

D'ACTIVITÉS

ISATION ET D'INNOVATION AGRICOLE ET ALIMENTAIRE DE PARIS ÎLE-DE-FRANCE



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



2010



Sommaire

RAPPORT D'ACTIVITÉS CERVIA 2010

- p. 4 Edito de la Présidente
- p. 7 Conseil d'Administration

1 LE SOUTIEN AUX ENTREPRISES ET AUX FILIÈRES

- p. 10 Un identifiant régional pour fédérer les entreprises et différencier leurs produits
- p. 10 La présence des entreprises sous bannière régionale sur les salons professionnels ou grand public
- p. 14 Des actions de développement filières
- p. 16 Soutien individuel et collectif aux entreprises
- p. 27 Un travail en réseau pour comprendre, informer, soutenir et favoriser les contacts

2 L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET LA RECHERCHE LE TRANSFERT EN ENTREPRISE

- p. 31 Veille scientifique, technologique et réglementaire
- p. 31 Valorisation de l'enseignement supérieur agricole et alimentaire
- p. 32 Les rencontres annuelles du CERVIA 2010 : un colloque scientifique « fruits et légumes, les apports de la recherche »
- p. 32 Participation à des colloques scientifiques

3 SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS ET DES JEUNES & VALORISATION DES MÉTIERS

p. 34

4 INFORMATION & COMMUNICATION

- p. 37 Les actions Presse
- p. 38 Le site internet
- p. 38 Newsletter et autres outils

Edito



TROIS MAÎTRES MOTS ONT GUIDÉ NOS ACTIONS DEPUIS LE DÉPART ET PLUS ENCORE EN 2010 : ÉCOUTE DES CONSOMMATEURS, SOUTIEN AUX ENTREPRISES, MISE EN RÉSEAU DES ACTEURS.

par Marie Richard

Présidente du CERVIA Paris Ile-de-France,

Le CERVIA a connu des avancées importantes pendant cette année 2010 avec des projets structurants en phase de finalisation : je pense bien sûr à la Marque, mais aussi au partenariat avec le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, au renouvellement de l'agrément comme Cellule de Diffusion Technologique par le Ministère de la Recherche, au travail avec les producteurs de lait pour le lancement d'une gamme de produits ultra-frais...

Présidente depuis le mois de mai dernier, je remercie les membres fondateurs du CERVIA, les élus du Bureau, du Conseil d'Administration, de l'Assemblée Générale pour leur esprit de concertation et l'intérêt qu'ils ont constamment manifesté pour les travaux.

J'ai été impressionnée par l'investissement et la mobilisation de l'équipe du CERVIA autour de la Directrice Danielle Meyrueix, au bénéfice des entreprises de la filière. Je l'en remercie également ; avec des moyens limités, elle a permis à notre association d'atteindre l'essentiel de ses objectifs pour 2011.

C'est cependant au prix d'un redéploiement de nos moyens que ces résultats ont été acquis. Dans un contexte de gel budgétaire et de baisse des contributions des adhérents, j'ai fait le choix, pour permettre un solide lancement de la Marque, de ne pas renouveler cette année la Fête du Patrimoine Gourmand. Il nous fallait privilégier le travail de fond.

Il est encourageant et stimulant de constater chaque jour l'actualité des sujets que nous traitons. Une véritable attente du public et des entreprises se manifeste pour plus de proximité, plus de qualité, plus d'identification.

Il s'agit maintenant de ne pas décevoir ces attentes. Je suis convaincue que notre structure, unique, qui associe professionnels, collectivités, chambres d'agriculture, de commerce, des métiers et de l'artisanat, saura, en s'appuyant sur les réalités de terrain, faire progresser et reconnaître la filière agro-alimentaire francilienne.

ECOUTE DES CONSOMMATEURS

Comme vient de le rappeler l'exposition «Halles, étals et bazars » présentée récemment au musée de Nogent-sur-Marne (94), le commerce s'est toujours adapté au mode de vie des consommateurs. Une récente étude sur les comportements alimentaires des Français confirme que, depuis 1960, la part de produits bruts dans nos assiettes ne cesse de baisser, les aliments issus de l'industrie, avec une technicité de plus en plus grande, représentant 80 à 85% de notre alimentation.

Des travaux réalisés par des Néerlandais sur l'ensemble de l'Europe, révèlent aussi qu'à la maison, le bénéfice santé, sécurité, l'émotion et le goût, sont privilégiés, mais que pour les repas pris hors domicile, la praticité et la satiété sont les critères les plus importants. Les études que nous avons nous-mêmes conduites, tant autour de la Marque régionale que sur la filière laitière, nous conduisent au même constat : intérêt des consommateurs pour la proximité certes, mais à condition qu'elle soit de qualité et vienne à eux sans modifier radicalement leurs habitudes, rythme de vie oblige.

C'est le consommateur qui avait guidé au départ, en 2008, la démarche d'« identification régionale », c'est lui qui nous a permis de choisir, dans la dernière ligne droite, le logo de la marque régionale. C'est lui encore sur lequel nous nous sommes appuyés en vue de la création d'une filière laitière de proximité : tests distributeurs réalisés au SIA 2010 et étude de marché confiée à l'ESSEC, tests organoleptiques en septembre et focus group consommateurs le 21 octobre sur le lait, ateliers consommateurs en octobre 2010 sur la création d'une gamme d'ultra-frais laitiers.

SOUTIEN AUX ENTREPRISES

C'est le cœur de métier du CERVIA, outil à vocation économique en faveur de l'ensemble de la filière alimentaire. A ce titre, sont conduits plusieurs types d'actions complémentaires et ciblées, de nature à permettre le maintien et le développement des entreprises sur le territoire régional, afin de répondre aux enjeux d'une région de plus de 11 millions d'habitants à nourrir au quotidien.

• Identification, différenciation, valorisation :

c'est le travail réalisé autour de la reconnaissance des entreprises et des produits de proximité et de leur promotion auprès des distributeurs et consommateurs, mais aussi de la 2^e édition du Concours Régional de l'Innovation Alimentaire ou des initiatives de la Semaine du Goût.

• Nouveaux contacts pour de nouveaux marchés :

c'est l'accompagnement sur des salons, 2010 ayant été l'année du « Salon International de l'Alimentation » qui se tient tous les 2 ans à Paris Nord Villepinte.

• Approche filières :

en vue de créer de nouveaux produits et de nouveaux débouchés à l'échelon régional. C'est l'application à la lettre de nos statuts qui prévoient que le CERVIA, « pour atteindre ses objectifs, met en œuvre ou réalise en concertation avec les acteurs concernés... toutes missions ou prestations de coordination, concertation ou gestion de projets, relatives aux filières régionales agricoles et alimentaires ».

Les compétences en marketing, dont il dispose à présent en interne, présentent une véritable valeur ajoutée pour la conduite de tels projets. La filière laitière est le test grandeur nature de ce qu'il pourrait poursuivre demain avec des moyens renforcés.



• **Instruction et suivi des aides individuelles et collectives de la Région et de l'Etat :**

portant sur des domaines répondant à la fois aux besoins des entreprises et à l'intérêt général : le total des sommes directement engagées à ce titre en faveur des entreprises agricoles, artisanales ou industrielles, hors temps passé en visites ou instruction, s'élève en 2010 à **800 838 €** au total, dont 678 607 € pour le seul dispositif « Aide Régionale à l'Alimentation de Qualité » de la Région.

- Les sommes engagées au titre du Département Marketing/Promotion s'élèvent quant à elles à **786 367 €**. Le montant réel des actions conduites par le CERVIA en faveur de notre secteur d'activités, s'élève donc, hors dépenses de fonctionnement, à **1 587 205 €** (à comparer aux 908 598 €) apparaissant au compte de résultats 2010.

MISE EN RÉSEAU DES ACTEURS

Le CERVIA, tout à la fois centre de transfert de compétences, d'expertise et de valorisation des entreprises, des filières et des produits, se doit d'agir de manière circonstanciée, dans un souci d'intérêt général et de respect des grandes orientations de la politique régionale, tout en veillant à ne pas conduire les professionnels dans une impasse.

Le travail en réseau qui fait l'intérêt de notre structure, se révèle tout aussi indispensable à nos missions que les sommes directement engagées, citées précédemment. L'acquisition ou le transfert de connaissances et d'informations, la mise en contact des différents acteurs, le relais des projets émanant des entreprises, permettent de saisir les opportunités et d'éviter les erreurs ou les redondances. Le temps passé à ces travaux – visites ou accueil d'entreprises, participation à des colloques et groupes de travail externes, auditions et accueil

d'interlocuteurs divers..., est donc essentiel pour améliorer la performance et la reconnaissance de notre organisme.

Nous ne pouvons que nous réjouir de voir des porteurs de projets les mener à bien, à la suite des conseils et contacts que nous leur avons donnés, des aides qui leur ont été apportées, de la communication dont ils ont bénéficié. La simple rencontre au sein de notre assemblée générale de professionnels qui ne se connaissaient pas auparavant et qui peuvent échanger, a également un effet positif sur la construction de cette image alimentaire de l'Ile-de-France que nous avons à bâtir.

Comme je m'y étais engagée, parmi les grands chantiers de la Région auxquels nous sommes associés, nous nous sommes beaucoup investis dans la préparation de la future Stratégie Régionale de Développement Economique et d'Innovation, pour faire reconnaître le poids et les enjeux de la filière alimentaire en Ile-de-France, appuyés par l'ARIA et la CRCI que je remercie. Rien n'est encore gagné et je compte sur les élus, représentant la Région au sein de notre organisme, pour soutenir notre démarche lors des débats qui auront lieu à l'assemblée régionale.

Je terminerai en disant qu'avec le lancement de la « Marque régionale », en février 2011, c'est un nouveau cap que nous allons franchir, où chacun des adhérents du CERVIA a plus que jamais sa part dans la réussite de ce projet collectif dont je veux faire le pari avec vous, qu'elle est possible.

Marie Richard

Conseillère Régionale

Le Conseil d'Administration

MEMBRES FONDATEURS

Conseil Régional d'Ile-de-France

Marie RICHARD, Présidente

Michèle VITRAC-POUZOLET

Josette MOLLET-LIDY

Christine ROCHWERG

Catherine RIBES, 3^e Vice-présidente

Eric JEUNEMAITRE

Chambre Régionale d'Agriculture

Michel BIBERON

Pierre CUYPERS

Jean-Claude GUEHENNEC, 1^{er} vice-Président

Christophe HILLAIRET

Bernard RICHAUDEAU

Elisabeth de VIGNERAL

Association Régionale des Industries Agro-alimentaires

Gérard BONNY

Serge DURIF

Philippe LAFON

Hervé LECESNE, 2^e vice-Président

Jean VERDIER

MEMBRES ACTIFS

1^{er} collège

Gilles TRYSTRAM, Agroparistech, **Secrétaire**

Robert LION, Agence Régionale de Développement

Francis LESAFFRE, Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie

Bernard CARLIER, Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat

Gérard FELDZER, Comité Régional du Tourisme

Lyne COHEN-SOLAL, Conseil Général de Paris.

