



**CERVIA**   
Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire  
Paris Ile-de-France

# Rapport d'activités 2009

Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole  
et Alimentaire de Paris Ile-de-France





# Sommaire

Édito de la présidente	04
Le conseil d'administration	06
Rappel des objectifs globaux et axes stratégiques	07
Organigramme	08
<b>Marketing, promotion</b>	
Développer la notoriété et l'image des produits, des territoires et des métiers	09
<i>Notoriété des produits</i>	
<i>Mise en place, animation et valorisation de réseaux régionaux</i>	
<i>Pédagogie, formation, information</i>	
<i>Salons et manifestations grand public</i>	
<i>Développement et promotion filière</i>	
Accompagner les entreprises et les acteurs économiques	25
<i>Salons professionnels</i>	
Actions de communication internes et externes	29
<i>Relations presse</i>	
<i>Site internet</i>	
<i>Lettre d'information et autres outils</i>	
<i>Outils collectifs de communication internes et externes</i>	
<b>Innovation, qualité</b>	
Le plan filière État-Région	35
<i>Qualité et sécurité sanitaire des aliments</i>	
<i>Agro-alimentaire durable</i>	
<i>Innovation</i>	
<i>Nutrition, santé</i>	
<i>Gestion de crise en entreprise</i>	
<i>Étude sur la valorisation des déchets agro-alimentaires</i>	
Appel à projets DGAL: projet Bioresco	43
<i>Visites d'entreprises</i>	
<i>Journées d'information</i>	
Valorisation de l'enseignement supérieur agricole et alimentaire	
<i>Veille technologique et réglementaire</i>	
<i>Les actions en réseau</i>	



# Conserver et développer un secteur agricole et agro-alimentaire de qualité.



Jacqueline Penez,  
Présidente du CERVIA  
Paris Ile-de-France

## Edito de la présidente

À la création du Cervia Paris Ile-de-France en 2007, nous avons adopté un plan stratégique que nous mettons en œuvre année après année.

Pour tenir compte des calendriers professionnels, nombre de nos actions suivent un rythme biennal, par exemple le SIAL et le SIRHA - sont organisés une année sur deux. Nous pouvons donc dire qu'avec l'année 2009, s'est achevé un premier cycle d'actions, qui a notamment vu :

- › la création et la réalisation des **2 premiers concours régionaux**, qui se tiennent en alternance tous les deux ans : Concours de l'Innovation Alimentaire à partir de 2008 et Concours d'Art Culinaire lancé en 2009 ;
- › les « **Rencontres annuelles du CERVIA** », initiées en 2008 et confortées par le colloque « Nourrir la Région Capitale, réalités et défis » le 4 juin 2009 ;
- › l'édition d'outils de communication avec notamment la réalisation en 2009 de deux nouveaux **films sur les filières Céréales et Élevage**, qui complètent la tétralogie programmée ;
- › la labellisation en tant que **Cellule de Diffusion Technologique** par le Ministère de la Recherche qui conforte le rôle du CERVIA dans le domaine de l'innovation en particulier ;
- › la mise en place et l'avancée du **Plan-filière** avec le soutien des services de l'État (DRIIAF et DRIRE majoritairement).

Il est donc aujourd'hui possible de tirer un premier bilan de ce pari commun par lequel la Région et les Professionnels ont affiché l'ambition de réunir sous une même entité toutes les actions au bénéfice de l'ensemble de la filière : du producteur au consommateur en passant par tous les transformateurs, artisans et industriels.

Nous avons été la première Région à faire ce choix; ce n'est pas sans quelque fierté que nous avons remarqué que d'autres suivaient la même voie et que le Ministère de l'Agriculture lui-même prenait lui aussi cette orientation globalisante en intégrant l'alimentation dans son action et dans son intitulé.

Cette volonté revendiquée de « tenir tous les maillons de la chaîne » est un formidable facteur de soutien à l'imagination en matière de nouveaux projets ; elle a cependant un inconvénient : celui de rendre difficile la présentation synthétique du bilan de nos actions qui peuvent donner une impression de foisonnement. De la présentation détaillée des actions de l'année 2009 qui va suivre, je souhaite retenir dans chacun de nos domaines d'interventions quelques opérations emblématiques :

- › **dans le domaine des salons** : l'exceptionnel déplacement de la Fête du Patrimoine Gourmand à Paris – Bercy, qui a permis aux producteurs un contact au plus près avec les citadins ;
- › **dans le domaine de la sensibilisation des jeunes consommateurs** : la visite de la commissaire européenne M<sup>me</sup> Fischer Boel dans le cadre des campagnes européennes sur la consommation de fruits (Fruits at School) et de lait (Drink it up) ;
- › **dans le domaine de la communication** : la publication des films sur les céréales et sur l'élevage, retenus aujourd'hui pour représenter une autre image de l'Ile-de-France à l'exposition universelle de Shanghai 2010 et le colloque du 4 juin dans l'hémicycle du Conseil régional qui a réuni 300 personnes et des intervenants de grande qualité ;
- › **dans le domaine de l'innovation et du transfert de technologie** : l'accent mis sur l'hygiène et la qualité sanitaire des produits qui a fait l'objet de plusieurs journées d'information et de l'organisation d'un colloque européen avec l'AFSSA : Pathogen combat ;
- › **dans le soutien aux filières**, l'engagement du CERVIA aux côtés des éleveurs et l'avancement de la démarche sur l'identification régionale des entreprises et des produits.

Cette riche année d'activité ne doit pas nous faire oublier que nos secteurs économiques ne sont pas encore sortis de la crise économique et financière qui les a tous durement frappés ; plus que jamais il apparaît que nos filières ont besoin d'actions collectives pour rapprocher le consommateur de nos productions régionales, pour permettre aux professionnels une meilleure répartition de la valeur ajoutée, pour faire admettre par la classe politique la nécessité de conserver et de développer un secteur agricole et agro-alimentaire de qualité.

Le Cervia Paris Ile-de-France compte pouvoir, avec l'appui de tous ses adhérents, contribuer à ces ambitions et obtenir les soutiens et les moyens nécessaires pour y parvenir.

*Jacqueline PENEZ*

# Le Conseil d'Administration en 2009

## Membres Fondateurs

### CONSEIL RÉGIONAL D'ILE-DE-FRANCE

**Daniel Brunel, 3<sup>e</sup> Vice-Président**

Michel Caffin

Francine Guillaume

Jean-Paul Huchon

**Jacqueline Penez, Présidente**

Gérard Ruffin

### CHAMBRE RÉGIONALE D'AGRICULTURE

Michel Biberon

Pierre Cuypers

**Jean-Claude Guehennec, 1<sup>er</sup> Vice-Président**

Christophe Hillairet

Bernard Richaudeau

Elisabeth De Vigneral

### ASSOCIATION RÉGIONALE DES INDUSTRIES AGRO-ALIMENTAIRES

Gérard Bonny

Serge Durif

Philippe Lafon

**Hervé Lecesne, 2<sup>e</sup> Vice-Président**

Jean Verdier

## Membres Adhérents

### 1<sup>ER</sup> COLLÈGE

Jean Dey, Conseil Général de Seine-et-Marne

Bernard Carlier, Chambre Régionale des Métiers et de L'artisanat

Jean-Claude Seys, Agence Régionale de Développement

Francis Lesaffre, Chambre Régionale de Commerce et d'industrie

**Alain Prevost, Crédit Mutuel Ile-de-France, Trésorier Adjoint**

**Gilles Trystram, Agroparistech, Secrétaire**

Henriette Zoughebi, Comité Régional du Tourisme

Lyne Cohen-Solal, Conseil Général de Paris

### 2<sup>E</sup> COLLÈGE

Damien Bignon, Groupement Des Agriculteurs Biologiques d'Ile-de-France

Jean-François Isambert, Fédération Régionale des Coopératives Agricoles IDF

Alain Ferry, Établissement Régional de L'Élevage IDF

**Sylvie Pasquet, AIDPFL, Secrétaire Adjointe**

Jacky Theart, Aphumr

### 3<sup>E</sup> COLLÈGE

**Jacques Mabille, Confédération Générale de l'Alimentation en Détail, Trésorier**

Bernard Merhet, Fédération de la Boucherie et des Métiers de la Viande de Paris et IDF

Jacky Fradin, Chambre Professionnelle des Artisans Boulanger de Paris, 92 - 93 - 94

Claude Maret, Syndicat des Crémiers Fromagers d>IDF

# Rappel des objectifs globaux et axes stratégiques



## ..... OBJECTIFS GLOBAUX .....

- Asseoir l'identité agricole et alimentaire de l'Ile-de-France : créer une image Ile-de-France et rapprocher le consommateur de son territoire et de ses produits.
- Soutenir l'innovation et la qualité, facteur de performance entrepreneuriale et de différenciation commerciale.

## ..... AXES STRATÉGIQUES .....

- Promouvoir les produits, les territoires et les savoir-faire franciliens ;
- Accompagner les entreprises ;
- Contribuer à la coordination de l'agro-alimentaire régional autour d'une sensibilisation au développement durable.

## ..... CIBLES .....

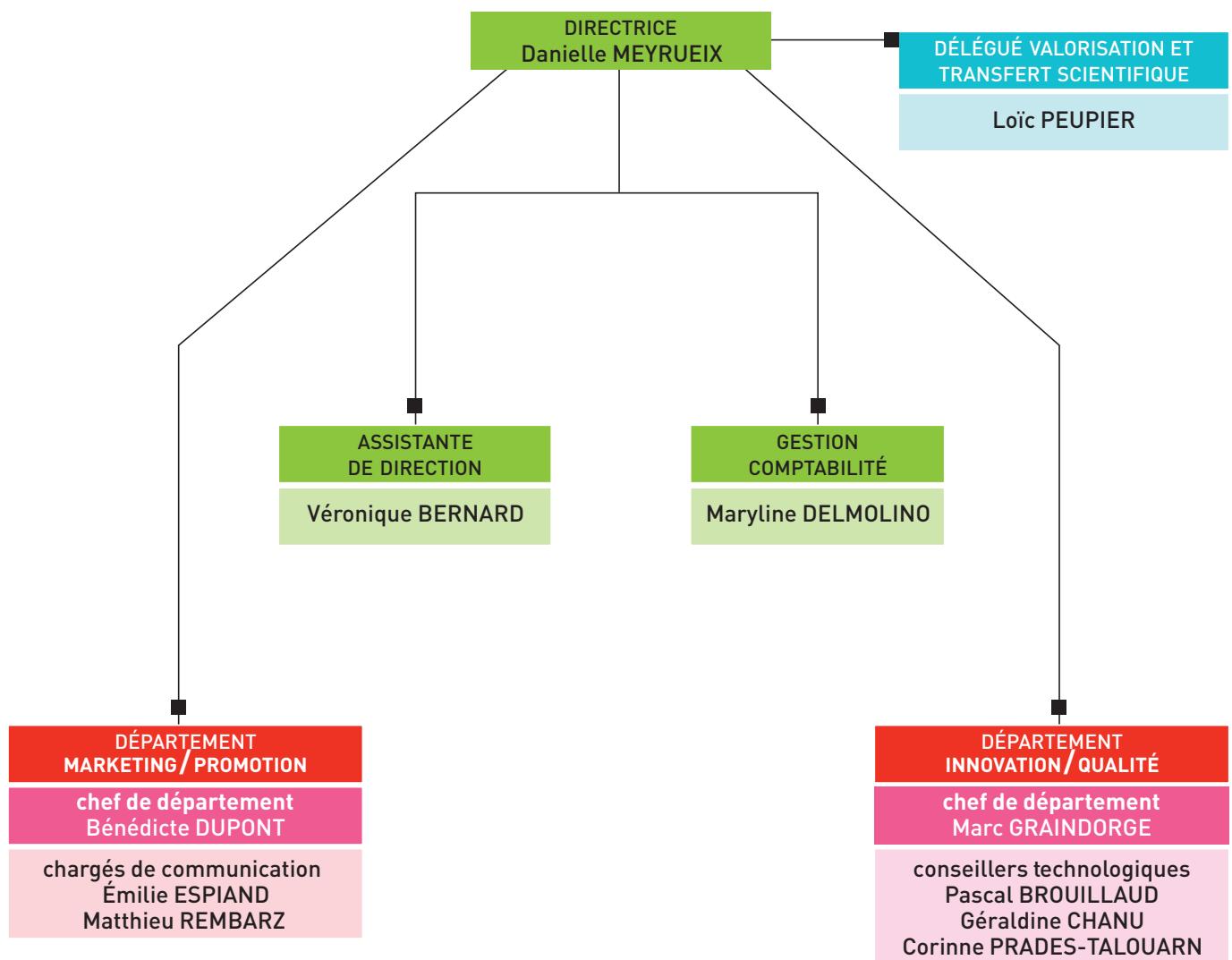
- Le grand public ;
- Les prescripteurs (presse, RHF, établissements d'enseignement...) ;
- Les professionnels du secteur.

