

LES PARTENARIATS DU GROUPE CASINO

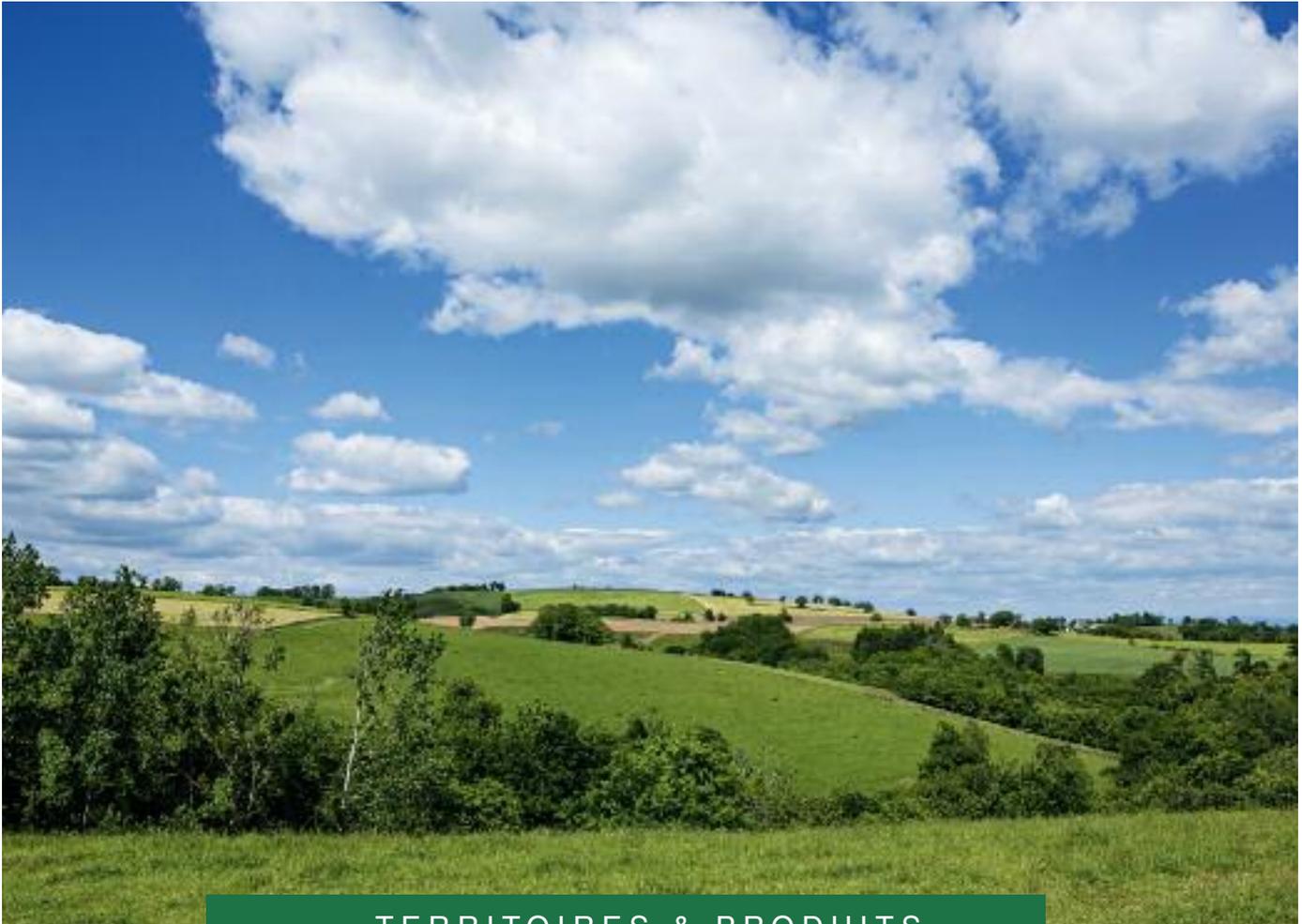
TERRITOIRES & PRODUITS



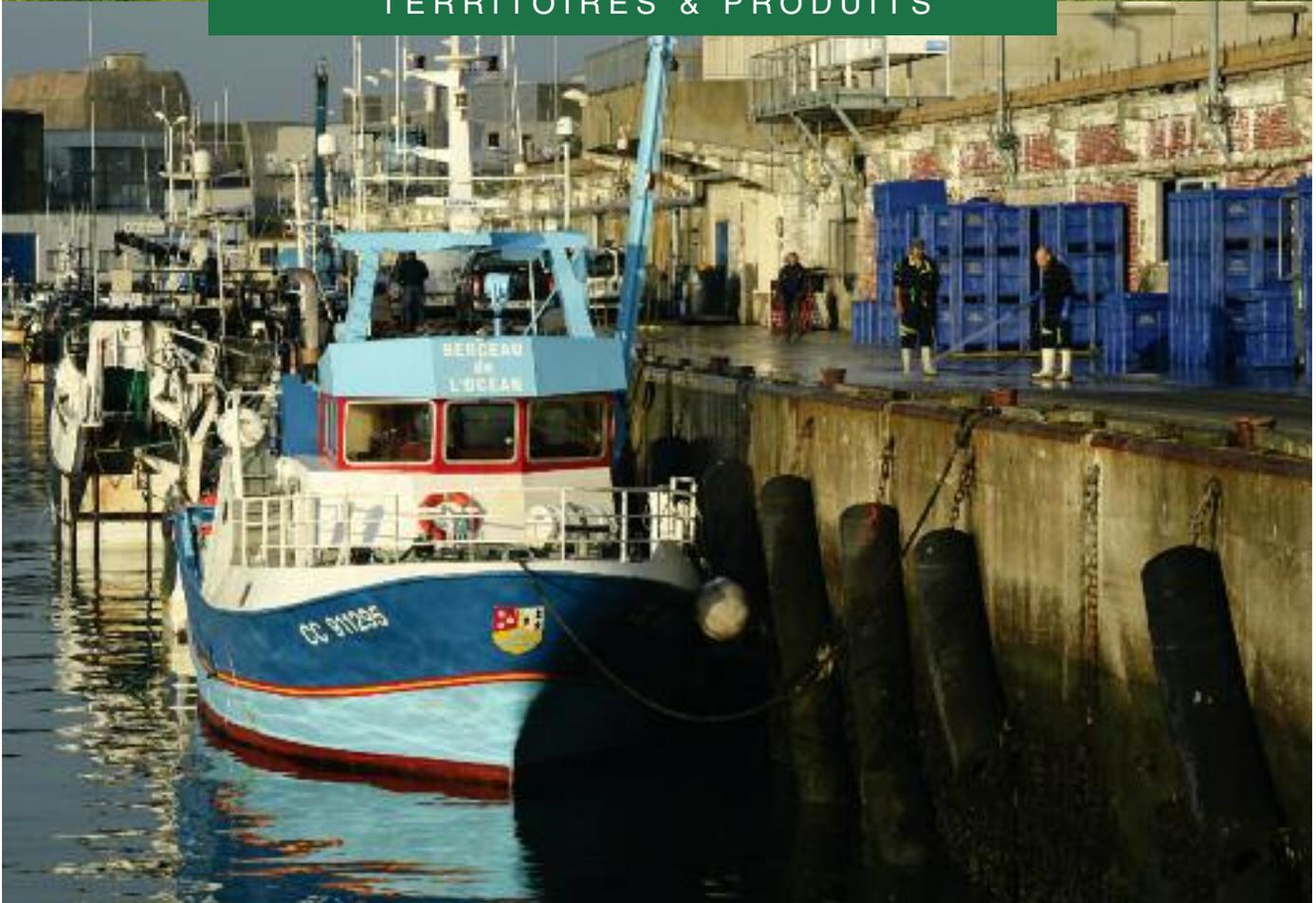
Tour de France
agricole et entrepreneurial
des treize régions



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



TERRITOIRES & PRODUITS



ÉDITORIAL

Un vivier d'expertise et d'innovation

Depuis de nombreuses années, le groupe Casino s'attache à chercher au cœur de nos territoires le savoir-faire de centaines de producteurs français, afin de répondre à la demande des consommateurs de plus en plus sensibles à l'origine et à la qualité des produits.

Pour ces entreprises, parfois gérées par la même famille depuis des générations, croiser le chemin du groupe Casino à un moment de leur histoire s'est révélé une opportunité qui leur a permis d'investir, d'innover et de se développer depuis leur région au plan national voire international. Combien d'entreprises artisanales sont devenues, principalement grâce à ces partenariats, des PME ou des ETI dynamiques, créant de l'emploi et de la richesse sur leur territoire, tout en préservant leur identité et leur authenticité ?



Pour le groupe Casino, ces partenaires constituent un inestimable vivier d'expertise et d'innovation qui lui permet de proposer des produits de grande qualité aux consommateurs.

