

la Feuille de Châtaigne

LA LETTRE D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE LE SAINT

N° 13 · HIVER 2011



"Jardin d'ici" : une action durable au fil des saisons

En instaurant une action durable en faveur des producteurs locaux, Le Saint est parvenu à établir avec eux une relation commerciale avantageuse...

Le point de vue de...

> Denys Anthioniz
> lire en p. 2



> Michel Belz
> lire en p. 3



> Eric Piette
> lire en p. 4

FOCUS

> La marque "Jardin Breton" estampillée "Produit en Bretagne" !
> lire en p. 5



ACTUALITÉ EN BREF

Félicitations !!!

Soirée de remise des diplômes le 12 janvier dernier à l'Espace Rungis par le parrain de la promotion, M. Pluvinage, Président du CTIFL aux stagiaires de l'Ecole CRENO promotion 2010-2011.

27 stagiaires étaient présents, dont Philippe CADOUR (assistant qualité chez ELBE FRUITS), Anthony PIERRES (agrégateur chez BOURGUIGNON), Franck BLUTEAU (commercial

GMS chez DEVAUD, Yohann BOURVIC (commercial RHD chez FOISSIER).



Qualité des entrepôts



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec sit amet libero a sapien dictum imperdiet non faucibus nulla. Nunc venenatis vehicula metus, vel feugiat eros luctus vel.

Chiffres clés : consommation de gazole

	2010	2009	VARIATION
LE SAINT	455 303 €	340 393 €	114 910 €
ARMOR	255 059 €	231 271 €	23 788 €
BOURGUIGNON	251 152 €	220 442 €	30 710 €
TOP ATLANTIQUE	0 €	0 €	0 €
FL 44	238 000 €	178 748 €	59 252 €
ELBE FRUITS	188 159 €	151 531 €	36 628 €
FOISSIER	289 038 €	238 516 €	50 522 €
DEVAUD	385 205 €	320 911 €	64 294 €
BOUYER			
GUINDON - TEMPLIER	117 783 €	108 999 €	8 784 €
TOTAL	2 179 699 €	1 790 811 €	388 888 €

Repas des préparateurs

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec sit amet libero a sapien dictum imperdiet non faucibus nulla. Nunc venenatis vehicula metus, vel feugiat eros luctus vel.



Poème fruité

Ne vous est-il jamais arrivé
De vous réveiller le matin
Abattu, lent sans entrain
Au lit voulant rester ?

Une baisse d'énergie
Et notre corps réagit,
Un manque de vitamine
Et on a mauvaise mine.

Retrouver la banane,
Stimuler nos organes,
Comment y parvenir
Si tel est notre désir ?

Il y a bien une manière
Efficace et pas chère
Naturelle et prouvé
Pour se remettre sur pied ;

Il suffit de consommer
Des fruits à volonté
Pour avoir la patate
Et la pêche immédiate ;

Riches en antioxydants,
En plus d'être nourrissants,
Garants d'une bonne santé
Les fruits sont nos alliés.

Nicole Poupon,
commerciale RHD Elbe Fruits Quimper

Pour vos idées et suggestions...

Céline Le Corsu - Tél. : 02 98 84 41 65
Portable : 06 85 75 55 43 - Fax : 02 98 84 42 08
e-mail : celine.lecorsu@lesaint-sa.fr

Réalisation : RivaCom - Tél 02 98 43 21 50
Maquette : GedeZ'ailes Communication - Tél 02 98 90 57 11
Photos : Photor, Digital, Le Saint



“Jardin d'ici”, une action durable au fil des saisons

En instaurant une action durable en faveur des producteurs locaux, Le Saint est parvenu à établir avec eux une relation commerciale avantageuse permettant à tous de retrouver les plaisirs du marché, ses richesses, son authenticité et son empreinte humaine. Aujourd'hui, l'entreprise va plus loin en adhérant à « Jardin d'ici », une démarche de développement durable et de soutien à l'agriculture de proximité destinée à la fois aux producteurs, aux collectivités, aux distributeurs, aux restaurateurs et au grand public. Le but ? Garantir toujours plus la qualité, la variété, le goût et le caractère des terroirs, la fraîcheur, la traçabilité mais aussi le respect de la saisonnalité.