## ..... POSITIONNEMENT .....

Identification et mise en valeur de ce qui différencie l'Ile-de-France.



## 8 | ORGANIGRAMME DU CERVIA PARIS ILE-DE-FRANCE



# Développer la notoriété et l'image des produits, des territoires et des métiers



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

« Faire connaître pour faire envie »

## CIBLES

- Le grand public,
- Les prescripteurs : presse, établissements scolaires, collectivités, acteurs économiques...

## TYPES D'ACTION

Identification régionale, mise en place de réseaux de points de vente, salons et manifestations grand public, actions pédagogiques, concours, colloques...

## ÉVALUATION

Temps passé/Budget/Retombées presse/Estimation nombre de consommateurs touchés/satisfaction des partenaires.



## Notoriété des produits

### ► Valoriser les produits d'Ile-de-France : vers une identification régionale

*Le travail initié en 2008 a été poursuivi durant l'année 2009.*

#### OBJECTIFS

- Créer une identité alimentaire régionale ;
- Apporter des éléments qualitatifs et quantitatifs pour définir son marché et ses cibles.

#### RÉALISÉ

Les résultats de l'étude, confiée en 2008 à ISARA Lyon, sur la faisabilité d'une marque régionale, ont fait émerger une attente reposant sur 3 pôles de valeurs :

- Les valeurs liées au patrimoine alimentaire régional (produits et savoir-faire),
- Les valeurs liées à la protection de l'environnement régional (pratiques, paysages et espaces naturels),
- Les valeurs liées à l'implication sociétale et au dynamisme économique (qualité, innovation, développement local).

À partir de ces notions fédératrices, ont été mis en place à la fois un comité de pilotage et un groupe de travail composé d'entreprises de chacune des trois branches d'activité : agriculteurs, artisans, PME. Du fait du petit nombre et des faibles volumes des produits pouvant être répertoriés comme « régionaux », le comité de pilotage a suivi les recommandations de l'étude en vue d'élaborer en premier lieu une charte d'engagement d'entreprise, plutôt que directement une charte produits très limitative en Ile-de-France.

**3 pôles  
de valeurs :**  
• Patrimoine  
alimentaire,  
• Protection  
de l'environnement,  
• Implication  
sociétale



En effet, il a semblé important de bâtir une vraie stratégie sur le long terme, d'image et de notoriété « alimentaire », pour que l'Ile-de-France valorise ses atouts et retrouve ou bénéficie plus largement de son « aura gastronomique » aujourd'hui mieux valorisée hors de France et méconnue des franciliens.

La démarche retenue a donc été de :

- s'appuyer sur chacun des trois pôles de valeur ;
- établir une charte d'engagement des entreprises ;
- créer une démarche consommateur vers des produits clairement identifiés :
  - › Rédaction d'une charte à destination des entreprises pour définir le cadre de l'identité régionale.
  - › Test de la charte sur 70 entreprises (agriculteurs, artisans, industriels)
  - › Rédaction du projet de règlement produits.

#### ⊕ POURSUITE DE L'ACTION EN 2010

- Présentation de la charte lors de réunions filières ;
- Adhésion des entreprises ;
- Création d'outils de prospection, logo, charte graphique.

## ➤ Diffusion et valorisation des produits

#### ⊕ OBJECTIFS

- Liens entre connaissance organoleptique des produits et actions de notoriété, pédagogiques ou de promotion.

**65**  
*paniers  
de produits du  
terroir ont été  
diffusés*

#### ⊕ RÉALISÉ

- 65 paniers de produits du terroir ont été diffusés à la presse, aux membres du jury de concours et aux intervenants des colloques.





## Mise en place, animation et valorisation de réseaux régionaux

### ⊕ OBJECTIFS

- Permettre aux consommateurs d'acheter les produits d'IDF ;
- Soutenir les professionnels dans la visibilité de leurs produits ;
- Utiliser les différents circuits de distribution comme vecteurs de communication des produits franciliens ;
- Développer et valoriser la présence de produits régionaux dans des commerces de proximité en zone urbaine dense.

### ⊕ RÉALISÉ

En lien avec nos différents partenaires ou adhérents départementaux :

- Recensement des ventes directes et mise en ligne sur le site internet avec le système « VEOMAP » ;
- Recensement des producteurs revendant leurs produits en boutiques ;
- Recensement des boutiques commercialisant des produits régionaux et acceptant d'être répertoriées comme telles ;
- Constitution des fichiers et accord des producteurs et boutiques ;
- Mise en ligne sur site internet (carte VEOMAP).





Le 25 juin 2009



**Le CERVIA Paris Idf et l'Ecole de Boulangerie de Paris**

vous invitent à bien manger avec l'Europe



Le Cervia Paris Ile-de-France présente



Des produits laitiers



Des céréales



des Glucides

## DES FRUITS ET LÉGUMES pour les jeunes franciliens

**ORIGINE**  
La signature de la charte Fruits, Légumes et Glacis en 2006 par Jean-Paul Huchon, Président de la Région Ile-de-France, a été l'occasion de faire devenir Région mode pour encourager la consommation de sujets et légumes auprès des jeunes.

**OBJECTIF**  
Renforcer l'éducation à la nutrition alimentaire en accord avec les recommandations du programme National Nutrition Santé, et en lien avec le territoire.

**DISPOSITIF**  
Une conférence d'info en classe, suivie par un débat sur un thème sélectionné, puis suivie par deux ateliers, un sur un quiz sur les fruits et légumes

**RÉSULTAT : 3000 élèves étochés pour l'année scolaire 2007-2008**

**POUR L'ANNÉE SCOLAIRE 2008-2009 :**  
100 nouvelles écoles partenaires prévues  
Cet événement aéchera accès et prolonger les points abordés en conférence

**PARTENAIRES**

- la Région Ile-de-France
- Interfel
- L'association Jeudi



CIBLE  
Les lycées et apprentis franciliens



**SUPPORTS**  
Des brochures des bénéfices sur les fruits et légumes franciliens,  
des films et résultats,  
et une exposition à la Sénatorie  
qui a été état un succès populaire,  
avec plus de 11 000 personnes  
et aux établissements participants.





**POUR L'ANNÉE SCOLAIRE 2007-2008 :**  
100 nouvelles écoles partenaires prévues  
Cet événement aéchera accès et prolonger les points abordés en conférence



**CERVIA**  
Par le biais de

# Pédagogie, formation, information

# Module pédagogique pour lycéens et apprentis

« Des fruits et légumes pour les jeunes franciliens »

## → OBJECTIFS

- Associer une action en accord avec le PNNS, en faveur de la nutrition et de la promotion des fruits et légumes, à la connaissance du territoire ;
  - Faire connaître les missions du CERVIA auprès des chefs d'Établissement et les équipes pédagogiques ;
  - Prolonger la conférence reçue en classe par un fichier activités permettant des travaux en groupes pour approfondir les connaissances des élèves sur une alimentation équilibrée ;
  - Objectif chiffré : 100 interventions (soit plus de 3000 élèves).

 RÉALISÉ

- Une présentation de 1 h 30 en classe de lycée ou CFA, s'appuyant sur un diaporama animé, ponctuée par deux films et un quizz sur les fruits et légumes ;
  - Retours très positifs des professeurs et des élèves, taux de satisfaction de 81 % vis-à-vis de l'intervention ;
  - Très forte hausse de la demande due à la montée en puissance de l'action ;
  - 44 % des interventions réalisées en zone urbaine (Paris et Petite couronne) ;
  - **143** interventions réalisées sur l'année scolaire 2008-2009 (au lieu des 100 prévues) ;
  - Très forte demande de l'enseignement professionnel : 60 %.

CIBLE

# *Les jeunes, prescripteurs et consommateurs de demain*

En résumé : le succès de ce programme s'est confirmé avec notamment 47 interventions de plus que l'année précédente. Les enseignants dont les élèves ont bénéficié de l'intervention expriment leur satisfaction (81 % de taux de satisfaction). Les élèves quant à eux montrent toujours autant de curiosité et d'intérêt lors de l'intervention.

- Objectif pour l'année scolaire 2009-2010 : 150 nouvelles interventions.

#### ⊕ BILAN



Environ 40 invités ont pu profiter de cette matinée où les élèves ont montré la mise en pratique de leurs acquis en matière de nutrition. Marianne FISCHER BOEL a été reçue à l'EBP par Hubert FRANCOIS, PDG de Nutrixo-Grands Moulins de Paris et Président de l'EBP, Elizabeth GOUREVITCH, représentant le Président de la Région Jean-Paul HUCHON, Jacqueline PENEZ, Présidente du CERVIA Paris Ile-de-France ainsi que des représentants des organismes partenaires de l'opération et des professionnels des filières.

Les ateliers ont connu un franc succès tant auprès des élèves, qui en étaient responsables, que des invités qui ont pu déguster leurs réalisations à la fin des ateliers. Marianne Fischer Boel a rappelé l'importance d'une alimentation équilibrée notamment chez les jeunes, et a félicité les élèves de l'EBP pour leurs bonnes pratiques alimentaires !



## Visite de la commissaire européenne à Paris le 25 juin 2009

#### ⊕ OBJECTIFS

La matinée nutrition « Constitue ton menu équilibré » a été organisée par le CERVIA Paris Ile-de-France, en partenariat avec la Commission Européenne, la Fédération Nationale des Détailants en Produits Laitiers, le CNIEL et réalisée par la classe BAC PRO ALIMENTAIRE de l'École de Boulangerie et de pâtisserie de Paris, 64, rue des Pirogues, 75012 Paris.

- Cadre : Participation de Mme Fischer Boel, Commissaire à l'Agriculture et au Développement Rural, à une série d'ateliers, suite au module pédagogique « Des fruits et légumes pour les jeunes franciliens » dont la classe a bénéficié en mai 2009 et en clôture de la campagne « Drink it up – La Force du lait ! ».
- Objectif : mettre en pratique les acquis d'une bonne nutrition par des élèves du secondaire d'Ile-de-France en lien avec les mesures « Lait aux écoles » et « Fruits et légumes aux écoles » financées par l'Union Européenne.

#### ⊕ RÉALISÉ

Des ateliers dirigés par les élèves, et appuyés par les professeurs de l'EBP ont été réalisés afin de faire participer Madame la Commissaire ainsi que les invités. Au programme des ateliers :

- Constitution de verrines alliant fruits ou légumes, produits laitiers et céréales,
- Élaboration d'un sandwich équilibré, fabrication de pain, pâte à choux etc.
- Enfin, l'atelier final où chaque invité a dû construire son assiette équilibrée avec : un sandwich, une verrine, et un smoothie.

### Retombées presse

9 journalistes présents, dont l'AFP, Le FIGARO, pour 12 retombées.