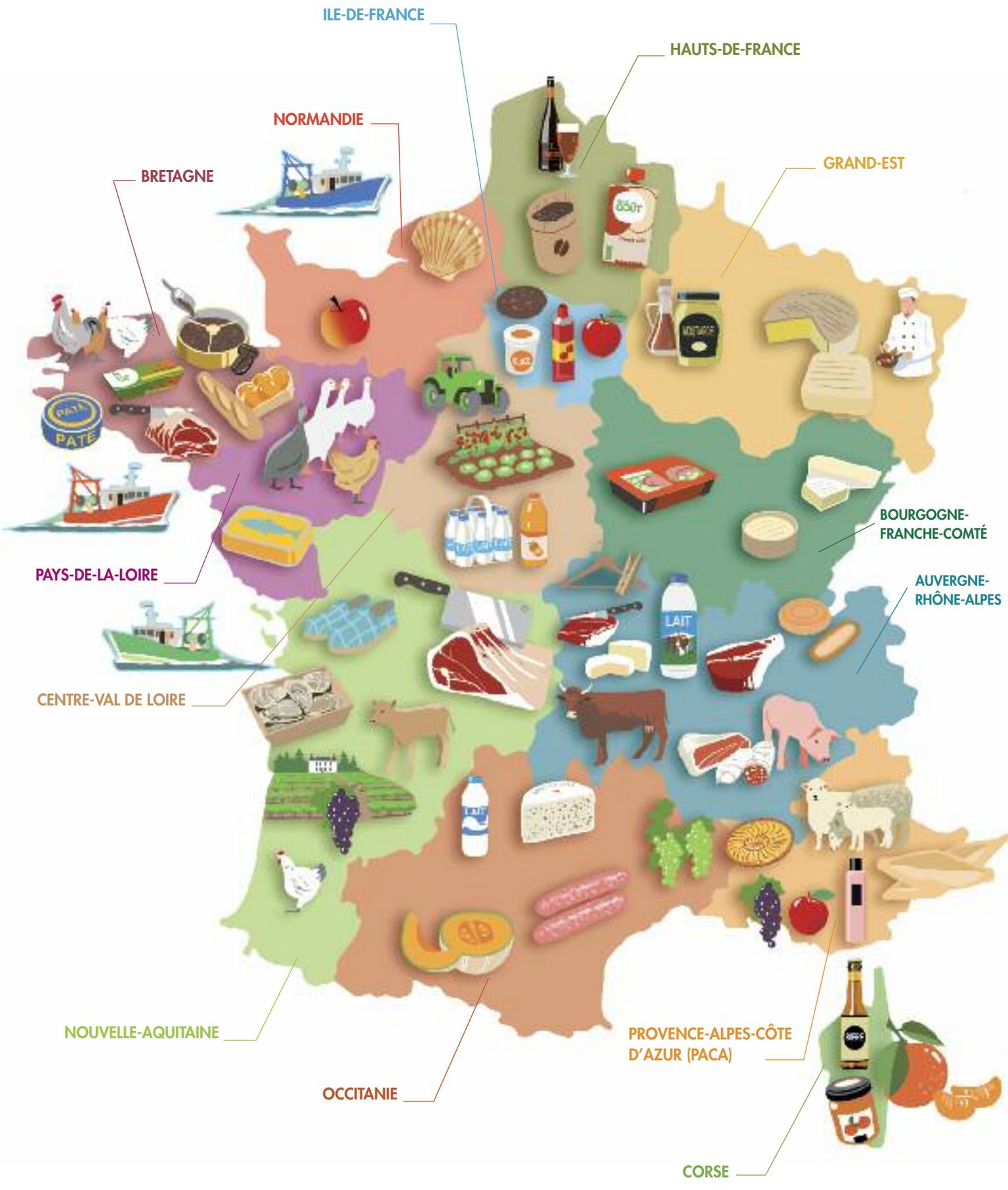
Dans la perspective de maintenir cette relation dense et féconde, le Groupe s'engage très concrètement aux côtés de ces fournisseurs. En favorisant la mise en place de filières, le groupe Casino s'associe sur le long terme avec les producteurs et les transformateurs, en leur garantissant la visibilité indispensable à leur développement. Nous allons également plus loin en pérennisant des sites agroalimentaires en difficulté que nous n'hésitons pas à reprendre et à moderniser, comme récemment avec l'intégration d'une filière volaille 100 % française dans la Sarthe et la reprise d'une laiterie en moyenne montagne dans les Monts du Forez.

Qui mieux que ces entrepreneurs - éleveurs, arboriculteurs, salaisonniers, ostréiculteurs ou encore fromagers - peut témoigner de la richesse de nos relations ? A travers un tour de France des treize nouvelles régions, nous avons souhaité donner la parole à ces femmes et à ces hommes pour vous faire découvrir des histoires de passionnés mais aussi des parcours de chefs d'entreprises, qui ont su s'adapter aux évolutions de leurs métiers tout en valorisant leur savoir-faire.

Bonne lecture.

Jean-Charles Naouri

Président-directeur général du groupe Casino



ILE-DE-FRANCE

HAUTS-DE-FRANCE

NORMANDIE

GRAND-EST

BRETAGNE

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

PAYS-DE-LA-LOIRE

CENTRE-VAL DE LOIRE

NOUVELLE-AQUITAINE

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR (PACA)

OCCITANIE

CORSE

TOUR DE FRANCE* AGRICOLE ET ENTREPRENEURIAL AVEC LE GROUPE CASINO

EDITORIAL par Jean-Charles Naouri,
président-directeur général du groupe Casino 1

INTRODUCTION
Un Groupe réellement engagé aux côtés
des producteurs et des éleveurs 5

AUVERGNE-RHONE-ALPES

Altitude (Covial)	7
Entreprise Laitière de Sauvain (ELS)	8
Laguelle	9
Sicarev	10
Biscuits Bouvard	11
Etablissements Puigrenier	12
Gueze Charcuterie	13
Charcuterie Anselme	14

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

Cookedby	15
Les Fromageries Arnaud	16
Fromagerie Perrin Vermot	17

BRETAGNE

Savel	18
Le Chalut des 2 Ports	19
Jean Chapin (groupe Collet)	20
Jean Hénaff	21
Bridor	22
Lobodis	23
Sill	24

CENTRE-VAL DE LOIRE

Axérial	25
LSDH	26
Kultive	27

CORSE

Brasserie Pietra	28
Corsica Gastronomica	29
Corsica Comptoir	30

GRAND-EST

Charbonneaux Brabant	31
Fromagerie de L'Ermitage	32
Moritz	33

HAUTS-DE-FRANCE

Good Goût	34
Méo-Fichaux	35
Brasserie Duyck	36

ILE-DE-FRANCE

Vergers de Molién	37
Alpérel	38
Michel et Augustin	39
TooGood	40

NORMANDIE

EDB Marée	41
Vincent Pichon (Vergers du Val de Sée)	42

NOUVELLE-AQUITAINE

Arcadie Sud-Ouest	43
Huîtres Geay	44
Sobeval	45
Ferrand	46
La Charmille	47
Méricq	48
Gastronome	49

OCCITANIE

CantAveyLot	50
Force Sud	51
Roquefort Gabriel Coulet	52
Les Brasérades	53
Dauvergne Ranvier	54

PAYS-DE-LA-LOIRE

Luché Tradition Volailles	55
Groupe Gendreau	56

PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR (PACA)

APA/Ovimpex Distribution	57
Biscuiterie Sainte Victoire	58
PMS	59
Bloomup	60
Cardell Export	61
Maison Fabre	62

Citons aussi... 63

Local, régional, national 64
Un soutien à toutes les productions

Chiffres clés du groupe Casino 65

Index alphabétique et géographique
des entreprises citées 66

Crédits photographiques 67



UN GROUPE RÉELLEMENT ENGAGÉ AUX CÔTÉS DES PRODUCTEURS ET DES ÉLEVEURS

Le groupe Casino déploie depuis de nombreuses années des partenariats avec les producteurs agricoles, autour de mesures concrètes et durables. Qu'il s'agisse d'initiatives pour soutenir la profession, du développement de filières, de la pérennisation ou de la reprise de sites agroalimentaires en difficulté ou de la valorisation de l'agro-écologie, le Groupe s'engage sur le long terme à leurs côtés.

Initiatives de soutien à la profession

Ainsi, le groupe Casino a signé en 2016 la Charte laitière des valeurs de la Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL). Il a également donné son accord pour une participation à un fonds d'aide aux éleveurs porcins.

Signatures de contrats tripartites

Concernant le soutien au développement de filières autour de la viande (ovine, bovine, porcine), le groupe Casino s'associe avec des éleveurs et des transformateurs. Il leur garantit des volumes d'achat et des prix stables, construits sur des coûts réels de production.

L'éleveur dispose ainsi d'une juste rémunération de son activité et d'une bonne visibilité sur sa production à venir tandis que le consommateur bénéficie d'une viande de qualité, avec une totale traçabilité. Trois partenariats témoignent de cet engagement :

- un partenariat avec la coopérative Altitude et Covial, signé en décembre 2015, concernant la « Génisse Primeur Altitude ». Il s'agit d'une filière de génisses, issues d'élevages traditionnels, nées et élevées dans le Massif Central. Lire p. 7;
- un partenariat avec la coopérative Unicor et Arcadie Sud-Ouest. Il porte sur la valorisation d'agneaux élevés en Aveyron et dans les départements limitrophes. Lire p. 43;
- la contractualisation d'une filière porc « Label Rouge » finalisée avec Arcadie, garantissant un animal élevé aux grains dans le Sud-Ouest de la France. D'autres partenariats amont seront signés prochainement dans l'objectif de couvrir le même type d'offres sur le territoire national. Lire p. 43.

Le développement de partenariats par les enseignes du Groupe

Les enseignes du groupe Casino sont également engagées en ce sens et développent des initiatives avec les agriculteurs. A titre d'exemple, Franprix a noué un partenariat avec 26 producteurs regroupés au sein de l'association « Cant'Avey'Lot » (Cantal, Aveyron, Lot) pour le référencement du lait « Vallée du Lot » dans ses magasins. L'enseigne entend ainsi soutenir l'agriculture française en référençant sa production et en la valorisant auprès de ses clients. Issu d'une agriculture raisonnée et responsable, le lait répond au cahier des charges de la charte « Bleu Blanc Cœur », garantissant au consommateur un produit de haute qualité. Lire p. 50.

