

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2013

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



mangeonslocal-en-idf.com



CERVIA 

Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire

 **Île de France**

SOMMAIRE

04 **Edito**

06 **Le Conseil d'Administration**

07 **Développer une Image alimentaire et agricole pour l'Ile-de-France**

08 La démarche Mangeons local en Île-de-France

14 L'accompagnement des entreprises adhérentes

20 La stratégie de distribution des produits

21 Les actions événementielles grand public

30 La démarche Plantes d'Ile-de-France

31 **Accompagner les Filières et les entreprises**

32 Les Salons professionnels

33 Les projets et actions collectives

41 L'accompagnement par l'appui et l'expertise

45 Méthodes de travail : la création des comités techniques

47 **Etre l'organisme ressource, expert et facilitateur auprès de ses publics**

48 Labellisation renouvelée : centre de diffusion technologique

49 Évolution de la base de données CERVIA-entreprises

50 Veille, ressourcement, diffusion et transfert de l'information/communication

53 Outils de visibilité





« 2013 a permis au CERVIA de prendre un virage et de conforter son positionnement dans le paysage régional. La mise en place de la dynamique « MANGEONS LOCAL EN ILE DE FRANCE » associée à une communication appropriée et le label DES PRODUITS D'ICI CUISINES ICI placent aujourd'hui le CERVIA comme l'organisme régional incontournable en maîtrise d'expertise alimentaire et agricole. »

La filière alimentaire dans son ensemble se révèle particulièrement stratégique dans une région de plus de 11 millions d'habitants et qui accueille 40 millions de visiteurs chaque année. Dans ce contexte, le CERVIA Paris Ile-de-France est investi d'une mission d'intérêt général et intervient de façon transversale pour répondre aux attentes des entreprises « du champ à l'assiette », et des consommateurs. Au sein de la Région, dont il est un des organismes associés, il s'inscrit dans les compétences en matière de Développement Economique, Innovation, Développement durable, Enseignement Supérieur et Recherche, mais aussi de formation des jeunes, tant à l'alimentation qu'aux métiers qui en relèvent. **L'Ile-de-France est non seulement la capitale de la France, fortement densifiée, elle est aussi une grande région agricole avec une agriculture et un secteur agroalimentaire qui gagnent à être (re) connus.**

Trois grands axes d'intervention caractérisent l'action du CERVIA : l'accompagnement des entreprises et des filières, le développement de l'image et de la notoriété du territoire agricole et alimentaire, le transfert en entreprises avec un rôle d'expert au service de tous.

Ces dernières années et tout particulièrement en 2013, plusieurs textes ou travaux sont venus conforter les missions du CERVIA depuis sa création en 2007, dans la droite ligne de la volonté affichée conjointement par l'Etat, les collectivités territoriales, la Région, et les consommateurs :

- Le lien entre l'alimentation et la santé a été défini comme champ prioritaire d'intervention de la Stratégie de Développement Economique et d'Innovation adoptée en juillet 2011.
- Le décret sur la qualité nutritionnelle des repas servis dans la restauration scolaire, a été publié au journal Officiel du 2 octobre 2011, venant conforter le Plan National Nutrition Santé qui incite à l'équilibre alimentaire.



- La mise en place des Etats généraux de la conversion écologique et sociale par la région donnant lieu au renforcement de la **Politique régionale en faveur de l'agriculture et de l'alimentation** :
- Une Région engagée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire mobilisant le CERVIA sur cette thématique (cf. amendements des 25 et 26 avril 2013)

4 OBJECTIFS

(Rapport des états généraux de la conversion écologique et sociale)

- Maintien du potentiel productif de l'agriculture francilienne : limiter la disparition et le morcellement des terres agricoles par l'urbanisation, favoriser les investissements et la modernisation des exploitations ;
- Gérer et préserver l'environnement : paysages, qualité de l'eau et des sols, biodiversité ;
- Garantir des produits alimentaires diversifiés, de qualité et de proximité, dans une région de plus de 11 millions d'habitants ;
- Créer des richesses et de l'emploi, approvisionner le secteur agroalimentaire régional, valoriser les agro-ressources par de nouvelles filières innovantes.

Pour la sixième année consécutive, le CERVIA Paris Ile-de-France conforté par ces engagements forts de la Région, s'investit pour le secteur alimentaire francilien en affirmant son rôle d'acteur clé au travers de la démarche collective initiée depuis 2011, 2013 est l'année de la construction de l'image alimentaire et la poursuite d'actions phares de développement économique.

La marque SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE, que nous lancions à la Région le 17 février 2011, rentre dans sa troisième année d'existence, avec sa petite soeur destinée aux productions biologiques : « SAVEURS BIO PARIS ILE-DE-FRANCE » complétée par la marque dédiée aux productions végétales PLANTES D'ILE-DE-FRANCE avec 23 Horticulteurs et pépiniéristes. En un peu moins de 3 ans, la Marque SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE a acquis 698 produits à ses couleurs, portés par 186 entreprises (dont 115 agriculteurs, 43 artisans, 28 PME) engagées dans la démarche de progrès « Talents d'Ile-de-France ».

Et le Label **DES PRODUITS D ICI CUISINES ICI**, après son lancement à la Région le 18 février 2013 et après un peu moins d'un an a permis à 82 restaurateurs/chefs de cuisine soucieux de CUISINER sur place avec des produits FRANCIENS de rejoindre ce grand mouvement – et ils nous ont fait le plaisir cette année d'animer avec leur équipe l'espace Démos cuisine pour la première fois au salon de l'agriculture. Sans oublier nos 8 distributeurs partenaires (groupe charaire et ses 4 entités – Terre Azur – Food Europe – Mon marché. fr, tous primeurs et Casino) – et nos 254 points vente adhérents qui valorisent les produits (primeurs, boulanger, crémiers, producteurs sur marché de plein vent, panier SNCF, boutiques à la ferme, marché sur l'eau, drive fermier...) **Que vous pouvez retrouver sur le tout nouveau site : mangeonslocal-en-idf. com et sur sa page Facebook.**

Cette démarche a pris dernièrement une identité visuelle forte **MANGEONS LOCAL EN ILE DE FRANCE**, (**qui pour rappel a été Primé Meilleur Dispositif de Communication en Novembre 2013**) et résume la mission que s'est donnée le CERVIA il y a 7 ans: fédérer les entreprises du secteur, du champ à l'assiette en les accompagnant dans leur développement, avec son expertise et l'aide de la Région. **La démarche « Mangeons local en Ile-de-France »**, c'est la défense et l'illustration du terroir francilien à travers ses produits et ses hommes. Elle vise à soutenir l'agriculture et l'alimentation régionales, donc son économie, à réduire les coûts de transport, limiter les émissions de Co2 et rétablir la confiance entre les consommateurs et les professionnels des métiers de l'alimentation.

2013 a permis d'amplifier l'accompagnement des adhérents de cette démarche grâce à 41 visites de suivi, permettant à la fois une sécurisation du dispositif et une véritable coopération pour poursuivre la démarche de progrès engagée par l'entreprise. Elle a aussi été l'occasion d'animer ce réseau avec 4 événements professionnels importants: la seconde édition du JOUR DES TALENTS, journée dédiée; la mise en place d'un premier atelier de découverte BIO; le lancement de la 4^e édition du concours régional de l'alimentation et les premières rencontres distribution/entreprises sous forme de « speed dating ». 2013 a été notamment l'année des 50 ans du SIA et du SIRHA à Lyon, salons stratégiques pour l'agriculture et l'alimentation ayant permis d'accompagner les entreprises franciliennes et de faire davantage connaître la marque avec la première boutique éphémère au salon de l'agriculture.

La dynamique Mangeons Local en Ile-de-France a permis la mise en place d'un événement grand public majeur complété par des événements en partenariats. La création des **SEMAINES DU MANGER LOCAL PARIS ILE-DE-FRANCE**, quinzaine dédiée au Manger Local a été **la nouveauté** du plan d'action du CERVIA avec en point d'orgue la **FABULEUSE FÊTE DU MANGER LOCAL**. 92 points de vente, 59 restaurateurs, 45 supermarchés, 50 ruches, 43 primeurs et 70 restaurants de collectivité se sont mobilisés pour défendre la proximité, le bien manger et la production locale.

C'est l'occasion pour moi de souligner l'aide précieuse de nos fidèles partenaires que sont le CRÉDIT MUTUEL et pour 2013 LA MAIRIE DE PARIS et le Comité régional du tourisme qui ont mis à disposition des moyens tant financiers que de visibilité. Le CERVIA a été tout aussi présent lors des incontournables Balade du Goût, festival Omnivore, Foire Internationale de

Coulommiers, fête du pain, Fête des JA, Heures heureuses et lors de la première journée de lutte contre le gaspillage alimentaire, le 16 octobre.

L'appui aux entreprises, aux filières et aux organisations professionnelles ou partenaires en conseil, expertise, instruction et aide au montage des dossiers d'aides publiques s'est poursuivi, plus particulièrement avec l'accompagnement de la Confédération Nationale des Chocolatiers et des Confiseurs dans la mise en œuvre de l'actualisation de son guide de bonnes pratiques d'hygiène, la poursuite de la dynamique de mise en place des outils de lean management, la finalisation du projet TRADICUSSION. 337 visites d'entreprises ont été réalisées, dont 41 au titre des suivis Talents d'Ile-de-France et 807 000€ d'aides régionales (ARAQ) ont été attribuées pour 260 dossiers instruits. Concernant l'ARAQ, une réflexion de fond et d'amélioration de ce dispositif a été confiée à un cabinet extérieur visant à l'évaluer et à élaborer la refonte de celui-ci. Nous aurons l'occasion en 2014 de revenir vers vous pour vous présenter ce nouveau dispositif. **Pour illustrer ces accompagnements on peut citer : La réduction des gaspillages**, problématique sur laquelle le CERVIA a poursuivi ses efforts en 2013 avec sa participation aux groupes de travail de la Région, et avec l'inscription de « la lutte contre le gaspillage alimentaire » de manière transversale dans toutes ses actions tant en communication, dans la démarche collective que dans celles d'accompagnement des entreprises (Performance - fiche technique - sensibilisation à l'optimisation des intrants...)

On peut aussi souligner dans le cadre du plan de soutien aux IAA co-financé par la DRIAF, que le CERVIA a accompagné les entreprises sur les thématiques Durée de vie, traçabilité, et amélioration de la composition des aliments. Le Soutien aux filières émergentes fixé lors des Ecociliens a pris la forme d'un accompagnement soutenu sur le projet d'abattoir de la SAS SAROVI (jossigny) et l'appui à la Chambre d'Agriculture Interdépartementale d'Ile-de-France sur la création de la nouvelle structure collective VALOR VIANDE ILE DE FRANCE.

Dans son rôle d'expert au service de la construction de l'alimentation de Demain, en appui à la réflexion régionale, les équipes du CERVIA, sa direction et moi-même nous sommes fortement impliqués dans les nouveaux dispositifs PASS Filières (IAA, Bois, Pépiniéristes-horticulteurs et Elevage), première étape du plan d'action des Ecociliens; dans la réflexion de la nouvelle maquette FEADER mais aussi dans les rencontres IAA-Bois lancés par l'Etat et l'association des Régions de France.

Depuis plus de 3 ans date à laquelle j'ai accepté de prendre la Présidence du CERVIA, je me suis engagée à tout mettre en œuvre pour obtenir un renforcement des moyens de notre organisme. En ce sens, ce rapport d'activité vous illustre la capacité des équipes à optimiser et déployer de manière efficace et rentable ces moyens. L'équipe du CERVIA s'est étoffée avec la création d'un poste en CDI temps plein dédié au développement du label et de la distribution des produits. Nous poursuivons ensemble notre action, avec efficacité et optimisme, **pour influencer le bien manger et l'alimentation de demain au service de tous**.

Marie Richard

FONDATEURS

Conseil Régional
d'Ile-de-France

- Marie RICHARD, **Présidente**
- Michèle VITRAC-POUZOULET
- Josy MOLLET-LIDY
- Christiane ROCHWERG
- Catherine RIBES, **3^e Vice Présidente**
- Eric JEUNEMAITRE

Chambre Régionale
d'Agriculture

- Herué BILLET
- Thierry BONTOUR
- Christophe HILLAIRET
- Michel BIBERON
- Jean-Claude GUEHENNEC, **1^{er} Vice-président**
- Bernard RICHAudeau

Association Régionale
des Industries
Agro-alimentaires

- Gérard BONNY, **2^e Vice Président**
- Olivier DESEINE
- Philippe LAFON
- Herué LECESNE
- Philippe WERLER

MEMBRES ACTIFS

1^{er} collège

- Jean-Claude DETILLEUX, Agence Régionale de Développement
- Gérard FELDZER, Comité Régional du Tourisme, **Secrétaire**
- Jean-Claude FRANCOIS, Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie
- Daniel GOUPILLAT, Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat
- Lyne COHEN-SOLAL, Conseil Général de Paris.
- Jean DEY, Conseil Général de Seine-et-Marne
- Agnès Bonneville, Agroparistech
- Alain PREVOST, Crédit Mutuel Ile-de-France, **Trésorier adjoint**

2^e collège

- Christian PIERRE, Groupement des Agriculteurs Biologiques d'Ile de France
- Alain FERRY, Etablissement Régional de l'Elevage d'Ile de France, **Secrétaire adjoint**
- Jean-François ISAMBERT, Fédération Régionale des Coopératives Agricoles d'Ile de France
- Bastian de VOS, AIDPFL
- Frédéric VION, AREXHOR

3^e collège

- Jacques MABILLE, Confédération Générale de l'Alimentation en Détail, **Trésorier**
- Jacky FRADIN, Chambre Professionnelle des Artisans Boulanger de Paris, 92 - 93 - 94
- Claude MARET, Syndicat des Crémiers Fromagers d'Ile-de-France
- Bernard MERHET, Fédération de la Boucherie et des Métiers de la Viande de Paris et IdF remplacé en cours d'année par Jean-Claude OBRIOT





Développer une Image alimentaire et agricole pour l'Ile-de-France

- **Créer une identité régionale** en mutualisant les compétences dans le cadre d'une démarche commune ;
- **Développer les entreprises agricoles et alimentaires régionales** avec la création de nouveaux débouchés et aider à la diversification de l'agriculture et des PME franciliennes ;
- Permettre aux consommateurs franciliens et plus particulièrement urbains, éloignés des lieux de production, de **trouver et acheter des produits de leur région**.