## ► Menus franciliens dans les lycées et CFA

### ⊕ OBJECTIFS

- Sensibiliser les chefs de cuisine des lycées sur la nutrition et les produits franciliens.
- L'objectif de cette action est centré sur la sensibilisation et la promotion, elle n'a pas vocation à imposer des règles d'approvisionnement systématiques en produits franciliens mais beaucoup plus de réapprendre les saisons, les notions de proximité et de territoire.
- Elle a pour but de compléter l'action Nutrition mise en place par le CERVIA dans les classes des lycées et CFA franciliens via son prestataire ÉVEIL (module pédagogique sur les fruits et légumes), l'intérêt étant qu'un lien se crée entre les chefs de cuisine et les professeurs et que ces 2 actions se renforcent l'une l'autre.

CIBLE

**470 lycées**  
dont 400 avec  
cuisine intégrée.

### ⊕ RÉALISÉ

- Sur la base du volontariat, 8 chefs de restauration de lycées ont accepté d'élaborer depuis la rentrée 2008, différentes recettes, de l'entrée au dessert, avec des produits d'Ile-de-France et des fruits et légumes de saison : une vingtaine de recettes d'entrées, plats et desserts pour 2 saisons ;
- Des tests en grandeur nature ont été réalisés en février 2009 et en juin 2009 dans les cantines des chefs volontaires ; les lycéens ont donc pu bénéficier de cette animation – une affiche créée à cet effet leur avait été fournie par le CERVIA ainsi qu'un jeu d'affiches produits d'Ile-de-France ;
- Poursuite du test grandeur nature, à la rentrée 2009 (année scolaire 2009-2010), avec l'ensemble des recettes créées mises à la disposition des 8 chefs participant à ce projet. ;
- Insertion de nouvelles recettes durant le test grandeur nature.

CIBLE

**Lycées hôteliers IDF,  
CFA cuisine IDF,  
Grands chefs et  
restaurateurs.**

## ► 1<sup>er</sup> Concours Régional d'Art Culinaire de Paris Ile-de-France

En 2008, année du SIAL, avait été lancé le 1<sup>er</sup> Concours Régional de l'Innovation Alimentaire, en direction des entreprises. Ce concours est prévu tous les deux ans.

En 2009, année intermédiaire, le CERVIA a souhaité, conformément au vœu émis en Conseil Régional, mobiliser les jeunes des lycées professionnels et CFA d'hôtellerie/cuisine d'Ile-de-France, autour de 3 thèmes : le patrimoine culinaire, les produits et la création.





### ⊕ OBJECTIFS

- Crée un concours événement en Ile-de-France d'un niveau reconnu des professionnels ;
- Capitaliser sur la tradition culinaire de l'Ile-de-France et les capacités d'innovation et de création ;
- Valoriser l'enseignement des métiers et des savoir-faire ;
- Promouvoir l'image de l'Ile-de-France auprès des professionnels (actuels et futurs).

### ⊕ RÉALISÉ

Phase 1 (rentrée 2008) : conception du concours, dépôt du règlement complet chez huissier, mobilisation des partenaires, prospection des établissements à mi-octobre ;

Phase 2 : sélection de 6 finalistes sur dossier, annonce au Salon de l'Agriculture 2009 ;

Phase 3 : organisation de la Finale du concours à l'espace Rungis le 29 avril 2009 :

- Jury composé de professionnels et présidé par le Chef des cuisines de l'Espadon (Ritz, Paris) Michel Roth,
- 2 recettes franciliennes à réaliser en binôme (cuisine et salle) avec panier francilien ;
- Visite des différents pavillons de Rungis par les classes venues soutenir leurs finalistes : 5 cars affrétés,
- Équipement des finalistes avec vestes et chemises avec logo du concours,
- Cérémonie de remise des prix ;
- Dossier de presse et réalisation d'un film de promotion.

### ⊕ BILAN

#### L'Ile-de-France a désormais son Concours Régional d'Art Culinaire !

Cette 1<sup>re</sup> édition avait pour thème : « Tables d'Ile-de-France : recettes de Cour, recettes Brasserie ». Le savoir-faire traditionnel mais aussi l'innovation étaient au cœur du concours avec deux recettes typiques d'Ile-de-France : la Pouarde à la Briarde (recette « Brasserie ») et le Gâteau parisien dit « Polonais » (recette « de Cour »).

Michel Roth, chef des cuisines de l'Espadon (Ritz Paris) a accepté d'être le Président du jury lors de la finale. Il a pu faire profiter les élèves de son expérience et a distillé quelques conseils professionnels. Le jury, composé d'historiens, de professeurs et chefs de cuisine, a goûté l'ensemble des plats préparés avec soin par les candidats

en cuisine et présentés par leur binôme en salle.

Le premier prix est revenu aux élèves de l'école TECOMAH de Jouy-en-Josas (78). Organisée en partenariat avec la SEMMARIS, la finale s'est déroulée à l'Espace Rungis au cœur du Marché International.

- Bon positionnement du concours : régional, patrimoine culinaire ;
- L'organisation générale a été très bien perçue et s'est révélée efficace : thème du concours, outils et charte graphique, information participants, timing ;
- Le lieu de la finale a été très apprécié : l'espace Rungis permet de recevoir du public, élément fort du concours (en

l'occurrence l'ensemble des élèves des classes participantes) et d'aménager des box spacieux ;

- Le choix d'un jury indépendant et composé de professionnels a permis d'être efficace ;
- Le travail en binôme (élèves en salle et en cuisine) a permis de valoriser le travail d'équipe ;
- De nombreux partenaires (fournisseurs des ustensiles et des produits), ont contribué au professionnalisme de cette édition ;
- La presse en a vu tout l'intérêt : 30 retombées à date.



## Salons et manifestations grand public

### ⊕ OBJECTIFS

- Toucher un maximum de consommateurs/prescripteurs grâce à ces manifestations ;
- Contribuer à la valorisation de l'Ile-de-France alimentaire et agricole.

### ► Salon international de l'agriculture 2009

### ⊕ OBJECTIFS

- Faire progresser la notoriété des produits agricoles et alimentaires régionaux ;
- Valoriser la diversité du patrimoine culinaire et agricole francilien ;
- Promouvoir l'Ile-de-France agricole en communiquant sur « la ruralité entourant la ville », en s'appuyant sur le 40<sup>e</sup> anniversaire du déménagement des halles de Paris à Rungis.

### ⊕ RÉALISÉ

L'année 2009 a été pour le SIA une vraie réussite avec un record d'affluence (669 725 visiteurs) soit une augmentation de +10,07 % par rapport à 2008. 1 visiteur sur 2 est francilien, âgé en moyenne de 44 ans, avec un nombre d'enfant moyen de 2 pour les foyers avec enfants.

- L'Ile-de-France a bénéficié, contrairement à 2008, d'un bon emplacement dans le hall 7.1, lui permettant d'être parfaitement visible ;
- 29 exposants présents (dont 6 nouveaux) ;
- 5 CFA ;
- Des stands de vente habillés de paysages franciliens.

### ⊕ BILAN

- Cette édition 2009 a été une réussite, tant par la qualité des visiteurs que par les animations qui ont rythmé ces 9 jours et les retombées en terme de chiffre d'affaires et de contacts de la majorité des exposants. À l'unanimité, l'organisation générale a été très bien perçue ;
- La diversité et la richesse des exposants ont su renforcer l'image et l'axe de communication générale ;
- La communication mise en place a permis de nombreuses retombées presse (21) et audiovisuelles (17). Les partenaires, au même titre que les exposants, ont en effet pu s'exprimer au travers de différents médias. Bon thème de communication et bon relais de l'agence de relations presse.



## 7<sup>e</sup> édition de la Fête du Patrimoine Gourmand à Paris, les 19 et 20 septembre 2009

### ⊕ OBJECTIFS

- Ériger les richesses gastronomiques franciliennes en « patrimoine », d'où le choix d'un lieu caractéristique et de la date : les Journées européennes du Patrimoine ;
- Regrouper le plus grand nombre d'exposants pour « le plus grand des marchés des terroirs d'Ile-de-France », afin d'attirer un maximum de visiteurs en cœur urbain ;
- En cette année commémorative du déménagement des Halles de Paris à Rungis, et du fait des travaux engagés à Villarceaux, permettre aux habitants de la petite couronne de redécouvrir les producteurs et les produits d'Ile-de-France, de plus en plus éloignés.

### ⊕ RÉALISÉ

- Recherche d'un site et validation du dossier par la Mairie de Paris : la manifestation s'est tenue rue des pirogues/place des vins de France, à proximité immédiate de Bercy-village ;
- Prospection des exposants : une soixantaine de producteurs et artisans franciliens a répondu présente ;
- Mise en place d'animations et communication adaptées à l'environnement parisien ; partenariat avec Bercy-Village, le Musée des Arts Forains, l'École de Boulangerie et Pâtisserie de Paris et le Crédit Mutuel d'Ile-de-France.

### ⊕ BILAN

- 59 exposants répartis par département d'origine, représentant la diversité des produits franciliens et les différentes filières alimentaires.
- Emplacement Place des vins de France, à proximité immédiate de Bercy-Village dans le 12<sup>e</sup> arrondissement de Paris - rue des Pirogues de Bercy (critère patrimonial respecté, Bercy village inscrit aux monuments historiques et Musée des Arts forains ouvert pour les Journées Européennes du Patrimoine),
- Relations presse : 53 retombées.
- Des animations réalisées par les partenaires, place des Vins de France, et dans Bercy Village.
- Communication :
  - > Réalisation d'affiches diffusées par les artisans boulanger, crémiers-fromagers et charcutiers,
  - > Achat d'espaces publicitaires dans la presse locale, régionale et dans les quotidiens gratuits,
  - > Communication via les panneaux lumineux de la Ville de Paris,
  - > Communication Web grâce à des sites relais,
- > Réalisation de leaflets annonçant l'opération et distribuées dans Bercy Village durant la semaine précédent l'opération,
- > Réseau d'affichage de la Ville de Paris (36 points),
- > Réalisation d'un guide de visite. Une première expérience dans Paris intra-muros réussie : 27 000 visiteurs, clientèle de proximité majoritairement de Paris (11<sup>e</sup>, 12<sup>e</sup> et 13<sup>e</sup> arrondissements surtout), et du Val-de-Marne.





## ➤ Relais au plan régional d'événements nationaux ou régionaux

### ⊕ OBJECTIFS

- Toucher un maximum de consommateurs-prescripteurs grâce à ces manifestations ;
- Contribuer à l'élan collectif sur différentes thématiques cohérentes avec les missions du CERVIA.

## FRAICH'ATTITUDE DU 5 AU 14 JUIN 2009

### ⊕ OBJECTIFS

- Donner à cette opération nationale une visibilité régionale ;
- Relayer les actions mises en place par les arboriculteurs et maraîchers franciliens.

### ⊕ RÉALISÉ

- Participation de 17 producteurs sur les marchés ou les exploitations : dégustation, jeux concours, ateliers de plantation...
- Livrets de recette et affiches des produits maraîchers diffusés à chaque producteur ;
- Communiqué de presse et relais site Internet.



## FESTIVAL DE LA TERRE, SEMAINE ET BALADE DU GOÛT

### ⊕ OBJECTIFS

- Valoriser les métiers, inciter les vocations et soutenir le développement rural ;
- Inciter la population des départements centraux à découvrir la grande couronne rurale.

### ⊕ RÉALISÉ

## LE FESTIVAL DE LA TERRE LE 13 SEPTEMBRE 2009

Cette fête des Jeunes Agriculteurs a été organisée sur deux lieux différents mais le même jour à Avernes, dans le Val-d'Oise (95) et à Chatillon la Borde, en Seine-et-Marne (77).

Pour les deux fêtes

- Opération de valorisation par voie de presse ;
- Prêt de matériel ;
- Communication en lien avec la Fête du Patrimoine Gourmand.