▶▶▶ *suite page 6*



►►► suite de la page 5

Pérennisation de sites agroalimentaires en difficulté

Si l'objectif est de toujours mettre en place une démarche de filières, le groupe Casino va encore plus loin en reprenant à cette occasion des sites agroalimentaires menacés de fermeture. Deux reprises de sociétés illustrent cette volonté :

- l'intégration d'une filière volaille 100 % française, grâce au rachat en mai 2015 de la filiale de Gastronomome (Groupe Terrena), qui exploitait un site de conditionnement de volailles à Luché-Pringé, dans la Sarthe, avec l'ambition de créer aux côtés de Terrena une filière volaille de qualité. La totalité des 156 emplois du site a été maintenue. Lire p. 49;
- la création d'une filière « lait de moyenne montagne », avec la reprise, en août 2015, de l'Entreprise Laitière de Sauvain (ELS), située dans la Loire, dans les Monts du Forez. Sont ainsi promus au niveau national des fourmes AOP de Montbrison et d'Ambert, des fromages locaux ainsi que le « Lait des éleveurs des Monts du Forez » à marque Casino. Lire p. 8.

Valorisation de l'agro-écologie

Le groupe Casino vient d'initier une démarche « Agriplus » afin de favoriser des initiatives agricoles qualitatives innovantes et vertueuses pour l'environnement. Emanant de collaborations avec les partenaires de Casino déjà engagés dans l'agro-écologie, elles portent notamment sur des animaux et des volailles élevés sans traitements antibiotiques et sur des légumes sans résidus de pesticides. Les produits bénéficiant de la démarche sont identifiés par le logo Agriplus facilement lisible pour le consommateur.

Si le monde agricole doit poursuivre ses réformes structurelles, avec l'aide des pouvoirs publics français et européens, le groupe Casino entend bien prendre également toutes ses responsabilités en déployant des mesures concrètes, afin de limiter les effets de la volatilité des cours, promouvoir une agriculture de qualité et sensibiliser le consommateur à une consommation responsable.

Nomination d'un médiateur interne

Enfin, le groupe Casino a récemment nommé un médiateur interne, Philippe Imbert, dédié à la gestion des relations avec le monde agricole et avec ses fournisseurs. Il est agréé par le Médiateur des Relations Commerciales Agricoles (MRCA) du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.



AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

- Altitude (Groupe Civial)
- Entreprise Laitière de Sauvain (ELS)
- Laguelle
- Sicarev
- Biscuits Bouvard
- Etablissements Puigrenier
- Guèze Charcuterie
- Charcuterie Anselme



Des viandes bovines aux caractéristiques spécifiques

ALTITUDE (GROUPE CIVIAL)

LE BŒUF EN TÊTE

Groupe coopératif rassemblant 10 000 adhérents sur le Massif Central, Altitude exerce différentes activités tournées vers l'élevage : d'une part, la collecte et la mise en marché du lait qui sera transformé par la société des Fromageries Occitanes ; d'autre part, la collecte des animaux de ses producteurs : vaches allaitantes Limousin, Salers et Aubrac, ovins. Altitude développe parallèlement une filière dédiée aux porcs de montagne, assurant la transformation des produits dans ses usines. Altitude se positionne comme un acteur solidement ancré dans son territoire et à forte identité régionale, avec des produits différenciés, de qualité (viandes, steaks hachés, salaisons). Son objectif affiché est d'apporter aux éleveurs associés les moyens de produire, transformer et commercialiser les produits de leurs exploitations.

Dans cette logique, « le 5 avril 2011, une première convention a été signée avec le groupe Casino sur la filière veaux et viande Salers. Cette signature a notamment généré la mise en place d'une production de veaux certifiés et de veaux de race croisée Limousin issus de nos élevages laitiers que Casino s'est engagé à commercialiser », précise Félix Puechal, directeur de la branche Produits carnés chez Altitude. En 2013, un projet de Recherche et Développement conduit



Félix Puechal, directeur de la branche Produits carnés

chez Altitude a abouti à la mise au point d'un nouveau « produit » : une génisse primeure croisée Salers-Charolais. Elle correspondait aux attentes du groupe Casino à la recherche d'une viande bovine présentant des caractéristiques précises sur un certain nombre de critères : tendreté, qualités organoleptiques, portions de taille raisonnable pour les consommateurs.

Le 16 décembre 2015, un nouveau partenariat était donc signé sur la viande de génisse autour de la marque « Filière exclusive Casino ». La coopérative Altitude s'engage à fournir sa production en quantité et en qualité avec une montée en puissance continue. Les livraisons passeront de 10 animaux par semaine à 30 en octobre 2016 et à 40 dès le 1^{er} avril 2017. Pour les consommateurs, c'est la garantie d'une viande issue d'un animal né et élevé

dans le Massif Central, dans le cadre d'un élevage traditionnel, dans le respect de l'environnement et du bien-être animal. « Quant au groupe Casino, il s'engage à respecter la mécanique des prix. Pour les éleveurs, c'est la garantie d'un prix défini, non pas à partir du marché, mais tenant compte des coûts de production (bâtiments, alimentation animale...) et l'assurance d'une juste rémunération », souligne Félix Puechal.



Préserver emplois et productions, rapprocher producteurs et consommateurs

ENTREPRISE LAITIÈRE DE SAUVAIN (ELS)

PÉRENNISER ET VALORISER LA PRODUCTION DE LAIT DES MONTS DU FOREZ

Implantée au cœur des Monts du Forez, entre la vallée de la Dore et la plaine du Forez, l'Entreprise Laitière de Sauvain (ELS) vit, depuis 1931, au rythme de l'estive qui conduit une partie de l'année hommes et troupeaux vers les plateaux préservés des Hautes-Chaumes.

Rachetée en 2012 par le fromager stéphanois Éric Soubeyrand, l'entreprise fournit à Casino, depuis 2013, le Lait des éleveurs des Monts du Forez*, produit par de petites exploitations familiales, en moyenne montagne, selon les méthodes d'élevage traditionnel. C'est également auprès de ces éleveurs qu'ELS s'approvisionne pour la réalisation de ses tommes ou de ses fourmes persillées.

Or, il y a quelques mois, il s'en est fallu de peu que cet acteur de l'économie rurale locale ne disparaisse sous le poids des charges. « Face aux difficultés persistantes, le groupe Casino nous a proposé de bâtir ensemble un projet agro-industriel, autour de Casino Agro, permettant de sauver les 19 emplois directs d'ELS et de maintenir l'activité de nos 24 producteurs de lait », explique Eric Soubeyrand, aujourd'hui directeur opérationnel d'ELS et actionnaire minoritaire. Résultat : des emplois réellement préservés et, avec eux, tout un savoir-faire artisanal reconnu avec ses deux



Eric Soubeyrand,
directeur opérationnel

fromages AOP (Fourme d'Ambert, Fourme Montbrison) et sa marque emblématique, la Fourme Tarit.

« En finalisant le rachat d'ELS en septembre 2015, le groupe Casino a assumé les dettes antérieures de la société et également contractualisé les accords sur le prix du lait en intégrant les paramètres liés aux coûts de production. Il a fallu également rénover le site pour accroître sa productivité et renforcer sa rigueur bactériologique », précise Philippe Terrien, directeur général exécutif de Casino Agro. Quant à l'entrée du groupe Casino au capital d'ELS comme actionnaire majoritaire, « elle est perçue comme un gage de sécurité par les éleveurs grâce à la signature d'un contrat sur sept ans, assorti d'une clause de révision semestrielle, précise Éric

Soubeyrand. Sans oublier le levier que représente la force de frappe d'un grand groupe pour la diffusion de nos productions. »

Grâce à la mobilisation des acteurs de toute une filière, ELS collecte désormais 4,8 millions de litres de lait et fabrique 450 tonnes de fromage par an. Une belle histoire de pérennisation d'un site industriel et de réactivation d'un tissu économique local, entre monts et plaine, que Casino avait déjà mené chez Luché Tradition Volailles, dans la Sarthe (lire p. 55).

* Le Lait des éleveurs des Monts du Forez est conditionné par l'entreprise LSDH, associée aux activités d'ELS (lire aussi p.26).



Des pinces à linge initiales en bois aux produits de penderie innovants

LAGUELLE

DU BOIS DONT ON FAIT DE BELLES RÉUSSITES

Ou comment une histoire de chutes permet d'atteindre les sommets... C'est en cherchant un moyen de valoriser les chutes de bois issues de la fabrication de charpentes et d'escaliers que la menuiserie Laguelle, près de Thiers (Puy-de-Dôme), s'est mise à fabriquer des cintres et des pinces à linge en bois dès 1949. Deux générations plus tard, elle s'imposera comme l'une des premières entreprises européennes spécialisées dans les produits de penderie. Le premier « cintre idéal » et les premières pinces à linge sont référencés en 1950 chez Rallye dont les magasins portent aujourd'hui l'enseigne Casino. « À l'heure où le plastique commence à rejoindre le bois dans les rayons, Laguelle décide, d'une part, de s'adapter à cette nouvelle demande en se dotant d'un outil industriel performant et, d'autre part, de sécuriser ses approvisionnements en bois, précise Patrice Laguelle, gérant de cette entreprise familiale, créée en 1930 par l'un de ses ancêtres. Ainsi, l'entreprise investit en 1955 dans une presse à injecter verticale puis s'implante en 1969 à Cosne-d'Allier, dans l'Allier, où il existe un important domaine forestier. »



Patrick Laguelle, gérant

Dès lors, le catalogue Laguelle va s'enrichir d'une profusion d'articles de ménage de qualité, à la fois design et innovants : pinces à jupes, paniers porte pinces à linge, cintres crochets tournants... Plus de 1 000 références au total, et, certaines années, jusqu'à 35 % du chiffre d'affaires réalisés à l'export. Une étape décisive est franchie avec le recours aux nouveaux plastiques bimatières qui donnent formes et couleurs aux objets les plus spécifiques. Dans les linéaires Casino, à côté des cintres historiques, on trouve désormais aussi bien des balles de lavage anti-calcaire conçues spécialement pour l'enseigne en 2007, des bouillottes, des brosses adhésives, des cordes à linge, des seaux, des cuvettes... « Pour sa marque distributeur, Casino a trouvé chez nous la puissance et la réactivité d'un fabricant "made in France" ainsi

que des designers créatifs mais aussi capables d'intégrer les cahiers des charges des clients. En outre, nous possédons une très importante surface de stockage pour alimenter les commandes en flux tendu. Enfin, nous sommes stratégiquement situés au centre de la France pour optimiser nos livraisons », ajoute Patrice Laguelle. Depuis un an, Laguelle accompagne Casino dans l'histoire à succès de sa nouvelle marque, Finlandek, sous laquelle elle commercialise désormais tous ses articles de ménage.