IL S'AGIT D'UNE DÉMARCHE STRATÉGIQUE DANS UNE RÉGION OÙ LE LIEN AVEC LE TERRITOIRE RESTE À CRÉER.

Un plan à 3 ans (2012-2014) a été mis en place pour pérenniser la démarche, en profitant d'une période faste en termes d'échos dans la presse et auprès des consommateurs franciliens, favorables à la « proximité ». 2013 a été une année cruciale pour la visibilité de celle-ci en points de vente, notamment urbains, et a vu le lancement du volet spécifique de cette démarche pour les restaurateurs franciliens avec un label dédié.

Dans la continuité, c'est toute la communication autour de la démarche collective qui a été revue afin de créer une plate-forme de communication moderne, cohérente et harmonieuse pour la marque produit et le label.

Au-delà de la communication, un travail minutieux et intense est mené au quotidien pour favoriser les adhésions des professionnels. Qu'ils soient du monde agricole, alimentaire, ou de la restauration, l'adhésion des entreprises est la clé de l'expansion de la démarche et de la réappropriation du territoire et de son image par les professionnels.

Enfin, le travail de distribution des produits a été approfondi en 2013, avec le renfort de partenariats déjà initiés et la rencontre de distributeurs de plus en plus à l'écoute de la production locale.



La démarche Mangeons local en Île-de-France

DISPOSITIF MARKETING & COMMUNICATION



Lancement du Label « Des Produits d'Ici Cuisinés Ici »

Le début d'année 2013 a vu la naissance du label dédié à la restauration commerciale à table.

« Des Produits d'Ici Cuisinés Ici » se positionne comme le premier label francilien des chefs qui cuisinent local

OBJECTIFS DU LABEL:

- Identifier les restaurateurs pratiquant le « fait-maison » et utilisant des produits franciliens
- Faire le lien entre les restaurateurs, les producteurs, les artisans et les PME déjà adhérents à la démarche
- Rendre visible auprès du grand public les restaurants impliqués dans une démarche locale

RÉALISÉ

Un lancement en trois temps: une conférence pour les professionnels, les institutionnels, les adhérents à la

démarche collective, les Elus... Une conférence de presse pour les journalistes et un dîner pour les blogueurs.

Lancement officiel : 18 février 2013, un événement festif et convivial

Au Conseil régional d'Ile-de-France le 18 février 2013, en présence de 204 personnes, dont 23 restaurateurs adhérents au label.

■ Ouverture de l'évènement par Jean-Paul Huchon

Huchon, Président du Conseil régional et introduction par Marie Richard, Présidente du CERVIA Paris Ile-de-France.

■ Une conférence rythmée par deux tables rondes :

- « Pourquoi un nouveau label restauration ? ».
- « Quelles pratiques et quel intérêt pour les restaurateurs ? ».
- Diffusion de quatre films tournés pour l'occasion afin de mettre en lumière l'intérêt et les attentes autour du label.
- **Révélation du nom et du logo du label** sous forme d'animation vidéo.
- **Remise des diplômes** aux tous premiers adhérents



Mise en place de la signalétique chez les adhérents

Dès le 18 février, les vitrophanies ont été installées chez les restaurateurs labellisés par l'équipe du CERVIA, complétées par :

- une collection de 15 recettes rédigées par les premiers chefs labellisés
- un bloc de post-its aux couleurs du label
- des stickers à apposer sur les cartes



Une conférence de presse : les journalistes séduits

La conférence a été organisée le lendemain du lancement officiel, à l'Epi Dupin, restaurant labellisé du chef François Pasteau.

- 3 restaurateurs engagés présents pour appuyer le discours institutionnel de Marie Richard, Présidente du CERVIA et de Jérôme Kohn, son Directeur, Pierre Cheucle – Chez Marcel, Alessandra Montagne – Tempero, et Philippe Baranès du Braisenville.
- 16 journalistes présents dont: Gault & Millau, 20 Minutes, Le Parisien, France Bleu...
- Le 20 février: 26 retombées presse.



“ Des Produits d'Ici Cuisinés Ici » se positionne comme le premier label francilien des chefs qui cuisinent local ”

Un dîner blogueurs : 12 Blogueuses découvrent le tout nouveau label

→ Au 26 mars 2013: 21 articles relaient l'information sur le label.

Des annonces presse teasing et de révélation

Mise en place dans le cadre du partenariat avec le magazine Yam, d'une communication de 3 annonces presse:

- 2 annonces sous forme de teasing, à l'adresse des chefs dans le numéro de février/mars
- 1 annonce avec le nom du label et les objectifs de ce dernier.



Les chefs en action au Salon International de l'Agriculture 2013 :

Lors du Salon consécutif au lancement du label, démonstrations sur l'espace cuisine par sept chefs tous nouveaux labellisés

BILAN

Très bel accueil auprès des professionnels, de la presse et du grand public.

Au 26 mars 2013 :

100 retombées média,
21 articles sur les blogs culinaires.

Des Produits d'Ici Cuisinés Ici, le premier label des Chefs franciliens qui cuisinent local est venu enrichir la démarche collective grâce à des chefs engagés, très moteurs dans la mouvance du local.

LES OUTILS DE COMMUNICATION SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE



2013, second anniversaire de la marque produit SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE

RÉALISÉ

Diffusion des kits de communication offerts aux adhérents et aux points de vente.

- En 2013 : 47 kits adhérents envoyés
- 6 kits points de vente, notamment destinés aux boulangeries
- Un leaflet
- Une carte dépliante format carte routière rééditée en janvier 2013 à 5000 exemplaires.
- Des sacs en amidon de maïs aux couleurs de Saveurs Paris Ile-de-France réalisés pour la boutique du Salon International de l'Agriculture en 10 000 exemplaires.

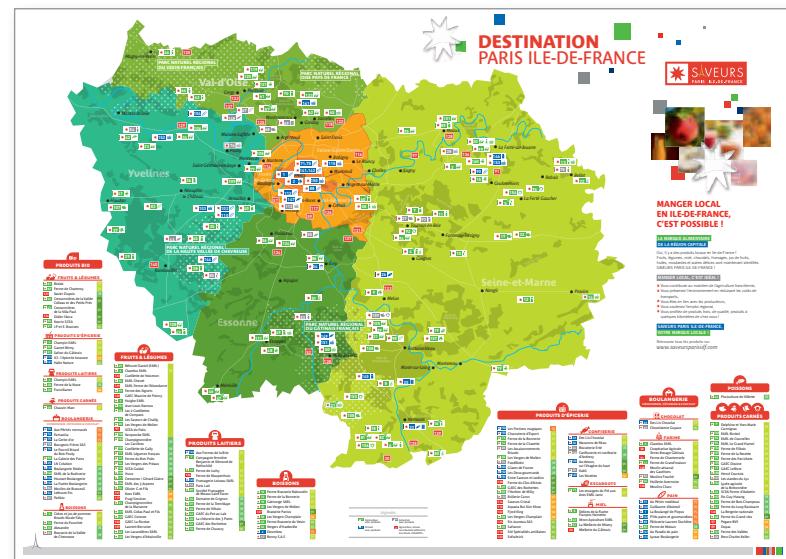


Diffusion des kits de communication offerts aux adhérents et aux points de vente

- Des **sacs en tissu**, réalisés en 1000 exemplaires avec le logo de la marque et le site Internet distribués lors du Salon International de l'Agriculture, lors des visites officielles, et pour les visiteurs effectuant des achats conséquents à la boutique du stand.
- Des **goodies** pour les consommateurs.

Poursuite de l'action

Les kits de communication adhérents et point de vente évolueront en 2014 avec la nouvelle charte Mangeons local en Ile-de-France.



Les Moyens Media

En 2013, l'accent a été mis sur les moyens de communication pour la marque produit et le label restauration. Des

partenariats ont donc été mis en place avec des acteurs de la presse, et de l'affichage urbain.

RÉALISÉ

Insertion presse

- **Le Yam**: Pour la 3^e année consécutive, Achat d'espace dans les 5 numéros 2013.
 - **Diffusé à 25 000 exemplaires**.
- **Cible**: 70% professionnels, 30% grand public (plutôt une cible d'avertis, connaisseurs et amateurs de plats gastronomiques)
- **Régal**: Une parution dans le numéro de septembre 2013
 - **Imprimé** à 305 000 exemplaires
 - **Cible**: grand public
- **Bottin Gourmand**: référencement des 74 premiers restaurants labellisés pour l'édition parue en novembre 2013 et Présentation du label sur le marque-page de l'ouvrage, diffusion à 30 000 exemplaires.

Insertions publicitaires dans les supports des événements partenaires

- Deux insertions dans le support édité par les Jeunes Agriculteurs lors du Festival de la Terre,
- Une insertion dans le support de la Balade du Goût 2013.





Affichage

A l'occasion des Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France, et de la Fabuleuse Fête, partenariats avec la Mairie de Paris et le Comité Régional du Tourisme d'Ile-de-France pour deux campagnes d'affichage public dans Paris.

- **Mairie de Paris et le réseau JC Decaux:** 440 points d'affichage (Sucette) dans Paris du 11 au 24 septembre 2013.
- **Comité Régional du Tourisme et le Réseau Insert:** 1800 points d'affichage (commerces de proximité principalement) dans Paris du 16 au 22 septembre 2013.
- Deux partenariats hautement stratégiques pour la visibilité des actions menées par le CERVIA à renouveler en 2014.

Partenariat numérique

Dans le cadre du lancement du label Des Produits d'Ici Cuisinés Ici, partenariat avec Lafourchette.com.

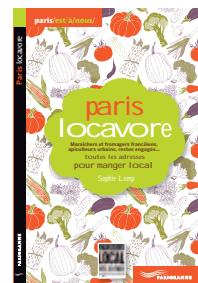
Partenariat d'échange de moyens:

- Référencement des restaurants labellisés et rubrique dédiée pour faciliter leur référencement sur le site Lafourchette.com
- Mise en place d'un pictogramme sur les restaurants labellisés la fourchette.com directement depuis le site Internet Mangeonslocal-en-idf.com permettant la réservation en direct



Edition

Guide du Paris Locavore, avec les Editions Parigramme : Un guide 100% locavore avec la présentation des 50 premiers restaurateurs agréés, de producteurs, artisans et points de vente majoritairement adhérents à la démarche collective.



Ouvrages diffusés lors des événements du CERVIA, en cadeaux au grand public lors des jeux concours organisés, aux Elus du Conseil régional...

Partenariat avec l'achat de 2500 ouvrages spécifiquement édités avec le logo Mangeons Local en Ile-de-France, le logo du CERVIA ainsi qu'une page de publicité relative à la démarche collective.

Création d'une plateforme de marques

RÉALISÉ

Evolution du logo CERVIA Paris Ile-de-France

Evolution du logo du CERVIA, créé en 2007, pour intégrer la charte graphique émise par le Conseil régional à ses organismes associés.

CERVIA

ile de France

Un appel à consultation pour créer une plateforme de communication cohérente

Lancement en juin 2013 d'un appel à consultation afin de cadrer les messages et communiquer de façon pertinente pour la création d'une plateforme de marques ayant permis de retenir une agence de communication pour les 3 ans à venir.

En septembre à l'occasion des Semaines du manger local, apparition pour la première fois de l'identité visuelle **MANGEONS LOCAL EN ILE-DE-FRANCE**.

Une identité visuelle qui résume la mission que s'est donnée le CERVIA il y a 7 ans: fédérer les entreprises du secteur, de l'amont agricole à l'aval, et les accompagner dans leur développement, avec son expertise et l'aide de la Région.



Le CERVIA récompensé pour son dispositif de communication

Le 21 novembre 2013, prix de la catégorie Dispositif de Communication attribué à la communication **MANGEONS LOCAL EN**

« Le jury **salue le dispositif complet** qui, au-delà d'une opération de communication réussie, voit la création d'une véritable filière de distribution et de diffusion de produits de qualité. La triangulaire producteurs/distributeurs, restaurateurs et consommateurs est maligne pour activer tous les leviers nécessaires au succès de l'opération. Le jury a été en outre séduit par la qualité graphique du dossier. Du beau au service du sens ! » **Un prix encourageant pour la démarche et sa communication !**

La démarche « Mangeons local en Ile-de-France », c'est la défense et illustration du terroir francilien à travers ses produits et ses hommes. Elle vise à soutenir l'agriculture et l'alimentation régionale, donc son économie, à réduire les coûts de transport, limiter les émissions de Co2 et rétablir la confiance entre les consommateurs et les professionnels des métiers de l'alimentation.

Se positionner d'emblée comme une démarche « publique » et non une action promotionnelle: on ne « vend » rien, ceci impliquant le « parler vrai » tant dans les mots (on n'énonce que des vérités vérifiables) que dans les images: univers graphique évoquant la tradition culinaire revisitée par la modernité.