Jean DEY, Conseil Général de Seine-et-Marne

Alain PREVOST, Crédit Mutuel Ile-de-France, **Trésorier adjoint**

2^e collège

Sylvie PASQUET, AIDPFL, **secrétaire Adjointe**

Jacky THEART, APHUMR

Alain FERRY, Etablissement Régional de l'Elevage IdF

Jean-François ISAMBERT, Fédération Régionale des Coopératives Agricoles IdF

Damien BIGNON, Groupement des Agriculteurs Biologiques d'Ile-de-France

3^e collège

Jacky FRADIN, Chambre Professionnelle des Artisans Boulangers de Paris, 92 - 93 - 94

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

Claude MARET, Syndicat des Crémiers Fromagers d'Ile-de-France

le soutien

AUX ENTREPRISES ET AUX FILIÈRES





1

UN IDENTIFIANT RÉGIONAL POUR FÉDÉRER LES ENTREPRISES ET DIFFÉRENCIER LEURS PRODUITS

➤ OBJECTIFS

- Créer une identité régionale alimentaire;
- Aider au développement des entreprises agricoles et alimentaires régionales ;
- Créer de nouveaux débouchés et soutenir la diversification de l'agriculture et des PME franciliennes ;
- Permettre aux consommateurs, et notamment aux urbains, de trouver des produits alimentaires de proximité.

Cible : grand public, professionnels

Il s'agissait d'une démarche préalable à toute autre action véritable de valorisation, 2010 étant la dernière étape du travail démarré en janvier 2008 avec le lancement d'une étude de faisabilité sur l'identification régionale des produits.

➤ RÉALISÉ

- Finalisation de la charte entreprises autour des 3 pôles de valeurs fédératrices définies en 2009 : Patrimoine et Savoir-faire, Environnement, Dynamisme économique et sociétal ;
- Travail sur l'identifiant produits et le règlement correspondant ;
- Examen des propositions d'agences;
- Focus group consommateurs pour choix définitif du logo ;
- Préparation du lancement programmé au SIA 2011.

Des délais tenus dans l'avancement du projet.



➤ POURSUITE DE L'ACTION EN 2011

- un lancement officiel à la Région avant le Salon de l'Agriculture ;
- une visibilité des premières entreprises et de leurs produits au Salon de l'Agriculture ;
- objectif : 150 entreprises signataires de la charte fin 2011.

2

LA PRÉSENCE DES ENTREPRISES SOUS BANNIÈRE RÉGIONALE SUR LES SALONS PROFESSIONNELS OU GRAND PUBLIC

Salon International de l'Agriculture 2010

➤ OBJECTIFS

- Faire progresser la notoriété des produits agricoles et alimentaires régionaux ;
- Promouvoir l'Ile-de-France rurale ;
- Toucher un maximum de consommateurs, prescripteurs grâce à ce salon et aux animations mises en place ;
- Tester le concept de distributeur de lait.



➤ RÉALISÉ

L'année 2010 a été de manière générale une année plutôt morose tant en terme de visitorat - baisse de fréquentation de 3%, mais représentativité importante des franciliens (78% / 42%) -, que de vente.

- L'Ile-de-France a eu un très mauvais emplacement, en fond de Hall 7.2, rendant plus difficile encore le travail de fond sur la notoriété;
- 314 m², surface légèrement plus importante qu'en 2009, avec un stand prestige de 84 m², symbolisé par la Tour Eiffel entourée de la grande couronne agricole représentée par des photos de grands espaces et de produits ;



➤ **28**
exposants
présents dont
5 nouveaux.

➤ BILAN

- L'édition 2010 a été globalement satisfaisante, malgré un emplacement dans le hall 7.2 qui n'était pas de qualité, l'Ile-de-France ayant su tirer parti de son espace. La bonne organisation générale, les retombées presse, ont permis à l'Ile-de-France de se démarquer. 72 retombées, dont 33 interviews dans les médias incontournables, avec le distributeur de lait en test, actualité fortement relayée.

La reprise des structures des stands de vente était pertinente. Les exposants étaient globalement satisfaits de l'aménagement et de la communication réalisés. La tendance générale s'orientait néanmoins vers une baisse sensible du chiffre d'affaires (de moins 15 % à moins 50 %) comme il est habituel lorsque l'implantation est dans ce hall.

Le Pôle CFA/métiers de bouche a bien fonctionné tout comme l'espace animation, ce dernier étant néanmoins un peu grand et encourageant la stabulation d'un public difficilement contrôlable en dehors des temps d'animation.

- Stabilisation des coûts.

Salon International du Végétal à Angers

Le secteur pépinière-horticulture, fortement structuré et dynamique malgré le petit nombre d'entreprises qu'il représente, est la seule filière non alimentaire soutenue par le CERVIA car il participe activement à la valorisation des filières agricoles franciliennes. Permettre à ces entreprises de participer de façon collective au Salon du Végétal, se révèle particulièrement stratégique pour elles.

➤ OBJECTIFS

- Valoriser la filière horticulture florale/pépinière ;
- Mettre en avant le potentiel de la région Ile-de-France ;
- Soutenir la démarche commerciale des entreprises.

➤ RÉALISÉ

- Espace de 108 m² ;
- 6 entreprises.

➤ BILAN



L'année 2010 s'est traduite par une sensible augmentation de la surface d'occupation (108 m² contre 99m² en 2009) Malgré une édition 2010 du Salon du Végétal enregistrant

une baisse de fréquentation de 8% par rapport à 2009, avec 14 674 visiteurs professionnels, la participation des 6 entreprises franciliennes s'inscrit dans une nouvelle dynamique : nouveau concept de stand et démarche collective et participative, menés en étroite collaboration entre AREXHOR, le CERVIA Paris Ile-de-France et les entreprises. Un effort tout particulier a été fait sur la signalétique, la décoration du stand, la mise en avant des produits végétaux et la communication.



Salon International de l'Alimentation

OBJECTIFS

- Apporter une visibilité aux entreprises agroalimentaires dans ce grand rendez-vous ACHETEUR qu'est le SIAL ;
- Fédérer et véhiculer l'image Ile-de-France alimentaire ;
- Relayer les résultats de la 2^e édition du Concours Régional de l'Innovation Alimentaire du CERVIA.

RÉALISÉ

Accompagnement de 21 entreprises franciliennes, du 17 au 21 octobre 2010.

- Salon professionnel avec 50% de visiteurs internationaux ;
- Un concept graphique nouveau ;
- Une organisation par pôle produits avec 326 m² répartis en 4 secteurs (produits laitiers, bio, épicerie fine, traiteurs) ;
- Un stand prestige avec les 4 lauréats du Concours Régional de l'Innovation Alimentaire (présence et dégustation produits) et la mise en avant des 21 entreprises au travers d'un de leurs produits ;
- Relations presse, catalogue produits ;
- Appui à l'Agence Régionale de Développement pour l'organisation d'un « Parcours territorial » consacré à l'agroalimentaire : accueil des invités le mercredi 20 octobre après midi sur les pôles IDF du SIAL ;
- Invitation d'acheteurs (France et export) via location de fichiers ;
- Inauguration par le Président de la Région Jean-Paul Huchon, le lundi 18 octobre 2010 à partir de 16 h et remise du prix Nutripôle.



BILAN

Le SIAL 2010 reste plutôt satisfaisant. La baisse constatée du nombre de visiteurs (- 8%) sur cette édition, due en grande partie aux perturbations liées aux grèves, ne semble pas avoir entaché la motivation des exposants. Ces derniers ont en effet enregistré une hausse des contacts sur leur stand et une hausse des commandes par rapport à l'édition précédente. A noter, l'excellent emplacement des pôles traiteur et Ile-de-France. L'organisation du Salon par le CERVIA a été jugée satisfaisante et les exposants confirment un intérêt certain pour ce salon :

87 %

estiment que le salon est rentable par rapport à la notoriété qu'il véhicule ;

81 %

estiment que le salon est rentable par rapport au nombre de visiteurs rencontrés ;

77 %

l'estiment rentable pour les nouveaux clients rencontrés.

Une majorité des exposants souhaite reconduire leur participation au SIAL 2012, qui se déroulera du 21 au 25 octobre 2012.



Festival de la Terre 77

➤ OBJECTIFS

- Valoriser l'agriculture francilienne au travers du métier d'agriculteur,
- Inciter la population francilienne à découvrir la grande couronne rurale.

➤ RÉALISÉ

Le Festival de la Terre, fête des Jeunes Agriculteurs, a été organisé le dimanche 12 septembre 2010 à Rampillon (77). A ce titre, une convention de partenariat a été signée avec les Jeunes Agriculteurs de Seine-et-Marne pour faire la promotion, à travers le site internet du CERVIA www.saveursparisidf.com, des produits de proximité (cueillettes, marchés, vente à la ferme) et valoriser les producteurs en vente directe d'Ile-de-France figurant sur la carte interactive VEOMAP (2 Kakemonos implantés à l'entrée de la manifestation).

Par ailleurs, un encart publicitaire (noir et blanc) au format 13cm /19cm a été inséré dans le guide de la mani-



festation, et une convention spécifique de prêt du « Jeu des 4 saisons », appartenant au CERVIA, a été conclue. Enfin, le CERVIA, au travers de ses relations presse, a communiqué sur la manifestation Festival de la terre.

Concours Général Agricole 2010

➤ OBJECTIFS

- Permettre au plus grand nombre d'entreprises de participer à un concours à forte notoriété, permettant d'importantes retombées économiques.

➤ RÉALISÉ

- Prise en charge à 100% des droits d'inscription des candidats et à 50% des frais engagés pour les échantillons utilisés ;
- Remise des trophées lors de la remise des prix du Concours Régional de l'Innovation Alimentaire 2010.



➤ BILAN

- 11 récompenses en 2010 pour l'Ile-de-France :
- 2 médailles d'argent et une médaille de bronze pour les bières régionales;
- 2 médailles d'or, 4 médailles d'argent et 2 médailles de bronze pour les produits laitiers.

La remise des trophées aux lauréats a eu lieu à Paris, en même temps que la cérémonie de remise des prix du Concours Régional de l'Innovation Alimentaire, le 28 septembre 2010.



3

DES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT FILIÈRES

Une filière laitière pour les franciliens

OBJECTIFS GLOBAUX

En l'absence de filière organisée en Ile-de-France, la crise a des répercussions qui peuvent être plus importantes encore que dans d'autres régions. Depuis l'automne 2009, le CERVIA Paris Ile-de-France s'est donc engagé aux côtés de l'Etablissement Régional de l'Elevage (ERE) et des Fermes laitières et fromagères d'Ile-de-France, qui ont 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.

Il s'agit de valoriser 20 millions de litres de lait avec la création d'une filière laitière francilienne destinée au marché francilien.

