution, c'est ce qui fait notre force. Nous créons tous les ans deux ou trois nouveaux produits afin de rendre notre gamme la plus attractive possible.

210 route de l'Artisanat  
26190 Saint-Jean-en-Royans  
cave-noisel.com – Cavenoisel

# L'AGENDA

## du 2<sup>e</sup> semestre 2022

### SEPTEMBRE



SAVE THE DATE

18-20

- Natexpo Lyon 2022 : retrouvez le Cluster Bio sur le stand M118 ainsi que le programme de conférence en ligne



### OCTOBRE

4-7

- Sommet de l'Élevage 2022



13

- Conférence Je Dis Bio ! Les protéines végétales, enjeux et attentes du consommateur
- Rencontre d'acheteurs avec la coopérative Système U organisée par le Cluster Bio



16-17

- Nordic Organic Food Fair NOFF

21

- Premiers pas vers la RSE en agroalimentaire, Lyon, Isara Conseil



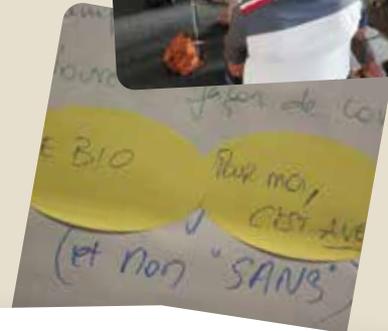
### NOVEMBRE

17-18

- Les outils pour structurer sa démarche RSE, Lyon, Isara Conseil

23

- Journée filière viande bio



Retrouvez toutes les formations proposées par ISARA Conseil sur le catalogue :

- Qualité, sécurité des denrées alimentaires [ICI](#)
- RSE [ICI](#)
- Agroécologie & Environnement [ICI](#)

Votre contact pour + d'infos :  
Valérie Mann – [vmann@isara.fr](mailto:vmann@isara.fr)



Besoin de + d'infos?



Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes ☎ 04 75 55 80 11  
La Coopération Agricole ARA ☎ 06 09 28 92 48

Magazine "Les échos du BIO" réalisé par



Réalisé avec le soutien financier de



Rédaction de ce numéro : Diane RIVATON, Marithé CASTAING, Justine DRAGON, Bastien BOISSONNIER, Caroline GIRARD, Farida Haddou, équipe LCA ECO<sup>2</sup>

Graphisme : Véronique PITTE, Die

Contacts : Adrien PETIT - [apetit@cluster-bio.com](mailto:apetit@cluster-bio.com) | Marithé CASTAING - [mcastaing@cluster-bio.com](mailto:mcastaing@cluster-bio.com) | Bastien BOISSONNIER - [bboissonnier@cluster-bio.com](mailto:bboissonnier@cluster-bio.com) | Caroline GIRARD - [cgirard@cluster-bio.com](mailto:cgirard@cluster-bio.com) | Diane RIVATON - [drivaton@ara.lacoopagri.coop](mailto:drivaton@ara.lacoopagri.coop)