Déclinaison des outils print et numériques autour de Mangeons Local en Ile-de-France, avec notamment la page Facebook et le site Internet dédié au grand public



**“ Le jury
salue le dispositif complet pour la création d'une véritable filière de distribution et de diffusion de produits de qualité ”**



L'accompagnement des entreprises adhérentes

L'ADHÉSION DES ENTREPRISES

Les entreprises agricoles et alimentaires

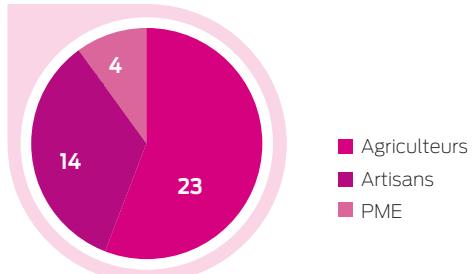
Situation adhésion cumulée fin 2012: 149 adhésions actives – perte de 1 entreprise.

Objectif à fin 2013: 200 entreprises cumulées.

Objectif pour année 2013: 51 adhésions nouvelles à réaliser.

RÉALISÉ

- 41 nouvelles adhésions lors de 7 commissions d'agrément:
- 32 déplacements en entreprises.



NOUVELLES ADHÉSIONS



BILAN

186 adhésions actives – perte cumulée de 5 entreprises.

Situation adhésion Charte Alimentaire

SITUATION TOTALE :

AU 23 DÉCEMBRE 2013	ACTIFS	AYANT ADHÉRÉ
Total	186	191

SITUATION PAR ANNÉE :

ANNÉE D'ADHÉSION	ACTIFS	ADHÉSIONS ANNUELLES
2011	69	72
2012	76	78
2013	41	41

Situation adhésion active par département

DÉPARTEMENT	NOMBRE	DONT BIO
75	13	4
77	73	17
78	39	11
91	23	6
92	6	
93	2	1
94	7	1
95	23	3
Total	186	43



Situation adhésion active par secteur d'activité et par département

EXPLOITANT AGRICOLE	NOMBRE	DONT BIO
75		
77	55	11
78	27	7
91	15	6
92		
93		
94	4	1
95	14	1
Total	115	26

ARTISAN	NOMBRE	DONT BIO
75	13	4
77	12	5
78	6	2
91	5	
92	4	
93	1	1
94		
95	2	1
Total	43	13

IAA	NOMBRE	DONT BIO
75		
77	6	1
78	6	2
91	3	
92	2	
93	1	
94	3	
95	7	1
Total	28	4

Les restaurateurs

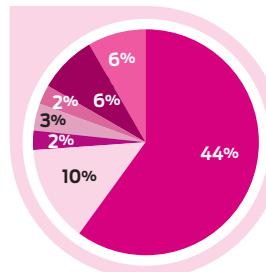
RÉALISÉ



■ 76 adhésions en 2013 grâce à 11 commissions d'agrément

■ 110 visites en entreprise pour présenter la démarche et accompagner l'adhésion.

Il faut noter que 2 dossiers d'adhésion ont été suspendus en 2013



■ Paris
■ Seine-et-Marne
■ Yvelines
■ Hauts-de-Seine
■ Essonne
■ Val-de-Marne
■ Val d'Oise

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Nombre d'adhésions en 2013: 76 (corrigé à 74) adhésions et en cumulé: 82.

“ Une très belle première année pour le label restauration qui reçoit un bon accueil auprès des professionnels, occasion de se démarquer de la concurrence et de communiquer avec une caution institutionnelle vers le grand public.

BILAN

Une très belle première année pour le label restauration qui reçoit un bon accueil auprès des professionnels, occasion de se démarquer de la concurrence et de communiquer avec une caution institutionnelle vers le grand public.

Poursuite de l'action

Objectif 2014 : 150 adhésions en cumulé.

LES VISITES DE SUIVI

Les visites de suivi des entreprises agréées ont pour objectif d'accompagner l'adhérent dans une démarche de progrès. Les critères de la charte sont revus avec

lui, afin de faire le point sur son adhésion et également de l'orienter vers des dispositifs d'aide adaptés à ses besoins.

RÉALISÉ

■ 49 entreprises à voir
■ 41 entreprises validées

Poursuite de l'action

Poursuite des visites de suivi en 2014, avec une augmentation de l'objectif (100) et le démarrage des visites de suivi pour les restaurateurs (29) et pépiniéristes/horticulteurs (15)

LE RÉFÉRENCEMENT ET LA QUALITÉ DES PRODUITS SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE

Volet essentiel de la stratégie: les produits agréés SAVEURS PARIS ILE DE FRANCE. Les commissions valident la qualité et le goût des produits afin de garantir aux consommateurs des produits correspondant aux valeurs de la marque SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE.

Ainsi l'origine des matières premières, la formulation des produits ou encore le goût sont notés d'après une grille établie par le prestataire et validée par le CERVIA. **Situation adhésion cumulée agrément produits fin 2012** = 493 produits et 43 gammes Fruits & Légumes.

RÉALISÉ

- 14 commissions « produit »
- 68 entreprises demandeuses d'agrément d'un ou plusieurs produits
- 238 nouveaux produits agréés
- 28 nouvelles gammes de fruits et légumes agréées

BILAN

Situation agrément produits fin 2013 = 698 produits et 71 gammes fruits et légumes

Répartition des produits par typologie

LOGO ATTRIBUÉ	NOMBRE DE PRODUITS
Produit en IDF	430
Pruiduit en IDF BIO	92
Élaboré en IDF (IAA)	91
Produit artisanal d'IDF	156



ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES ADHÉRENTES À LA DÉMARCHE

Mise en place de quatre événements phares ayant pour but d'animer le réseau.

Le jour des Talents

Le 17 juin 2013, au Conseil régional d'Ile-de-France, organisation d'une journée dédiée aux adhérents, aux distributeurs partenaires ainsi qu'aux prospects.

L'objectif: faire un point sur la démarche, les événements à venir et les thématiques ou problématiques à travailler



“ Mise en place de quatre événements phares ayant pour but d'animer le réseau. ”

DISPOSITIF



- Un format conférence avec deux tables rondes pour faire le point sur la démarche à date, présenter les grands éléments à venir (Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France) et faire remonter les attentes des Talents.
- Des ateliers dégustations: fruits, légumes, produits sucrés et fromages 100% Saveurs Paris Ile-de-France
- Une scénographie des produits agréés SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE,
- Une Remise des Prix du Concours Général Agricole 2013 en présence de Marion Zalay, Directrice de la DRIAAF
- La réalisation d'un livret de 16 pages consacré à la démarche
- Présentation des Semaines du Manger Local en Ile-de-France

BILAN

111 inscrits dont 58 Talents - 75 personnes présentes (Hors CERVIA) dont 34 Talents d'Ile-de-France.

Taux de retour des questionnaires : 28 réponses soit 11.1% de taux de retour.

25 réponses positives des Talents pour une participation aux Semaines du Manger Local en Ile-de-France.

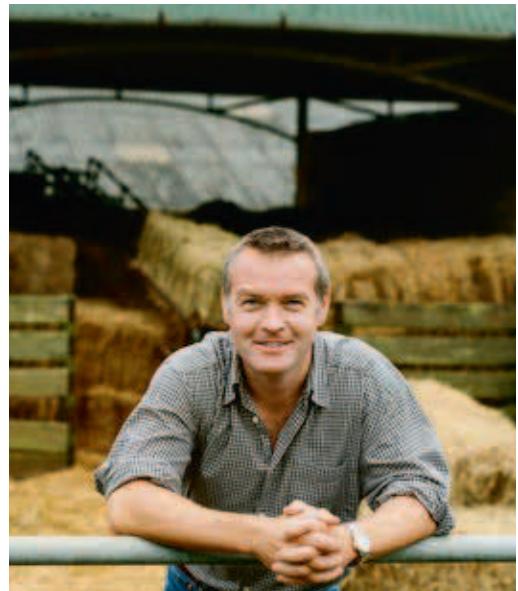
Une nouvelle édition du Jour des Talents est prévue en 2014.

Les Ateliers du Bio

Organisation d'une journée découverte « l'agriculture biologique » (maraîchage biologique, légumes de pleins champs, grande culture biologique, arboriculture) en partenariat avec le GAB.

RÉALISÉ

- Une demi-journée: Rencontre échange autour de la découverte de pratiques plus respectueuses de l'environnement avec un exploitant engagé dans l'agriculture biologique depuis plus de 30 ans
- Lieu : SCEA Vergers de Cossigny; productions : grandes cultures – arboriculture – maraîchage – atelier poules pondeuses – 77173 CHEVRY COSSIGNY
- 6 inscrits pour 5 entreprises - 3 personnes présentes (Hors CERVIA-GAB et exploitant accueillant)



BILAN

- Une participation insatisfaisante
- Les entreprises présentes ont apprécié l'initiative et trouvé les échanges positifs

Les rencontres Entreprises

Premières rencontres entreprises le 15 novembre 2013, au Conseil régional d'Ile-de-France entre les adhérents à la démarche et différents acteurs de la distribution.

RÉALISÉ

- Des rencontres au format de 30 minutes, établis en amont et timés de façon à ce que chaque entreprise présente rencontre 3 acheteurs et chaque acheteur rencontre 6 entreprises.
- 25 entreprises présentes
- 15 acheteurs présents
- Environ 60 rendez-vous sur place



BILAN

Une première manifestation très positive : format des rencontres apprécié, une volonté unanime pour participer aux prochaines (fin mai 2014)

Le Lancement du Concours régional de l'Innovation Alimentaire

4^e édition du Concours régional de l'Innovation Alimentaire de Paris Ile-de-France, pour l'année 2014, événement bi-annuel en amont du SIAL, lancé en 2008, Restructuration des prix pour répondre au mieux aux tendances de consommations

actuelles: Art Culinaire et Gastronomie, Patrimoine Francilien, Prêt à manger Pratичité Design et enfin Concept.

En 2014, accent mis sur l'accompagnement des entreprises tout au long de leur candidature.

RÉALISÉ

- Une conférence de lancement afin de mobiliser les entreprises, présenter les objectifs du Concours ainsi que les tendances 2013-2014
- Un temps d'échange autour d'un cocktail préparé par un Chef labellisé Des Produits d'Ici Cuisinés Ici
- Environ 60 personnes présentes: dont 23 entreprises et 15 institutionnels

Poursuite de l'action

- > *Rendu des dossiers : 30 avril 2014*
- > *Sélection des finalistes et Lauréats : mai 2014*
- > *Remise des prix : 26 mai 2014*





La stratégie de distribution des produits

Les distributeurs partenaires

2011; entrée dans la démarche de Terre Azur, partenaire privilégié dans la distribution de fruits et légumes qui effectue un relais constant auprès de ses clients.

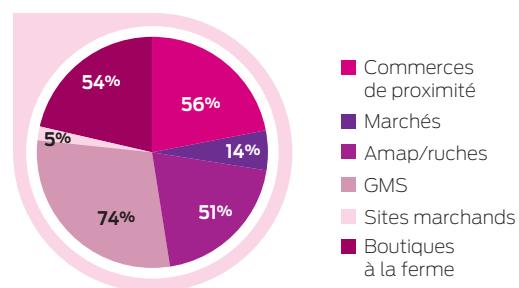
2012 ; lancement du concept de Casino « Le Meilleur d'Ici » proposant ainsi un rayon entièrement dédié aux produits d'Ile-de-France, en partenariat avec la démarche du CERVIA

Pour 2013, sollicitation et rencontres de 18 distributeurs alimentaires souhaitant s'appuyer sur le travail de réseau du CERVIA et de sa démarche collective. Adhésion de 6 d'entre eux à la démarche Mangeons Local en Ile-de-France, avec la signature de charte d'engagement :

- Primeurs Passion
- Les Vergers St. Eustache
- Les Halles Trottement
- Maurice Charraire
- NP2R (monmarché. fr ; tousprimeurs. com)
- Food Europe

Le référencement des points de vente

- Accentuation du travail de référencement des points de vente, notamment auprès des commerces de proximité et ceci grâce au Semaines du manger local et à la visibilité accordée aux points de vente sur le nouveau site internet: mangeonslocal-en-idf. com.
- 62 visites en entreprises pour l'adhésion à la démarche des points de vente.



254 POINTS DE VENTE RÉFÉRÉNCÉS

Les actions événementielles grand public



LES ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR LE CERVIA

Le Salon International de l'Agriculture

2013, 50^e anniversaire du Salon International de l'Agriculture. Une édition exceptionnelle marquée par les deux ans de SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE et le lancement du label Des Produits d'Ici Cuisinés Ici.

Rappel des objectifs

- faire progresser la notoriété des produits SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE
- communiquer sur le tourisme vert, et sur la vie agricole et alimentaire de l'Ile-de-France.

Les grands chiffres du SIA 2013 :

- 693 752 visiteurs : +1,84 % vs 2012
- Journée record pour le salon : samedi 2 mars avec 113 609 visiteurs
- 115 308 visiteurs professionnels : +11,93 % vs 2012
- 1 800 journalistes sont venus sur le salon pendant les 9 jours
- 7 900 retombées presse tous médias confondus : +3,5 % vs 2012

RÉALISÉ

Les chiffres clés

- **408 m² réservés** (vs 267,28 m² en 2012 soit +52%)
- **210 m² de surface de vente** (vs 190,78 m² en 2012 soit +20 m²). Les stands de vente aux couleurs de la marque.



- **198 m² d'espace institutionnel** (vs 76,5 m² en 2012 soit +121,5 m² : un espace plus que doublé)

143 m² d'espace Prestige :

- Une boutique de produits Saveurs Paris Ile-de-France
- Un atelier découverte pour les enfants
- Un espace culinaire dédié aux dégustations
- Un espace VIP

+ 55 m² d'espace Place de village (m² offerts)

- Des espaces végétalisés représentant les paysages de l'agriculture en Ile-de-France

“ 21 délégations politiques ont été accueillies sur le Stand Ile-de-France ”

“ Plus de 80 produits Saveurs Paris Ile-de-France proposés à la vente ”



Les exposants

28 exposants (vs 24 en 2012) pour 23 stands de vente (vs 21 en 2012)

- 7 nouveaux exposants présents en 2013
 - Brûlerie Caron
 - Cressonex
 - Les Nicettes
 - La Bergerie Nationale
 - Les Deux Gourmands
 - Bio-Ferme Nord-Yvelines
 - Eric Sarrazin

Des animations travaillées pour sensibiliser les visiteurs

La boutique Saveurs Paris Ile-de-France : une première pour l'Ile-de-France !