Écouler et valoriser tous les animaux des adhérents de la coopérative

SICAREV

L'ESPRIT FILIÈRES POUR PESER DU JUSTE POIDS DANS LA VIANDE

Créé en 1962, à Montbrison, en plein bassin charolais, Sicarev est devenu, en 50 ans, un groupe coopératif de dimension européenne, à fort ancrage régional. Présidé par Philippe Dumas, il regroupe 6 800 éleveurs-adhérents d'Auvergne-Rhône-Alpes mais aussi de Bourgogne et du Centre. Il s'est historiquement engagé et organisé autour des productions de bœuf puis de veau et de porc. Ses effectifs s'établissent à 1 600 salariés et son chiffre d'affaires à 800 millions d'euros pour 180 000 tonnes de viande commercialisées chaque année.



Bernard Pouillon, directeur général

« L'origine de la relation de Sicarev avec le groupe Casino est certes géographique, le siège de notre entreprise étant, comme le sien, implanté dans la Loire. Mais, dès 1970, elle s'est développée autour de la volonté de Casino de travailler des viandes de qualité, notamment des viandes « Label » avec notre Groupe, spécialisé à l'origine dans le Charolais », explique Bernard Pouillon, directeur général de Sicarev. « De plus, notre organisation en filières nous a permis de répondre aux besoins spécifiques de la grande distribution et d'être réactifs, entre autres, en matière de traçabilité et de qualité produits », poursuit-il.

L'objectif de Sicarev est d'écouler et de valoriser tous les animaux de ses adhérents, aussi bien les « maigres » destinés à être engraisés que les « finis » qui seront abattus, désossés et transformés. « Avec le groupe Casino, nous définissons et ajustons régulièrement notre stratégie en matière de viande de qualité afin de l'adapter au marché. Aujourd'hui, nous allons vers des génisses un peu moins lourdes et des portions un peu plus légères qui correspondent aux nouvelles attentes des consommateurs. L'ambition de la coopérative est aussi d'amener le plus grand nombre d'éleveurs à la

performance quantitative et qualitative en adaptant la production aux besoins d'un marché qui bouge sans cesse tout en maintenant une activité économique pérenne sur l'ensemble de la région », précise Bernard Pouillon.

Sicarev s'affiche aujourd'hui comme l'un des principaux fournisseurs de viande du groupe Casino, non seulement en viande charolaise mais aussi en viande de veau, de porc et de produits élaborés (steak haché, saucisserie...) au travers de ses filiales Soviber, Tradival et MVPE, et ceci dans le cadre d'un partenariat qui s'inscrit de tout son poids dans la durée.



Une croissance organique et externe orientée sur la qualité



BISCUITS BOUARD

UNE ENTREPRISE BISCUITIÈRE QUI RÉSISTE AU GRIGNOTAGE

Spécialiste français de la fabrication de biscuits sucrés, le groupe Biscuits Bouvard fonde, depuis près de trente ans, son développement sur une croissance à la fois organique et externe. Tout part d'une petite pâtisserie-confiserie familiale de Bourg-en Bresse, créée en 1902. Sous l'égide du maître-pâtissier Firmin Bouvard, elle choisit de se diversifier dans la biscuiterie, à Ceyzériat, dans l'Ain, dès 1920. En 1990, Alain Lainé rachète l'entreprise qui réalise aujourd'hui 300 millions d'euros de chiffre d'affaires (contre 3 millions à l'époque), dont 40 % à l'export, et emploie 1 500 personnes.



Alain Lainé, président

Suite à un repositionnement et à une stratégie produits et qualité tous deux redéfinis, Biscuits Bouvard signe en 1994 ses premiers contrats avec Casino, Leader Price puis Monoprix. « Plus qu'un prix, le groupe Casino vient chercher chez nous la qualité, l'innovation et la créativité inscrites au cœur de nos produits

qui sont devenus des références. Il a aussi trouvé avec nous un partenaire fiable sur ses engagements et en capacité d'identifier et de répondre aux tendances du marché de la biscuiterie, aujourd'hui porté par le bio et le diet ».

A ce jour, 107 références signées Biscuits Bouvard sont présentes dans les magasins du groupe Casino (petits-beurre tablettes, biscuits aux œufs, goûters fourrés, biscuits équilibre, génoises, pâtisserie industrielle...). Autant de recettes issues du savoir-faire de sociétés historiques repositionnées après chaque rachat sur des produits toujours plus qualitatifs.

Sur un marché de la biscuiterie de plus en plus grignoté par les produits importés (passés de 40 à 60 % en dix ans), « Biscuits Bouvard ne cesse d'investir ses résultats en vue d'accroître la compétitivité de ses sites de production et de maintenir ou de créer des emplois », conclut Alain Lainé.



Une entreprise flexible et innovante sur la viande

ETABLISSEMENTS PUIGRENIER SAS

QUAND L'INNOVATION SUR LA VIANDE ARRIVE À MATURITÉ

Entreprise familiale de taille intermédiaire (ETI) de 300 salariés, créée en 1976 au cœur de la région d'élevage Charolais, les Etablissements Puigrenier maîtrisent toute la filière viande, de l'abattage à la transformation en passant par la découpe. Leur approvisionnement se fait auprès d'éleveurs régionaux, dans un rayon de 150 km autour de Montluçon, dans le cadre d'une sélection opérée sur la transparence des races et des origines, la conduite d'élevage en traditionnel, le bien-être animal et le respect de l'environnement. L'abattage porte sur 45 000 gros bovins par an, entièrement effectué dans la zone d'élevage. 2^e abatteur français de viandes biologiques, Puigrenier réalise 10 % de ses volumes en viande bio pour le compte d'Unébio en charge de la collecte et de la planification des abattements, présent au capital de Puigrenier.



Hervé Puigrenier, président

voici environ sept ans, souligne Hervé Puigrenier, président du comité de direction. Outre la flexibilité d'une PME, il est aussi venu chercher chez nous des produits réellement innovants autour de la viande ». Cette convergence autour de l'innovation a été récemment renforcée avec le lancement de la « cave à viande », un concept inédit développé pour Puigrenier par l'ADIV (Association pour le développement de l'industrie de la viande), organisme expert basé à Clermont-Ferrand. « Nous sommes aujourd'hui les seuls à exploiter cette cave à viande d'inspiration artisanale. Elle est issue d'un savoir-faire ancestral remis au goût du jour. Elle permet de réaliser une maturation sur os de la viande pendant 21 jours minimum afin d'optimiser la tendreté et le goût des viandes charolaises vendues dans les rayons boucherie en libre-service », explique Hervé

Puigrenier. « Enfin, le groupe Casino est l'un de nos plus gros acheteurs en viande bio, notamment à travers son enseigne Monoprix », conclut-il.

« Cette maîtrise totale de la filière d'animaux nés, élevés, abattus et transformés en Auvergne a séduit le groupe Casino



Se développer
en sauvegardant
son identité
régionale
et sa liberté

GUÈZE CHARCUTERIE

IDENTITÉ PRÉSERVÉE POUR LA CHARCUTERIE DU VIVARAIS

C'est en 1991, lors de la première Foire aux produits régionaux organisée dans l'un des magasins ardéchois de Géant Casino, que la route de Christophe Guèze, p-dg de Guèze Charcuterie, a croisé celle du groupe Casino. Sa charcuterie familiale, implantée au cœur de l'Ardèche Verte, y présentait les produits de son magasin, conditionnés sous vide et vendus en libre-service. La mise en valeur de produits régionaux à travers les valeurs d'authenticité et de qualité, pionnière à cette époque, a immédiatement séduit le groupe Casino. Christophe Guèze venait de prendre la tête de l'entreprise créée en 1933 par son grand-père, dans le village de Vernoux-en-Vivaraïs. « *Ce qui était à l'origine une charcuterie de quartier est aujourd'hui devenu une PME de 110 personnes, réalisant 60 % de son chiffre d'affaires avec la grande distribution. Elle est leader sur les produits ardéchois, caillettes, jambons, saucissons secs d'Ardèche et produits IGP qui tirent la charcuterie vers le haut* », explique-t-il.