En décidant de « jouer local », Le Saint a investi dans une relation « gagnant-gagnant » et ainsi établi un réel partenariat avec les producteurs. Aujourd'hui, l'entreprise franchit un nouveau seuil en adhérant à la démarche « Jardin d'ici » impulsée par Creno, premier groupe français de commerce de gros en fruits et légumes et produits de la mer dont elle est l'un des distributeurs régionaux. Dans l'absolu, Le Saint s'engage ainsi à maintenir sa ligne de conduite actuelle lui permettant d'assurer à la fois des produits de qualité, la sécurité alimentaire puis la promotion et le développement du terroir local. En clair, Le Saint promet de continuer à garantir à ses clients et aux consommateurs la variété, le goût authentique, la fraîcheur, la transparence,



Le point de vue de...

> Denys Anthonioz,
directeur marketing et développement co

Directeur Marketing et développement commercial de Creno - premier groupe français de commerce de gros en fruits et légumes et produits de la mer dont Le Saint est l'un des distributeurs régionaux, Denys Anthonioz détaille la démarche « Jardin d'ici », une démarche de développement durable et de soutien à l'agriculture de proximité. Pouvez-vous nous expliquer la genèse de la démarche « Jardin d'ici » ?

« Dans le contexte actuel -crise économique, mondialisat... - les consommateurs souhaitent de plus en plus devenir des consommateurs. Il existe une vraie prise de conscience de leur part. Ils savent qu'agir localement en consommant différemment est un moyen d'action fort pour protéger l'économie, les emplois, la diversité des paysages de leur région, leur département, leur ville, leur village, leur famille et finale-

ment se protéger eux-mêmes. C'est donc assez logiquement que nos clients sont aujourd'hui demandeurs d'une démarche telle que « Jardin d'ici » qui garantit le local, le goût, le respect de la saisonnalité, le bio ou encore le développement durable. »

Concrètement, quelles sont ses spécificités ?

« La démarche « Jardin d'ici » rejoint « Ensemble, jouons local », c'est-à-dire une démarche de service en terme d'approvi-

sionnement local destinée à l'ensemble de nos clients. Elle se caractérise par quatre grandes choses : la sélection de producteurs locaux pour leur savoir-faire (un référencement selon des critères définis, une traçabilité produit garantie, un accompagnement dans les démarches agricoles responsables et un partenariat sur le moyen terme), la garantie d'un

Denys Anthonioz



Le point de vue de...

> Michel Belz, GAEC de Kerihuel

Depuis plusieurs années, le Groupement Agricole d'Exploitation en Commun de Kerihuel, entreprise maraîchère de Locoal-Mendon, travaille en étroite collaboration avec Armor Fruits. Il existe aujourd'hui un lien solide basé sur la confiance et l'échange comme en témoigne Michel Belz qui se réjouit de la démarche « Jardin d'ici », capable, selon lui, de valoriser de la meilleure des façons son travail et ses produits.

Comment définiriez-vous aujourd'hui votre relation avec Armor Fruits ?

« Armor Fruits a su instaurer avec nous, GAEC de Kerihuel, un réel partenariat. Les atouts ? D'une part, la proximité. Nous apprécions le fait d'avoir un interlocuteur unique, cela simplifie les échanges. D'autre part, la sérénité. Travailler avec Armor Fruits est pour nous la garantie de l'écoulement de la totalité ou presque de notre production. C'est d'ailleurs pourquoi nous n'hésitons pas à nous remettre en question, à investir... »

C'est-à-dire ?

« Tout récemment, nous avons fait l'acquisition d'une nouvelle calibreuse. Cet outil va nous permettre de diversifier encore un peu plus notre offre et ainsi de répondre au plus près aux attentes d'

Les frères Belz



Armor Fruits, qui sont aussi celles des consommateurs. En contrepartie de tout cela, nous nous devons d'assurer la qualité de notre marchandise. C'est donc du « donnant-donnant » en quelque sorte. Ou du « gagnant-gagnant » pour reprendre les mots de Gérard Le Saint. »

Quel est votre regard sur la démarche « Jardin d'ici » ?

« À mon sens, il est toujours très intéressant d'avoir en face de soi un groupe tel que Le Saint qui va de l'avant, qui cherche constamment à se développer et qui nous entraîne avec lui en nous tirant vers le haut. Ainsi, nous évoluons dans le même sens. J'irais même plus loin en disant qu'ensemble, nous construisons nos avenir respectifs. Avec cette démarche « Jardin d'ici », nos produits – les melons, les tomates et les courgettes en particulier en ce qui nous concerne – seront, je crois, valorisés au mieux auprès des distributeurs, des restaurateurs et des consommateurs. Cependant, il me semble que tous ont déjà compris que consommer des produits locaux, c'est l'assurance du goût, de la fraîcheur, du respect des saisons mais aussi d'un certain savoir-faire donc nous sommes fiers. »

Commercial de Creno

approvisionnement régional (les meilleures offres de fruits et légumes frais par région, le respect de la période naturelle de récolte, des tableaux de productions « en cœur de saison » par producteur), une démarche responsable et durable (le soutien de l'agriculture de proximité et le maintien des emplois dans les campagnes, la défense de l'environnement et de la biodiversité) et enfin, un soutien marketing destiné à créer de la valeur et développer les ventes (un système d'étiquetage signant l'offre locale dans toutes ses dimensions, la mise en avant de marques régionales établies, des outils d'expertise, de communication et de promotion). »

Peut-on résumer en disant que la démarche « Jardin d'ici » est la garantie d'une offre régionale de qualité partout en France ?