- Plus de 80 produits Saveurs Paris Ile-de-France proposés à la vente
- Une offre repas: sandwich + jus de pomme + yaourt et une offre crêpe à emporter
- >*Une très belle vitrine pour promouvoir la marque et accueillir les visites politiques et la presse*
- >*Un investissement lourd et une logistique compliquée pour un chiffre d'affaires faible.*

L'atelier découverte enfants :

- 7 ateliers par jour soit 380 enfants sur l'ensemble du salon
- Découverte des produits de la région et Réalisation d'une recette
- Remise d'une carte postale et d'un diplôme à chaque participant
- >*Un bon outil; Une présence continue sur l'ensemble de la semaine*



L'espace culinaire:

- Un espace dédié aux démonstrations de cuisine orchestrées par les CFA, les écoles hôtelières et les chefs des restaurants adhérents au label DES PRODUITS D'ICI CUISINÉS ICI.
- 1 lycée présent deux jours durant le salon: Lycée Guillaume Tirel (Paris 14^e)
- 2 Syndicats professionnels : les Bouchers de Paris et les Vignerons Franciliens Réunis
- 7 Restaurateurs adhérents au label
- 5 confréries présentes ayant animé l'espace Prestige avec des dégustations de produits et des intronisations.

La nocturne:

- Animation par la troupe de danseurs et musiciens « les danseurs de la Brie »



La communication

2 excellents Outils de Communication:

- Des fiches recette,
- Une carte des adhérents

Des achats d'outils de communication sur le salon pour générer du trafic sur l'espace

- Pack web: bouton publicitaire sur la page d'accueil du site Internet du Salon International de l'Agriculture et sur 3 newsletters
- ½ page sur la 1re de couverture du Grand Plan de Visite édité à 400 000 exemplaires

Une dynamique de relations médias forte

- 1 communiqué d'annonce début janvier
- 1 dossier de presse complet début février
- Diffusion à 450 journalistes





Les lauréats du concours général agricole

12 médailles pour les produits fermiers d'Ile-de-France au Concours Général Agricole 2013, en hausse vs. 2012, dont deux nouvelles catégories : jus de pommes et safran.

CATÉGORIE BIÈRE

Médailles d'or

Bière Blanche: Brasserie Parisis – Parisis Blanche

Bière Blonde: Brasserie de la Vallée de la Chevreuse – Volcelest Blonde

Bière Ambrée: Rabourdin Hubert – Bière de Brie Ambrée

Médailles de Bronze

Bière Blanche: Rabourdin Hubert – Bière de Brie Blanche

Bière Ambrée: Ferme Brasserie du Vexin – La Vexinoise ambrée

CATÉGORIE JUS DE POMMES

Médaille d'argent

Jus de pomme artisanal ou industriel : SCEA Les cueillettes de Plessy – Pur jus de pommes de la cueillette

CATÉGORIE SAFRAN

Médaille d'argent

GAEC des Rochettes – Safran du Gâtinais Français

CATÉGORIE PRODUITS LAITIERS

Médailles d'argent

Fromage de chèvre à pâte molle et à croûte fleurie: Ferme de la Tremblaye – Chèvredou - douceur de chèvre

Fromage frais faisselle: Domaine de Grignon – Faisselle fermière

Brie AOP: Compagnie Fermière Benjamin et Edmond de Rothschild – Brie de Melun

Médailles de Bronze

Yaourts aromatisés: Domaine de Grignon -Yaourt à la vanille

Yaourts aux fruits: Domaine de Grignon -Yaourt à l'abricot



BILAN

- Une belle édition, avec notamment un espace Prestige en place centrale, très apprécié par sa configuration
- Une rentabilité en terme de chiffre d'affaire très moyenne pour les exposants mais le SIA est une excellente vitrine de promotion et de notoriété
- Une excellente appréciation pour l'organisation menée par le CERVIA (supérieure à l'édition 2012).
- 37 retombées presse dédiées dont un sujet 100% Mag de M6 et 3 reportages pour les JT de France 3 Ile-de-France., la boutique jouxtant l'espace cuisine ayant joué un rôle très positif dans la perception.

Les Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France et la Fabuleuse Fête du Manger Local

Une Grande première: les Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France du 14 au 29 septembre 2013.

L'objectif: faire consommer des produits d'Ile-de-France aux franciliens dans l'ensemble des départements de la région.

Point d'orgue de ces semaines, la Fabuleuse Fête du Manger Local sur les Berges de Seine à Paris : un grand marché de produits du terroir, des démonstrations culinaires dans un cadre propice à la détente et à la découverte.

Première expression graphique et de communication autour de la plateforme de marque Mangeons Local en Ile-de-France.



RÉALISÉ

Les Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France

Un large travail de prospection afin de recruter les participants avec 29 visites en entreprises

Un accueil globalement favorable, et un taux de participation ayant dépassé les objectifs fixés.

“ Un grand marché de produits du terroir, des démonstrations culinaires dans un cadre propice à la détente et à la découverte. ”

OBJECTIFS

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PARTICIPANTS

70 Points de vente
50 Restaurateurs
25 Casino
15 Événements

RÉALISÉ

92 Points de vente
59 Restaurateurs
45 Casino
50 Ruches qui dit Oui
43 Primeurs
15 ateliers de cuisine, portes ouverte et marché organisés
70 restaurants de collectivité

PARTICIPANTS AU JEU

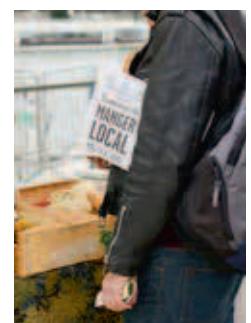
20 réponses par établissement
soit 3 000

2 651 bulletins reçus complétés

RETOMBÉES MEDIA

50 dont 1 télé et 2 passages radio

68 retombées dont 3 TV et 5 radios



“ Des restaurateurs mobilisés : 59 restaurants adhérents présents ”



Une large participation des points de vente

Des restaurateurs mobilisés

- 59 restaurants adhérents
- Du côté de la restauration collective, et avec le concours de notre partenaire distributeur Terre Azur, 70 restaurants d'entreprises

Un Jeu Concours pour mobiliser et sensibiliser les consommateurs

Mise en place d'un jeu concours avec un séjour gourmand à gagner à l'Hôtel du Sauvage (77), des paniers gourmands et des guides Paris Locavore

Un jeu concours pour les professionnels participants (points de vente et restaurants)

- Mise en place d'un jeu concours auprès des points de vente et des restaurants participants, afin de motiver la mise en place des kits de communication
- Un gagnant dans chaque catégorie :
 - Joël Teinturier, l'Hôtel du Sauvage, La Ferté Gaucher (77) dans la catégorie Restaurateur
 - Guillaume Potherat, la Galerie des Pains à Barbizon (77) dans la catégorie Point de vente

Des événements partenaires :

15 ateliers cuisine, marchés de pays, manifestations labellisées Semaines du Manger Local.

LES PARTENAIRES DE L'ÉVÉNEMENT :

D'importants partenariats noués pour cette opération

- Le Comité Régional du Tourisme: Encart dans l'édition du mois de septembre du magazine « Bougez », article sur le site Internet et mise à disposition de 1800 faces au sein du Réseau Insert dans Paris (commerces de proximité).
- Le Crédit Mutuel: 2 chèques de 700€ pour les gagnants du concours professionnel et un accompagnement financier en tant que partenaire de l'événement
- La Mairie de Paris: mise à disposition de 440 faces de Panneaux Decaux, et aide à la recherche du lieu dans Paris pour réaliser la Fabuleuse Fête.





LA COMMUNICATION AUTOUR DE L'ÉVÉNEMENT:

POINTS DE VENTE	RESTAURANTS	ÉVÉNEMENTS
Fanion extérieur	Fanion extérieur	Fanion extérieur
Affiche	Affiche	Affiche
Urne Bulletins	Urne Bulletins	Urne Bulletins
Stop Rayon	Autocollant pour menu	
(Sacs)	Chevalet de comptoir	
	Sacs	

300 Kits de communication diffusés

- Journal imprimé à 52 000 exemplaires

Achat d'espace

5 Insertions publicitaires pour donner de la visibilité à l'opération,

- Annonce presse Régal
- Annonce presse YAM
- Annonce presse Le Parisien
- Insertion dans les supports imprimés pour les Festivals de la Terre

Et l'Affichage urbain dans le cadre des partenariats

- Affichage INSERT
- Affichage DECAUX (focus sur la Fabuleuse Fête)

Communication numérique

- mangeonslocal-en-idf.com mis en ligne le 26 août 2013 avec critère de recherche sur l'événement; nouveau site internet dédié au grand public
- La Page Facebook
- Des Bandeaux diffusés sur sites internet partenaires (CMAP, La Fourchette...)

Relations Presse

- Un communiqué de presse d'annonce en juillet
- Un dossier de presse au format journal diffusé à 300 journalistes
- Une Conférence de presse le 11 septembre au Vin qui Danse en présence de Yannick Alléno et Lyne Cohen-Solal.

68 retombées médias comptabilisées dont 3 TV et 5 passages radios. Un excellent résultat pour une première édition !



La Fabuleuse Fête du Manger Local, 21 et 22 septembre sur les Berges de Seine

LE DISPOSITIF

Lieu

Validation des Berges de Seine, quelques semaines après leur inauguration, comme lieu favorable à la mise en place de ce bel événement, dans le cadre du partenariat avec La Mairie de Paris.

26 stands de produits franciliens

Parmi eux des produits phares tels que le jambon de Paris, les Bries, le cresson, les pommes et poires, des sorbets, macarons, caramels, des fruits et légumes ainsi que des glaces et sorbets.

Un exceptionnel engouement des visiteurs, des exposants dévalisés avant même la fin de la première journée.

3 ateliers

- 1 atelier enfants animé par le Cervia
- 1 atelier sur le goût animé par la SRHM (société régionale horticole de montreuil)
- 1 atelier sur le « bien-manger » animé par Casino



Une balade gourmande en présence de Jean-Paul Huchon, Lyne Cohen-Solal, Marie Richard et 80 invités le dimanche 22 septembre a mis en lumière les exposants et les animations proposées.

Une mise en scène et Signalétique modernes intégrant les codes de la nouvelle plateforme de communication

5 nouvelles fiches recettes éditées

L'édition du premier Journal en 52 000 ex

En synthèse, la Fabuleuse Fête ce sont

> 7 000 Journaux distribués

> 990 bulletins remplis

> 25 000 visiteurs

> 110 enfants ayant participé à l'animation atelier

BILAN

- Un vif succès pour ces premières Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France et la Fabuleuse Fête du Manger Local
 - Un taux de participation des professionnels ayant largement dépassé les objectifs
 - Le lieu unique des Berges de Seine, sous une météo clément favorisant la réussite de l'opération.
 - Satisfaction des points de vente et des restaurants participants : un accueil favorable du grand public sensible à la démarche
 - Des kits de communication et en particulier le journal et les sacs en tissu très appréciés.
 - Des retours très positifs des exposants de la Fabuleuse fête du manger local avec un fort engouement pour participer à la prochaine édition.
- Un bilan plus qu'encourageant pour l'édition 2014 !

“Un exceptionnel engouement des visiteurs, des exposants dévalisés avant même la fin de la première journée”



Un Camion cuisine de rue

Premier 'food truck' - Bugelski – à adapter sa carte des bagels avec des ingrédients 100% d'Ile-de-France.

Un Franc succès !

Une cuisine animée par 4 chefs Des Produits d'Ici Cuisinés Ici

Élaboration par 4 chefs labellisés tout au long du week-end de bouchées et d'en-cas préparés à la minute avec les produits des exposants. L'occasion pour les chefs d'exprimer leur art en plein air et pour les visiteurs, l'occasion de goûter une cuisine élaborée et savoureuse à partir de produits d'Ile-de-France.

Un conteur pour divertir les visiteurs en leur racontant des anecdotes propres au territoire d'Ile-de-France, des produits emblématiques : bonne humeur et détente au programme.

LES ÉVÉNEMENTS EN PARTENARIAT

RÉALISÉ

Omnivore

- Partenariat du CERVIA avec Omnivore - rendez-vous mondial de la jeune cuisine - dans le cadre du défi créatif, en association avec d'autres partenaires comme Châteaux & Hôtels Collection.

La Fête de Coulommiers

- Mise à disposition par le CERVIA de 10 bâches SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE, ainsi que des kakémonos de la marque et du label DES PRODUITS D'ICI CUISINÉS ICI, de cartes et de flyers.

La Fête du Pain

- Mise en place d'un partenariat financier avec les jeunes agriculteurs afin de permettre de valoriser la filière blé-farine-pain et faire le lien avec les produits SAVEURS PARIS ILE DE FRANCE.

Les Heures Heureuses



- Pour la deuxième année consécutive, la Mairie de Paris a organisé, dans 160 restaurants, bistrots, caves à vin l'opération « Les Heures Heureuses », des parcours gourmands dans Paris avec des bouchées à 2€.
- Partenariat d'échange de moyen visant à valoriser le label avec 3000 sacs en tissu (fabriqué en IDF), une carte des restaurants adhérents, disponible dans les restaurants participants, 7 restaurants labellisés participant à l'opération et à la valorisation du label DES PRODUITS D'ICI CUISINÉS ICI sur tous supports de communication.