## LA SEMAINE DU GOÛT DU 12 AU 18 OCTOBRE

dont Balade du Goût (17 et 18 octobre 2009)

Pour la première fois, le CERVIA était partenaire officiel de La Semaine du Goût. Il a bénéficié à ce titre des supports de communication prévus à cet effet pour relayer tout particulièrement 2 actions régionales :

### **Ateliers dans les lycées**

À l'occasion de la Semaine du Goût, un module spécifique a été mis en place : Des ateliers avec dégustation de pommes, dont 2 issues de variétés locales, permettant aux élèves d'apprendre à différencier les goûts et les particularités de chaque variété. Un moyen original et ludique de mettre en pratique les éléments pédagogiques du module, qui s'est terminé avec l'élection d'une « miss pomme » en fin d'atelier, la variété FREYBERG en l'occurrence.

### **Balade du Goût dans les fermes franciliennes**

Initiée avec succès par la Chambre d'Agriculture de Seine-et-Marne, l'opération a pris cette année un caractère régional puisqu'étendue à l'ouest par la Chambre Interdépartementale d'Agriculture d'Ile-de-France.

Des producteurs fermiers ont ouvert leurs exploitations le samedi 17 octobre après-midi et le dimanche 18 octobre. Ces journées offrent au grand public l'occasion de rencontrer les agriculteurs, de découvrir les fermes de la région, de déguster et d'acheter les produits.

Jusqu'à présent, les visiteurs étaient essentiellement issus du département concerné. L'implication du CERVIA a eu pour but d'amener des habitants de Paris et petite couronne à se rendre à la campagne. À ce titre, 2 actions ont été conduites :

- **Des cars pour se rendre dans les fermes :**

Le CERVIA avait sollicité dès l'an dernier le Comité Régional du Tourisme pour affréter des cars pour la Balade du Goût 2009, afin de permettre à des habitants de la petite couronne de se rendre dans des fermes de la grande couronne. Suite à sa réponse positive, des circuits ont été mis en place à l'est et à l'ouest, à destination des gagnants du jeu concours de la Fête du Patrimoine Gourmand à Bercy.

- **Le partenariat avec La Semaine du Goût**

La balade du Goût a bénéficié de la communication générale de la Semaine du Goût, grâce au partenariat conclu.





**2<sup>e</sup> ÉDITION DES « RENCONTRES ANNUELLES DU CERVIA » :**  
Colloque « Nourrir la Région-Capitale, réalités et défis » - 4 juin 2009  
*Cette manifestation se situait dans le cadre du 40<sup>e</sup> anniversaire du transfert des Halles de Paris à Rungis.*



#### ⌚ OBJECTIFS

- Organiser une manifestation de nature à la fois scientifique et pédagogique en vue de susciter la réflexion d'un large public (presse, professionnels, élus locaux, chercheurs et administratifs) sur une question d'intérêt général majeur.
- S'appuyer sur les résultats de l'étude, confiée au CREDOC et cofinancée à hauteur de 70 % par le CERVIA et 30 % par la DRRAAF, sur la consommation des franciliens, la production locale et la réalité de l'approvisionnement d'une région de plus de 11 millions de consommateurs.

#### ⌚ RÉALISÉ

À l'heure où les citoyens, professionnels et décideurs s'interrogent sur le système alimentaire, en termes d'enjeux de disponibilité et de qualité, mais aussi en matière de préservation de l'environnement, le colloque a donné lieu à une présentation des modalités d'approvisionnement alimentaire de la région capitale française, 1<sup>re</sup> agglomération d'Europe.

- Quelle évolution à travers les âges, en fonction de l'accroissement de la population, de l'approvisionnement de la région-capitale ?
- Comment se nourrissent les franciliens aujourd'hui ?
- Comment s'approvisionnent-ils ?
- D'où proviennent les denrées consommées ?
- Quel est le degré d'élaboration des denrées ?
- Quelle est la réalité des circuits courts ?
- Que représente le Marché International de Rungis pour l'approvisionnement alimentaire de la région Ile-de-France ?
- Quelles perspectives d'avenir tant en matière de disponibilité des terres que de modes d'alimentation ?

#### ⌚ BILAN

40<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE  
du DÉMENAGEMENT des HALLES de PARIS

Colloque  
**NOURRIR la Région Capitale**  
Réalités et défis

JEUDI 4 JUIN 2009  
de 9H30 à 17H30

CONSEIL RÉGIONAL

Saint-François Xavier - Vaneau

Mobilisation d'un large panel de décideurs et d'acteurs économiques ;

Très bonne participation (plus de 300 inscrits) ;

Qualité des intervenants ;

32 retombées presse ;

Données disponibles exploitable par le CERVIA et ses partenaires ;

Amélioration de la notoriété du CERVIA.



## Développement et promotion filière



### Développement de la filière laitière

#### OBJECTIFS

Une crise sans précédent frappe les producteurs de lait français. En l'absence de filière organisée en Ile-de-France, la crise risque d'avoir des répercussions plus importantes encore que dans d'autres régions, et pourrait se traduire par la disparition de plus de la moitié des producteurs à échéance de 3 à 5 ans. Le CERVIA Paris Ile-de-France s'est engagé aux côtés de l'Établissement Régional de l'Elevage, qui a élaboré un plan de développement tendant à rechercher une valorisation maximale de la production régionale au travers de nouveaux types de circuits de distribution de proximité.

#### ACTIONS EN COURS

- Réalisation d'une étude de marché afin de définir les attentes des consommateurs ;
- Développement d'une gamme de produits laitiers, pouvant s'intégrer dans la démarche de « marque régionale » initiée par le CERVIA Paris Ile-de-France ;
- Réalisation de tests consommateurs.

#### MESURES D'EFFICACITÉ

- Adhésion à la démarche du plus grand nombre d'éleveurs laitiers ;
- Nombre de nouveaux produits, réussite du lancement.



## ► Fête des Bries

### ⊕ OBJECTIFS

- Dans l'immédiat, valoriser les produits transformés existants en mobilisant l'ensemble des acteurs de la filière ;
- Mettre en avant les fromages franciliens et plus particulièrement promouvoir auprès des consommateurs les 2 AOP : brie de Meaux/brie de Melun ;
- Améliorer les ventes de ces derniers ;
- Sensibiliser les Crémiers Fromagers à la nécessité de valoriser les produits locaux ;
- Sensibiliser le consommateur aux produits laitiers franciliens.

### ⊕ RÉALISÉ

- Recadrer et renforcer l'opération réalisée en 2006 et 2007 en partenariat avec les Crémiers fromagers d'Ile-de-France en mars 2010 ;
- Opération de lancement sur le salon du fromage le dimanche 28 février 2010 ;
- Annonce de l'opération auprès des consommateurs sur le SIA 2010 ;
- La fête des Bries s'est déroulée chez les détaillants participants du 18 au 21 mars 2010.

### ⊕ MESURES D'EFFICACITÉ

- Questionnaire d'évaluation aux crémiers ;
- Volume de ventes.





# Accompagner les entreprises et les acteurs économiques



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

« Développer les compétences, faciliter les contacts »

## CIBLES

- Agriculteurs,
- Artisans,
- PME

## TYPES D'ACTION

Adaptées à chaque circuit de distribution : salons professionnels, journées d'information, concours innovation, rencontres acheteurs...

## ÉVALUATION

Temps passé/budget/retombées presse/  
Évaluation du nombre d'acheteurs et d'entreprises touchés/Satisfaction des partenaires.



POUR INFORMATION / EXEMPLE DE STAND 9 m<sup>2</sup> / 1 FACE



## Salons professionnels

► Sirha à Lyon du 24 au 28 janvier 2009

### ⊕ OBJECTIFS

Aider les entreprises franciliennes à trouver de nouveaux clients, plus particulièrement dans le domaine de la Restauration Hors-Foyer, très significatif en Ile-de-France.

### ⊕ RÉALISÉ

- 1<sup>re</sup> participation du CERVIA en tant que coordinateur/organisateur de l'espace Ile-de-France ;
- 2<sup>è</sup> édition de Sirha à Lyon, 2009, avec 2098 exposants dont 382 internationaux (+5,7 %) par rapport à 2007 sur une surface en progression (+2,5 %) ; 141380 visiteurs (+6,3 %) dont 15700 visiteurs internationaux (+12 %).

### ⊕ BILAN



Le SIRHA avance des chiffres qui confirment son leadership sur le marché de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation : 2098 exposants dont 382 internationaux (+5,7 %) par rapport à 2007 sur une surface en progression (+2,5 %) ; 141380 visiteurs (+6,3 %) dont 15700 visiteurs internationaux (+12 %).

Satisfaction globale des exposants franciliens : la majorité souhaite revenir, bonne implantation, bon accompagnement. Une réflexion sera engagée pour la prochaine édition en 2011 sur l'aspect communication et l'ensemble des supports de promotion à mettre en œuvre.



## ► Salon du végétal à Angers, 17 au 19 février 2009

### ⊕ OBJECTIFS

- Aider une filière agricole non alimentaire qui fait preuve de dynamisme et de créativité;
- Soutenir la démarche commerciale des horticulteurs et des pépiniéristes vers les jardineries, collectivités, grossistes et acteurs de la filière végétale.

### ⊕ RÉALISÉ

- 6daRIVUV"!! ^ D
- 6 exposants.

### ⊕ BILAN

Le bilan du Salon du Végétal 2009 est plus que satisfaisant: 16121 visiteurs (+3 % par rapport à 2008):

- Satisfaction globale des exposants franciliens, la qualité des visiteurs étant au rendez-vous, à l'exception des visiteurs internationaux;
- Souhait des exposants de voir évoluer leur stand en lien avec AREXHOR, leur organisme représentatif, et le Cervia avec lesquels les messages seront plus étroitement étudiés pour la prochaine édition 2010.

## ► Concours Général Agricole 2009

### ⊕ OBJECTIFS

- Inciter les producteurs à participer au CGA dans le cadre du Salon International de l'Agriculture ;
- Valoriser le travail de recherche et de créativité des producteurs au service de l'agriculture régionale.

### ⊕ RÉALISÉ

- Prise en charge à 100 % des frais d'inscription au concours ;
- Prise en charge de 50 % des frais engagés pour les échantillons utilisés ;
- Cérémonie de remise du diplôme et d'un trophée réalisé par le CERVIA aux médaillés.



### ⊕ BILAN

- 10 récompenses en 2009 pour l'Ile-de-France :
  - 1 médaille d'or et 4 médailles d'argent pour les bières régionales ;
  - 1 médaille d'or et 4 médailles d'argent pour les produits laitiers ;
  - 3<sup>e</sup> prix au concours bovins.
- Une cérémonie de remise des trophées s'est déroulée le 27 mai 2009, à l'occasion de la 1<sup>re</sup> session de la Chambre Régionale d'Agriculture.



# Actions de communication internes et externes



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

*« Faire connaître le CERVIA et ses actions, mettre en place les outils nécessaires »*

## CIBLES

- Consommateurs,
- Entreprises,
- Presse
- Structures membres ou partenaires du CERVIA

## TYPES D'ACTION

Relations presse, site internet, plaquettes, Lettres d'information, base de données, outils collectifs de communication, rapport d'activités....

## ÉVALUATION

Temps passé/budget/satisfaction des partenaires et du public.



## Relations presse

### ⊕ OBJECTIFS

- Faire connaître le CERVIA comme correspondant régional dans le domaine de l'alimentation ;
- Augmenter la notoriété des productions franciliennes ;
- Appuyer la démarche des entreprises dans le cadre du lancement de nouveaux produits ou de promotion générique.

### ⊕ RÉALISÉ

#### Dossiers de presse pour chaque évènement ci-après :

- Salon International de l'Agriculture 2009 ;
- Concours régional d'Art Culinaire ;
- Colloque « Nourrir la Région-Capitale » ;
- Fête du Patrimoine Gourmand 2009.