RÉALISÉ

- Tests distributeurs de lait réalisés au SIA 2010 et finalisation de l'étude ESSEC ;
- Présentation de l'étude de marché en Juin 2010 au comité de pilotage Eleveurs et à l'Assemblée Générale de l'ERE;
- Tests organoleptiques en septembre et Focus group consommateurs le 21 octobre;
- Préparation des marchés-test dans Paris, avec l'appui de la Mairie, retardée en l'absence d'agrément des distributeurs;
- Accompagnement pour la création et le développement d'une gamme d'Ultra-frais laitiers (laits, yaourts, fromages blancs, yaourts à boire, laits aromatisés...) :
 - Travail de développement avec l'ADRIA Normandie, centre technique adapté;
 - Volet créativité, benchmarking, ateliers consommateurs Octobre 2010 ;
 - Développement et conceptualisation (recettes, texture, goût, concept produit, design, emballage);
 - Travail de réflexion de création de gamme avec les Crémiers-fromagers ;
 - Groupe de travail mis en place depuis juillet 2010.



POURSUITE DE L'ACTION EN 2011

- Réalisation des marchés-test dans Paris, avec l'appui de la Mairie ;
- Finalisation de la gamme d'ultra-frais laitiers avec pour objectif son lancement en février 2012 ;
- Réflexion sur une gamme de fromages ;
- Accompagnement et lancement de la SCIC par les éleveurs.



Fête des Bries 2010

OBJECTIFS

- Valoriser les produits AOP en mobilisant l'ensemble des acteurs de la filière ;
- Sensibiliser les crémiers-fromagers à la nécessité de valoriser les produits régionaux ;
- Sensibiliser le consommateur aux produits franciliens.

RÉALISÉ

- Opération de lancement sur le Salon du Fromage le dimanche 28 février 2010 ;
- Annonce de l'opération auprès des consommateurs sur le SIA 2010 ;
- 95 crémiers-fromagers de toute l'Ile-de-France se sont inscrits à l'opération ;
- Un kit de communication fourni gratuitement aux crémiers pour annoncer et valoriser l'opération en boutique ;
- Une offre promotionnelle sur les Bries pour inciter le consommateur à acheter durant la période du 18 au 21 mars 2009 : deux parts de Brie achetées = une part de Brie offerte ;
- Une logistique d'approvisionnement avec le partenariat des grossistes et un Brie offert par l'Union Interprofessionnelle de Défense, de Gestion et de Contrôle du Brie de Meaux et du Brie de Meulun ;
- Déroulement de l'opération du 18 au 21 mars 2010.



BILAN

L'opération 2010 de valorisation des Fromages AOP d'Ile-de-France, dénommée « **Fête des Bries en Ile-de-France** », est une opération de promotion des Bries AOP de Meaux et de Melun. Elle s'est déroulée, à la suite de son lancement au Salon du Fromage parallèlement au Salon de l'Agriculture 2010, **du 18 au 21 mars 2010**. Cette opération, qui se déroulait chez les détaillants crémiers-fromagers d'Ile-de-France, était réalisée en partenariat avec le Syndicat des Crémiers Fromagers d'Ile-de-France, et le soutien de l'Union Interprofessionnelle de Défense, de Gestion et de Contrôle du Brie de Meaux et du Brie de Meulun et la participation de l'Etablissement Régional de l'Elevage, de l'Ambassade des Confréries d'Ile-de-France et des grossistes franciliens, qui ont décidé d'unir leurs efforts pour valoriser ces 2 fleurons de la tradition froma-

gère francilienne.

Cette opération de valorisation des Brie de Meaux et Brie de Melun, constituait la première pierre d'une réflexion stratégique de fond à mener en concertation avec les différents intervenants de la filière, afin d'augmenter de manière significative la vente des fromages d'Ile-de-France et leur notoriété. On peut noter que l'opération « Fête des Bries en Ile-de-France » a été globalement bien perçue par les Crémiers Fromagers pour la valorisation des produits présentés et la communication faite autour de l'opération. D'une manière générale l'opération a permis aux crémiers-fromagers d'augmenter sensiblement leur vente de fromages et leur chiffre d'affaire.



De nouveaux débouchés pour la filière céréalière biologique



➤ OBJECTIFS

Mise au point d'une galette végétale certifiée agriculture biologique, à base de matières premières issues majoritairement d'Ile-de-France et destinée principalement à la restauration scolaire.

➤ ACTIONS

- Des formulations du produit ont été réalisées ainsi que des tests auprès d'un panel d'établissements scolaires ;
- Le retrait du projet, des 2 entreprises de transformation qui s'étaient déclarées intéressées, ont interrompu les travaux et imposé un nouveau tour de table lancé fin 2010.

4

SOUTIEN INDIVIDUEL ET COLLECTIF AUX ENTREPRISES : visites d'entreprises, soutiens de l'État et de la Région au secteur agro-alimentaire, Concours Régional de l'Innovation

Ce soutien s'inscrit dans le cadre de la mission de centre interface du CERVIA Paris Ile-de-France, mission confortée par le **renouvellement début décembre 2010 du label « Cellule de Diffusion Technologique »** accordée par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche pour une période de 3 ans.

Les actions de soutien aux entreprises portent principalement sur quatre grandes thématiques : Qualité et sécurité sanitaire des aliments, Nutrition, Innovation alimentaire et Développement Agro-alimentaire durable. Elles se traduisent par la mise en œuvre du Plan filière de l'Etat, des aides régionales et d'actions initiées par le CERVIA.

Les visites d'entreprises : première mission d'un centre interface

Le CERVIA a essentiellement des activités de pré-diagnostic et de conseil auprès des entreprises, basées sur leurs besoins spécifiques. Il assure quatre types d'interface :

- Une interface technique, en mettant en relation l'entreprise avec les centres de compétence (instituts techniques, écoles d'ingénieurs, laboratoires de recherche publics),
- Une interface fonctionnelle, en favorisant l'introduction dans l'entreprise des méthodes et des compétences qui accompagnent le développement technologique (stratégie, gestion de projet, veille...),

- Une interface sectorielle, en ouvrant l'entreprise à des secteurs industriels complémentaires,
- Une interface publique, en assurant le lien entre l'entreprise, la Région et les services de l'Etat concernés par le secteur agro-alimentaire (DRIAAF, DIRECCTE, DDPP).

Cette activité se traduit donc par des visites et rencontres régulières avec les entreprises régionales.



Au cours de l'année écoulée, les conseillers technologiques du CERVIA ont procédé à 309 visites d'entreprises représentant **253 entreprises différentes**. A noter le bon taux de renouvellement des contacts, puisque sur ces 253 entreprises rencontrées, 174 n'étaient pas encore connues du CERVIA, soit environ 70%.

> 40 %

visites auprès d'entreprises du **secteur industriel**

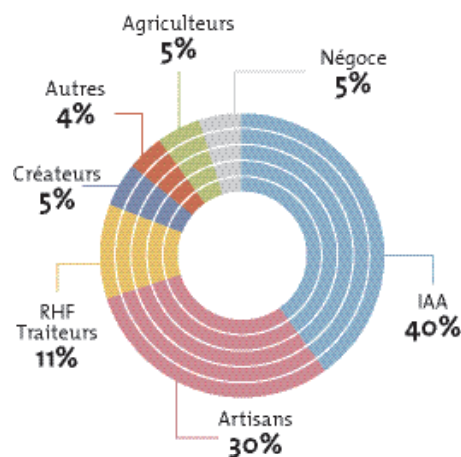
> 30 %

visites auprès des **artisans**

40% des visites ont été faites auprès d'entreprises du secteur industriel, et 30% pour le secteur artisanal hors traiteurs organisateurs de réception, ce secteur représentant à lui seul un peu plus de 10% des visites.

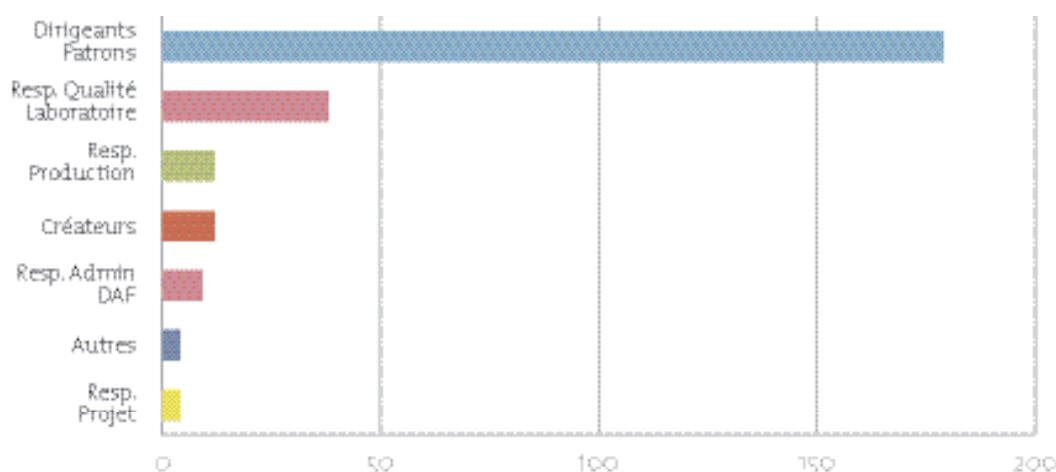
Enfin, les porteurs de projets rencontrés ont été un peu moins nombreux cette année (12 soit environ 5% des contacts), des critères de réception plus sélectifs ayant été instaurés (première recherche documentaire ou étude de marché déjà faites, existence d'un résumé de description de l'activité envisagée, établissement d'un premier business plan, etc.).

TYPE D'ENTREPRISES



Comme les années précédentes, l'interlocuteur rencontré au cours des visites est dans la plupart des cas le chef d'entreprise (dans 70% des contacts), le responsable qualité, quand il existe, étant l'interlocuteur privilégié dans 12% des contacts.

INTERLOCUTEURS RENCONTRÉS



Outre les visites en entreprise, les conseillers technologiques ont également rencontré dans le cadre de leur mission d'interface des structures partenaires, des experts et des centres de compétences soit un total de 52 visites.



Qualité et sécurité sanitaire des aliments

OBJECTIFS

La maîtrise de la qualité, qu'elle soit sanitaire, nutritionnelle ou organoleptique, est une préoccupation majeure des entreprises, en écho à la demande des consommateurs qui attendent des produits alimentaires sûrs, sains, bons et durables. La mise en place de démarches qualité structurées, comme les certifications BIO ou ISO 22000, concourent à donner à l'entreprise une image responsable, fondée sur la qualité des produits et le respect du consommateur.

Aider les entreprises à améliorer leur niveau de qualité, c'est aussi conforter leurs performances économiques. En matière de réglementation sanitaire, l'appui des conseillers du CERVIA leur permet une « appropriation » du Paquet Hygiène par une meilleure maîtrise de la sécurité microbiologique des produits fabriqués.

RÉALISÉ

1.1 L'AIDE RÉGIONALE À L'ALIMENTATION DE QUALITÉ (ARAQ) : **ile de France** PRINCIPAUX RÉSULTATS POUR L'ANNÉE 2010

L'Aide Régionale à l'Alimentation de Qualité est un dispositif propre à la Région Ile-de-France, qui permet d'accompagner les entreprises franciliennes du secteur de l'alimentation « du champ à l'assiette » dans la mise en place de démarches et projets liés à la qualité et à la sécurité des aliments, sous forme individuelle ou collective. Son champ d'application est très large : 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...