Fêtes des Jeunes Agriculteurs

- Partenariat financier auprès des deux Festivals de la Terre organisés par les Jeunes Agriculteurs
- Présence d'une insertion publicitaire dans les supports imprimés, pour les Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France
- Signalétiques SAVEURS PARIS ILE-DE-FRANCE mise en place sur les 2 événements.

Balade du Goût

- Partenariat financier avec les Chambres d'Agriculture de Seine-et-Marne et Interdépartementale d'Agriculture d'Ile-de-France, valorisant la marque produit SAVEURS PARIS IDF,
- Présence de la marque sur tous les supports de communication dédiés à la Balade du goût

“ Présence de la marque sur tous les supports de communication dédiés à la Balade du goût ”

Journée Nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire 16 octobre

Sollicité par la Mairie de Paris pour participer à la première journée mondiale de lutte contre le gaspillage alimentaire sur la place de la République à Paris, mise en place d'un dispositif concret de lutte anti-gaspi

- Démonstrations de 4 chefs du label et 3 chefs invités par la Mairie de Paris dans un container cuisine.
- Challenge: cuisiner les invendus fruits et légumes de Rungis, en faisant zéro déchet
- Relais tout au long de la journée sur la page Facebook avec les astuces des chefs : 110 « likes » et 46 partages de l'information depuis la page Facebook de Mangeons Local en Ile-de-France.
- 3 retombées médias dont une interview radio.



Participez à la
Journée nationale
de lutte contre
le gaspillage alimentaire

le 16 octobre 2013



EN FRANCE, PLUS DE SEPT MILLIONS DE TONNES DE DÉCHETS ALIMENTAIRES SONT JETÉS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE : CETTE JOURNÉE EST L'OCCASION DE RÉUNIR ET DE MOBILISER TOUS LES ACTEURS ET INITIATIVES POUR LUTTER ENSEMBLE ET ATTEINDRE L'OBJECTIF FIXÉ PAR GUILLAUME GARDOT : RÉDUIRE DE MOITIÉ LE GASPILLAGE D'ICI À 2025



La démarche Plantes d'Ile-de-France

L'adhésion

RÉALISÉ

5 adhésions en 2013 dont AREXHOR Seine-Manche, le Lycée Agricole de Saint-Germain en Laye, un horticulteur et deux pépiniéristes. Plantes d'Ile-de-France compte 23 adhérents à ce jour.

La promotion et la communication

RÉALISÉ

- Un argumentaire destiné aux professionnels, initialement créé en 2012 est réédité et fourni avec le kit de communication comprenant
 - un argumentaire professionnel
 - une voile avec un pied
 - une bâche
 - une affiche horticulteur ou pépiniériste
- 3 kits de communication envoyés.
- Réédition de l'opération Sainte-Catherine, avec la réalisation d'un communiqué de presse

Les salons

- Accompagnement des horticulteurs et pépiniéristes au Salon du Végétal durant de nombreuses années dans le cadre

de stands collectifs. En accord avec les professionnels, pas d'accompagnement sur l'édition 2013 et réflexion sur une nouvelle stratégie d'accompagnement salon

- Visite exploratoire du salon Paysalia (salon bi-annuel en décembre à Lyon) – accompagnement de 4 entreprises, du conseil horticole, et du GIE Pépinières franciliennes.

Accompagnement dans la structuration des débouchés

À la suite à l'identification, en accord avec les professionnels, de deux cibles d'actions prioritaires en terme de mobilisation des débouchés (collectivités et jardineries) :

- Création d'un groupe de travail de professionnels auquel le Cervia participe pour la création d'une charte de promotion des produits horticoles d'Ile-de-France auprès des collectivités

Objectif de cette charte : faciliter la compréhension de l'offre de végétaux du territoire lors des appels d'offre, mobiliser les institutionnels.

RÉALISÉ

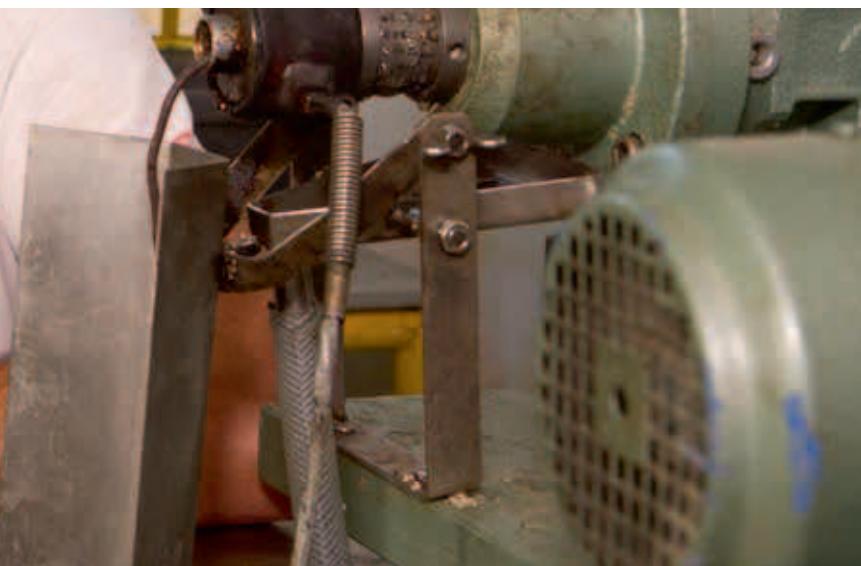
- 3 réunions du groupe de travail
- 2 rencontres de la DRIAFF et DIRECCTE pour avis et validation de la charte



Accompagner les Filières et les entreprises

CŒUR DE MÉTIER DU CERVIA, L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES AU QUOTIDIEN, PREND LA FORME D'INTERVENTIONS À DEUX NIVEAUX:

- **Accompagnement collectif:** accompagnements sur des salons professionnels, des organisations professionnelles ou partenaires dans leur problématique, mise en œuvre d'actions collectives et tout particulièrement la démarche collective Mangeons Local en Ile-de-France et aussi ateliers, clubs.
- **Accompagnements individuels** avec les différents dispositifs régionaux.





Les Salons professionnels

Le SIRHA

Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation

L'objectif de la participation au SIRHA, salon professionnel bi annuel qui se déroule à Lyon: apporter de la visibilité

aux entreprises agroalimentaires franciliennes auprès des acheteurs de la RHF et de la gastronomie

“ Apporter de la visibilité aux entreprises agroalimentaires franciliennes auprès des acheteurs ”

RÉALISÉ

Surface d'exposition

- 97,75 m² réservés (vs 81 m² en 2011 soit +20%)
- Pas d'espace institutionnel

Exposants

- 6 exposants, soit le même nombre qu'en 2011. deux nouveaux exposants par rapport à l'édition précédente

Communication

- Un catalogue exposants
- Un communiqué de presse envoyé à la presse professionnelle

BILAN

- Un salon dont la notoriété la qualité des visiteurs rend la présence des exposants en recherche de débouchés en RHF essentielle



- Organisation jugée satisfaisante pour les exposants qui saluent aussi bien la préparation que l'accompagnement sur place.

Le SIAL

Salon International de l'Agroalimentaire

Préparation de l'édition 2014

- SIAL 2014 19 au 23 octobre à Villepinte, Rendez-vous incontournable des professionnels de l'alimentation,
- Réservation des emplacements: Région de France, pôle Traiteur, épicerie fine et pro-

ducts laitiers.

- Lancement en fin d'année d'un appel à consultation auprès des standistes pour la réalisation du pavillon Ile-de-France ainsi que la prospection auprès des entreprises.

Projets et actions collectives



PROJETS RÉSULTANT D'UN ENGAGEMENT D'UNE ORGANISATION PROFESSIONNELLE

Actualisation du GBPH Chocolatiers

Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène

RÉALISÉ



La première partie de cette étude d'actualisation a été inscrite dans le cadre du plan de soutien CERVIA/DRIAAF en réalisant une étude pilote en Ile de France.



- En 2013, diagnostics auprès de 6 entreprises franciliennes représentatives de la profession sur « Plan de maîtrise sanitaire », menés par le CLAQ Ile de France, diagnostics ayant abouti à un état des lieux des pratiques d'hygiène et de fabrication, base de l'analyse des dangers physiques, chimiques et biologiques des produits et procédés mis en œuvre.
- Validation de chaque étape de cette étude par les professionnels et le comité de pilotage du projet dont fait partie intégrante le CERVIA.

“En 2013, diagnostics auprès de 6 entreprises franciliennes représentatives de la profession”

- Sollicitation de La Confédération Nationale des Chocolatiers Confiseurs de France pour l'actualisation de son guide de bonnes pratiques d'hygiène.
- Un premier guide élaboré en 2000 nécessitait une mise à jour, sur le plan technique avec les procédés de fabrication qui ont évolué, et sur le plan scientifique et réglementaire avec la mise en œuvre du paquet hygiène en 2006.

Poursuite de l'action

> *Seconde partie de l'étude qui consiste en la rédaction :*

- *De fiches de bonnes pratiques d'hygiène et des points de maîtrise particuliers identifiés dans les différents process.*
- *De procédures de traçabilité, retrait et rappel de produits.*

> *Action soutenue par la Région Ile de France dans le cadre de l'aide régionale à l'alimentation de qualité, volet collectif.*

PROJET RÉSULTANT DE SOLICITATIONS DE PARTENAIRES EXTÉRIEURS

Performance Industrielle

“ Accom-
pagner sur
une période de
plus de 2 ans
au moins 40
entreprises
dans l'amélio-
ration de leurs
performances
par la réduction
des gaspil-
lages ”

Initiée en 2011 au niveau national conjointement par l'ACTIA et la Direction Générale de l'Industrie et des Services avec pour objectif d'accompagner sur une période de 2 ans au moins 40

entreprises dans l'amélioration de leurs performances par la réduction des gaspillages du fait de la mise en place des outils du Lean Management.

RÉALISÉ

- Accompagnement individuel de 8 entreprises qui avaient fait l'objet d'un pré diagnostic en 2012; objectifs fixés dans le cadre de la convention CERVIA/DIRECCTE.
- Restitution de la phase diagnostic auprès de 12 participants le 25 juin chez DAREGAL avec une présentation in situ des outils mis en place dans cette entreprise.

Quelques solutions mises en place :

- Réorganisation du stockage pour une meilleure organisation du travail (Bourgeois SA)
- Raccourcissement du temps de mise en chauffe du process de fabrication pour une optimisation avec le conditionnement (Kubli)
- Mise en place d'un système de réduction de consommation d'eau (Jouneau)

Poursuite de l'action

> *Mise en place des recommandations des diagnostics réalisés et des outils adéquats à chaque situation de l'entreprise accompagnée.*

> *Restitution de l'opération prévue fin du premier trimestre 2014, ainsi qu'un suivi à 6 mois sous la forme d'une demi-journée d'échange.*



Tradicuisson

Tradicuisson, projet initié en 2012 par le CERVIA et l'ANSES, mettant en adéquation les besoins des entreprises franciliennes sur la validation sanitaire des procédés de cuisson basse température de viandes ou poissons, et les travaux de recherche du laboratoire de sécurité des aliments, en mobilisant trois entreprises de transformation et un établissement de restauration collective, et l'expertise du CTCPA.

Projet déposé et accepté dans le cadre du XIII^e contrat de projet Etat Région, via la DRIAAF Ile de France.



RÉALISÉ

■ Etude de deux couples procédés/produits par professionnel, selon deux approches différentes: une approche déterministe avec calcul des valeurs pasteurisatrices et une approche probabiliste avec appréciation probabiliste de la croissance de bactéries pathogènes dans le produit fini.

■ Deux réunions du groupe de travail pour présentation des résultats de la phase expérimentale: Technique intéressante qui vise à conserver la qualité organoleptique des produits. Cependant, la cuisson basse température laisse un champ d'incertitude quant à la croissance des micro-organismes.



Poursuite de l'action

> *Transfert et diffusion de la méthodologie mise au point auprès d'organismes techniques, bureaux d'études, DDPP, entreprises de transformation et de restauration collective sous forme de demi-journée d'information et de travaux de coordination avec le RMT ACTIA QUALIMA (maîtrise de la qualité microbiologique des aliments).*

SecurHumid

RÉALISÉ

L'humidification par brumisation ou nébulisation peut permettre de réduire la dégradation des légumes en rayon mais elle est également susceptible de favoriser le développement de micro-organismes. L'évaluation de la sécurité sanitaire de ce procédé est importante.



BILAN

- Participation au comité de pilotage de suivi du projet en qualité d'expert.
- Présentation par l'ISHA (Institut Scientifique d'Hygiène et d'Analyses) des résultats d'identification des bactéries présentes dans les systèmes d'humidification et réalisation d'un compte rendu technique par le CTIFL (Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes).

• Validation par les deux équipementiers ayant participé au projet, par leur retour d'expérience et d'information, du guide de recommandations (contrôle sanitaire et maintenance préventive) pour l'entretien des machines à l'usage des fabricants et des utilisateurs (magasins).

BILAN DU PLAN DE SOUTIEN CERVIA/DRIAASF



RAPPEL DU DISPOSITIF

Mise en œuvre depuis 2007, pour le compte des services déconcentrés de l'Etat (DRIAASF, DIRECCTE) et par voie de convention, d'un plan de soutien destiné aux entreprises agroalimentaires régionales. Plan de soutien comprenant trois axes majeurs :

- Un axe qualité et sécurité sanitaire des aliments

- Un axe Nutrition/Santé
 - Un axe développement durable
- Avec des phases collectives d'accompagnement des entreprises, le plus souvent sous la forme de séminaires ou de clubs entreprises, et des phases individuelles d'intervention en entreprise, généralement cofinancées par la Région via un financement ARAQ.