Son périmètre d'activité est resté essentiellement régional, dans un grand quart sud-est, et toujours depuis le site de Vernoux-en-Vivaraïs, pour celui qui aime à se définir comme « un champion de France de troisième division. » Il livre aussi des épicerie fines sur Paris, des chefs étoilés qui lui font confiance et des clients privilégiés à Monaco et à Genève. « *Avec Casino, nous nous sommes trouvés sur la qualité. J'ai pu préserver ma liberté et mon identité régionale tout en assurant le développement continu de l'entreprise. J'ai également gagné en sérénité dans les volumes. En outre, j'ai pu développer une filière dans le végétal en achetant les légumes intégrés à la fabrication des caillettes auprès des maraîchers locaux* », souligne Christophe Guèze.



Christophe Guèze, président



Sur toutes les tables et sur tous les marchés

CHARCUTERIE ANSELME SA

LES RECETTES PERPÉTUÉES DE L'ESPRIT CHARCUTIER

Charcutier de père en fils depuis 1852 à Vénissieux, dans la région lyonnaise, la famille Anselme s'honore de « *continuer à travailler tout le cochon, de la queue au menton, comme du temps de notre ancêtre fondateur, Petrus Anselme* », indique Paul Anselme, qui dirige aujourd'hui l'entreprise avec son frère Philippe. À la fois charcutier grossiste et traiteur, la Charcuterie Anselme a grandi au fil de l'eau. Elle compte à présent 90 salariés et débite 500 à 600 porcs par semaine sans avoir rien perdu de « l'esprit charcutier » des premières heures. Son offre couvre toute la gamme de produits charcutiers de qualité - cuits, crus, salés, fumés, séchés - fabriqués dans le respect des recettes authentiques.

Le partenariat avec le groupe Casino a débuté en 2005, lors d'animations réalisées en magasins proposant la dégusta-

tion des produits locaux et du terroir lyonnais, présentés sous la marque « Père Anselme ». D'autres opérations communes, locales ou nationales, sont conduites depuis lors d'événements spécifiques autour du Beaujolais Nouveau ou au moment des vendanges. « *Casino apprécie notre profondeur de gamme qui lui permet de proposer à ses clients, toute l'année, hiver comme été, une offre évolutive et non figée* », précise Paul Anselme.

Toujours présentes sur les marchés locaux de la Croix-Rousse, de Caluire-Maronniers, de Bron, de Lyon ou encore de Vénissieux, les productions de la Charcuterie Anselme sont désormais référencées dans les magasins du groupe Casino dans un grand quart sud-est de la France et dans le Rhône (Grigny, Montélimar, Aix). Elles symbolisent la perpétuation d'un savoir-faire charcutier de qualité qui a su trouver sa place sur tous les marchés.



BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

- Cookedby
- Les Fromageries Arnaud
- Fromagerie Perrin Vermot SA



Dorothee Dereux, présidente. Des plats cuisinés "premium" imaginés par une société « agile »

COOKEDBY (ANCIENNEMENT COOKEDBY COSTES)

INVITATION AU VOYAGE CULINAIRE

C'est avec une gamme de sauces haut de gamme que Dorothee Dereux, présidente de Cookedby, a frappé, il y a une dizaine d'années, à la porte du groupe Casino... et l'a séduit. Depuis, le partenariat entre les deux sociétés s'est largement étoffé autour de la fourniture de plats cuisinés « premium », notamment pour Monoprix et Franprix. Dorothee Dereux conçoit les recettes et les fait fabriquer par Festins de Sologne, une entreprise familiale bourguignonne basée à Chemilly-sur-Yonne, créée en 1992 par Didier Chapuis, lui-même ancien grand chef. Dorothee Dereux a en effet choisi de développer des marques alimentaires haut de gamme avec des PME françaises, où l'on cuisine avec passion et exigence, tant en termes de qualité que de goût. Cela correspondait parfaitement au cahier des charges du groupe Casino. L'ambition de Cookedby est de « débanaliser le

quotidien » avec des produits « bons et audacieux » déclinés aujourd'hui autour de trois univers : Terroir, Voyage culinaire, Végétal. Dorothee Dereux travaille aussi sur des « signaux émergents » comme la cuisine végétalienne, actuellement en plein essor.

« Le groupe Casino est également venu chercher auprès de ma société l'agilité et la réactivité d'une petite structure qui a su conserver l'esprit start-up. Cela nous permet de concevoir ensemble et de mettre au point de nouvelles recettes en moins de quatre mois. Une façon en quelque sorte pour Casino d'externaliser l'innovation alimentaire afin de répondre au plus vite aux attentes des consommateurs », poursuit-elle. Désormais, ce sont plus de 700 000 plats signés Cookedby qui sont livrés dans toute la France, dont 60 % pour le seul groupe Casino. Que de chemin parcouru !



385 producteurs de lait et
32 fromageries : la maîtrise
des fromages AOP

LES FROMAGERIES ARNAUD

« C'EST TOUTE UNE ÉCONOMIE FROMAGÈRE QUI HABITE LA MONTAGNE »

Nous sommes à 1150 m d'altitude, au cœur du Parc du Haut-Jura, dans le célèbre Fort des Rousses. Ses salles voûtées en pierre et ses kilomètres de galeries accueillent près de 130 000 meules venues des fromageries des Fromageries Arnaud pour y être affinées. C'est non loin du Fort, dans la fromagerie de Fraroz, que Jean-Charles Arnaud, président des Fromageries Arnaud, a découvert le métier auprès de son grand-père, lui-même fromager. Voici plus de trente ans, le groupe Casino a contacté l'entreprise pour la livraison de comtés de qualité, d'abord dans l'est de la France, puis sur tout l'arc sud-est avant un déploiement national.



Jean-Charles Arnaud, président

« Casino est venu chercher dans nos montagnes notre expertise en matière de fromages d'appellation d'origine protégée (AOP) : le Comté JuraFlore, mais aussi le Morbier,

le Bleu de Gex et le Mont d'Or. Sa demande a également porté sur des fromages d'affinage de longue durée très prisés des consommateurs. Le travail a d'abord été orienté sur le fromage à la coupe puis s'est développé sur le libre-service. Depuis huit ans, nous approvisionnons également le groupe Casino en produits bio », explique Jean-Charles Arnaud. Ce partenariat a permis le maintien et le développement d'un réseau qui compte à présent 32 fromageries réparties sur l'ensemble du massif jurassien, avec 385 producteurs de lait et près de 240 emplois cumulés. « Derrière ce partenariat, se joue le maintien d'un tissu agro-économique de petites fromageries en plein cœur du parc naturel du Haut-Jura. C'est toute une économie qui habite la montagne et qui participe pleinement à l'aménagement et à la vitalité de notre territoire », conclut Jean-Charles Arnaud.



Jean-Luc Perrin et son frère Jean-Marie Perrin, à la tête de la fromagerie Perrin Vermot. La régularité dans la qualité, l'innovation dans l'offre fromagère

FROMAGERIE PERRIN VERMOT SA

L'AUTHENTICITÉ AU CŒUR DES MEULES

“ C'est avec quelques-uns de nos nombreux fromages AOP que nous sommes allés à la rencontre du groupe Casino dans les années 1970 », se souvient très clairement Jean-Marie Perrin, à la tête de la Fromagerie Perrin Vermot. Une entreprise familiale créée sur les plateaux du massif du Jura en 1965 par son père Jean Perrin et reprise par sa mère à la mort prématurée de ce dernier en 1977.

Aujourd'hui, l'entreprise continue de collecter son lait dans des exploitations familiales de proximité, où les vaches Montbéliardes sont alimentées à l'herbe et au foin produit sur la ferme. « Le groupe Casino a trouvé chez nous l'authenticité et la régularité dans la qualité. Il vend dans ses magasins

les produits AOP à notre marque (Morbier, Comté, Bleu de Gex, Edel de Cléron), des spécialités fromagères typiques, naturellement riches en Oméga 3, des fromages pour raclettes ainsi que des produits en MDD (marques de distributeurs) chez Monoprix et Leader Price ».

« Notre capacité à constamment innover est aussi l'un de nos atouts pour le groupe Casino », poursuit Jean-Marie Perrin. En effet, la Fromagerie Perrin Vermot consacre chaque année d'importants moyens sur la R&D. Elle développe par exemple de nouveaux emballages qui préservent le goût du fromage et conçoit des portions qui réduisent les pertes dans le cadre de la lutte contre le gaspillage alimentaire dans lequel le groupe Casino est lui-même fortement engagé.



BRETAGNE

- Savel
- Le Chalut des 2 Ports
- Jean Chapin
- Jean Hénaff
- Bridor
- Lobodis
- Sill



Des volailles travaillées sur des cycles longs et durables

SAVEL

UN ÉLEVEUR QUI SAIT DONNER DU TEMPS AU TEMPS

Qu'il s'agisse de son partenariat avec Casino (débuté avec Rallye) ou de l'élevage de coquelets et de pintades, la société Savel a choisi, depuis sa création en 1968, de s'engager sur des cycles longs et durables. « *Nous travaillons sur des volailles à croissance lente, et il faut vingt ans pour maîtriser la filière coquelet* », indique Jean-Christophe Léon, actionnaire de Savel et fils des fondateurs de l'entreprise, basée à Lannilis, à 25 km de Brest. Maîtres-volaillers, Gabriel et Madeleine Léon deviennent rapidement leaders nationaux dans l'élevage et la transformation du coquelet et de la pintade. Aujourd'hui comme hier, Savel s'engage autour des mêmes valeurs fondamentales : passion du produit, amour du travail bien fait, constance dans l'innovation, respect de l'animal et respect des relations clients. « *De plus, nous sommes sur de toutes petites filières qui nécessitent une expertise très fine* », précise Jean-Christophe Léon.