Cette aide s'adresse aux PME au sens européen du terme, qu'elles soient industrielles, artisanales ou agricoles. Particulièrement bien adaptée aux petites entreprises, elle constitue bien souvent pour les conseillers du CERVIA la « porte d'entrée » dans les entreprises et leur permet d'accompagner annuellement environ de 250 à 300 projets d'entreprises. Elle agit également comme « levier » qui permet à l'entreprise d'asseoir des projets de développement plus conséquents (nouveaux produits ou procédés, recrutement de personnel qualifié comme des ingénieurs/techniciens chefs de projet ou responsable qualité, développement à l'export ou sur un nouveau segment de marché, etc.).

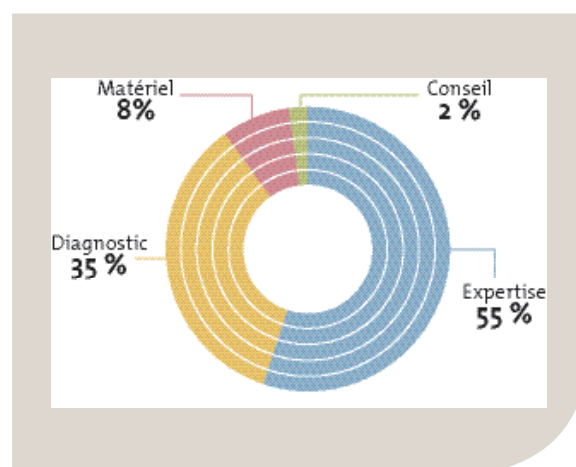
Lors de l'année écoulée, **243 dossiers** ont été montés et instruits par les conseillers du CERVIA, pour 226 dossiers acceptés représentant un montant total affecté de **678 607 €**. On notera une diminution assez importante du montant affecté par rapport au chiffre de 2009 (- 26%), ce qui s'explique principalement par une baisse du nombre et du montant des dossiers concernant l'acquisition de matériels innovants (17 en 2010 contre 25 en 2009) ; en effet, le secteur relativement épargné par la crise en 2009, s'est trouvé confronté à des difficultés économiques et financières qu'il n'avait plus rencontrées depuis le début des années 90. De ce fait, la plupart des entreprises qui avaient des projets

d'investissement, les ont revus à la baisse, voire les ont différés ou abandonnés.

Les 226 dossiers acceptés se répartissent ainsi :

- Aides de premier niveau : diagnostics (80 dossiers) et expertises (124 dossiers), représentant de 1 à 13 jours d'intervention d'un conseil extérieur ;
- Aides de second niveau : mise en place de démarches qualité (5 dossiers : 3 mises en place du référentiel IFS, 1 étude « traçabilité » et 1 action collective d'actualisation du guide des bonnes pratiques montée par le syndicat de la triperie) et acquisition de matériel technologique innovant (17 dossiers).

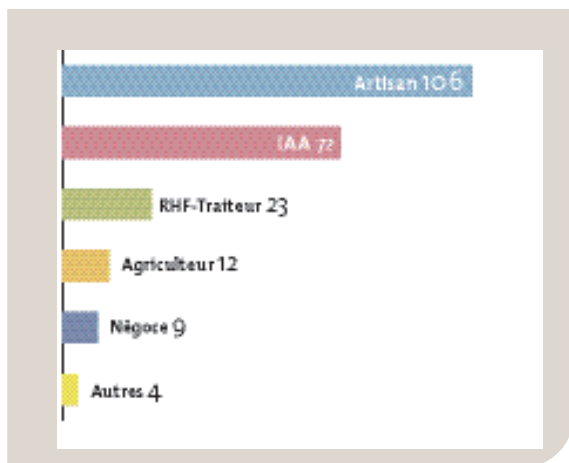
TYPE DE DOSSIERS MONTÉS



Pour la première fois, ce sont les entreprises artisanales qui ont monté le plus de dossiers par rapport aux entreprises industrielles (106 dossiers artisans, hors traiteurs organisateurs de réception, pour 72 dossiers IAA : la proportion est inversée par rapport à l'année 2009).

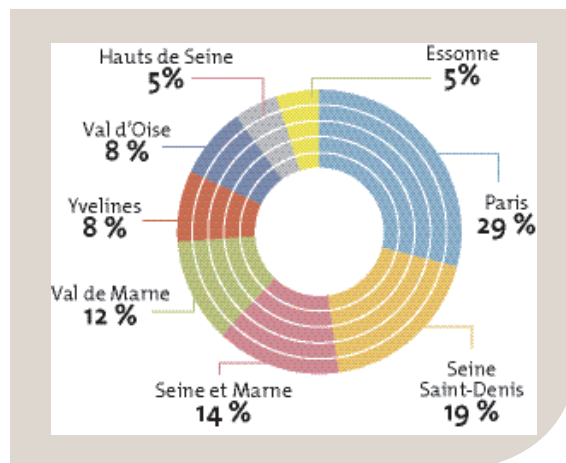


TYPE D'ENTREPRISE DOSSIERS ACCEPTÉS



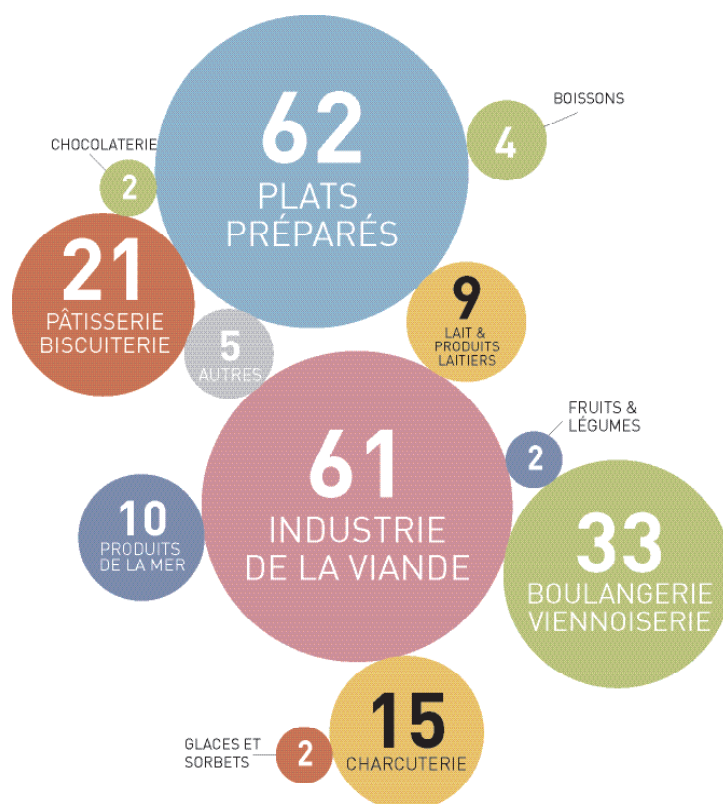
Au niveau de la répartition géographique des projets, c'est à nouveau Paris qui présente le plus de dossiers montés compte tenu de l'importance du secteur artisanal parisien. A noter une augmentation sensible du nombre de dossiers pour les départements de Seine Saint Denis (19% des dossiers) et de Seine et Marne (14% des dossiers), suite au relai fait sur le terrain par les chambres de métiers départementales.

RÉPARTITION DES DOSSIERS PAR DÉPARTEMENT



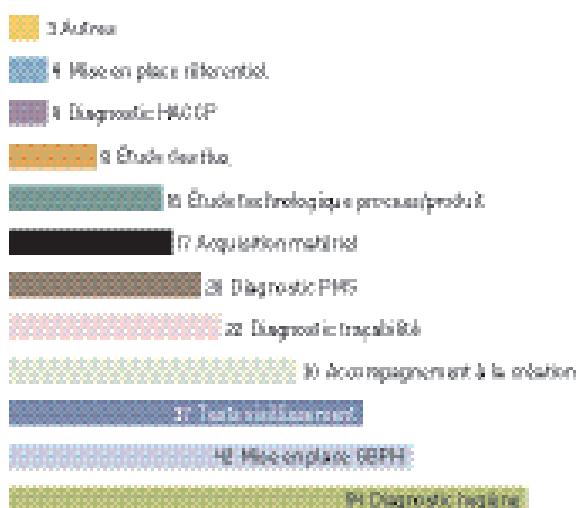
Comme en 2008 et 2009, ce sont à nouveau les secteurs des plats préparés et de la transformation de la viande qui comptent le plus de dossiers (123 soit plus de la moitié des dossiers ARAQ).

SECTEUR ACTIVITÉ / DOSSIERS ACCEPTÉS



Compte tenu de la forte représentation du secteur artisanal dans le nombre de projets, ce sont les diagnostics hygiène et la mise en place des guides de bonnes pratiques qui arrivent largement en tête dans le type de sujets abordés dans les dossiers présentés.

SUJETS TRAITÉS





1.2 L'AIDE RÉGIONALE À L'ALIMENTATION DE QUALITÉ (ARAQ) : UNE PREMIÈRE ÉVALUATION DU DISPOSITIF APRÈS 2 ANS DE MISE EN ŒUVRE DE SES NOUVELLES MODALITÉS

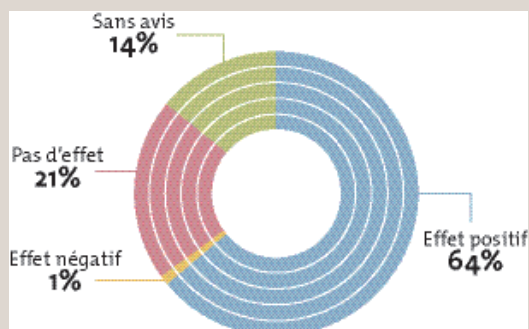
En tant qu'instructeur de l'ARAQ, le CERVIA se devait de faire un rendu des principales retombées de cette aide auprès des entreprises bénéficiaires. Cette évaluation a été faite à partir des questionnaires confidentiels dits de fin d'intervention que l'entreprise doit retourner au CERVIA au moment de la clôture de son dossier (élément déterminant car la subvention ne peut être versée à l'entreprise en l'absence du questionnaire).

Les chiffres suivants ont été établis à partir de 196 dossiers clos.

> 64 %

des entreprises pensent que
l'aide a eu un effet positif
sur l'évolution de leur
chiffre d'affaires

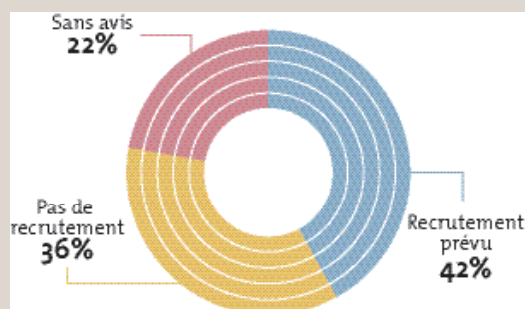
EFFET DE L'AIDE SUR L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRE



> 42 %

des entreprises ont pu
prévoir un recrutement

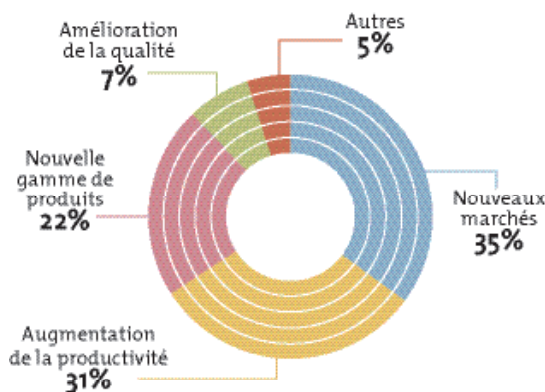
INFLUENCE DE L'AIDE SUR LES PRÉVISIONS DE RECRUTEMENT



PERSPECTIVES SUITE À L'ÉTUDE FINANCIÉE

L'aide est perçue comme un levier qui permet d'améliorer les performances économiques de l'entreprise : 35% pensent qu'elle leur permet d'aller sur de nouveaux marchés, l'augmentation de la productivité est mise en avant pour 31% des entreprises et 22% d'entre elles ont lancé une nouvelle gamme de produits.