« Absolument. Et cela est rendu possible grâce à des entreprises régionales indépendantes telles que Le Saint, implantées au cœur des terroirs et dotées d'équipes professionnelles autant que passionnées. »



quant à l'origine de la production – certifiée et véritable –, et le respect de la période naturelle de récolte. Ce dernier choix, celui dit de la saisonnalité, obéit à une triple logique : la démarche écologique du projet privilégiant les produits locaux, à faible impact en carbone, favorisant un contact humain avec les producteurs, la recherche de qualité – les produits de saison sont de meilleure qualité gustative – et, enfin, la rentabilité économique – les produits biologiques de saison sont moins chers que les produits hors-saison. Les enjeux sont

donc de taille. Et pour cause, le circuit de l'alimentation représente près du tiers des émissions françaises de gaz à effet de serre. Au-delà des émissions directes de l'agriculture, il faut, en effet, compter celles liées au transport des aliments, à leur transformation, à leur emballage et à leur distribution. Il faut savoir qu'un fruit importé hors saison, consommé pour son transport 10 à 20 fois plus de pétrole que le même fruit produit localement et acheté en saison. Monstreux ! L'approvisionnement local permet d'éviter nombre



Denis et Gérard Le Saint

Une nouvelle année débute à peine et avec elle, de nouveaux objectifs nousattendent.

Fidèles à la tradition, nous sommes venus à votre rencontre, vous, les membres du groupe, qui nous permettez, chaque année, de demeurer à la pointe de notre activité. Et, plus qu'un devoir, c'est toujours un plaisir, sachez-le, que de se déplacer dans les différentes sociétés qui composent notre groupe, d'échanger en toute amitié avec leurs membres, de mesurer toute la considération qui les lie à Le Saint.

Comment deviner ce que nous réserve l'année 2011 ? Une chose est sûre : face aux contraintes de plus en plus drastiques qui touchent la filière maraîchère, nous devrons continuer à nous adapter. Et, en la matière, nous ne sommes pas, à proprement parler, inquiets : les seules valeurs qui permettent de faire face aux éventuelles difficultés sont des valeurs que Le Saint a toujours nourri.

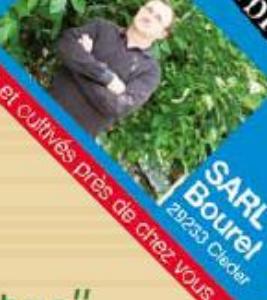
Nos différentes rencontres avec vous nous ont assurés d'une évidence : le savoir-faire, la rigueur et la volonté d'excellence guident votre travail au quotidien. Le Saint est le leader en Bretagne de la distribution de fruits et légumes. Pas de hasard là-dedans, juste le fruit de votre attachement au groupe.

Merci à vous tous à qui nous adressons, sincèrement, nos meilleurs vœux pour 2011 !

Denis et Gérard Le Saint



Selectionnés et cultivés près de chez vous



JARDIN
BRETON
SARL
Bourel
29253 Cleder



La marque "Jardin Breton" estampillée "Produit en Bretagne" !

Née d'une volonté partagée de quelques décideurs bretons d'agir en faveur de leur environnement économique, culturel, naturel, la marque "Produit en Bretagne" est aujourd'hui une signature de décideurs engagés dans leur territoire.

Cet engagement se traduit par un effet réseau, un progrès continu des entreprises et de l'Association. Pour Le Saint, adhérent à Produit en Bretagne depuis 2005, il était donc essentiel d'obtenir de la part du plus grand réseau économique de la région l'autorisation de pouvoir estampiller le fameux logo bleu et jaune sur les produits Jardin Breton.

C'est aujourd'hui chose faite comme l'explique Eric Piette, responsable du développement Le Saint : « *Produit en Bretagne* consent à être présent sur les étiquettes Jardin Breton (fruits, légumes, fleurs et plantes) et Pêcheurs d'Iroise (marée). Que les producteurs se rassurent, ils n'auront pas à cotiser à l'association, nous le ferons pour eux. De ce fait, nous changerons de collège, passant de celui des Services et Transports à celui de la Grande Distribution. C'est une excellente nouvelle à plusieurs titres ».