#### Communiqués de presse relayant les opérations de nos partenaires :

- Fraîch'attitude ;
- Fête des Jeunes Agriculteurs/Festival de la Terre ;
- Semaine et Balade du Goût.



## Site internet

Il s'agit d'un outil indispensable pour un centre d'interface tel que le CERVIA.

### ⊕ OBJECTIFS

- Promouvoir l'Ile-de-France agricole et gastronomique et informer le grand public ;
- Accompagner et informer les professionnels du secteur alimentaire « du champ à l'assiette » ;
- Faire connaître les actions du CERVIA, les manifestations de ses partenaires et les initiatives innovantes du secteur ;
- Créer des passerelles entre professionnels et grand public ;
- Permettre aux franciliens d'accéder aux produits régionaux.

⊕ RÉALISÉ

**Lancement à date du site [www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)**

- Lancement du site le 5 janvier 2009 ;
- Relations presse dans le dossier de presse SIA 2009, basée sur la forte valeur ajoutée apportée par la carte interactive Veomap qui recense 600 producteurs : 150 visiteurs sur le site Internet le jour de la diffusion du dossier de presse aux journalistes ;
- Travail sur le référencement : améliorer la visibilité du site sur les moteurs de recherche en insérant des mots clés dans les pages du site Internet.
- Échanges de liens avec les sites Internet des partenaires (toujours en cours) pour favoriser et augmenter les visites sur le site ;
- Mise en ligne des films réalisés par le CERVIA.

⊕ BILAN

• Après un an de vie, le site Internet [www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com) a vu la fréquence de ses visites augmenter chaque mois, grâce au travail de référencement, et aux échanges de liens.

- Visites du site en janvier 2009 > 1000 ;

- Visites du site en décembre 2009 > 3000 ;

• Le nombre de visiteurs mensuel a triplé durant l'année.

**OBJECTIFS 2010 :**

• améliorer le site Professionnel en relayant les actualités qui intéressent la cible ;

• améliorer l'accès aux recettes de cuisine sur le site grand public, ainsi que l'accès aux coordonnées des producteurs en vente directe et réseaux de boutiques ;

• augmenter le nombre de visites sur les deux volets du site ;

• continuer le travail sur l'échange de liens ;

• profiter des réseaux sociaux pour faire connaître le site.





### Nature, Métiers, Saveurs L'excellence alimentaire en Ile-de-France

[www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)

\* Ile de France



### Une journée avec les professionnels de l'élevage francilien

[www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)

CERVIA  
Centre régional d'exploitation et de valorisation  
des industries agroalimentaires et du vivier



### Céréales franciliennes vues du ciel

[www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)

\* Ile de France



[www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)

\* Ile de France



[www.saveursparisidf.com](http://www.saveursparisidf.com)

\* Ile de France

## Lettre d'information et autres outils

Le rythme des 4 Lettres par an a été tenu, diffusées à 5000 exemplaires en mars, juin, septembre et décembre 2009, de même que la parution du bulletin de veille réglementaire pour les entreprises.

Réalisation et diffusion du rapport d'activités 2008 à 300 exemplaires.

## Outils collectifs de communication internes et externes

### ⊕ OBJECTIFS

Disposer d'outils pour chacune des filières.

### ⊕ RÉALISÉ

- Le film générique sur l'Ile-de-France gastronomique et les fruits et légumes, réalisé en 2007 pour l'action nutrition dans les lycées, a été complété en 2009 par 2 films (filières céréales et élevage). Ces films ont été sélectionnés pour l'exposition universelle « Shanghai 2010 ».
- Une photothèque, la plaquette CERVIA mise à jour et le livret « gestion de crise » pour le Département Innovation/Qualité ont été réalisés.



## Deux faits marquants pour le Département Innovation et Qualité en 2009



- *L'officialisation de la labellisation en tant que « Cellule de Diffusion Technologique » par le Ministère chargé de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur pour une période de deux ans;*
- *L'accueil en tant que membre actif du CERVIA Paris Ile-de-France au sein de l'ACTIA (Association de Coordination Technique pour l'Industrie Agro alimentaire), après une période probatoire de deux ans comme membre associé, ce qui renforce sa légitimité en tant que centre technologique.*

## LE PLAN FILIÈRE ÉTAT-RÉGION

Le CERVIA Paris Ile-de-France met en œuvre le Plan filière agro-alimentaire, dans le cadre de conventions pluriannuelles avec la Région (dispositif ARAQ) et l'État (DRIAAF, DRIIRE, OSEO). Il se décline autour de 5 grands axes: Qualité et Sécurité sanitaire des aliments, Développement agro-alimentaire durable, Innovation, Nutrition/Santé et Gestion de crise.

### CIBLE

**Entreprises agro-coles et alimentaires de moins de 250 salariés ayant un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros et un bilan inférieur à 40 millions d'euros et n'appartenant pas à un groupe de plus de 250 personnes.**

## Qualité et sécurité sanitaire des aliments

*Ces actions sont réalisées avec le soutien financier de la Région et de la DRIAAF, en partenariat avec l'AFSSA et l'ACTIA*

### ⊕ OBJECTIFS

Accompagner les entreprises franciliennes du secteur de l'alimentation dans la mise en place de démarches et projets liés à la qualité et à la sécurité des aliments, sous forme individuelle ou collective.

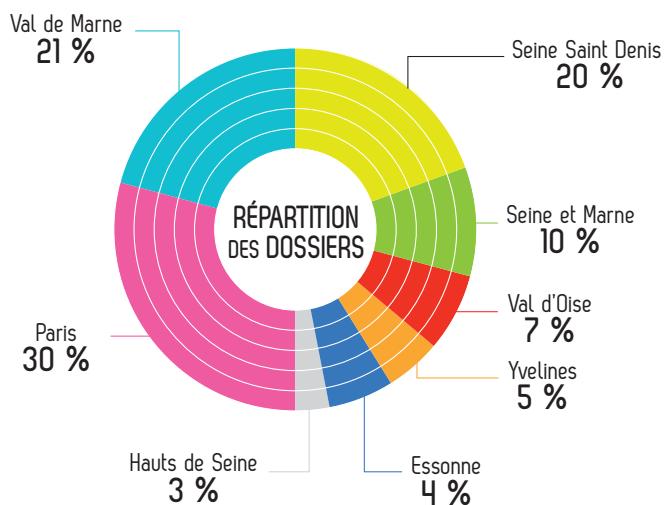
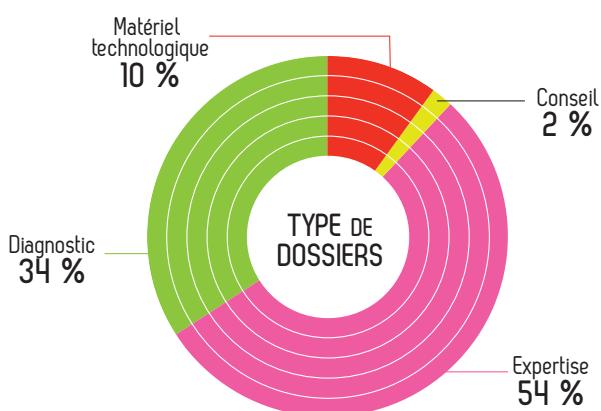
### ⊖ RÉALISÉ

- 1) Mise en œuvre du dispositif ARAQ (Aide Régionale à l'Alimentation de Qualité) : mise en place de démarches qualité s'appuyant sur des référentiels reconnus (ISO, IFS, BRC), certification de produits, étude sur la sécurité des aliments, mise au point de produits et procédés innovants, acquisition de matériels innovants améliorant la qualité des produits fabriqués.
- Au cours de l'année écoulée, ont été montés 270 dossiers dont 261 ont été acceptés pour un montant total affecté de 924 401 euros, avec la répartition suivante :
  - > Dossiers ARAQ diagnostic : 88
  - > Dossiers ARAQ expertise : 142
  - > Dossiers ARAQ matériel technologique : 25
  - > Dossiers ARAQ conseil : 6 (dont 4 dossiers de certification AB (Produits BIO) et 2 actions collectives montées respectivement par le syndicat des crémiers fromagers et par la Confédération Générale de l'Alimentation en Détail).
- À noter également deux sujets collectifs montés via des ARAQ expertises : une étude des flux et des circuits accompagnant l'installation du pavillon de la volaille du MIN de Rungis dans de nouveaux locaux (7 entreprises) et l'élaboration d'un Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène pour la fabrication des sandwiches, étude conduite auprès de 10 boulangeries pâtisseries parisiennes.

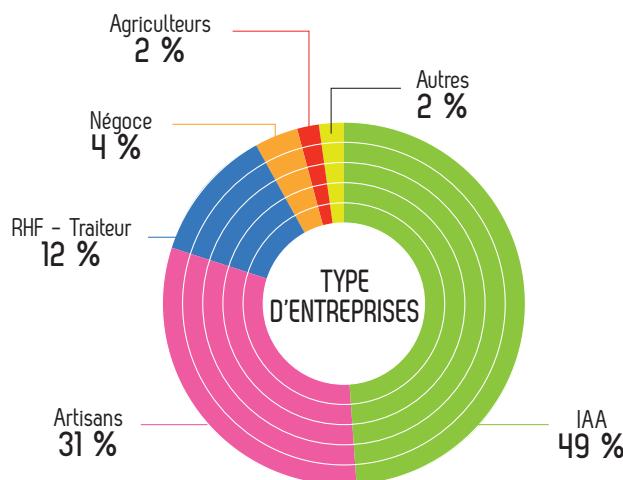
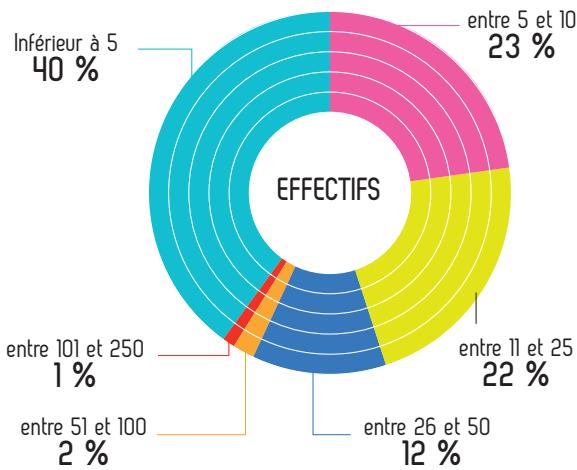


### UN DISPOSITIF BIEN ADAPTÉ AUX PETITES ENTREPRISES.

- C'est Paris qui compte le plus de dossiers montés en 2009 (79) du fait de la très forte implantation parisienne de l'artisanat francilien, suivi du Val-de-Marne (56) département fortement agro-alimentaire de par la présence du Marché International de Rungis et de nombreuses industries (plats préparés notamment) ; à l'opposé, ce sont les Hauts de Seine qui comptent le moins de dossiers présentés.



- Les entreprises bénéficiant de l'ARAQ sont pour un tiers des TPE de 5 salariés et moins ; à l'opposé, seulement 7 dossiers concernent des entreprises de plus de 50 salariés : l'ARAQ est un dispositif particulièrement bien adapté aux PME et TPE.
- Ce sont les industries alimentaires qui montent le plus de dossiers (127 soit près de la moitié) suivies des artisans (82, soit un tiers des demandes).