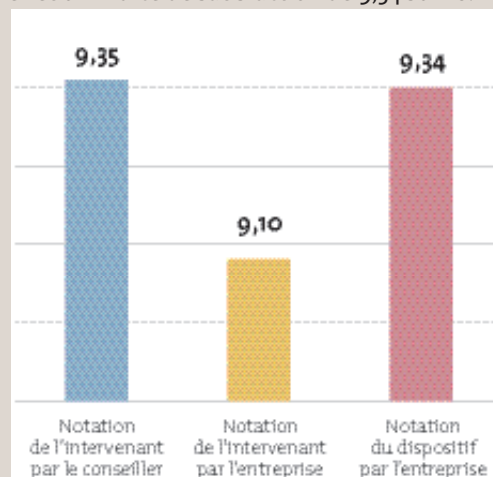
NB : cette aide est également évaluée de manière qualitative, lors de la visite annuelle d'une dizaine d'entreprises en ayant bénéficié, visite effectuée par les conseillers référents et les services de la Région et de l'Etat.





> **9,34/10**
indice de satisfaction
pour le dispositif ARAQ

Le dispositif ARAQ est plébiscité par les entreprises qui en ont bénéficié : il recueille en effet un indice de satisfaction de 9,34 sur 10.



1.3 LES CLUBS QUALITÉ

- **DLUO et DLC secondaires** : Réglementations, normes et définitions, méthodologies et outils de mise en pratique (6 juillet 2010 : 33 inscrits) ;
- **Réglementation REACH** : Réglementations et conséquences pour les entreprises alimentaires (22 octobre 2010 : 14 inscrits) ;

- **Lutte contre les nuisibles** (9 décembre 2010, reportée au 13 janvier 2011 pour cause d'intempéries : 13 inscrits).

1.4 ÉTUDE « DURÉE DE VIE MICROBIOLOGIQUE DES PRODUITS ALIMENTAIRES PRÉSENTANT UNE DATE LIMITE DE CONSOMMATION (DLC) »

Cette action a été co-financée par la DRIAAF Ile-de-France dans le cadre du plan de soutien aux industries agro-alimentaires 2007-2010.

➤ OBJECTIFS

Faire un état des lieux du niveau de connaissance des PME (ou du niveau de connaissance des experts à qui elles confient leurs études) sur le sujet (réglementation, normes, compétences techniques), de leurs besoins et de leurs attentes. Leur faire connaître les compétences dans le domaine et faire remonter leurs besoins aux centres de compétences concernés. En tant que membre de l'ACTIA, le CERVIA Paris Ile-de-France, s'est appuyé sur les compétences du **RMT** « durée de vie » (animé par AERIAL et l'ADRIA Normandie).

➤ LES MOYENS

- Réalisation et validation d'une grille de pré-diagnostic. Constitution d'un groupe de travail avec l'ANSES, le RMT et le CRITT agro-alimentaire Poitou-Charentes ;
- Réalisation de 15 pré-diagnostic dans des entreprises franciliennes ;
- Synthèse individuelle et collective. Restitution des résultats : colloque organisé par l'ANSES le 25 novembre 2010 (200 participants).

¹ : Réseau Mixte Technologique





1.5 LES ACTIONS PILOTES DANS LE DOMAINE DE LA SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

• Accompagnement à la rédaction des guides de bonnes pratiques d'hygiène et d'application des principes HACCP :

- Action pilote en boulangerie pâtisserie : en partenariat avec l'ANSES, l'INBP (Institut National de la Boulangerie Pâtisserie) et VETHYQUA, mise au point d'un guide méthodologique (*Action co-financée par la DRIAIF Ile-de-France dans le cadre du plan de soutien aux industries agro-alimentaires 2007-2010*)

- Action pilote avec le syndicat des crémiers-fromagers : en partenariat avec l'ANSES et ACTILAIT (Appel à projets DGAL 2009). Suivi et participation au comité de pilotage.

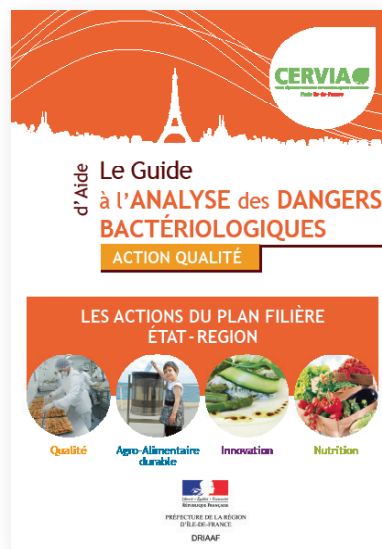
- Sensibilisation des entreprises au référentiel ISO 22 000 : action conduite avec l'AFNOR sous forme de groupes de travail, relayée sur le terrain par la réalisation de diagnostics ISO 22 000 (programmés sur l'année 2011) (*Action co-financée par la DRIAIF Ile-de-France dans le cadre du plan de soutien aux industries agro-alimentaires 2007-2010*)

- Dans le cadre de l'ARAQ : soutien de la Région dans des secteurs d'activité représentatifs de l'Ile-de-France : syndicat de la triperie en 2010 (Rappel : en 2009, traiteurs et crémiers-fromagers).



1.6 PUBLICATION DU LIVRET « ANALYSE DES DANGERS BACTÉRIOLOGIQUES »

Un guide pratique d'aide à l'analyse des dangers bactériologiques a été publié en 2010 ; ce guide fait suite à l'action conduite par le CERVIA en 2008 et 2009, en partenariat avec l'ANSES, sur le thème de l'analyse des dangers. Il est disponible en téléchargement sur le site Internet du CERVIA : www.saveursparisidf.com



Nutrition/santé

➤ OBJECTIFS

Cette action, co-financée par la DRIAIF Ile-de-France et la DIRECCTE Ile-de-France, doit permettre aux PME/TPE de s'engager dans une démarche nutritionnelle en mettant en avant les « plus » nutritionnels des produits fabriqués.

➤ RÉALISÉ

L'action est close avec trois nouveaux dossiers individuels montés en 2010 (1 diagnostic et 2 expertises) ; au total 10 entreprises auront bénéficié de la déclinaison individuelle de cette action collective de sensibilisation pour 15 dossiers montés (diagnostics et expertises : 13 dossiers prévus par la convention CERVIA/DIRECCTE).

Cette action se poursuivra sur la période 2011-2013 avec la diffusion auprès des entreprises de la méthodologie de réalisation de l'audit nutritionnel mis au point par l'ACTIA, avec un financement DRIAIF.





Développement agro-alimentaire durable

➤ OBJECTIFS

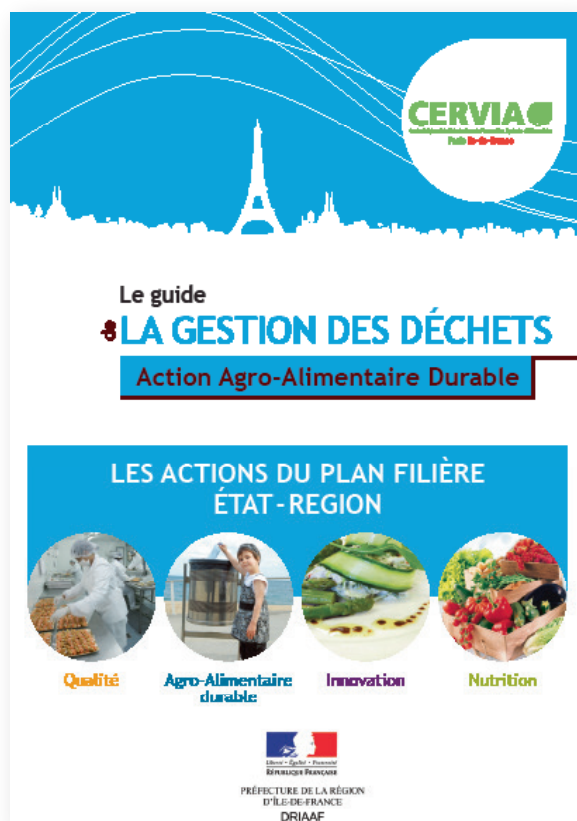
- Sensibiliser les entreprises pour parfaire leur compréhension des concepts et de la réglementation toujours en évolution;
- Structurer les démarches des entreprises au travers d'exemples concrets et si possible partagés dans la filière.

➤ RÉALISÉ

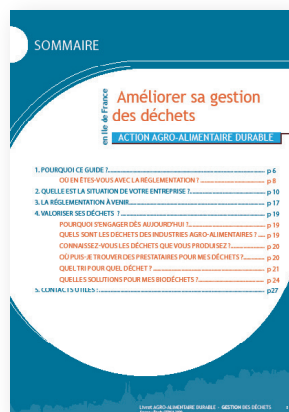
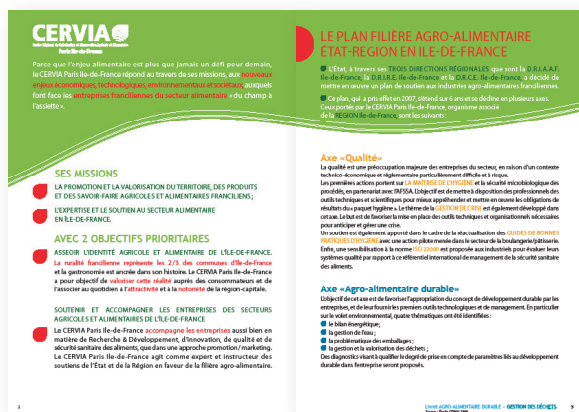
- Réalisation du livret « la gestion des déchets agro-alimentaires », téléchargeable sur le site Internet du CERVIA ;
- Opération collective ACTIA : Affichage environnemental 2011 et Bilan Carbone[®] conséquences et opportunités pour les PME agro-alimentaires ; tenue d'un premier club entreprises le 14 avril 2010 (Nombre d'inscrits : 13) animé par Fabrice BOSQUE de l'ITERG.

Le report de l'obligation pour les entreprises de devoir disposer d'un affichage environnemental pour leurs produits, ainsi que le manque de références pour évaluer l'empreinte écologique de tel ou tel produit alimentaire (notamment en termes d'émission de GES), ne les a guère incitées à entreprendre des bilans carbone ou des diagnostics « développement durable ».

