# « NOUS VOULONS DÉVELOPPER UNE LOGIQUE DE **FILIÈRE** »

**L'ancien directeur de la branche amont puis viande de d'aucy, David Chauvin** a pris la direction de l'ensemble des activités de protéines animales lors de la fusion de d'aucy et Triskalia en janvier 2019. ©Eureden

***David Chauvin, directeur de la branche viande d'Eureden,*** *revient sur l'ambition du groupe coopératif dans la salaisonnerie. L'intention est de devenir un leader autour des filières, de la naturalité et des marques régionales.*

**La branche viandes d'Eureden vient d'intégrer les salaisons André Bazin. Comment va-t-elle se redessiner en 2022 ?**

***David Chauvin*** - Ne parlons pas d'intégration, mais plutôt de rapprochement ; l'objectif est que nos deux groupes tirent parti de ce partenariat, et que chaque collaborateur d'André Bazin se sente chez lui à Eureden. Je garde en tête l'expérience que j'ai eue en tant que consultant chargé du rapprochement Orange – Itinéris : Orange était alors un opérateur de téléphonie mobile anglais. Itinéris, la branche mobile de France Télécom, l'a racheté en 2000, et s'en est si bien inspirée qu'elle en a pris le nom. André Bazin maîtrise les processus de fabrication des charcuteries dites « clean label » ainsi que plusieurs IGP. Leurs produits à marque Philippe Wagner sont haut de gamme et offrent des gages de naturalité. Enfin, leur marché principal reste les PAI où leur performance résulte de leur capacité à répondre aux demandes de chaque client. En parallèle, nous voulons développer une logique de filière entre le groupement de producteurs et les outils de salaison au travers d'accords qui peuvent intégrer la distribution et le maillon abattage. C'est ainsi qu'Aubret a rejoint en 2021 l'accord tripartite de Lidl autour du porc label Rouge Opale, où notre groupement est présent. En 2022, un de nos projets liés au rapprochement Aubret/Bazin est le développement d'IGP Morteau et Montbéliard en MDD en GMS, à partir des cochons de notre groupement. À terme, l'ambition de la branche viande est d'être un leader de la salaisonnerie autour des filières, de la naturalité et des marques régionales.

**Quels facteurs vont déterminer la performance économique de cette branche cette année ?**

***D. C.*** - Les facteurs clés de la performance économique sur 2022 restent les mêmes, à savoir notre capacité à maîtriser l'inflation des coûts d'achat et à pouvoir les retranscrire dans les prix de vente, notre performance industrielle et nos développements en particulier sur les segments en croissance comme le « sans nitrite », le taux de sel réduit, etc. Et pour cela, nous recrutons et travaillons à fidéliser les collaborateurs de talents qui nous manquent.

**Passons à la filière œuf. Pouvez-vous nous dévoiler des projets en rapport avec l'environnement ou le bien-être animal ?**

***D. C.*** - Nous travaillons sur plusieurs projets, de niveaux de maturité différents. Pour diminuer le bilan carbone des élevages, nous nous sommes concentrés sur les programmes alimentaires et mettons à l'essai un régime sans soja importé pour les poules. Nous allons aussi faire passer quelques élevages de poules élevées au sol et en plein air en production d'œufs blancs, qui consomment 5 % d'aliments en moins. La charte Cocotine, validée par la Commission nationale de la certification environnementale, permet de faire progresser nos éleveurs autour de l'environnement et de l'agroécologie, avec comme cible la HVE. Nous arborons des parcours et les garantissons sans traitement chimique. Cela nous permet de commercialiser cette année des omelettes à base d'œufs « plein air » sous charte Cocotine, entrant dans les 50 % de produits sous signes de qualité reconnus par Egalim. Nous poursuivons le développement du « mieux-être animal » avec Wellfarm en poules au sol ; une dizaine d'élevages sont déjà dans cette démarche. Enfin, nous lançons des produits nouveaux : des œufs Paysan breton dans les magasins U de l'ouest de la France, des mini-omelettes, appelées « egg bites », pour la GMS en Angleterre et un œuf « parfait » pour la restauration commerciale en France. ● ***Propos recueillis par Sylvie Carriat***

*« L'ambition de la branche viande est d'être un leader de la salaisonnerie »*