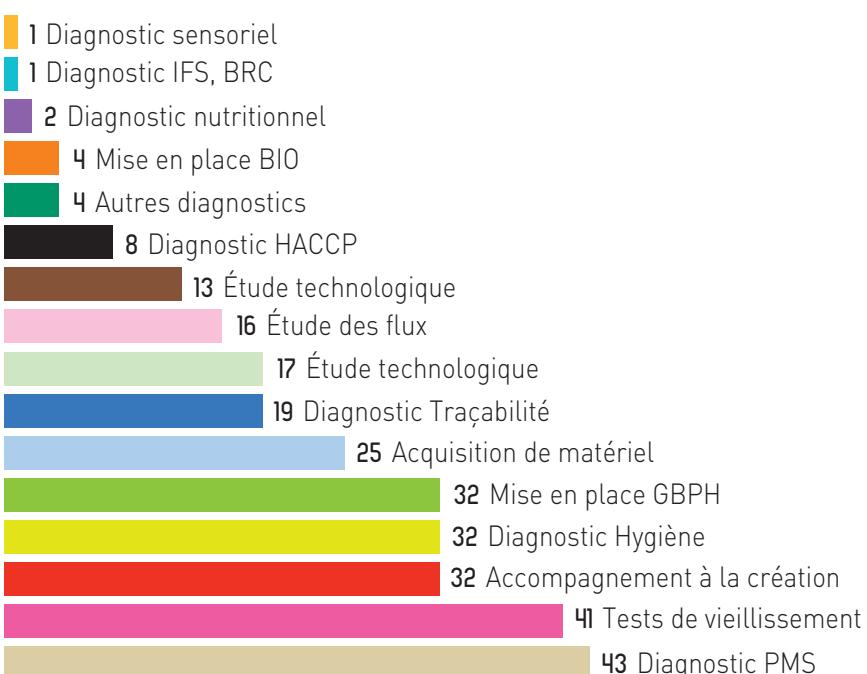




À nouveau en 2009, ce sont les secteurs des plats préparés et de l'industrie de la viande qui comptent le plus de dossiers (136 soit plus de la moitié des dossiers ARAQ).

Enfin, parmi les sujets les plus abordés dans les dossiers présentés, on trouve en tête le diagnostic Plan de Maitrise Sanitaire (43) suivi à façon égale par l'accompagnement à la création d'activité (32), le diagnostic hygiène (32), les tests de vieillissement (31) et la mise en place des guides de bonnes pratiques d'hygiène (30).

#### SUJETS ACCOMPAGNÉS





- 2) **Action spécifique** en partenariat avec l'AFSSA et l'ACTIA, cofinancée par la DRIAAF, sur la maîtrise de l'hygiène et de la sécurité microbiologique des procédés :
- > **Action collective « analyse des dangers »**: diagnostics « analyse des dangers et HACCP » dans 9 entreprises (3 en découpe de viande, 3 en pâtisserie industrielle, 3 sandwicheries), réalisés par une ingénierie en alternance AgroParisTech avec une expertise de l'AFSSA ;
  - > **Réalisation d'un livret sur la méthodologie d'analyse des dangers** avec exemples concrets et retours d'expériences terrain de la 1<sup>re</sup> phase, en vue de sa publication au cours du 1er trimestre 2010.
- 3) **Cycles de séminaires** : « Apport de connaissances scientifiques sur le paquet hygiène » :
- > 17 novembre 2009 : « Analyse et détection des dangers, maîtrise sanitaire des denrées alimentaires et des procédés ». C'est au cours de cette journée organisée en partenariat avec l'AFSSA, qu'a été restituée l'étude sur l'analyse des dangers effectuée auprès des 9 entreprises franciliennes (cf. supra). (NDLR: l'étude complète est disponible sur demande auprès du département)
- 4) Action pilote de **réalisation d'un Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène** en respect de l'HACCP version Paquet Hygiène 2006, et d'une expertise AFSSA (application à une filière : la Boulangerie-Pâtisserie). La publication du livret correspondant est prévue courant 2010.

## Agro-alimentaire durable

Cette action est réalisée avec le soutien financier de la DRIRE.

### ⊕ OBJECTIFS

- Éclaircir la compréhension du concept de développement durable vis-à-vis d'autres notions employées en agro-alimentaire (aliments santé, normes environnementales, préservation des savoir-faire....) ;
- Définir ce que peut être une entreprise agro-alimentaire durable en Ile-de-France et les moyens de valorisation. Faire un état des lieux des attentes, freins et motivations des PME franciliennes sur ce sujet ;
- Mettre à la disposition des dirigeants d'entreprises les outils d'éco conception et participer à faire de l'Ile-de-France une référence en matière de développement durable.

CIBLE

**Les entreprises agricoles et alimentaires franciliennes.**

⊕ RÉALISÉ

- Montage de **2 séminaires de sensibilisation** en janvier 2009 (à AgroParisTech) et février 2009 (au CERVIA Paris Ile-de-France) avec la participation de CARREFOUR, de SODEXHO et de la Fédération du Commerce et de la Distribution; ces séminaires ont réuni 40 participants (49 inscrits) représentant 33 entreprises (l'objectif était de 30 entreprises) ;
- Lancement de **2 groupes de travail** regroupant 16 entreprises (objectif 10 entreprises) sur les thématiques suivantes : « Comment s'engager dans la démarche », « Les valeurs du développement durable appliquées aux PME et TPE de l'agro-alimentaire ». Ces groupes de travail ont permis l'élaboration d'un livret « Pour une approche d'un développement agro-alimentaire durable » qui sera disponible au cours du premier semestre 2010.
- Lancement des **déclinaisons individuelles**: un démarchage par mailing et e-mailing des entreprises est en cours (participants aux séminaires, au club qualité, entreprises rencontrées au cours de l'année 2009...) afin de leur proposer des actions du type bilan carbone®, bilan énergétique, analyse du cycle de vie d'un produit, diagnostic SD 21 000 ou ISO 26 000...
- Participation au **comité de pilotage d'ECOVAL** « éco-conception et valorisation », le 4 décembre 2009, Réseau Mixte Technologique (RMT) menant des travaux sur l'éco-compatibilité des produits et des procédés agro-alimentaires, ainsi que sur la valorisation des sous-produits et coproduits agro-industriels. La participation du CERVIA à ce RMT permet de pouvoir monter des projets collaboratifs dans le domaine du développement durable intéressant une filière, et diffuser des informations vers les entreprises, notamment en ce qui concerne l'affichage environnemental.

CIBLE

*Entreprises agricoles et alimentaires de moins de 250 personnes ayant un chiffre d'affaires inférieur à 50M€ et un bilan inférieur à 40M€, n'appartenant pas à un groupe de plus de 250 personnes.*

## Innovation

*Cette action fait l'objet d'une convention avec OSEO signée en 2007; une convention de partenariat avec le Centre Francilien de l'Innovation a également été signée fin 2009: Le CERVIA Paris Ile-de-France, membre du CFI, poursuit et développe le partenariat qui existait avec le Réseau de Développement Technologique pour ce qui concerne le secteur agro-alimentaire: visites en entreprises des conseillers technologiques du CERVIA Paris Ile-de-France, avis sur des projets concernant le secteur agro-alimentaire (équipementiers du secteur notamment), échanges réguliers au niveau des réseaux territoriaux, travail conjoint sur les éco-innovations...*

⊕ OBJECTIFS

Accompagner les entreprises franciliennes du secteur alimentaire dans la mise en place de projets liés à l'innovation produit ou technologique, et à la recherche d'informations.



## ⊕ RÉALISÉ

### • Dispositifs OSEO

Dans le cadre de la convention signée en 2007 avec OSEO, renforcée par sa reconnaissance comme Cellule de Diffusion Technologique, le CERVIA Paris Ile-de-France instruit les aides d'OSEO : la PTR (Prestation Technologique Réseau) au titre de son appartenance au Réseau Francilien de l'Innovation, l'AFI (Aide à la Faisabilité à l'Innovation) dans le cadre de la convention MAAP/OSEO et l'AIMA (Aide à la Maturation de Projets) dans le cadre de la convention CERVIA/CFI.

11 PTR ont été montées en 2009 (à noter que la réorganisation de la procédure de gestion des PTR au sein du Centre Francilien de l'Innovation a quelque peu freiné le rythme annuel du nombre de dossiers habituellement montés et se situant autour d'une quinzaine ; pour mémoire 17 dossiers en 2008).

### • Dispositif AIR (Aide à l'Innovation Responsable)

Ce nouveau dispositif d'aide a été mis en place par la Région fin 2009 dans le cadre du Fonds Régional de l'Innovation. Au titre de la convention CERVIA/CFI, les conseillers du CFI s'appuient sur la connaissance du secteur et l'expertise des conseillers du CERVIA, pour l'instruction des demandes d'aide AIR du secteur agro-alimentaire et notamment pour affiner la grille d'expertise du projet.

2 dossiers AIR ont été soumis pour avis au CERVIA Paris Ile-de-France.

### • Dossiers CIFRE (Convention Industrielle de Formation par la Recherche)

À la demande de l'État (DRRT), 6 dossiers ont été expertisés dont 5 ont reçu un avis favorable.

Afin de pouvoir faire « remonter » des projets innovants, un appel à projets sera lancé début 2010 dans le cadre du plan de soutien à la filière agro-alimentaire sur des crédits de la DRRIAAF.

## Nutrition/Santé

CIBLE

*Entreprises  
agricoles et  
alimentaires  
franciliennes.*

*Cette action est réalisée avec le soutien financier de la DRRIAAF et de la DRIRE. Elle s'inscrit dans le cadre du Règlement (CE) n° 1924/2006 qui s'appuie sur des profils nutritionnels qui, en 2009, n'ont toujours pas été publiés, ce qui constitue un frein au développement de la mesure.*

## ⊕ OBJECTIFS

Former les PME et initier une approche nutritionnelle que les entreprises pourront valoriser.

## ⊕ RÉALISÉ

Après les séminaires de sensibilisation qui ont eu lieu fin 2007, l'action est entrée dans sa phase de déclinaisons individuelles auprès des entreprises. Au cours de ces deux dernières années, 8 dossiers individuels ont été montés sur les 13 prévus par la convention DRIRE.

**PME/TPE**  
alimentaires  
franciliennes.

CIBLE

**IAA**  
franciliennes

Cette phase a été « retardée » dans l'attente de la publication par l'EFSA (Agence Européenne de Sécurité des Aliments) des profils nutritionnels des aliments.

Ces profils étant pour le moment abandonnés, l'EFSA a entrepris de constituer une liste positive d'allégations ; les entreprises souhaitant mettre en avant des allégations devront se conformer à la liste établie.

## Gestion de crise en entreprise

*Cette action a été réalisée avec le soutien financier de la DRIAAF.*

⊕ OBJECTIFS

- Aider les petites entreprises à faire face à une crise qui peut être liée au produit ou à son environnement économique, humain, ou environnemental.

⊕ RÉALISÉ

- Deux séminaires en 2009 (28 participants), dont un séminaire le 17 septembre 2009 sur le thème : « Le plan de continuité des entreprises face au risque de pandémie A/H1N1 », avec la participation de l'ANIA, des Grands Moulins de Paris et de la DGAL.
- Une déclinaison individuelle avec un accompagnement personnalisé en 2009.
- Publication du livret « Gestion de crise » : parution en mars 2009 (300 exemplaires) et diffusion aux entreprises participantes aux séminaires (NDLR : les entreprises nous ont fait part en retour de leur satisfaction sur le contenu du livret).

## Étude sur la valorisation des déchets agro-alimentaires

*Cette action a été réalisée avec le soutien financier de la DRIAAF.*

⊕ OBJECTIFS

Améliorer les pratiques et moyens utilisés pour la valorisation des déchets des IAA.



### ⊕ RÉALISÉ

L'étude a été confiée à une élève ingénierie de dernière année de l'Université de Technologie de Troyes.

- **Bibliographie:** recensement des études réalisées sur le sujet afin de disposer d'une base bibliographique la plus exhaustive possible ; réalisation d'une base Excel ;
- **Enquête:** échantillon de 168 entreprises, 110 entreprises contactées, 38 réponses (42 refus, 12 sans réponse, 8 ne produisent pas de déchets (uniquement commerce de gros) ;
- **Réglementation:** création d'un mémorandum sur les obligations réglementaires des IAA en matière de déchets organiques; réalisation d'une cartographie de gisements de déchets et prestataires spécialisés dans la valorisation.