“ Des phases collectives d'accompagnement des entreprises, et des phases individuelles d'intervention en entreprise ”

RÉALISÉ



Qualité et sécurité sanitaire des aliments

- **Action « durées de vie » et « traçabilité » dans les TPE:** 45 dossiers individuels accompagnés en 2013

Nutrition/Santé

- **Amélioration de la composition des aliments :**
 - 1 club entreprises « allergènes » le 17 janvier 2013: 30 professionnels présents,
 - 1 club entreprise « additifs » 26 mars 2013: 18 Professionnels présents
- **Nutrition:** 1 club entreprise « étiquetage nutritionnel dans le cadre du règlement INCO » le 15 octobre 2013: 20 professionnels présents

Développement durable

- **Décryptage de la réglementation du don alimentaire dans les entreprises:** participation aux deux réunions de travail contre l'injustice alimentaire et co-élaboration de deux actions: en coordination avec les actions préexistantes PREDIF sur la prévention des déchets et de la lutte contre le gaspillage alimentaire
- **Optimisation des intrants** visant à la réduction des déchets dans les TPE
- **Réflexion sur la mise en place d'un dispositif de don alimentaire** pour les PME, avec la DRIAASF
- Mise en place d'une méthodologie de réduction des déchets: 1 groupe de travail le 23 avril 2013: 13 participants
- 1 Club entreprise le 5 juillet 2013 sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises: 15 participants

Poursuite d'action sur l'axe développement durable

- *Recrutement d'un stagiaire pour une période de 6 mois chargé d'une étude portant sur une démarche d'amélioration pour une conception plus durable des produits dans les PME/TPE agroalimentaires*
- *Mise en place d'une nouvelle convention signée avec la DRIAASF fin 2013 portant sur la mise en place d'outils d'amélioration de la performance et le développement de la Responsabilité Sociétale des Entreprises*

PROJETS STRUCTURANTS



Jossigny

RÉALISÉ

- Accompagnement de la SAS SAROVI, entreprise spécialisée dans l'abattage mixte rituel et conventionnel d'ovins et jeunes bovins, située à Jossigny en Seine et Marne avec des clients particuliers, bouchers et éleveurs de la région. Accompagnement via l'aide régionale à l'alimentation de qualité avec l'ADIV, afin de réaliser une étude de faisabilité technico-économique sur un projet de rénovation/agrandissement de son abattoir actuel, ou bien de reconstruction totale d'un nouvel outil.

- Validation de la solution la plus pertinente que sont l'extension et la rénovation de l'outil actuel, limitant l'abattage des bovins jusqu'à 2 ans et avec création d'une salle de découpe, en tenant compte du coût de l'investissement et des contraintes environnementales.
- Suivi et coordination du projet par le CERVIA



Poursuite de l'action

- > *Accompagnement de l'entreprise dans la réalisation de son projet et tout particulièrement dans la recherche de financements.*

VALOR VIANDE ILE-DE-FRANCE (ex: GIE de Rambouillet)

RÉALISÉ

- Appui de la Chambre interdépartementale d'agriculture d'Ile-de-France dans sa démarche de structuration d'une filière de valorisation de produits agricoles franciliens.
- Démarches ayant conduit à la création d'une nouvelle structure en décembre 2013, VALOR VIANDE ILE-DE-FRANCE, société coopérative d'intérêt collectif, SA à capital variable détenue majoritairement par des agriculteurs, avec la mise en place d'un atelier mutualisé de découpe et de transformation de tous produits carnés ainsi que le transport des carcasses et des colis finis frais.
- Accompagnement par le CERVIA sur les aspects techniques liés à la définition de l'outil au travers de 5 réunions et instruction d'une aide ARAQ pour l'accompagnement à la création de cette activité.

Poursuite de l'action

- > *Poursuite de l'appui à la Chambre interdépartementale d'agriculture d'Ile-de-France dans la réalisation et le lancement de ce futur outil.*



APPUI À LA RÉFLEXION RÉGIONALE

Pass Filières

RÉALISÉ



- Mise en place par la Région, faisant suite aux conclusions et recommandations des ECOCILIENS, d'un nouveau dispositif, le PASS'Filières, « Programme d'Actions en faveur de la Structuration et du Soutien aux Filières franciliennes » afin de favoriser une dynamique de structuration des filières agricoles et alimentaires franciliennes.
- Déroulement du PASS'Filières en 3 étapes avec des financements établis à chaque niveau:
 - Élaboration d'un diagnostic de la filière réalisé par un consultant retenu sur appel à consultation
 - Définition d'un programme d'actions régionales dans les domaines économiques, so-

ciaux et environnementaux, répondant aux enjeux mis en exergue par le diagnostic et la concertation des acteurs de la filière.

- Mise en œuvre opérationnelle des actions pour 3 ans renouvelables, par les partenaires et acteurs.

4 filières mobilisées pour construire un programme d'actions: filière Bois, Horticulture-Pépiniéristes, élevage et IAA. Participation du CERVIA à l'ensemble des travaux de ces PASS Filières :

- PASS Filière IAA: 3 réunions
- PASS Filière Bois: 3 réunions
- PASS filière élevage: 1 réunion
- PASS filière horti-pépi: 3 réunions

Poursuite de l'action

- > *Suivi des travaux de ces 4 PASS'Filières, notamment pour 3 d'entre eux en tant que membre du Comité de Pilotage (élevage, horti-pépi et IAA).*
- > *Participation pour la définition du programme d'actions.*

FEADER

“ la plupart des mesures qui étaient inscrites au CPER 2007-2013 vont dèsormais relever d'un cofinancement Région-Fonds européens ”

A compter de 2014, les régions sont appelées à gérer les fonds structurels européens (FEADER, FEDER, FSE). Le financement régional du Programme Régional de Développement Rural

(PRDR) va ainsi largement s'adosser au FEADER et la plupart des mesures qui étaient inscrites au CPER 2007-2013 vont désormais relever d'un cofinancement Région-Fonds européens.

RÉALISÉ

- Mise en place par la Région d'un partenariat régional élargi regroupant l'ensemble des acteurs de la filière afin de leur soumettre pour réflexion et propositions le projet de maquette financière FEADER d'un montant global de 58 M€ (part européenne)

- 2 séances plénières et 2 réunions de groupes de travail, auxquels le CERVIA a participé, ayant permis d'élaborer un ensemble de propositions dans le cadre imposé par la Commission européenne pour une première version de la maquette financière.

Poursuite de l'action, projet de calendrier 2014

- > *Envoi du projet version 2 de maquette financière à la Commission européenne le 27 janvier*
 - > *Rencontre sur cette base entre la Région et la Commission le 10 février.*
 - > *Consultation en ligne du public sur le projet de PDR/FEADER du 27 février au 3 avril*
 - > *Transmission officielle du projet à la Commission à la mi-avril.*
- Parallèlement, vote en Commission Régionale (février) puis en Commission Permanente (avril) du transfert de compétences Etat-Région au sujet de la gestion des fonds européens.*
- > *Echanges et allers-retours entre la Région et la Commission pour une validation du PRDR à l'automne 2014.*



Rencontres régionales

RÉALISÉ

- Lancement par l'Etat et l'Association des Régions de France fin 2012 des rencontres régionales IAA-Bois, avec comme objectif de collecter au niveau des parties prenantes en région les forces et faiblesses des deux filières en vue d'aboutir à la fin du premier semestre 2013 à un programme d'actions pour consolider, ou relancer, la compétitivité des entreprises.
 - Intégration des plans d'action régionaux dans les PASS filières respectifs lancés en 2013.
- S'agissant de la filière bois:**
- Comment allier demain la forte demande en bois d'énergie et le développement du bois de construction ?
 - Quelles filières organiser pour mobiliser et valoriser les forêts et les bois ?
 - Quelle gouvernance pour les filières forêt et bois en Ile-de-France ?

Poursuite de l'action

- > *Création d'un comité stratégique pour la filière agroalimentaire chargé de décliner au niveau régional les actions de soutien définies au niveau national.*



Lutte contre le gaspillage alimentaire

RÉALISÉ

- Participation aux groupes de travail de la Région sur la prévention des déchets et de la DRIAAF de lutte contre l'injustice alimentaire.
- Suite au vote de la niche « lutte contre le gaspillage alimentaire » en avril 2013, inscription de cette thématique au cœur même de ses activités :
 - Prolongation de l'opération Performance en créant une seconde vague avec un partenariat DRIAAF (recrutement des Entreprises 2013 – action 2014)
 - Intégration dans la thématique Développement Durable du prochain dispositif ARAQ d'éléments « lutte contre le gaspillage alimentaire ».
 - Intégration dans les travaux de conception d'un outil, et exploitation des visites en entreprises, d'une dimension « lutte contre le gaspillage alimentaire » (travaux confiés au CTCPA)



Réduction des déchets

RÉALISÉ

- Publication en partenariat avec l'ORDIF en juillet 2013 de l'« Etude de cas territoriale sur les déchets de petites entreprises alimentaires franciliennes » réalisée à partir des travaux d'un stage dans le cadre du plan de soutien DRIAAF-CERVIA.
- Mise en place d'une première fiche technique sur la gestion des déchets ainsi que la réalisation d'un club entreprise en avril sur la « prévention et valorisation des déchets » avec le concours du Centre National des Emballages, de l'ORDIF et de la DRIAAF.

- Intégration de critères « lutte contre le gaspillage alimentaire » dans le règlement du concours régional de l'innovation lancé le 15 novembre à la Région.
- Participation active à la journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire le 16 octobre 2013, place de la République.
- Edition d'une première fiche technique « Utilisation des déchets » qui sera complétée par des fiches dédiées.
- Conception d'une action de sensibilisation à l'optimisation des intrants pour les professions alimentaires artisanales, en lien avec les Organismes Professionnels de l'alimentation.
- Conception d'une action de sensibilisation visant à intégrer l'Economie Sociale et Solidaire dans l'activité de visite et d'appui aux entreprises.

Poursuite de l'action

- > 2014, année européenne de lutte contre le gaspillage alimentaire, mise en œuvre d'actions de sensibilisation et le soutien aux entreprises de l'alimentation pour leur performance (prolongation de l'action collective Performance industrielle)
- > Création d'un forum régional dédié le 8 avril 2014

Poursuite de l'action

- > En 2014, intégration de la thématique dans le plan de la lutte contre le gaspillage alimentaire et la performance industrielle dans le cadre du plan de soutien DRIAAF-CERVIA.



Accompagnement par l'appui et l'expertise

L'ARAQ et son évolution

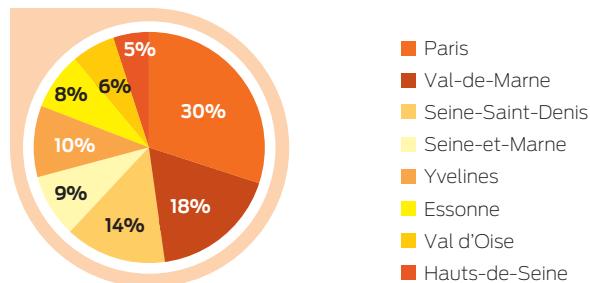
Rappel de l'ARAQ

Aider les PME-TPE à améliorer leur niveau de qualité; conforter les performances des entreprises; leur permettre une meilleure « appropriation » du Paquet Hygiène mais aussi tendre à la certification de leurs produits et démarches: mise en place de référentiels reconnus (ISO, IFS, BRC), certification de produits, étude sur la sécurité des aliments, mise au point de produits et procédés innovants...

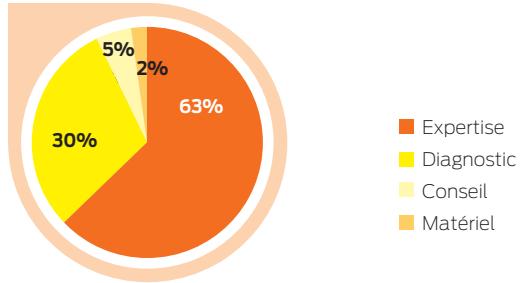
“Aider les PME-TPE à améliorer leur niveau de qualité ; conforter les performances des entreprises ;”

RÉALISÉ

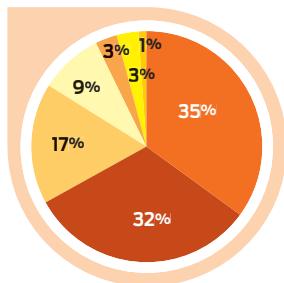
- 260 dossiers ARAQ pour 222 entreprises
- 1 301 000 € de projet et 817 000 € subventionnés