L'activité de Savel est solidement ancrée dans les écrans de verdure du Pays des Abers (Finistère Nord). Elle se déploie



Jean-Christophe Léon, fils des fondateurs et actionnaire

autour de trois métiers : l'élevage, la transformation (au rythme de 600 000 volailles par semaine), la commercialisation, qui s'effectue auprès de la restauration traditionnelle et gastronomique, les collectivités et la grande distribution (à hauteur de 15 %). Savel emploie aujourd'hui 380 personnes sur ses deux sites industriels du Finistère (Lannilis, Carhaix) et sur celui de La Séguinière, dans le Maine-et-Loire. La société réalise un chiffre d'affaires annuel de 90 millions d'euros, dont 45 % à l'export.

« *Avec le groupe Casino, le partenariat s'est construit dans le temps, dans le respect mutuel et dans une relation qui va bien au-delà du négoce*, souligne Jean-Christophe Léon. *Ainsi, lorsque nous innovons sur un produit, nous le proposons en priorité à Casino. Le Groupe nous est fidèle pour la maîtrise de notre savoir-faire et le respect de nos 200 éleveurs. Il adhère également à notre démarche de solidarité et de développement durable, la seule clé possible pour créer une véritable chaîne de valeur.* »

RACCOURCIR

LE CHEMIN DE LA MER AU CONSOMMATEUR



Le Chalut des 2 Ports, entreprise familiale implantée à Lorient depuis 1983 (30 salariés, 8,5 millions d'euros de chiffre d'affaires, 1 200 tonnes de produits finis chaque année) se positionne au sein de la filière mareyage en tant que « premier acheteur ». Cela signifie que ses achats se font directement à la criée. Depuis 2012, Le Chalut des 2 Ports s'est associé au circuit court, mis en place par le groupe Casino, qu'il approvisionne avec des produits exclusivement bretons. « *Nous sommes sur du produit 100 % côtier, de qualité extra et même sur des produits vivants grâce au circuit court (langoustines, tourteaux, araignées). Les espèces principales sont les merlus, les soles, les rougets, les bars, les dorades...* », détaille Frédéric Scelles, à la tête de l'entreprise depuis une dizaine d'années. Il lui a également fallu revoir son informatique et sa logistique. Enfin, il a spécifiquement formé ses collaborateurs pour être en mesure de livrer aux magasins du groupe Casino, six jours par semaine, des produits de grande qualité issus de la pêche du jour.



Frédéric Scelles, à la tête de l'entreprise familiale

Comme le précise Frédéric Scelles, « *les poissons sont débarqués jusqu'à minuit sur le port de Lorient, deuxième port de débarquement côtier de France et premier port pour les langoustines. Les premiers magasins seront livrés dès 8 heures le lendemain matin. Derrière, c'est un produit local qui fait vivre toute une économie locale* ».

Ce partenariat exemplaire entre Le Chalut des 2 Ports et le groupe Casino a été récompensé par un Grès d'Or décerné par la FEEF (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France), en octobre 2012, dans la catégorie « Meilleur partenariat entre une PME et la grande distribution ». Depuis, le partenariat entre les deux entreprises ne cesse de se développer avec jusqu'à 2 tonnes de poisson injectées chaque jour dans le circuit court.



Regroupement, spécialisation, synergie sont les maîtres mots de l'entreprise

JEAN CHAPIN (GROUPE COLLET)

QUAND DES PME BRETONNES SE RÉUNISSENT POUR FAIRE UN BON BŒUF...

“ **L'**entreprise rennaise Jean Chapin travaille depuis 70 ans dans la viande et depuis 10 ans avec le groupe Casino. En 2013, elle a intégré le groupe Collet, qui réunit également les sociétés Monfort Viandes et AIM », explique Pascal Collet, p-dg de Jean Chapin et du groupe Collet, professionnel investi de très longue date dans le secteur de la viande et dans le tissu économique d'Ille-et-Vilaine. Spécialisé dans l'abattage de veaux et de bœufs et l'élaboration de produits autour de la viande conventionnelle et bio, le groupe dispose de trois sites (Rennes, Antrain, Le Faouët), emploie 400 personnes et réalise 150 millions de chiffre d'affaires annuel avec une production de 25 000 tonnes.



Pascal Collet, p-dg de Jean Chapin et du groupe Collet

« Face à la concentration de nos clients de la grande distribution, il était indispensable pour nous, industriels, de jouer la carte du regroupement », poursuit Pascal Collet, qui a choisi de spécialiser les outils d'abattage et de transformation et de faire jouer les synergies. « Nous avons investi massivement tout en conservant les valeurs et les spécificités d'un groupe familial. Ainsi, nous avons opté pour une hiérarchie à plat qui nous permet de ne jamais perdre le fil de ce métier complexe. Depuis la reprise de Chapin, nous avons pu accroître nos volumes avec le groupe Casino. Il apprécie de pouvoir s'adosser à des PME porteuses de tradition et d'un savoir-faire reconnu, aux productions certifiées sur le veau comme sur le bœuf ».



La célèbre recette des pâtés Hénaff est jalousement gardée depuis un siècle

JEAN HÉNAFF

DES PÂTÉS BRETONS, DE LA TERRE À LA LUNE

Certes, la conserverie Jean Hénaff est fière d'être la seule en France à bénéficier, pour ses produits à base de viande, de l'agrément « USDA », délivré par l'administration américaine. Celui-ci reconnaît le savoir-faire de l'entreprise en matière de qualité gustative et sanitaire (sertissage, appertisation) qui lui vaut notamment de fabriquer des plats cuisinés destinés à la station spatiale internationale (ISS). Mais, son premier espace de travail demeure avant tout la Bretagne, et ce, depuis la création de l'entreprise, sur le site de Pouldreuzic en 1907 par Jean Hénaff, agriculteur de métier. Décidé à « améliorer le quotidien alimentaire des Bretons », il se consacre à la production de légumes. Puis, lorsqu'éclate la Première Guerre Mondiale, l'entreprise se diversifie dans le pâté afin de compléter les rations des militaires dans les tranchées. C'est en 1972 que l'entreprise décide de tout miser sur le pâté vendu dans sa célèbre boîte jaune et bleue, chargée d'affection pour les Bretons et familière aux consommateurs bien au-delà du Finistère.

La recette initiale, jalousement gardée, n'a pas changé. « Tous les morceaux nobles du cochon élevé dans un rayon de 150km maximum autour de Pouldreuzic et un savant mélange d'épices, dévoile Gérard Moisan, directeur



Gérard Moisan, directeur commercial

commercial de Jean Hénaff. *Ce qui n'a pas changé non plus, c'est la volonté de la famille Hénaff de privilégier son unique implantation à Pouldreuzic afin de contribuer à la prospérité économique de toute une région. Autre constante : fonder notre développement autour de la qualité des produits, du respect de l'environnement et de l'attachement au territoire breton.* »

L'entreprise, aujourd'hui présidée par Loïc Hénaff, représentant de la quatrième génération, compte 230 salariés et réalise un chiffre d'affaires annuel de 45 millions d'euros. Elle intervient sur quatre marchés : les conserves de viande, les viandes appertisées, le frais (depuis 1995) et le sec. « Notre premier référencement chez Casino date très précisément du 29 juillet 1971, se souvient Gérard Moisan. C'était dans le premier magasin Rallye de Brest (passé depuis sous enseigne Casino). Nous leur vendons désormais chaque année 260 tonnes de produits, soit 6 % de notre chiffre d'affaires. Le succès de cette longévité dans la relation s'explique tout à la fois par la qualité de nos produits mais aussi par des hommes et des femmes partageant les mêmes valeurs. » Grâce à cette confiance mutuelle, le groupe Casino est devenu l'interlocuteur référent de Jean Hénaff dans sa réflexion stratégique concernant le développement catégoriel des pâtés, des rillettes et du frais.



Reproduire les gestes du boulanger... à grande échelle

BRIDOR

UN PARTENARIAT QUI VA CROISSANT

« **Q**uelque 5 millions de baguettes à la farine Label Rouge Terre & Saveurs sont aujourd'hui vendues chaque année chez Casino. Cette baguette très qualitative, travaillée à partir d'une farine "CRC-Blé de nos campagnes®" garantissant des pratiques culturelles respectueuses de l'environnement, est l'un des plus importants lancements de produit de ces dix dernières années dans le secteur; note Bruno Duchamp, directeur du réseau Grandes et Moyennes surfaces de Bridor. Mais ce n'est que la partie visible du partenariat engagé avec le groupe Casino. »

Créée en 1988 par l'entrepreneur breton Louis Le Duff, cette filiale du groupe Le Duff spécialisée dans la fabrication de boulangerie-vienniserie-pâtisserie de qualité, industrielle surgelée, possède trois sites de production sur Rennes, Laval et Valence et emploie 800 personnes. « Notre vocation est de reproduire les gestes du boulanger; en respectant les différentes étapes artisanales - pétrissage, temps de repos des



Bruno Duchamp, directeur du réseau
Grandes et Moyennes Surfaces

pâtons, façonnage... - mais à grande échelle, détaille Bruno Duchamp. Nos produits sont réalisés sur la base de recettes traditionnelles élaborées par des maîtres boulangers. Ce souci de qualité implique également une sélection rigoureuse des matières premières, l'approvisionnement de farines françaises, le strict respect des cahiers des charges, des contrôles qualité très exigeants et une traçabilité sans faille. Ainsi, nos produits sont, entre autres, certifiés BRC, IFS et nos produits biologiques Ecocert. »

Depuis 2011, Bridor et le groupe Casino réalisent un travail collaboratif qui réunit aussi bien les équipes de direction générale que celles des achats et de la commercialisation et celles de la qualité et de la R&D. Outre le lancement réussi de la baguette avec de la farine de blé

labellisée Label Rouge « 100 % français, 100 % responsable », cette dynamique porte plus largement sur les matières premières et l'innovation durable. Avec, en perspective, de nouvelles créations boulangères en exclusivité pour le groupe Casino.