Le CERVIA a néanmoins poursuivi son action de sensibilisation par la rédaction d'un guide d'approche de l'agro-alimentaire durable, mis en ligne en 2011. Il participe également au groupe de travail initié par la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat « Les 100 mots du développement durable » qui devrait aboutir à la publication d'un guide en direction des artisans.



➤ **Parfaire**
la compréhension
des concepts et de
la réglementation





Innovation alimentaire

L'APPUI DIRECT AUX ENTREPRISES

➤ OBJECTIFS

L'innovation constitue l'un des principaux leviers de la compétitivité des entreprises. Au total, les entreprises du secteur alimentaire consacrent environ 7% de leur chiffre d'affaires au financement de l'innovation (développement pré-concurrentiel) et moins de 1% à la recherche développement (recherche industrielle).

L'innovation et la recherche appliquée dans le secteur alimentaire constituent donc une priorité pour les acteurs publics que sont l'Etat, la Région Île-de-France et ses organismes associés.

➤ RÉALISÉ

- Convention OSEO/CERVIA : mobilisation des dispositifs OSEO PTR (Prestation Technologique Réseau), AFI (Aide à la faisabilité de l'Innovation) et ADI (Aide au Développement de l'Innovation).

Dans le cadre de la convention signée en 2007 avec OSEO, le CERVIA instruit des aides du dispositif d'OSEO :

- la Prestation Technologique Réseau au titre de son appartenance au Réseau Francilien de l'Innovation ; 12 PTR ont été instruites par le CERVIA en 2010 ;
- L'Aide à la Faisabilité à l'Innovation ; 2 dossiers ont été instruits par le CERVIA en 2010 ;

- Expertises AIR (Aide à l'Innovation Responsable) et AIMA (Aide à la Maturation de projets) pour le compte du Centre Francilien de l'Innovation, sur des dossiers déposés par des entreprises du secteur alimentaire et des secteurs connexes (équipementiers, fabricants d'ingrédients, services...) ; 5 avis (4 dossiers AIMA et 1 dossier AIR) ont été rendus par les conseillers du CERVIA.

- Appel à projets DRIAAF « Recherche appliquée et innovation » : dans le cadre du plan filière, la DRIAAF a souhaité soutenir des projets de PME s'inscrivant dans les préoccupations de la Région et de l'Etat qui visent à favoriser une offre alimentaire sûre, diversifiée et durable, en s'appuyant sur l'amélioration de la qualité et de la sécurité des aliments. 5 dossiers ont été reçus et 3 ont été redirigés vers d'autres dispositifs semblant plus adaptés à la demande (Montant total des subventions affectées en 2010 dans le cadre de cet appel à projets : 34 240 €).

- Appel à projets DGAL : comme en 2009, la Direction Générale de l'Alimentation du Ministère de l'Agriculture a lancé un appel à projets sur des crédits CPER 2007-2013. Ces projets doivent se présenter sous forme collaborative et avoir comme objectif l'amélioration de la qualité des aliments. 1 seul dossier a été accompagné cette année par le CERVIA.

¹ Données Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche.

DEUXIÈME ÉDITION DU CONCOURS RÉGIONAL D'INNOVATION ALIMENTAIRE

➤ OBJECTIFS

Créer un événement régional l'année du SIAL, qui permet :

- de valoriser la créativité de l'ensemble des filières et des entreprises : industrielles, artisanales et agricoles ;
- de soutenir les entreprises dans le lancement de leurs innovations pour augmenter leurs chances de réussite commerciale ;
- de contribuer à l'image d'une région innovante et de mettre en avant l'innovation alimentaire en Île-de-France ;
- de mettre l'accent sur les enjeux de l'alimentation (aliments sains, sûrs, « durables ») ;
- de collaborer avec les organismes partenaires de recherche et nutrition.

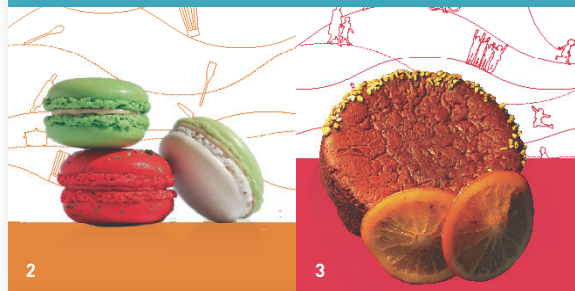
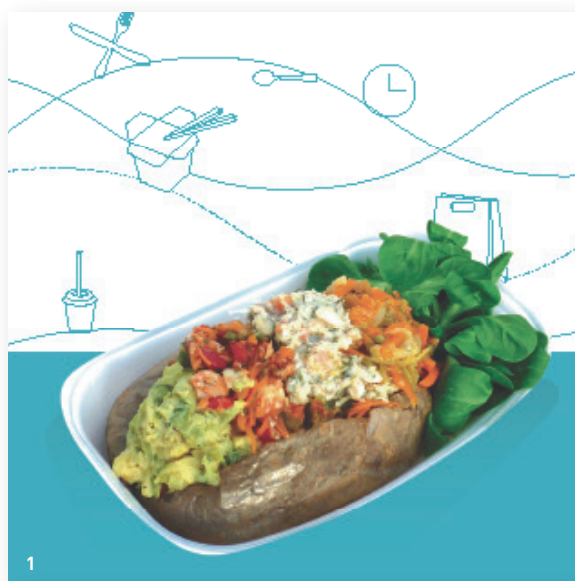




➤ RÉALISÉ

- Lancement de la 2^e édition du concours en 2009 ;
- Aide aux entreprises en amont pour compléter le dossier de participation : lecture et validation des dossiers à la demande des entreprises par les Conseillers Technologiques et le Département Marketing/Promotion qui ont fourni des pistes d'amélioration aux entreprises.
- 33 entreprises participantes pour 35 produits présentés avec une évolution de la qualité des produits présentés et une hausse de la participation des exploitations agricoles ;
- Choix des finalistes par le Jury sur dossiers le 6 mai 2010 ;
- Choix des lauréats (panel de dégustation) le 3 juin 2010 ;
- Evolution de la structure des prix avec 4 prix : santé/nutrition/bien-être, art culinaire/gastronomie, praticité/design, produits fermiers ;
- Partenariat avec l'ISHA pour la partie organoleptique, avec la CCIP pour le lieu de la remise des prix ;
- Un espace dédié sur le SIAL pour la valorisation des lauréats ;
- Envoi d'un mailing à 2500 acheteurs, directeurs de magasins, directeurs marketing des enseignes GMS franciliennes ;
- La présentation des finalistes et la cérémonie de remise des prix aux lauréats a eu lieu le 28 septembre 2010 à la Bourse du Commerce en partenariat avec la CCIP avec plus de 100 invités.

➤ Des produits innovants remarquables lors de la valorisation des lauréats au SIAL



- 1 Lauréat Praticité : la Pop'star de Pop'tatoes
- 2 Lauréat Art Culinaire : l'Assortiment Jardinier de Macarons Gourmands
- 3 Lauréat Forme et Bien-être : Fondant au chocolat et zeste d'orange allégé de Pâtisseries Plumes
- 4 Lauréat Produit Fermier : l'Éveil au Goût de la Ferme du Petit Rémy

➤ BILAN

Des partenariats très positifs :

- Organisation et installation idéales pour la réalisation des tests organoleptiques à l'ISHA ;
- La remise des prix le 28 septembre a été le premier projet commun avec la CCIP, avec un lieu bien choisi et à la hauteur de l'événement : la Bourse de Commerce ;

- Les entreprises finalistes et lauréates sont globalement très satisfaites de l'organisation générale du Concours ;
- Des produits innovants remarquables lors de la valorisation des lauréats au SIAL : proximité, praticité et saveurs résument cette édition 2010 qui confirme la nécessité d'accompagner les entreprises sur la démarche d'innovation, levier prioritaire de performance.



Premier bilan du plan filière de l'état 2007-2010

A l'issue du plan filière 2007-2010, réalisé *sous l'impulsion et avec le co-financement de la DRIAAF*, il convient d'en faire un premier bilan, alors qu'une nouvelle convention a été signée pour 2011 et 2012.



D'un point de vue qualitatif

Bonne mobilisation des entreprises pour toute la partie collective de sensibilisation du plan filière, que ce soit dans les domaines touchant aux obligations réglementaires (sécurité microbiologique et analyse des dangers), à la pérennité de l'entreprise (gestion de crise) ou aux demandes des donneurs d'ordre : grande distribution ou restauration collective (nutrition). Les entreprises gèrent ensuite les priorités, dans un contexte économique difficile ; elles ne sont pas prêtes à investir financièrement dans des thématiques qui ne relèvent pas encore d'obligations réglementaires ou commerciales comme le développement durable. D'où la difficulté de proposer des déclinaisons individuelles, même financées à 50%, sur ces thématiques. A noter une particularité pour l'action « Nutrition » : les entreprises ayant bénéficié d'une action individuelle ont un profil du type « jeune entreprise innovante », elles cherchent à construire un message marketing nutritionnel autour d'un produit innovant (ex : boisson « santé » ou « énergisante ») ; réalisation de quatre livrets à destination des professionnels sur la base des présentations faites par des consultants extérieurs : Gestion de crise, Gestion des déchets agro-alimentaires, Analyse des dangers bactériologiques, Développement Agroalimentaire durable (en cours de finalisation).

de sensibilisation fin 2007, représentant **23 entreprises différentes** ; 15 déclinaisons individuelles (analyses et diagnostics nutritionnels).

- Action « agro-alimentaire durable » : 40 présents aux 2 séminaires de sensibilisation début 2009 représentant **33 entreprises différentes** ; 16 participants aux 2 groupes de travail (8 participants pour chaque groupe) ; 1 seule déclinaison individuelle à ce jour (diagnostic développement durable axé sur la minimisation de l'impact environnemental)



BILAN FINANCIER

Actions collectives:

Sur un montant total conventionné pour la période 2007-2010 de 156 214 €, l'engagement réalisé a été au 31 décembre 2010 de **140 421 €** ainsi répartis :
DRIAAF : 48 820 € HT, DRIRE : 8 250 € HT, CERVIA : 83 351 € TTC au lieu de 43 276 € HT conventionnés soit un dépassement de 40 075 € pour la structure, du fait d'une part de frais de TVA non déductibles à supporter (y compris sur la part Etat) et de subventions FEDER prévues et non perçues.

Aides individuelles de l'Etat aux entreprises, instruites par le CERVIA: 105 510 € (dont 61 015 € DRIAAF et 44 495 € DRIRE).