Un guide de la gestion et de la valorisation des déchets agro-alimentaires, destiné aux PME, sera disponible sur le site internet du CERVIA à la fin du 1<sup>er</sup> trimestre 2010

## APPEL À PROJETS DGAL : PROJET BIORESCO

Ce projet a été présenté à la Direction Générale de l'Alimentation (DGAL) dans le cadre d'un appel à projets sur crédits CPER 2007/2013, et a reçu un avis favorable pour un financement de 20 800 € représentant 60 % du coût total du projet.

Par ailleurs, le CERVIA a accompagné 3 syndicats professionnels dans le montage de leurs projets : 2 ont été retenus par la DGAL : 1 projet présenté par le Centre Technique des Métiers de la Pâtisserie (en collaboration avec l'INRA et AgroParisTech) et un 1 projet présenté par le syndicat des crémiers fromagers d'Ile-de-France (en collaboration avec l'AFSSA et ACTILAIT).

### ⊕ OBJECTIFS

- Répondre aux exigences du Grenelle de l'environnement qui vise à l'introduction de 20 % de produits BIO dans les repas destinés à la restauration scolaire à l'horizon 2012 ;
- Valoriser les productions agricoles BIO d'Ile-de-France en structurant des filières de transformation ;
- Obtenir un produit issu de l'agriculture biologique présentant des garanties régulières de qualité sanitaire, nutritionnelle et organoleptique destiné dans un premier temps à des consommateurs enfants et adolescents, avec une adaptation possible à une cible adulte.

CIBLE

**Entreprises  
(producteurs et  
transformateurs) bio  
d'Ile-de-France ;  
Gestionnaires  
de restauration  
scolaire**

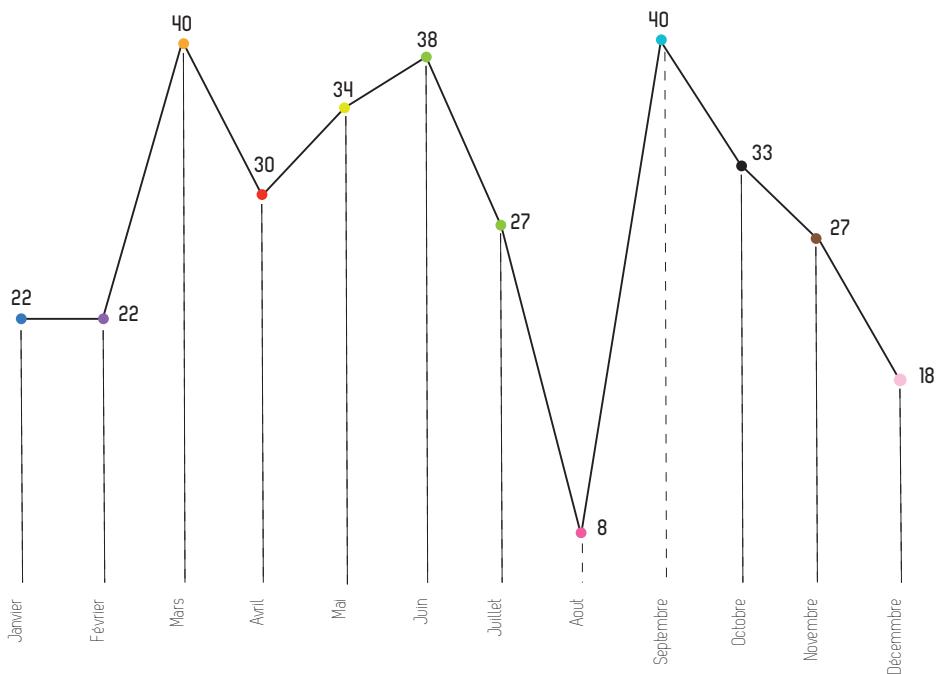
⊕ RÉALISÉ

Après une première étude confiée à des étudiants d'AgroParisTech en 2008, le CERVIA travaille sur la mise au point d'une galette végétale fourrée, certifiée agriculture biologique, à base de céréales d'Ile-de-France en partenariat avec le GAB Ile-de-France et 2 PME franciliennes, et l'appui du CTCPA (Centre Technique de la Conservation des produits Agricoles), 1er centre technique agro-alimentaire français. L'objectif est de pouvoir disposer d'échantillons pouvant être testés auprès des élèves à la rentrée de septembre 2010.

## LES MISSIONS DE CENTRE INTERFACE

### Visites d'entreprises

En tant que Cellule de Diffusion Technologique, le CERVIA Paris Ile-de-France, dans ses missions relatives à l'Innovation et la Qualité, a pour obligation de créer des passerelles avec le monde de la Recherche et de l'Innovation et de transférer les connaissances acquises aux entreprises. Il s'y emploie de façon permanente.

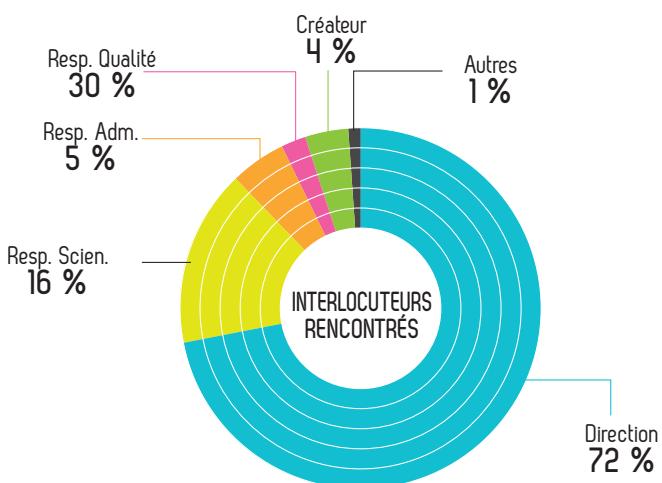
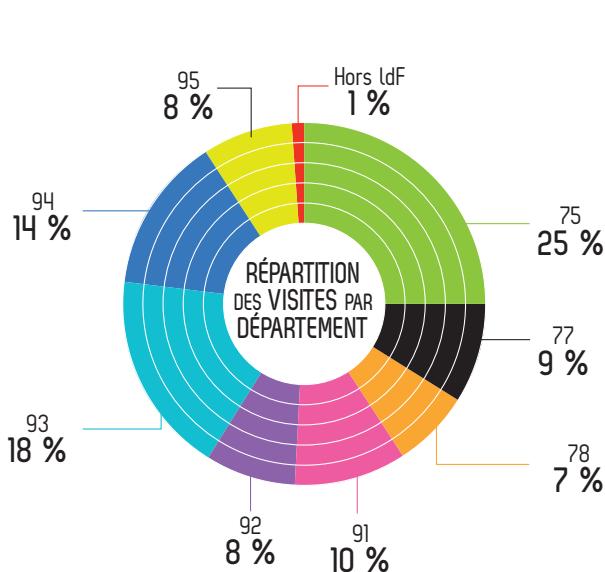


PÉRIODICITÉ DES VISITES D'ENTREPRISES

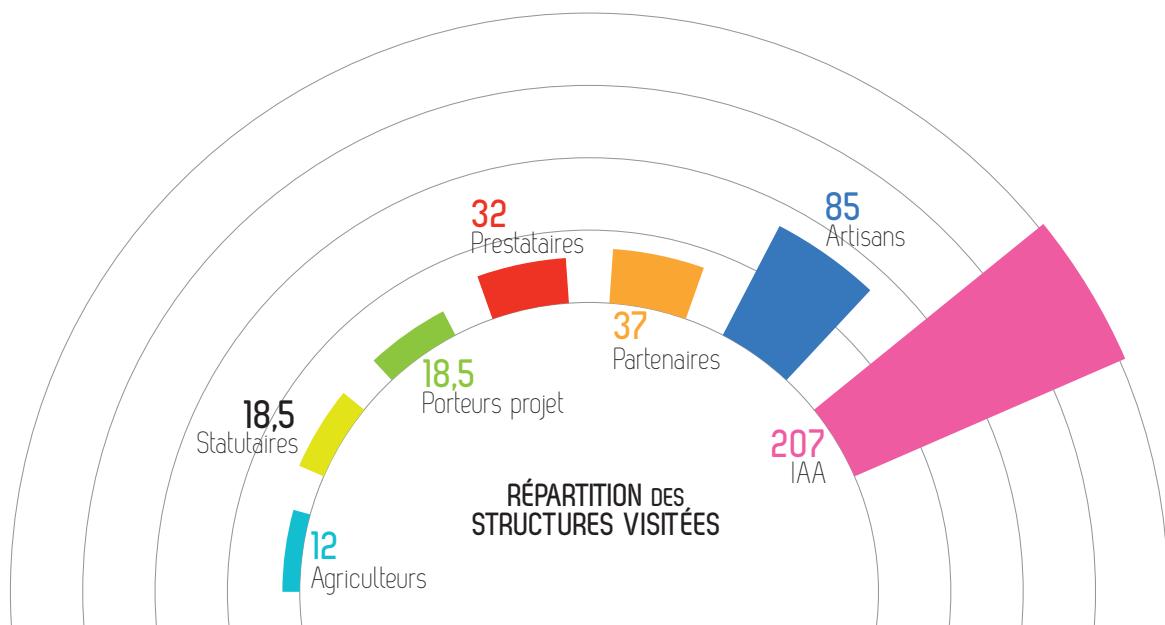


À ce titre, les conseillers technologiques ont procédé au cours de l'année 2009 à 318 visites d'entreprises, dont 173 nouvelles.

Au cours de ces visites, l'interlocuteur rencontré est dans les trois quarts des cas le chef d'entreprise.



Outre les entreprises, l'équipe du département Innovation et Qualité aura effectué au total quelques 400 visites comprenant également des partenaires (ex: établissements de recherche et d'enseignement supérieur non adhérents), des prestataires innovation/qualité et des organismes statutaires.



## Journées d'information

### COLLOQUE PATHOGEN COMBAT,

en partenariat avec l'AFSSA et l'université de Stuttgart, le 19 mars 2009:

Le CERVIA, avec l'appui d'une ingénierie AgroParisTech en alternance, a organisé un colloque destiné à porter à la connaissance des PME l'état d'avancement d'un programme européen réalisé par des chercheurs de différentes universités européennes. Malgré des imprévus (grève des transports), il a réussi à mobiliser 115 participants issus à parts égales du monde des entreprises et du monde de la recherche, avec un taux de satisfaction de plus de 80 %.

### CLUB QUALITÉ

- Matériaux au contact des aliments – Migration des emballages, avec le Laboratoire National d'Essais (30 avril 2009; 12 participants). Cette journée a marqué le début de l'opération collective « pré-diagnostic emballages » associant 9 centres interface du réseau ACTIA (AQUIMER, ARIATT, CASIMIR, CERTIA, CERVIA Paris Ile-de-France, CRITT PACA, CRITT POITOU CHARENTES, LR TRANSFERTS) ;
- Échanges autour de la fonction de responsable qualité (28 mai 2009; 8 participants) ;
- Évolution réglementaire des fluides frigorigènes avec le CEMAFROID (2 juillet 2009; 8 participants) ;
- Mise en place d'un plan de continuité dans l'entreprise face au risque de pandémie grippale A/H1N1 (17 septembre; 28 participants, cf. supra « Gestion de crise ») ;
- Sensibilisation à la démarche ISO 22000 avec l'AFNOR le 6 octobre 2009 (14 participants) : point de départ de l'action de sensibilisation à cette nouvelle norme de management de la sécurité sanitaire des aliments, financée en 2010 dans le cadre du plan filière, axe qualité et sécurité microbiologique.