Franck Delalande, directeur général. Un torréfacteur qui ne cesse de repenser son fonctionnement avec les producteurs

LOBODIS

UN CAFÉ FORT BIEN DOSÉ EN RSE

“**L**e Grès d'Or décerné par la FEEF (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France) à Lobodis et Franprix, le 13 septembre 2016, est le signe tangible du partenariat novateur, performant et durable entre une PME bretonne et un acteur majeur de la grande distribution », indique d'emblée Grégoire Cabuil, directeur des ventes de Lobodis, entreprise de torréfaction créée en 1988 à Saint-Brieuc puis acquise par la famille Richard en 2007. Cette récompense vient saluer un projet mis en place depuis novembre 2015 par « le torréfacteur responsable » et Franprix dans ses nouveaux magasins au concept Mandarine. Certains d'entre eux proposent désormais, dans leurs « tableaux de service » situés à l'entrée des magasins, six cafés de pure origine signés Lobodis, à moudre sur place ou à emporter.

Reste que le partenariat entre Lobodis et le groupe Casino ne date pas de cette opération. La clé d'entrée, initiée il y a une quinzaine d'années, se fonde sur l'expertise de Lobodis dans la sélection du café vert et sa maîtrise de la torréfaction, plus précisément sur les cafés bio et équitables. « En effet, Lobodis a été la toute première entreprise en France à commercialiser, dès 1993, des cafés labellisés Max Havelaar et Commerce Equitable, issus de grains achetés au juste prix aux petits



Du bio et bien plus...

producteurs, indique Franck Delalande, directeur général de Lobodis. La première aussi à décider d'implanter son unique atelier de torréfaction au sein d'un Etablissement et Service d'Aide par le Travail (ESAT), basé à Bain-de-Bretagne, en Ille-et-Vilaine. Sa spécificité est de gérer toute la production, de la réception des cafés à la préparation des commandes en passant par la torréfaction, 60 personnes handicapées travaillant aux côtés de Lobodis. Cette démarche RSE, alors pionnière, est un engagement fort auquel le groupe Casino a été sensible », précise Grégoire Cabuil.

Lobodis veut désormais devenir la marque nationale référente sur le segment « pure origine » et conquérir ainsi un public plus large que celui du bio. « C'est pour cela que la structure de l'assortiment et la façon de travailler avec les producteurs viennent d'être totalement repensées avec la création d'une nouvelle filière baptisée « Act&Respect » qui va bien au-delà des exigences des principaux labels », précise Franck Delalande. Un engagement encore plus marqué dans une politique sociale qui concerne 14 pays et 35 producteurs et une démarche de progrès qui sera certifiée par un organisme d'audit indépendant.

Lobodis torréfie 1 000 tonnes de café vert, a réalisé un chiffre d'affaires de 10,5 millions d'euros en 2015 et table sur une croissance de 7 à 8 % par an sur les trois prochaines années.



La diversification à partir du lait et l'innovation alimentaire au menu

SILL

UNE GAMME « BABY FOOD » BIO ET BRETONNE

Fédération de PME agroalimentaires à dominante laitière, implantée depuis la Seconde Guerre Mondiale au cœur du pays des Abers, Sill est née de la collecte du beurre et de la crème des exploitations agricoles du Finistère Nord puis du Grand Ouest français. La diversification rendue nécessaire avec la mise en place des quotas laitiers a successivement orienté les deux familles fondatrices Falc'hun et Léon, toujours aux manettes, vers la production de lait en poudre, le conditionnement de liquides alimentaires (jus de fruits et potages), les plats cuisinés surgelés et, plus récemment, l'alimentation des seniors et l'alimentation infantile. Sill compte 1 300 collaborateurs pour un chiffre d'affaires annuel consolidé d'environ 400 millions d'euros. « *Un Groupe attaché à concilier tradition et innovation depuis son port d'attache qu'est la Bretagne pour conquérir le monde* », indique Tristan Falc'hun, directeur commercial de Sill.



Tristan Falc'hun, directeur commercial

Depuis une quinzaine d'années, Sill, partenaire historique du groupe Casino, vend à ce dernier des potages, des jus de fruits, du beurre extra-fin, des produits surgelés et de l'ultra-frais. S'appuyant sur l'expertise développée dans l'alimentation infantile en Asie, Sill a conçu, il y a un an, pour Leader Price en pleine réflexion sur la refonte de son offre, une gamme de 18 produits 100 % bio, d'origine France pour les protéines (hors poissons) comprenant purées, légumes et compotes. « *Nous avons mis l'accent sur la naturalité des produits au prix d'un exigeant travail de sourcing des matières premières mais aussi sur la sécurisation alimentaire et la régularité des volumes* », précise Tristan Falc'hun.

La mise en linéaire de la nouvelle gamme « Bébé Bio » vendue sous marques distributeurs s'est faite en septembre dernier et rencontre un vif succès auprès de consommateurs particulièrement sensibles à l'équilibre nutritionnel et à la qualité gustative de l'offre proposée aux palais des plus petits.



CENTRE-VAL DE LOIRE

- Axérial
- Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH)
- Kultive SAS



Un pied sur les productions de terroir, l'autre dans le vaste monde

AXÉRIAL

EN FAIRE DES TONNES SUR LA POMME DE TERRE BIO

Première coopérative céréalière française intervenant sur la région Centre-Val de Loire, du sud de Paris jusqu'à l'Auvergne, Axérial regroupe 13 000 agriculteurs-adhérents. Elle est construite autour de deux pôles principaux : l'activité agricole avec le commerce et la logistique, d'une part, et la transformation agroalimentaire d'autre part. Axérial a su concilier sa grande taille, nécessaire sur les marchés mondialisés des grandes cultures et son attachement aux productions de terroir, à commencer par la vigne. Sa flexibilité et sa réactivité lui permettent de s'investir sur des marchés de niche. « C'est le cas avec la culture des asperges vertes depuis 25 ans, celle des pommes de terre exclusivement bio cultivées depuis une vingtaine d'années ou celle en gestation autour de la noix coque. Cette dernière diversification permet notamment de valoriser les terres superficielles en bordure des cours d'eau », explique Vincent Rogez, responsable de la filière Fruits et légumes chez Axérial. En outre, ces productions spécialisées génèrent pour nos adhérents une valeur ajoutée plus conséquente que celle obtenue en grandes cultures », renchérit-il.



Vincent Rogez, responsable de la filière Fruits et légumes

Les premières livraisons d'Axérial pour le groupe Casino ont porté sur les asperges vertes, dès 1993, puis sur les pommes de terre bio, depuis 2009. « Nous avons choisi de proposer des variétés à chair ferme comme la Ditta et l'Allians et de petits conditionnements de 1,5 kg, adaptés aux nouvelles attentes des consommateurs », précise Vincent Rogez. Le contrat de partenariat récemment signé entre Casino et Axérial a contribué à structurer la filière « fruits et légumes bio » du Groupe aux côtés d'autres fournisseurs tels que Kultive et Cardell Export (lire p. 27 et 61). « En plus des produits, le groupe Casino a été sensible à notre mode de gouvernance, au plus près des besoins de nos adhérents, et à notre vision du développe-

ment, basé sur des activités solidement ancrées dans les territoires et non délocalisables », ajoute Vincent Rogez. Ce partenariat officialise un engagement de longue date et offre une visibilité à long terme aux adhérents d'Axérial investis dans une production de pommes de terre bio de qualité qui affiche des volumes significatifs (600 tonnes par an), en croissance constante.



Après cent ans d'innovations, LSDH est l'un des derniers producteurs indépendants de lait de consommation et le premier conditionneur français de jus de fruits

LAITERIE DE SAINT-DENIS-DE-L'HÔTEL (LSDH)

BIEN CONDITIONNÉS POUR LE LAIT

Créée en 1907 par des agriculteurs dans le Loiret, la Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH) revendique avec fierté son histoire familiale - sur trois générations -, ses racines laitières et son ancrage territorial. Face à l'impossibilité de croître uniquement sur l'activité laitière, LSDH s'est progressivement diversifiée en conditionnant l'ensemble des liquides alimentaires : laits, mais aussi crèmes, jus, soft drinks, boissons végétales, soupes... Récemment, LSDH a conforté sa stratégie de diversification en reprenant la société Les Crudettes (salade 4^e gamme et salade traiteur). Ce pôle Fraîcheur nouvellement constitué vient en complément de l'offre naturelle, nutritionnelle et santé déjà en place sur le pôle Boissons.



Emmanuel Vasseneix, président

Son activité s'est faite principalement au rythme de la construction de la Communauté européenne (PAC, quotas laitiers...) mais également grâce à sa rencontre avec le monde de la grande distribution dès 1985. « *Sur notre parcours, nous avons effectivement eu la chance de croiser la grande distribution, et notamment le groupe Casino. En plus de nous avoir confié des volumes supplémentaires, ils nous ont confortés dans la nécessité de nous intégrer dans une stratégie de qualité et d'innovation. Enfin, ils nous ont permis de nous constituer une carte de visite pour nous développer chez tous les distributeurs. Nous y sommes parvenus dans le cadre d'un développement responsable et dans le respect des*

valeurs qui nous animent "Passion, Ambition, Humanité" », explique Emmanuel Vasseneix, président de LSDH.