D'un point de vue quantitatif :

- Action « sécurité microbiologique, analyse des dangers » : **41 entreprises différentes** présentes aux 2 séminaires de sensibilisation fin 2008, **9 entreprises enquêtées** dans le cadre de l'étude présentée par le CERVIA au colloque ANSES « Analyse des dangers » fin 2009, **15 entreprises enquêtées** dans le cadre de l'étude « durée de vie microbiologique des produits à DLC ».
- Action « gestion de crise » : 65 participants aux 4 séminaires organisés, représentant **43 entreprises différentes** ; 1 seule déclinaison individuelle (mise en place effective d'une gestion de crise dans une PME).
- Action « nutrition » : 35 participants aux 2 séminaires



5

UN TRAVAIL EN RÉSEAU POUR COMPRENDRE, INFORMER, SOUTENIR ET FAVORISER LES CONTACTS

Il s'agit d'une des missions, transversale et stratégique, du CERVIA qui joue le rôle de catalyseur d'énergies et de projets au niveau francilien pour le secteur alimentaire tant vis-à-vis des médias que des acteurs économiques.

OBJECTIFS

- Mutualiser les expériences des différents partenaires pour une meilleure efficacité auprès des entreprises ;
- Renforcer le rôle de catalyseur du CERVIA, point de contact et d'information de très nombreux acteurs sur le domaine agricole et alimentaire (presse, enseignants et étudiants, professionnels ou institutionnels tant franciliens qu'extérieurs...). Mise en relation de ces acteurs pour la construction de projets.

La réponse aux nombreuses sollicitations, de même que la participation aux réunions de nos partenaires, tant au niveau de la Direction que du Département Marketing/Promotion, ne seront pas abordées ici. Seules sont présentées ci-après les actions de centre de transfert de technologie, souvent difficiles à appréhender :

ACTIA et Réseaux Mixtes Technologiques (RMT)¹

Membre à part entière du réseau ACTIA depuis 2009, le CERVIA apporte des réponses aux préoccupations des entreprises en s'appuyant sur l'expertise et la mutualisation des connaissances au sein des différents RMT. Il participe aux travaux de trois réseaux :

- **RMT durée de vie** : Etude sur les **durées de vie des aliments** ;
- **RMT ECOVAL** : Participation aux réunions et diffusion de la recherche appliquée sur **valorisation des déchets et environnement** ;
- **RMT NUTRIPREVIUS** : participation aux réunions de synthèse pour **diffusion des résultats sur la nutrition**.

Il participe également aux actions montées dans le cadre des programmes soutenus par l'ACTIA comme les actions collectives (Bilan carbone® cf. supra, emballage et environnement), ainsi qu'à certains réseaux thématiques informels (réseau performance industrielle, réseau des centres interfaces).

Afin de mieux connaître les moyens dont disposent les centres ACTIA pour répondre à la demande des entreprises, des visites sont régulièrement programmées. C'est ainsi qu'a été organisée une visite des laboratoires de l'ADRIA Normandie, par ailleurs partenaire du CERVIA dans le projet d'accompagnement à la création et au développement d'une gamme de produits laitiers ultra-frais.

¹ Réseaux Mixtes Technologiques : regroupement de centres techniques, Instituts Techniques Agro-industriels (ITAI) et laboratoires de recherche.

➤ **Le CERVIA apporte des réponses aux préoccupations des entreprises en s'appuyant sur l'expertise et la mutualisation des connaissances au sein des différents RMT.**





Participation aux travaux du Réseau Francilien de l'Innovation

- **Animation de la communauté « CERVIA Paris Ile de France »** au sein de la plateforme d'appui aux PME www.financersaboite.fr créée par la Région en 2009, particulièrement destinée aux entreprises en recherche de fonds structurels. La communauté CERVIA regroupe une dizaine de membres, sociétés et porteurs de projets ; depuis la création de la communauté CERVIA, c'est environ 50 candidatures qui ont été examinées (NDR : pour être membre de la communauté CERVIA, les sociétés et porteurs de projets doivent être des PME, situées en Ile-de-France, relever du secteur de l'alimentation, présenter une fiche projet et un business plan et être accompagnés par un conseiller du CERVIA).
- **Les rencontres du réseau** : les conseillers du CERVIA participent régulièrement aux rencontres du réseau francilien de l'innovation. Elles ont pour objectif de favoriser les échanges entre les membres du réseau, de mutualiser les approches dans le domaine de l'innovation et d'assurer le suivi des projets des entreprises.
- **L'appel à projets PM'UP 2010** : Le CERVIA a largement relayé la diffusion de cet appel à projets lancé par la Région et destiné aux entreprises à fort potentiel ; Chaque année, près de 200 entreprises lauréates rattachées aux filières et territoires prioritaires de l'Ile-de-France bénéficient avec PM'UP d'un accompagnement sur trois ans pour mettre en œuvre un plan de développement. Les entreprises agro-alimentaires pouvaient y prétendre dans la mesure où elles se rattachaient soit aux industries de la création, soit aux entreprises situées dans les territoires prioritaires soit aux entreprises en forte mutation économique.
- **Les expertises CIFRE**, Convention industrielle de formation par la Recherche. A la demande du Centre Francilien de l'Innovation et pour le compte de l'Etat (Délégation Régionale à la Recherche et à la Technologie), **7 dossiers ont été expertisés** dont 6 ont reçu un avis favorable (Dans le cadre de ces expertises, les entreprises ou organismes demandeurs sont systématiquement rencontrés).

Participation aux commissions AFNOR

Il s'agit d'apporter un regard et un retour d'expérience « PME » lors de l'élaboration des normes françaises d'hygiène et de sécurité des aliments ; le CERVIA cotise à ce titre pour participer au Groupe de Travail AFNOR « Sécurité des aliments-hygiène et management ».



En 2010, six Groupes de Travail (GT) ont fonctionné sous l'égide de la commission de normalisation Vo1C :

- GT 4 « Normes européennes en hygiène » ;
- GT 5 « Validation des durées de vie » ;
- GT 9 « Test de vieillissement » ;
- GT 8 « Préparation de la révision de l'ISO 22000:2005 » ;
- GT 10 « Etude statistique » ;
- GT 11 « PrP Production primaire ».

> 6

groupes de travail
ont fonctionné sous l'égide
de la commission de
normalisation V01C
en 2010.



La commission s'est réunie 4 fois en 2010 (22 mars, 9 juillet, 14 septembre, 14 décembre) et dix réunions des différents groupes de travail ont été organisées par l'AFNOR.

Outre ces réunions, une part importante des activités de la commission de normalisation a été réalisée par correspondance et télétravail :

- 2^e réunion ISO/TC34/SC17 (20-23 septembre 2010 à Copenhague (Danemark) ;
- La rédaction d'un guide dédié à l'utilisation de la norme ISO 22000 : « How to use 22000 ? » ;
- La mise en place d'une plateforme de communication

ayant pour but de promouvoir l'ISO 22000 ;

- La question des PrP pour les « autres maillons de la chaîne alimentaire » ;
- La révision de l'ISO/TS 22003 et de l'ISO/TS 22002-1.

Publication : révision de la norme NF Vo1-003:2004, *Hygiène et sécurité des produits alimentaires – Lignes directrices pour l'élaboration d'un protocole de test de vieillissement pour la validation de la durée de vie microbiologique – Denrées périssables, réfrigérées*. Cette norme a été publiée en Juin 2010.

Autres rencontres et journées d'information

Parallèlement aux travaux conduits avec ses réseaux d'appartenance, un certain nombre de rencontres et d'échanges ont eu lieu avec les partenaires principaux du CERVIA :

- Avec la CCI de l'Essonne et la CCIP, délégation du Val de Marne : participation à TECHINNOV en février 2010 ; rencontres de la technologie et de l'innovation, cette manifestation a réuni plus de 500 inscrits avec une bonne visibilité du CERVIA comme partenaire (cartons d'invitation, plaquette de présentation). Le stand du CERVIA a reçu une vingtaine de contacts divers (startups, porteurs de projets, consultants, institutionnels...);

- Avec la CCI de l'Essonne, participation à l'organisation de CEREAL TOUR, échanges entre des entreprises belges et des entreprises essonniennes du secteur du travail du grain (meunerie, biscuiterie, pâtisserie et boulangerie industrielles) ;
- Participation régulière aux conférences et colloques de l'Institut Français de la Nutrition, conseiller permanent du CERVIA, notamment un colloque consacré aux allergies alimentaires en septembre 2010 ;
- Présentation du réseau des boutiques de gestion et de la couveuse régionale G.E.A.I. (Groupement d'Entrepreneurs Accompagnés Individuellement).

Participation à des jurys

- CHALLENGE + : programme d'appui aux entreprises innovantes conduit par l'Institut HEC Start-up ; le CERVIA est sollicité comme tous les ans pour donner un avis sur les projets présentés ;
- Projets ASTRE : programme d'acquisition de matériels scientifiques par les centres de compétences essonniers, matériels financés par le Conseil Général de l'Essonne ; le CERVIA est également sollicité pour donner un avis.

Il convient de noter enfin la participation, de façon transversale au sein de la structure, aux grands chantiers mis en œuvre par la région dans le cadre de la mandature 2010-2014, à savoir :

- La Stratégie Régionale de Développement Economique et d'Innovation ;

- Le Plan Climat ;
- Le Plan Régional de Prévention des Déchets ;
- Les Etats Généraux de la Conversion Écologique et Sociale.



L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET LA RECHERCHE

Le transfert en entreprise





1

VEILLE SCIENTIFIQUE, TECHNOLOGIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

➤ OBJECTIFS

Jouer pleinement le rôle de cellule de diffusion technologique en collectant puis en diffusant les connaissances scientifiques et technologiques ad hoc récentes vers les entreprises ; à ce titre, une convention entre le CERVIA et le Pôle des Sciences et Technologies du Vivant et de l'Environnement (STVE) de Paris Ile-de-France est en cours d'élaboration.



➤ RÉALISÉ

- 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. Cette veille est accessible par les entreprises sur le volet professionnel du site Internet du CERVIA à partir d'un mot de passe ;
- A noter l'existence d'un service « questions-réponses » à la demande (enregistrement 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).

2

VALORISATION DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE

➤ OBJECTIFS

Faire connaître aux entreprises le potentiel scientifique et technologique des laboratoires franciliens travaillant dans le secteur agro-alimentaire ; faire découvrir aux étudiants les réalités de la PME et les difficultés pour s'engager dans une démarche de R&D.

➤ RÉALISÉ

- Poursuite du partenariat avec AgroParisTech : sélection de sujets d'études puis mise en relation étudiant-entreprise avec intervention terrain (découverte de la PME par les étudiants et soutien scientifique pour les PME) et valorisation des résultats sur le site internet professionnel.

En 2010 les sujets traités ont été les suivants :

- L'alimentarité des matériaux et des objets au contact des denrées alimentaires : réalisation d'un guide pratique pour les PME (disponible en ligne sur le site internet) ;
- Traitement des réclamations clients : réalisation d'un guide de traitement des réclamations clients (également disponible en ligne sur le site Internet) ;
- Résolutions de problèmes sur un cas de contamination par des moisissures dans les entreprises : propositions de pistes pour la PME (sujet à caractère confidentiel).
- Première prise de contact avec SUP' BIOTECH Paris (Ecole formant des ingénieurs à Bac+5 dans les domaines de l'environnement, de la cosmétique et de l'agro-alimentaire).