### AUTRES JOURNÉES D'INFORMATIONS 2009

- TECH'INNOV le 12 février 2009: rencontres de la technologie et de l'innovation, organisées par la CCI de l'Essonne et la CCIP 94 avec environ 600 inscrits ; très bonne organisation avec une bonne lisibilité du CERVIA comme partenaire sur les cartons d'invitation et sur la plaquette (une vingtaine de contacts sur le stand) ;
- « La sécurité dans l'assiette/La sicurezza nel piatto » (Milan, 16 juin 2009), avec l'Agence de Développement du Val de Marne et la Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie : comparaison des actions menées par deux régions européennes, l'Ile-de-France et la Lombardie, en matière de sécurité sanitaire des aliments ;
- Forum de l'innovation en Seine-Saint-Denis avec la CCIP 93 le 14 octobre 2009 : « Innover pour gagner de nouveaux marchés ». Intervention sur le thème : « Accompagner, soutenir et valoriser l'innovation alimentaire en Ile-de-France » ;



- Journée de l'innovation et de l'intelligence économique, organisée par Seine et Marne Développement et la CCI 77 le vendredi 23 octobre 2009 ;
- Participation, dans le cadre du club INNOVIT « les petits déjeuners de l'innovation », à une matinale sur le thème « Agro-alimentaire/nutrition/santé » le 5 novembre 2009 (Public : investisseurs, porteurs de projets et entreprises en création) ;
- Maîtrise sanitaire des denrées alimentaires et des procédés avec l'AFSSA le 17 novembre 2009 dans le cadre des journées « cycle paquet hygiène » : près de 200 participants; compte tenu du succès rencontré par cette journée, une deuxième édition est prévue le 1<sup>er</sup> avril 2010 ;
- MEET INNOV avec l'Agence de Développement du Val de Marne le 26 novembre 2009 : en termes de structures inscrites, on obtient la répartition suivante :
  - > 135 PME et start ups, dont 40 entreprises étrangères
  - > 11 instituts de recherche
  - > 9 grands groupes
  - > 4 investisseurs
  - > 23 structures de soutien à l'innovation dont le CERVIA  
Paris Ile-de-France

On notera la bonne lisibilité du CERVIA (plaquettes, affiches, cartons d'invitation) et un stand bien placé car proche de la zone de rendez-vous ; une vingtaine de contacts professionnels ont eu lieu au cours de cette journée.

---

## VISITES DE CENTRES DE COMPÉTENCES ET DE RESSOURCES TECHNOLOGIQUES – PARTICIPATION À DES COLLOQUES

- INRA - PNRA (10-12 mars 2009) ;
- SILLIKER France (Cergy-95, 8 avril 2009) ;
- ACTIADES à Valence (14-15 mai 2009) ;
- INRA Politiques nutritionnelles (25 mai 2009) ;
- Halle de technologie du CTCPA à Amiens (24 juin 2009) ;
- Laboratoires du CEMAGREF (Antony-92, 2 juillet 2009) ;
- Laboratoire de génie et microbiologie des procédés alimentaires de l'INRA (Grignon-78, 4 septembre 2009) ;
- Journée ADEME fibres végétales (20 octobre 2009) ;
- ISAFRUIT à Angers (28-29 octobre 2009) ;
- AERIAL (Strasbourg, 29 octobre 2009) dans le cadre des rencontres annuelles des centres interface de l'ACTIA ;
- ICSN (Institut de Chimie des Substances Naturelles-CNRS) et IMAGIF (Gif-sur-Yvette - 91, 24 novembre 2009).
- Université saveurs et savoirs, alimentation et mondialisation (7 décembre 2009)

---

## PARTICIPATION AUX JURY

- Grand jury CHALLENGE+ est un programme d'aides à la création d'entreprises innovantes, conduit par l'institut HEC Start-up; le CERVIA est sollicité tous les ans dans le cadre du grand jury afin de donner un avis sur les projets présentés.
- Jury des projets ASTRE (2-3 juin 2009)

CIBLE

*Les entreprises agricoles et alimentaires de la région d'Ile-de-France.*

## Valorisation de l'enseignement supérieur agricole et alimentaire

⊕ OBJECTIFS

- Faire découvrir aux étudiants les entreprises agricoles et alimentaires au travers de sujets d'études.
- Permettre aux entreprises agricoles et alimentaires d'intégrer des étudiants de dernière année pour réaliser une étude.

Une collaboration s'est établie entre AgroParisTech et le CERVIA Paris Ile-de-France depuis plusieurs années : le département CEPAL sollicite le CERVIA afin de définir des sujets pouvant intéresser directement les PME.

⊖ RÉALISÉ

Les sujets ayant donné lieu à un travail d'étudiants, soutenus devant un jury auquel participait le CERVIA Paris Ile-de-France, étaient les suivants :

- **Agriculture biologique** : Conception d'un produit « bio » régional destiné à la restauration collective scolaire : ce projet se poursuit par le montage du projet collaboratif BIORESCO associant le CERVIA Paris Ile-de-France, le GAB Ile-de-France, le CTCPA et deux PME franciliennes, dans le cadre d'un appel à projets de l'État (DGAL) (voir plus haut).
- **Mutualisation de la fonction qualité entre plusieurs entreprises** : La mutualisation de la qualité semble être l'une des solutions émergentes pour répondre aux besoins des PME. Intéressante à la fois pour les entreprises et les salariés, son déploiement apparaît comme imminent même s'il reste encore des problématiques qu'il faudra résoudre.
- **Bilan carbone** : étude pilote : Il ne faut pas limiter l'impact environnemental aux seules émissions de Gaz à Effet de Serre mais l'élargir à un « Bilan Eau » ou encore à un « Bilan Matière ». De plus, l'impact lié aux volets social et économique, ne doit pas être négligé dans une démarche de développement durable.
- **Du contrôle des matières premières et produits à la rationalisation des coûts d'analyses** : il ressort clairement de l'étude que les Responsables Qualité n'ont que des connaissances restreintes sur les plans d'échantillonnage. Les petites entreprises accordent fréquemment une confiance totale à leurs fournisseurs, toutefois, les PME n'hésitent pas à effectuer des analyses libératoires de matières premières en cas de doute quant à la conformité du lot réceptionné

Ont été retenus pour l'année universitaire 2009-2010 les sujets suivants :

- > Prise en charge des réclamations clients ;
- > Auditer l'alimentarité des matériaux en PME ;
- > Analyse et résolution de problèmes qualité liés aux moisissures.

Ces sujets donneront lieu pour les étudiants à des stages de courte durée en lien avec des entreprises sollicitées par le CERVIA Paris Ile-de-France et à une restitution sous forme de soutenance au cours du 1er trimestre 2010.



## Veille technologique et réglementaire

- Le CERVIA Paris Ile-de-France, en lien avec ses partenaires et conseillers permanents, centralise et diffuse une information structurée et récente sur les outils de la recherche et le contexte réglementaire (abonnement à des revues scientifiques et réglementaires, des veilles technologiques et un argus de la presse).

Il compile, tous les deux mois la veille scientifique et technique disponible, et l'envoie par courriel aux entreprises. Depuis septembre 2009, cette veille est accessible sur le volet professionnel du site Internet du CERVIA à partir d'un mot de passe.

- Un service questions-réponses à la demande a été mis en place (enregistrement systématique des différentes demandes reçues par le Département Innovation et Qualité sur les sujets les plus variés touchant l'innovation, la sécurité des aliments, la propriété industrielle, les dispositifs d'aide etc. et ne nécessitant pas plus d'une heure de recherche) ; en 2009, 38 demandes de ce type, extrêmement diverses, ont été adressées au CERVIA.

Les conseillers sont aussi amenés à accompagner des étudiants dans le cadre de leurs projets d'études en les renseignant au même titre que les entreprises sur des sujets technologiques et sur le secteur alimentaire.

- **Le Flash INFO CERVIA :**

Diffusé à un rythme trimestriel en même temps que la lettre d'information du CERVIA, il reprend en direction des entreprises, les principales informations en matière de technologies, réglementation, innovation produits.

- **La commission AFNOR :**

Afin de mieux accompagner les entreprises agricoles et alimentaires concernées par la sécurité des aliments et son management, le CERVIA Paris Ile-de-France est membre de la commission de normalisation V01C « Sécurité des aliments- Hygiène et management » de l'AFNOR.

La Commission de Normalisation V01C assure une double mission :

- > d'une part en étant l'instance d'élaboration des positions et propositions nationales vis-à-vis des structures internationales qui assurent le développement et la maintenance des normes de la série ISO 22000 ;
- > d'autre part en mettant au point les outils normatifs nationaux demandés par les acteurs français.

Pour l'un et l'autre de ces deux volets, des Groupes de Travail (GT) sont mis en place en fonction des besoins pour préparer des projets de propositions ou de textes qui sont ensuite présentés pour discussion et pour validation à la Commission plénière.

En 2009, suite à ces travaux, est parue la norme XP V 01-014 « Sécurité des aliments - Lignes directrices relatives aux éléments utiles pour la détermination de la durée de vie ».

## Les actions en réseau

### ACTIA

Le CERVIA Paris Ile-de-France, après en avoir été membre associé pendant une période de 2 ans, est devenu membre actif de l'ACTIA en juillet 2009. Il peut donc participer pleinement à l'ensemble des actions montées dans le cadre des programmes soutenus par l'ACTIA, notamment la participation aux RMT (Réseaux mixtes Technologiques) et aux actions collectives.

- Pré-diagnostic emballages: cette action, lancée fin 2008, vise à rechercher et identifier des sources d'économie par une gestion durable des emballages. Après une réunion de sensibilisation qui s'est tenue dans le cadre d'un club qualité, des pré-diagnostic seront réalisés auprès de 3 à 5 entreprises volontaires.
- Réseau performance industrielle: ce réseau est animé par le CRITT PACA; il regroupe aussi bien des ITAI (Instituts Techniques Agro-industriels) prestataires de service que des centres interfaces. Son but est de familiariser les PME et TPE du secteur agro-alimentaire avec les outils de diagnostic de performance. Le livret « Guide du diagnostic de performance industrielle » édité par l'ACTIA doit être actualisé et réédité au cours de l'année 2010.
- Réunion des centres interfaces: ces réunions ont pour objectif de favoriser les échanges d'informations et de pouvoir comparer les différentes situations régionales.

En octobre 2009, s'est tenue une réunion à AERIAL (Strasbourg-67) où a été évoquée l'actualisation du cahier des charges des centres interfaces pour laquelle une réunion est prévue début 2010, ainsi que le lancement d'une nouvelle action collective axée sur l'affichage environnemental et le bilan carbone®.

### RÉSEAU FRANCILien DE L'INNOVATION

Le CERVIA participe régulièrement aux travaux du Réseau francilien de l'Innovation, au titre de son adhésion au CFI:

- Création de la communauté « CERVIA Paris Ile-de-France » au sein de la plateforme francilienne d'appui aux PME [www.financersaboite.fr](http://www.financersaboite.fr): pôles de compétitivité, incubateurs, Systèmes Productifs Locaux, pépinières, réseaux d'investisseurs, réseaux de « business angels », fonds d'investissements territoriaux, fonds de prêts d'honneur, réseaux d'accompagnement... Les principaux acteurs franciliens du développement économique se sont rassemblés sur la plateforme francilienne « Financer sa boîte », sous forme de « communautés », afin de favoriser la mise en relation entre PME, porteurs de projets et investisseurs potentiels.
- Les rencontres du réseau: les conseillers du CERVIA participent régulièrement aux rencontres du Réseau Francilien de l'Innovation organisées par département. Elles ont principalement pour objectif de favoriser les échanges entre les membres du réseau et les membres associés, de mutualiser les approches dans le domaine de l'innovation et d'assurer le suivi des projets des entreprises.



**Le CERVIA Paris Ile-de-France :**  
**un centre de compétences,**  
**d'expertises et de conseil pour**  
**conforter et fédérer les filières**  
**agricoles et alimentaires régionales**  
**au service des consommateurs.**



# CERVIA

Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire



Paris **Ile-de-France**