C'est aussi et surtout la preuve que Le Saint et Produit en Bretagne partagent des valeurs identiques : l'éthique, la solidarité, la volonté de participer au développement économique et culturel de la Bretagne, le souci d'intégrer la qualité dans toutes les actions...





de ces émissions tout en dynamisant l'économie locale et en renforçant les liens entre producteurs et consommateurs.

Objectifs : valoriser les produits locaux

Cela, Le Saint l'a bien compris et depuis longtemps. « Dans le cadre de la « démarche produits locaux » et fidèles à notre politique de « l'escargot », nous allons prochainement apposer sur les colis de nos producteurs, une étiquette indiquant leurs noms, leurs départements, leurs régions et leur pays »,

explique t-on à l'entreprise où l'on est conscient du fait qu'un petit drapeau breton, par exemple, constitue un repère efficace et une identité forte auprès du consommateur. Un repère rassurant et valorisant. Pas étonnant : les producteurs locaux sont les garants du patrimoine alimentaire et culinaire tricolore. Ils sont les dignes héritiers d'une agriculture française traditionnelle et de qualité. C'est ce message que Le Saint souhaite faire passer – ou rappeler – aux GMS. Certaines enseignes sont particulièrement réceptives. Quelques-unes ont d'ores et déjà lancé des « Filières Qualité » ou des marques telles que « Nos Régions ont du talent » ou « Terre et saveur » pour les produits alimentaires frais dont les principales caractéristiques se rapprochent des valeurs chères à Le Saint. La preuve, en matière économique et sociale, elles impliquent elles aussi un partenariat fort

et sur le long terme avec les fournisseurs, les éleveurs et les producteurs ou encore la promotion des savoir-faire et des produits du terroir tandis qu'en matière environnementale, elles incitent à une démarche d'agriculture raisonnée, à l'absence de tout traitement chimique après récolte, à l'interdiction des productions végétales hors sol, du traitement chimique des sols, de l'épandage de boues de stations d'épurations... Vous l'avez compris, les impacts positifs sont nombreux et donnent toute sa légitimité à la démarche « Jardin d'ici ».



Le point de vue de...

> Eric Piette, directeur du développement chez Le Saint

Eric Piette œuvre, comme son entreprise, pour le dynamisme économique de la région, le développement de l'emploi, la promotion de la qualité mais aussi la protection de l'environnement. Pour lui, « jouer local » est une évidence. Pas étonnant donc qu'il approuve la démarche « Jardin d'ici ».

Qui est concerné par cette démarche « Jardin d'ici » ?

« Tous les intervenants le sont. À la fois les producteurs conventionnels et bio (légumes, fruits, fleurs, poissons...) avec lesquels nous souhaitons intensément poursuivre notre partenariat, les institutions et les collectivités (départements, mairies, associations...) avec lesquelles nous désirons davantage communiquer, les consommateurs auxquels nous espérons continuer à offrir les meilleurs produits, puis nos clients qui souhaitent aujourd'hui relocaliser, en les aidant notamment à conquérir une image plus positive vis-à-vis du grand public ».

En quoi cette démarche est-elle importante selon vous ?

« Elle a un rôle à jouer en terme de développement durable mais surtout, elle est primordiale pour le développement de l'agriculture de proximité. Pour les consommateurs, elle est l'assurance de la variété et du goût authentique, d'un frais ultra-frais, de la transparence quant à l'origine de la production – certifiée et véritable – et du respect de la saisonnalité ».

Que cela va-t-il changer pour les partenaires du groupe Le Saint ?

« Afin d'identifier et de contrôler l'offre locale, et, par conséquent, de la valoriser, nous allons prochainement apposer sur les colis de nos producteurs, une étiquette indiquant leurs noms, leurs départements, leurs régions et leur pays. Par ailleurs, un outil informatique extrêmement développé et bientôt finalisé par Creno apportera un système de cartographie répertoriant l'ensemble de ces mêmes producteurs, les localisant et permettant de déterminer

rapidement les meilleures offres possibles, mois par mois, dans chaque département. Enfin, sur Internet des fiches de présentation de chaque producteur seront consultables et carrément téléchargeables afin d'être mises en avant dans les selfs ou sur les lieux de ventes. Au menu : photo, focus sur l'exploitation et les produits, mise en avant des certifications, des plannings de production... Le but, bien sûr : répondre toujours plus aux attentes de chaque individu. »

Eric Piette