3

LES RENCONTRES ANNUELLES DU CERVIA 2010 : UN COLLOQUE SCIENTIFIQUE « FRUITS ET LÉGUMES, LES APPORTS DE LA RECHERCHE »

Le CERVIA a organisé le 8 juin 2010, dans le cadre de ses Rencontres annuelles, un colloque scientifique visant à faire le point sur les résultats récents de la recherche en matière de fruits et légumes.

C'est en effet l'une des missions du CERVIA que de valoriser les structures de recherche en région en faisant connaître à l'ensemble des acteurs de la filière agricole et alimentaire régionale les principaux résultats transférables depuis les laboratoires. Les principaux centres de recherche sur la thématique « fruits et légumes » ont fait une présentation des données disponibles (INRA, ANSES, CTCPA, AgroParisTech...).



Les thèmes abordés ont été les suivants :

Nutrition / Santé : Consommation de fruits & légumes et impact sur la santé : les résultats de la recherche.

Praticité : Prêt à consommer et équilibre alimentaire: innovations, contraintes, progrès.

Transformation : Nouvelles méthodes de transformation pour les fruits et légumes.

Conservation : Maîtriser la conservation des fruits et légumes.

Sélection variétale : Nouvelles variétés ou variétés anciennes ?

Développement durable : Evolution de la réglementation et nouvelles techniques agronomiques : de la règle à la pratique.

Ce colloque, qui a pu se tenir dans les locaux d'AgroParisTech rue Claude Bernard à Paris, a reçu le soutien de l'AREFLH, Assemblée des Régions Européennes Fruitières, Légumières et Horticoles et été inauguré par le Président de la Région Jean-Paul Huchon. La participation, une centaine de personnes, n'a malheureusement pas été à la hauteur des intervenants de grande qualité.

4

PARTICIPATION À DES COLLOQUES SCIENTIFIQUES

- Pôles de compétitivité et développement international, Paris (21 janvier 2010) ;
- ECOPHYTO 2018, Paris (28 janvier 2010) ;
- Colloque Chanvre ENSMA, Poitiers (17 et 18 mars 2010) ;
- Symposium Projets ASTRE soutenus par le Conseil Général de l'Essonne, Evry (13 avril 2010) ;
- 18 & 19 / 05 : Colloque Résultats PNRA 2006 INRA (18 et 19 mai 2010) ;
- 20 & 21 / 05 : Symposium ACTIADES IFBM Nancy (20 et 21 mai 2010) ;
- Assises de la FICT, Paris (15 juin 2010) ;
- Colloque INRA, comportements alimentaires (24 juin 2010) ;
- Colloque « Restauration urbaine et nomade » VAE, Paris (15 octobre 2010) ;
- AGORIALES au SIAL (18 octobre 2010) ;
- Colloque « Performance énergétique et climatique de l'agriculture », AgroParisTech (24 novembre 2010) ;
- Colloque International «Système alimentaire», Conseil Economique et Social (25 novembre 2010) ;
- Colloque IFN « Alimentation & Développement Durable » Paris (14 décembre 2010).

Sensibilisation DES CONSOMMATEURS ET DES JEUNES & valorisation DES MÉTIERS





Lancement du classeur de recettes franciliennes à l'occasion de la Semaine du Goût

OBJECTIFS

- Sensibiliser les professionnels et les lycéens sur la production agricole francilienne et les produits, en incitant les chefs de cuisine des cantines des lycées franciliens à réaliser au moins deux fois par an des menus intégrant de manière significative des produits provenant de la production locale francilienne (la Semaine du Goût étant un bon rendez-vous).
- 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.
- Venant au départ en complément de l'action Nutrition mise en place par le CERVIA via son prestataire EVEIL, exposée plus loin, il s'agissait de créer un lien entre les chefs de cuisine, les professeurs et leurs élèves.

Cible : les chefs de cuisine des cantines des lycées et CFA d'Ile-de-France, les lycéens et apprentis franciliens.

RÉALISÉ

- Semaine du Goût du 11 au 18 octobre 2010 - année HENRI IV : Ateliers du goût dans les cantines des 62 lycées et CFA ; soit plus de 20.000 jeunes touchés.
- Mise à disposition des chefs de cantine inscrits auprès du CERVIA de : classeur de recettes numérique, affiches, sets de table et DVD ;
- Le Chef de Potel & Chabot Jean-Pierre Biffi, Président des Disciples d'Escoffier, a créé un menu « Autour de la Poule au Pot », qui a été inséré dans le livret de recettes.
- Un mini reportage interactif avec Jean-Pierre Biffi et 3 agriculteurs participant à la Balade du Goût, comme outil de communication sur l'ensemble des actions en lien avec la poule au pot.

BILAN

- Un partenariat avec la Semaine du Goût ayant amplifié les retombées pour la Balade du Goût ;
- Un Chef, Jean-Pierre Biffi, très impliqué ;
- Des outils de communication très appréciés, surtout les sets de table ;
- Une adhésion importante des chefs des cantines pour une première édition, avec malheureusement des approvisionnements très aléatoires voire inexistantes sur l'Ile-de-France.
- Pour faire le lien avec la Balade du Goût, les producteurs (œufs, volaille, maraîchage) et les menus dans les cantines, Jean-Pierre Biffi a fait son marché dans 3 exploitations ouvertes lors de la Balade du Goût 2010.





Un dîner solidaire à la Mie de Pain

Pour accompagner l'initiative de Jean-Pierre Biffi et des Disciples d'Escoffier qui organisaient un dîner caritatif à la Mie de Pain (13^e arrondissement) sur le thème de la Poule au pot, le mercredi 20 octobre 2010, le CERVIA a fourni les matières premières pour 450 sans-abris (Poules du CEZ de Rambouillet, Légumes du Carreau des producteurs).

**le CERVIA a fourni
les matières
premières pour
450 sans-abris**

Module pédagogique sur la nutrition et le territoire

OBJECTIFS

- Associer une action en faveur de la nutrition et de la promotion des fruits et légumes à la connaissance du territoire ;
- Faire connaître le CERVIA Paris Ile-de-France auprès des chefs d'établissement (lycées et CFA) et les équipes pédagogiques ;
- Poursuivre la dynamique engagée depuis 2007 et donner la priorité aux établissements n'ayant jamais bénéficié du module, en zone urbaine en particulier, sans exclure les fidèles porteurs de l'image (établissements dont les chefs de cuisines intègrent des menus franciliens).

**Cible : les jeunes, prescripteurs
et consommateurs de demain**

RÉALISÉ

Module pédagogique et interventions pour la 3^e année consécutive : « Des fruits et légumes pour les jeunes franciliens » jusqu'en juin 2010.

BILAN

- Nombre d'interventions : 122 de septembre 2009 à juin 2010.
- Bilan Eveil : un module toujours très apprécié des enseignants et des élèves. Une forte demande pour allier théorique et pratique, les enseignants souhaitant pouvoir emmener leur classe visiter des exploitations.
- L'Etat ayant pris le relais de cette thématique au travers du dispositif « Un fruit à la récré » co-financé par l'Europe, et du fait des moyens disponibles en interne, le module n'a pas été reconduit à partir de septembre 2010.

Au terme de 3 ans de vie dans les établissements franciliens, 361 interventions ont été réalisées dans 157 établissements à travers la région. Tous les départements ont été concernés, on note par exemple 73 interventions dans Paris, 138 interventions dans l'académie de Créteil et 150 pour l'Académie de Versailles. Par ailleurs, les lycées professionnels ont été les plus largement demandeurs du Module, avec 90 établissements concernés, sur les 157. L'intervention « Des fruits et légumes pour les jeunes franciliens » aura touché près de 10 000 jeunes de la région entre 2007 et 2010.

Information & COMMUNICATION





1

LES ACTIONS PRESSE

➤ OBJECTIFS

- Augmenter la notoriété des produits franciliens ;
- Appuyer la démarche des entreprises dans le cadre du lancement de nouveaux produits ou la promotion générique des produits ;
- Faire connaître le CERVIA Paris Ile-de-France comme le référent régional dans le domaine de l'alimentation.

➤ RÉALISÉ

Actions presse avec dossier, sur :

- SIA 2010 : 52 parutions dont 8 en télévision ;
 - 1 sujet sur les distributeurs de lait dans télématin ;
 - 3 sujets dans les journaux d'information France 3 Ile-de-France Centre.
- Salon du Végétal : 2 parutions.
- 3^e Rencontres annuelles du CERVIA : 12 parutions.
- Fête des Bries : 9 parutions.

- Ouverture de l'Echoppée locale, 1^{ère} épicerie 100% francilienne, à Paris 3^e : 39 parutions, dont une dans Métro et 20 Minutes.
- Semaine du Goût : 32 parutions.
- Concours Régional de l'Innovation Alimentaire/SIAL 2010 : 19 parutions dont le Parisien, et des interview radio des lauréats du Concours sur France Inter et France Info.

Au total, ce sont 165 retombées presse (TV, radio, Presse Quotidienne Nationale, Régionale, Internet) qui ont concerné les actions du CERVIA et de ses partenaires tout au long de l'année 2010.

Investissement : 50 000 €

Equivalent des retombées presse en encarts publicitaires : 430 000 €.





2

LE SITE INTERNET

➤ OBJECTIFS

- Être le site de référence sur l'alimentation en Ile-de-France ;
- Devenir le premier outil de communication du CERVIA ;
- Montée en puissance des visites mensuelles.

➤ RÉALISÉ

- Optimisation du référencement naturel ;
- Optimisation du site grand public et du site professionnel

➤ **117 672**
pages vues

➤ **32 651**
visiteurs
soit 33% de plus qu'en 2009



➤ BILAN

On remarque une forte augmentation des visites lors de la sortie d'un communiqué de presse, d'un dossier de presse ou d'une action phare: Salon de l'Agriculture, Semaine du Goût, SIAL... les pages plébiscitées par les internautes restent en grande majorité la carte interactive VEOMAP, les pages produits et les départements d'Ile-de-France.

2011 sera l'occasion d'une refonte de la page d'accueil afin d'accueillir un espace dédié à la marque et aux actualités des professionnels. Par ailleurs, les efforts d'amélioration du référencement afin de donner toujours plus de visibilité au site seront poursuivis.

3


NEWSLETTER ET AUTRES OUTILS

➤ OBJECTIFS

- Informer l'ensemble des interlocuteurs du CERVIA sur l'actualité de l'alimentation et de l'agriculture en Ile-de-France ;
- Communiquer sur les actions et les événements de l'organisme tout au long de l'année ;
- Mettre en avant les actions des partenaires du CERVIA ;
- Disposer d'outils adaptés pour chaque filière.

➤ RÉALISÉ

- Remplacement des 4 Lettres d'information diffusées à 5000 exemplaires papier en mars, juin, septembre et décembre chaque année, par une lettre dématérialisée format HTML dès le mois de mars 2010 pour faciliter la diffusion, baisser les coûts et se situer dans une démarche de Développement Durable ;
- Réalisation et diffusion du rapport d'activité 2009 en 400 exemplaires ;
- Réalisation des livrets du département Innovation/qualité.



*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



CERVIA Paris Ile-de-France

43 BOULEVARD HAUSSMANN - 75009 PARIS
TEL : 01 55 34 37 00 - FAX : 01 40 13 94 97
info@cervia.fr

www.saveursparisidf.com

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