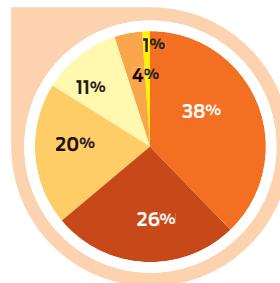
DOSSIERS PAR DÉPARTEMENT



DOSSIERS PAR TYPE D'AIDES

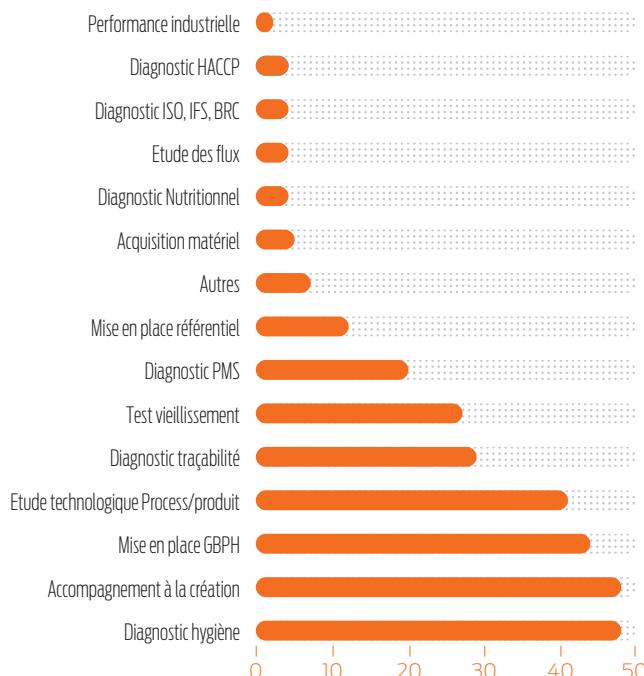


RÉPARTITION SELON LA CATÉGORIE

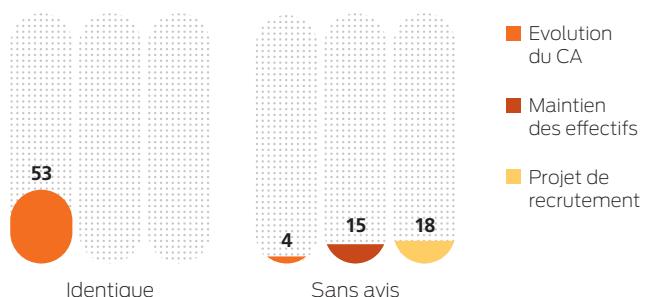
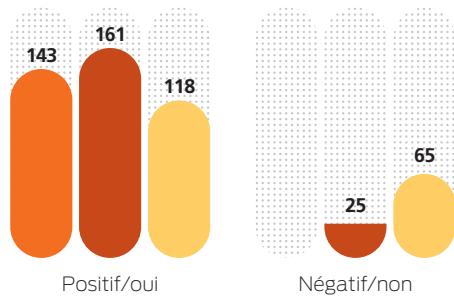


DOSSIERS SELON L'EFFETIF

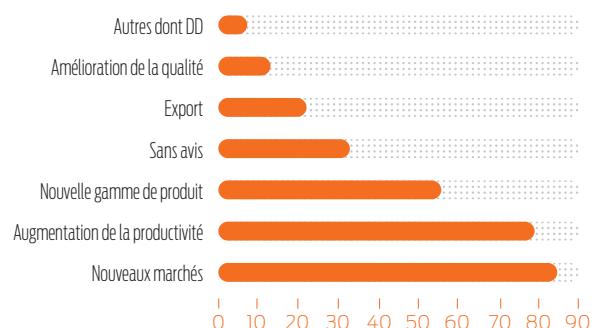
“ Analyse des 200 dossiers clôturés ”



DOSSIERS PAR SUJETS



INFLUENCE DE L'AIDE (NOMBRE DE RÉPONSES)



PROJETS SUITE À L'AIDE

Evolution de l'ARAQ

- Prorogation du dispositif ARAQ jusqu'à la fin de l'année 2014.
- Réflexion sur la refonte et l'amélioration du dispositif: Mission confiée à un cabinet après appel à consultation, l'évaluation du dispositif et l'élaboration de propositions pour une refonte du dispositif.
- L'objectif: ouvrir l'ARAQ à la notion de « qualité durable » en permettant aux entreprises de mettre en place des démarches allant dans le sens d'une meilleure durabilité de la production.
- Participation aux 3 réunions du comité de pilotage de l'étude.
- Méthodologie de l'étude:
 - **entretiens qualitatifs** auprès de 16 entreprises bénéficiaires et de 7 prestataires intervenants
 - **étude quantitative**: 38 retours de questionnaires en ligne.
- Conclusions de l'étude rendues début 2014.

Conseils et expertises techniques

RÉALISÉ

- Relais et accompagnement des conseillers sur le montage des différents dossiers d'aides et les thématiques alimentaires nécessaires à un bon fonctionnement des entreprises alimentaires.
- Conseils aux porteurs de projet aux différents stades de créations du projet ou de l'entreprise:
 - Accompagnement vers les boutiques de gestion pour analyse clients, fournisseur, marché, cout de revient...) et d'établissement un business plan, vers les DDPP et

possibilité d'accéder rapidement au dispositif ARAQ dès la création (KBIS), rencontre et accompagnements sur les dispositifs ouverts aux créateurs (Concours Bpifrance, scientipôle initiatives) et une mise en relation avec des experts et un financement potentiel.

- 337 visites d'entreprises ou rendez-vous réalisés dont 41 visites de suivi talents, 291 visites d'appui pour accompagnement de projets (dont ARAQ).

“ 337 visites
d'entreprises ou
rendez-vous ”

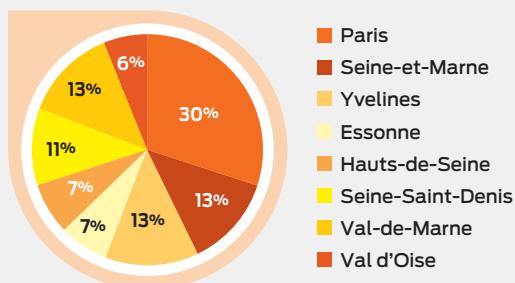
BILAN

• Dossiers traités pour lequel le CERVIA est instructeur

DISPOSITIF	ARAQ ACCEPTÉ	ARAQ CLÔTURÉ
Nombre	260	200

• Dossiers pour lequel le CERVIA a réalisé une expertise

DISPOSITIF	CIFRE	AIMA	PRE
Nombre	2	2	10



RÉPARTITION DES VISITES PAR DÉPARTEMENT

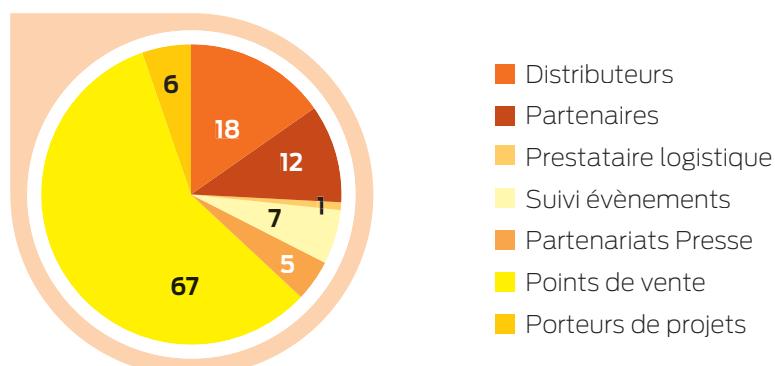
18 visites d'entreprises en création

27 entreprises juste créées
ont présenté un dossier ARAQ.

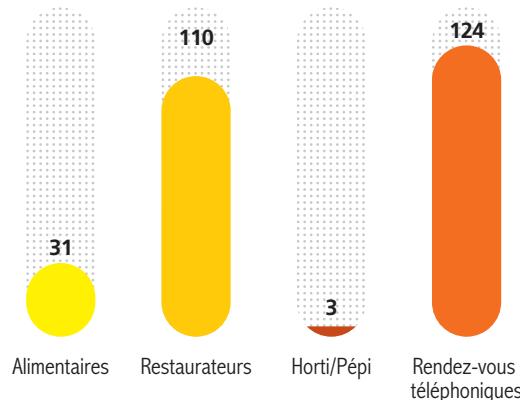
Conseil et expertise commerciale, marketing et communication

RÉALISÉ

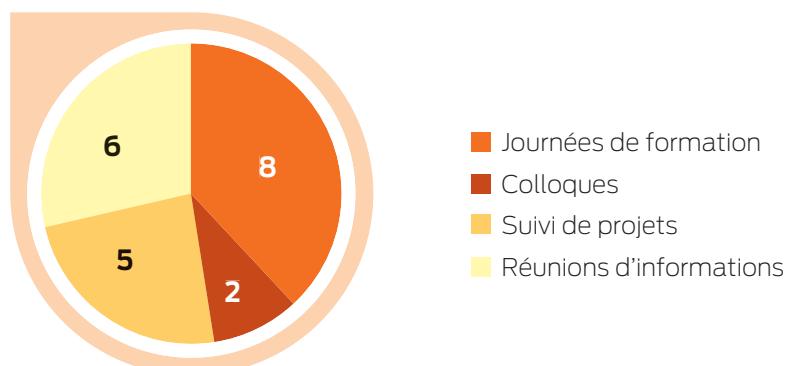
RENDEZ-VOUS EXPERTS/DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE



RENDEZ-VOUS POUR L'ADHÉSION DES ENTREPRISES À LA DÉMARCHE



VEILLE, FORMATION ET SUIVI DE PROJET





Méthodes de travail : la création des comités techniques

Contexte

■ Création en juillet 2013 de comités techniques afin de créer une synergie interne à l'organisme en organisant une fois par mois une réunion de concertation autour de projets d'entreprises rencontrés durant le mois.

- Composé de la Direction et d'un membre de chaque équipe, présentation des projets dits 'stratégiques' et décision plan action concerté
- Pour créer et entretenir l'échange avec les partenaires consulaires, création d'un comité technique intra-consulaire une fois par trimestre.

RÉALISÉ

- 5 comités techniques réalisés en 2013
- 1 comité technique avec les partenaires consulaires

- Une fiche type créée pour présenter les projets de façon synthétique lors de comités et pour identifier facilement les soutiens à mettre en œuvre, et la suite à donner, par qui et comment.
- 17 projets étudiés en 2013

Poursuite de l'action

> *Poursuite de cette méthode de travail en 2014*

Etre l'organisme ressource, expert et facilitateur auprès de ses publics

LE CERVIA, S'ATTACHE DEPUIS SA CRÉATION EN 2007 À ÊTRE UN ORGANISME EXPERT DANS SES DOMAINES D'ACTIONS. IL S'AGIT D'ASSURER POUR SES DIFFÉRENTS PUBLICS PROFESSIONNELS À LA FOIS UNE VEILLE EFFICACE, QU'ELLE SOIT NUMÉRIQUE OU PHYSIQUE EN PARTICIPANT À DES RÉSEAUX, DES JOURNÉES D'INFORMATION ET DES COLLOQUES, ET UNE RESTITUTION ADÉQUATES DE CES DIFFÉRENTES SOURCES DE RESSOURCEMENT.

Cela passe donc par une organisation internet rigoureuse: l'évolution de l'outil base de données, forte de plus de 8 000 contacts, et lieux de prédilection pour les échanges autour d'un projet ou d'une entreprise, a été un facteur clé de l'année 2013. La base de données permet de faire le lien entre les différents travaux en cours menés au CERVIA, et est alimentée quotidiennement.

La participation aux réseaux régionaux ou nationaux, aux colloques, l'organisation de journées d'information sont l'occasion de restituer des données clés aux entreprises. Un aspect scientifique et technique, dont l'importance n'est plus à démontrer qui se voit soutenu et renforcé par un dispositif de relations presse et de communication numérique de plus en plus pointu.



Labellisation renouvelée : centre de diffusion technologique



- Mise en place en 2007 d'une Commission nationale de labellisation des structures de transfert et de diffusion de technologies, rattachée au ministre chargé de la Recherche.
- La labellisation conditionne les possibilités de financement par les délégués régionaux à la recherche et à la technologie. Le ministère définit 3 types de structures: Les centres de ressources technologiques (C.R.T.), Les plates-formes technologiques (P.F.T.), Les cellules de diffusion technologique (C.D.T.).
- Le CERVIA Paris Ile-de France est CDT.
- Les C.D.T. ont un rôle d'interface entre les P.M.E. et les centres de compétences: laboratoires de recherche, centres techniques, lycées professionnels et technologiques, instituts universitaires de technologie. Elles assistent dans la définition des besoins des entreprises, par une approche globale prenant en compte le développement technologique mais aussi la stratégie, la gestion de projet, la formation du personnel, le marketing, la réglementation, la veille, etc. Ne disposant pas de moyens analytiques et technologiques, les C.D.T. ont essentiellement des activités de diagnostic et de conseil. Elles peuvent aussi vous informer sur différentes aides publiques à l'innovation ou à la recherche: prestation technologique réseau (P.T.R.), aides de Bpifrance, conventions industrielles de formation par la recherche (CIFRE), crédit d'impôt recherche (CIR), etc.

“ La labellisation conditionne les possibilités de financement par les délégués régionaux à la recherche et à la technologie ”

RENOUVELLEMENT

Evaluation de la structure par Le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche pour accorder ces trois labels de qualité.

Avec l'aide de l'AFNOR, une commission d'experts se prononce sur la base d'un dossier complété par les structures. **Le CERVIA Paris Ile-de-France a été renouvelé en avril 2014.**

Évolution de la base de données CERVIA-entreprises

OBJECTIFS

Un outil de partage fiable de données

Evolution de la base de données pour répondre aux besoins internes :

- Meilleure connaissance et partage des informations en interne sur les entreprises

- Stocker l'information ;
- Extraire l'information ;
- Analyser les données quantitativement (grâce aux tableaux de bord)

RÉALISÉ

- Mise en place d'un module pour alimenter les aides financières ;
- Mise en place d'un module pour alimenter les Commissions Talents et Produits ;
- Mise en place d'un flux d'actualités visible dès la page d'accueil ;
- Mise en place de profils utilisateurs avec différents accès au contenu ;
- Restructuration de la Photothèque ;
- Mise en place de nouveaux liens alimentant le site Grand Public ;
- Restructuration des requêtes permettant d'analyser les données ;
- Mise en place de suivi des comptes-rendu ;

- Créations de nouvelles rubriques: site de production...

Poursuite de l'action

> *Finaliser le travail sur les requêtes et apporter des éléments d'optimisation*

> *Mise en place d'un guide d'utilisation en interne pour les collaborateurs du Cervia*

“ Mise en place de modules pour alimenter les aides financières, les Commissions Talents et Produits. ”

Veille, ressourcement, diffusion et transfert de l'information/ communication



Les Colloques et demi-journées d'information

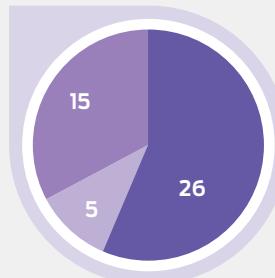
RÉALISÉ

Afin de maintenir le niveau de connaissance des conseillers technologiques

- Participations à des colloques (état de l'art sur des grandes thématiques: exemple « La flore protectrice »), des demi-journées d'information (focus sur un point précis : exemple « Sensibilisation au droit des contrats des JSI »)
- Visites de centres de compétences (outils technologiques à disposition des PME: exemple le laboratoire « Wessling »)

“ Afin
de maintenir
le niveau de
connaissance
des conseillers
technologiques

BILAN



- Journée d'information
- Colloque
- Centre de compétences

RESSOURCEMENT : CHIFFRE 2013

Participation aux réseaux

Réseau régional de l'Innovation

Financé par la DRRT et géré par le Centre Francilien de l'Innovation, chaque département propose deux fois par an une réunion regroupant les acteurs de l'in-

novation au niveau régional ainsi que les projets en cours ou à venir.

Participations à 6 réunions.

RÉALISÉ

Réseaux sectoriels nationaux

L'ACTIA: Réseau national des centres techniques d'appui aux entreprises agro-alimentaires dont le CERVIA est membre en qualité d'organisme interface

- Désignation de Jérôme Kohn comme représentant des centres interface au CODIR de l'ACTIA
- Participation aux travaux de RMT ECOVAL, NUTRIPREVUS et QUALIMA en qualité d'observateur.

Diffusion, transfert de l'information technologique Groupes d'échanges et de transfert

- Participation au Groupe de travail ACTIA « performance industrielle »: 2 réunions (plus un COPIL ACTIA/DGCIS)
- Participation au Groupe de travail FFAS « toxicologie alimentaire »: 5 réunions
- Mise en œuvre de 9 Clubs entreprises sous forme de demi-journées, au total 128 participants (112 entreprises)

Interface recherche enseignement supérieur/entreprises

- Intervention auprès d'AgroParisTech, de l'Université Paris-sud, et l'ENSMP pour présenter l'innovation dans le secteur alimentaire, les centres d'interface et leur environnement...
- Participation aux jurys: projets ASTRE (Conseil Général de l'Essonne), projets SBIP (SupBiotech)

Commissions AFNOR

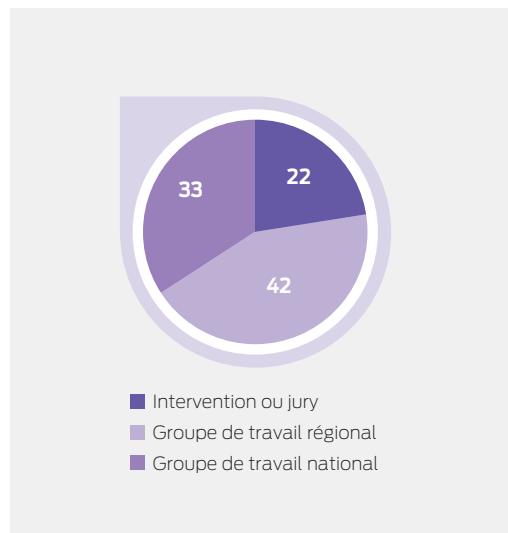
La commission de normalisation V01C « Traçabilité et sécurité des aliments – management et hygiène » assure une double mission : d'une part, en étant l'instance d'élaboration des positions et propositions nationales vis-à-vis de l'ISO/TC 34/SC17, et d'autre part en mettant au point les outils normatifs nationaux demandés par les acteurs français sur son domaine de compétence.

- Intervention en tant qu'expert sur deux Groupes de Travail : GT 8 Utilisation et application de l'ISO 22000 et GT 10 Plans de contrôle en entreprise agro-alimentaire.
- Publications suivantes en 2013
 - ISO/TS 22002-2, Programmes pré requis pour la sécurité des denrées alimentaires – Partie 2: Restauration hors foyer;
 - Guide « Comment utiliser l'ISO 22000 ? » (versions anglaise et française);
 - ISO/TS 22002-4, Programmes pré requis pour la sécurité des denrées alimentaires – Partie 4: Fabrication des emballages alimentaires;
- ISO/TS 22003 Rev, Systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires - Exigences pour les organismes procédant à l'audit et à la certification de systèmes de management de la sécurité des denrées.

Interventions extérieures :

- « Que mangerons-nous en 2050 ? » au Festival du Film et de l'Environnement (Février)
- « Alimentation de proximité et transition énergétique » au Conseil régional d'Île-de-France (Avril)
- « Le bloc de marques et de label » séminaire CDT 91 (avril)
- « Le marquage régional des végétaux » FAM (avril)
- « L'apport des sciences humaines et sociales dans l'innovation: l'alimentation des villes » colloque INRA (mai)
- « Le CERVIA, modèle de coordination d'une politique régionale et agricole » Assemblée Générale de Terre en Ville (juin)

BILAN



Développement d'outils et de méthodes de veille

RÉALISÉ

Animation d'une veille scientifique et technique

Abonnement à deux bases de données:

- PROMETHIAA du CTCPA
- Bulletin du CRITT Agro-alimentaire Poitou-Charentes

Mise en ligne sur le site saveursparisidf.com de 4 veilles téléchargeables avec mot de passe.

Les fiches pratiques sont intitulées :

- « Appréhender la question de ses déchets : s'évaluer»
- « D L U O. Date Limite d'Utilisation Optimale»
- « La DLUO : Date Limite d'Utilisation Optimale»
- « La veille de la veille : la veille pour la veille»

Conception et diffusion d'outils de transfert

Conception et diffusion de 6 fiches techniques:

- Le paquet hygiène
- Traitement des réclamations clients
- Alimentarité des matériaux et objets au contact des denrées alimentaires
- Appréhender la question de ses déchets: s'évaluer
- Les allergènes alimentaires
- DLUO: Date Limite d'Utilisation Optimale

BILAN

Lancé en 2013 avec une participation financière de la DRIAAF, livrable de l'outil d'évaluation des PME sous un format Excel pour un développement ultérieur possible sur tablette, en juillet 2014

“ Mise en ligne sur le site www. saveursparisidf.com de 4 veilles téléchargeables ”

Outils de visibilité

Le dispositif annuel de relations presse

**“ 3 dossiers
de presse
de fond,
8 communiqués
de presse sur les
actions ”**

BILAN

- 250 retombées médias en 2013 dont 15 reportages TV : deux sujets 100% Mag, 3 reportages France 3 Ile-de-France, BFM Business, et des passages Radio.
 - Une progression sensible par rapport à l'année 2012 avec 48 retombées supplémentaires pour un coût équivalent publicitaire avoisinant les 978 000 € et plus de 400 000 contacts potentiellement touchés.

8 communiqués de presse sur les actions:

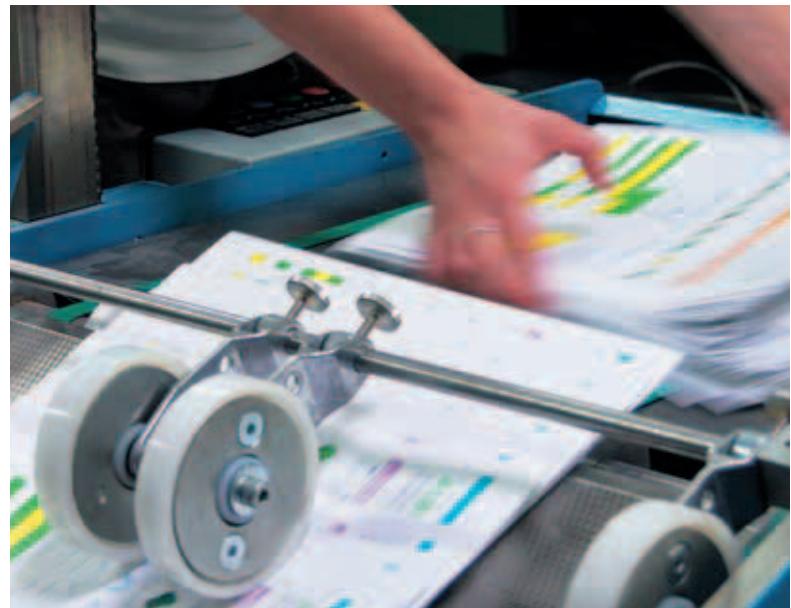
- Le SIRHA
 - Le Salon de l'Agriculture
 - Le lancement du label Des Produits d'Ici Cuisinés Ici
 - La Foire de Coulommiers
 - Les Semaines du Manger Local Paris Ile-de-France
 - La Balade du Goût
 - Le lancement de la 4^e édition du Concours de l'Innovation
 - La Sainte-Catherine

- **Large couverture médiatique:** tous les types de supports sont touchés de manière significative
- **Combinaison gagnante:** médias traditionnels et web – média influent qui offre une durée de vie plus longue aux retombées
- **Le CERVIA acquiert toute sa légitimité:** la démarche Mangeons local en Ile-de-France s'appuie sur un dispositif global et une véritable charte
- **Les médias sont sensibles à cette démarche structurée, qui s'inscrit dans l'air du temps et qui répond à des problématiques et attentes actuelles**

La communication globale

RÉALISÉ

- une plaquette institutionnelle quatre pages et 3 inserts présentant la démarche collective, les marques et le label
- quatre films sur la restauration commerciale
- une bâche sur le label et le zéro gaspi
- une carte type routière dédiées aux adhérents alimentaires
- une carte type routière pour les restaurateurs
- 20 fiches recettes de chefs adhérents au label
- 3 cartes postales avec des recettes pour le Salon de l'Agriculture
- trois numéros de la feuille de chou « Du Champ à l'assiette » destinés aux professionnels
- un journal d'information grand public
- 5000 sacs en tissu réalisés en Ile-de-France: Saveurs Paris Ile-de-France, Des Produits d'Ici Cuisinés Ici, Les Semaines du Manger Local en Ile-de-France
- 10 000 sacs en amidon de Maïs Saveurs Paris Ile-de-France
- Des goodies: pince, gants de cuisine et minuteurs à l'effigie de Saveurs Paris Ile-de-France
- 6 fiches techniques à destination des professionnels: la gestion des déchets, les allergènes...
- 38 panneaux réalisés pour les événements: Jour des Talents, Fabuleuses Fête du Manger Local et Lancement du Concours régional de l'Innovation Alimentaire.
- Mise en place d'un contrat photographe pour harmoniser les photos des adhérents alimentaires et restaurateurs de la démarche Mangeons local en Ile-de-France, en premier lieu pour le nouveau site internet et pour tous les outils et événements à venir
 - Rappel 40 prises de vue Talents en partenariat avec Casino en 2012
 - 47 prises de vue Talents en 2013
 - 52 prises de vue Restaurateurs au label en 2013
 - Soit 99 Prises de vue en 2013



Les sites Internet

RÉALISÉ

Lancement le 26 août 2013 du nouveau site Internet dédié au grand public:



mangeonslocal-en-idf.com

Le site se compose de grandes rubriques:

- Où manger et acheter local en Ile-de-France: c'est ici que les Internautes trouvent ce qu'ils cherchent ! Un restaurant labellisé, ou un point de vente Saveurs Paris Ile-de-France

BILAN

Montée en puissance du visitorat, grâce notamment aux événements et aux actions presse qui renvoient systématiquement vers le site via un lien et un flashcode.

- **Nombre de visites 2013 : 26 022**
- **Nombre de pages vues/visite : 5,42**
- **Durée moyenne de la visite : 3:51**
- **Pic de fréquence le dimanche 22 septembre avec 3 275 visites.**

Consultation du site par 13.51% des internautes avec leur téléphone, 9.79% avec une tablette. La Page la plus consultée : « Trouver en Ile-de-France »

■ Produits d'Ici: cette rubrique dresse des portraits des produits emblématiques de la région

■ Recettes de cuisine: les recettes de chefs avec des produits franciliens pour devenir un vrai locavore

■ Quoi de neuf: la rubrique qui recense tous les articles du moment

■ Pourquoi manger local: des articles de fond sur l'intérêt de consommer des produits de sa région.

■ Outil principal de la démarche Mangeons Local en Ile-de-France, conçu pour que les internautes plongent au cœur de l'ambiance créée en 2013: un graphisme épuré, une large place aux visuels et à l'information pratique !

Depuis sa mise en ligne ce sont:

- 22 articles publiés
- 305 points de vente en ligne
- 75 restaurants en ligne
- 54 fiches produits rédigées;
- 211 recettes de cuisine
- **48 articles** qui ont été postés sur le site institutionnel **saveursparisidf.com** qui bénéficie d'un traitement uniquement professionnel depuis le lancement de mangeonslocal-en-idf.
- A noter également, **45 actions e-mailing** menées en 2013 auprès de la base de données du CERVIA et les 4 newsletters trimestrielles.

La page Facebook

RÉALISÉ

Création en février 2013 de la page lors du lancement du label Des Produits d'Ici Cuisinés Ici: intérêt véritable à communiquer sur ce réseau social qui permet une diffusion très importante des informations grâce aux « likes » et partage des articles ou photos postés.

Evolution de la notoriété de la page:

30 juin 2013: 300 fans

9 septembre 2013: 400 fans

7 octobre 2013: 900 fans

27 novembre 2013 : 1000 fans et 276 photos postées.

Parmi les organismes 'suiveurs': les restaurateurs adhérents, des organismes associés, ainsi que des consommateurs soucieux de se tenir informés des actions menées dans le cadre de la démarche Mangeons Local en Ile-de-France.



Une initiative portée par



CERVIA Paris Ile-de-France
43, boulevard Haussmann - 75009 PARIS
Tél: 01 55 34 37 00 - info@cervia.fr

mangeonslocal-en-idf.com