Depuis les premiers jus de fruits vendus sous marque Casino en 1985, LSDH a partagé avec le Groupe des aventures chargées de sens. « *Lorsque le groupe Casino a racheté la Laiterie des Monts du Forez (lire p. 8), il s'est tourné vers nous pour le conditionnement et la mise en valeur de ces produits. Nous sommes fiers d'avoir pu participer à la sauvegarde d'une trentaine d'exploitations et au maintien de la production d'un lait de proximité, fait par des gens de terroir.* »

Un autre exemple de collaboration fructueuse ? Afin de répondre à la stratégie de différenciation de la marque Monoprix, LSDH a proposé la mise en place d'une « charte du bien-être animal » pour toute la gamme de laits signés Monoprix. Cette charte impliquait notamment une sélection de fermes assurant l'accès aux pâturages pour les animaux et l'absence d'étables entravées. Cette initiative a reçu le prix CIWF (*Compassion in world farming*) et rencontré l'adhésion des consommateurs au regard des volumes vendus, qui sont passés de 6 à 15 millions de litres. « *C'est ainsi qu'en favorisant l'innovation, la logistique et la sécurisation des approvisionnements en matières premières, la grande distribution fait progresser les producteurs et les industriels, tirant l'ensemble de la filière agroalimentaire vers le haut* », conclut Emmanuel Vasseneix.



Des légumes cultivés dans le respect de la nature et une logistique performante

KULTIVE SAS

IL FAUT « KULTIVER » LE JARDIN FRANCE !

Depuis trente ans, une cinquantaine de maraîchers de coopératives du Val de Loire, du Val de Seine, des Landes et de la Provence mettent en commun « leur passion, leurs compétences et leurs valeurs pour cultiver des légumes dans le respect de la nature et des pratiques transmises par leurs pères. » Leurs trois produits phares sont les concombres, dont ils sont devenus les premiers producteurs nationaux, les betteraves rouges et les carottes, mais on trouve également sur leurs exploitations tomates, radis noirs, navets, panais... Entre légumes de serre, de plein champ ou biologiques, la production atteint aujourd'hui 60 000 tonnes pour un chiffre d'affaires de 52 millions d'euros réalisé à 90 % avec la grande distribution.

La commercialisation est assurée par la société Kultive SAS, créée à cet effet par les producteurs-actionnaires. Si le siège social est basé à Sandillon, dans le Loiret, les stations de conditionnement sont en revanche basées à proximité des exploitations. « Ainsi, nos



Didier Foulon, président



Alexandre Picault, directeur commercial

légumes sont triés et conditionnés rapidement après la récolte afin de préserver toute leur fraîcheur; explique Alexandre Picault, directeur commercial de Kultive. Nous travaillons depuis vingt ans en conventionnel avec le groupe Casino et depuis plus de dix ans sur le bio. Casino a trouvé auprès de nous une compétence aussi bien sur l'ensemble d'une gamme que sur des produits spécifiques. C'est aussi la possibilité pour lui d'avoir des légumes frais et de qualité grâce à nos quatre bassins de production qui sont autant de terroirs. Nous lui garantissons toute l'année la qualité, la régularité et l'homogénéité dans des achats réalisés auprès des mêmes fournisseurs. Enfin, une gamme de fruits bio a fait récemment son entrée chez Kultive pour répondre aux besoins de nos clients.»

En 2015, un partenariat a été signé entre Kultive et Casino pour poursuivre la consolidation de la filière bio sous la marque Casino Bio et engager une réflexion de plus long terme sur la place du bio dans ses magasins. Ou comment donner toute sa place aux productions de fruits et de légumes du grand jardin français. (lire aussi p. 64)



CORSE

- Brasserie Pietra
- Corsica Gastronomica
- Corsica Comptoir



Une bière corse porteuse de l'identité régionale

BRASSERIE PIETRA

FAIRE MOUSSER

LE TERROIR ET L'ÉCONOMIE CORSES

“**B**rasserie Pietra fête en cette année 2016 ses 20 ans d'existence. Créée bien avant la mode des bières régionales, elle est issue de l'ambition de relancer l'économie de terroir; indique Dominique Sialelli, son président-fondateur, originaire du petit village de Pietraserena, sur le canton du Bustanico. Plus qu'une bière "faite en corse", c'est une véritable "bière corse", porteuse de l'identité régionale. Sa recette puise dans les ressources locales, avec notamment la farine de châtaigne, notre "céréale" locale. »



Armelle et Dominique Sialelli, fondateurs de Brasserie Pietra

A côté des vins, des fromages ou de la charcuterie corses, les bières Pietra ont su rapidement trouver leur place dans les linéaires, portées par une mise en avant des produits régionaux très marquée en Corse, insularité oblige. Les premiers échantillons ont été présentés à Casino, enseigne leader en Corse et partenaire naturel de Brasserie Pietra. Après deux années de lancement réussi sur l'île de Beauté, le développement s'est fait en toute fluidité vers le sud de la France, puis à l'échelle nationale et internationale. La gamme s'est rapidement déployée autour de la Pietra Ambrée, bière fondatrice de

la marque, avec les bières Pietra Bionda, Pietra Rossa, Colomba, Serena... « Sur un marché en forte évolution ces dernières années autour des bières de spécialité, le groupe Casino a apprécié notre capacité à créer une marque régionale bien ancrée dans son terroir; à l'instar de ce que peuvent faire quelques brasseurs en Bretagne ou en Savoie, et sur un segment en forte progression dans les magasins », précise Dominique Sialelli.

Grâce à son sens de l'innovation, Brasserie Pietra a su se faire un nom sur le marché très concurrentiel de la bière. La société emploie 50 personnes et produit aujourd'hui 75 000 hectolitres de bière pour un chiffre d'affaires de 19 millions d'euros, réparti à 50 % sur la Corse et 50 % sur le continent et à l'export. Enfin, pour faire face à un développement soutenu et continuer à produire une bière de grande qualité et des produits bien stabilisés, Brasserie Pietra vient de lancer une phase d'investissements conséquents (nouvelle salle à brasser, nouvelle ligne d'embouteillage) pour une unité de production depuis toujours engagée sur la performance écologique (récupération de CO₂ bilan carbone®, suivi ciblé de la consommation d'eau...).



La Corse en avant dans toutes les productions de Corsica Gastronomia

CORSICA GASTRONOMIA

UNE GASTRONOMIE BIEN CORSÉE ET FIÈRE DE L'ÊTRE

À l'heure de prendre sa retraite et de voir son entreprise reprise par ses salariés, Charles Antona, président-fondateur de Corsica Gastronomia, dresse un bilan tout à fait positif d'une « vie avec Casino en Corse ». D'une petite entreprise artisanale créée en 1990, il a fait une société de pointe, éco-responsable, qui a obtenu, en 2009, la certification ISO 22000. La reconnaissance d'un savoir-faire labellisé dans la qualité, la régularité et la sûreté alimentaire pour chacune de ses productions.

Selon Charles Antona, « *Casino Corse est non seulement le premier partenaire historique de Corsica Gastronomia, mais il a su également mettre la Corse en avant.* » En effet, le groupe Casino achète depuis



Charles Antona, président-fondateur

treinte ans à Corsica Gastronomia toutes ses productions : confitures, terrines, plats cuisinés... « *Elles se veulent l'expression d'une terre, d'un parfum, d'une saveur* », souligne Charles Antona, à la tête du vaste domaine agricole de Campetra et de sa plantation de figuiers bio, à 25 km d'Ajaccio.

« *Précurseurs à l'origine dans la valorisation des matières premières et des produits régionaux, nous avons grandi ensemble avec Casino. Ils nous ont servi de tremplin pour franchir la Méditerranée et nous développer à l'extérieur. Casino est venu chercher chez nous une entreprise citoyenne, respectueuse du consommateur final. Une entreprise qui*

fait travailler des agriculteurs, crée des emplois et qui continuera à participer au rayonnement et à l'économie de toute la région », conclut Charles Antona.



Clémentines de Corse et autres agrumes corses : IGP et identité régionale garanties

CORSICA COMPTOIR

UN TERROIR ET DES AGRUMES CORSES BIEN SUR TOUTE LA GAMME

Créé en 2005, le Groupement d'intérêt économique (GIE) Corsica Comptoir regroupe l'offre de cinq structures agricoles régionales. A partir de sa plateforme logistique de Saint-Andiol près de Cavailhon, il commercialise une vaste gamme de produits d'origine, dont la Clémentine de Corse, cultivée dans la région de Bastia sur des pentes douces et baignées de soleil. La récolte (de 20 000 à 30 000 tonnes annuelles) provient de petites exploitations de 10 hectares en moyenne.

« Le groupe Casino nous achète depuis de nombreuses années ces clémentines bénéficiant du label IGP. Ce label renvoie à un terroir, à des méthodes culturales exigeantes et au respect d'un cahier des charges très strict. Ainsi, elles sont les seules clémentines à être cueillies à la main et à maturité. Ces agrumes possèdent aussi le Label Rouge en raison de leurs qualités organoleptiques », précise Pierre-Paul Monteil, responsable des ventes au sein du GIE et producteur de Clémentines et de Pomelos de Corse.

Outre les clémentines, le groupe Casino achète également d'autres fruits corses au GIE (Pomelos de Corse, kiwis, oranges, citrons..., bénéficiant pour la plupart d'une IGP). « Notre partenariat se fait en toute transparence depuis de nombreuses

années qu'il s'agisse des dates de récolte, des volumes prévisionnels ou du calibre des fruits, afin que le groupe Casino puisse orienter au mieux ses achats et garantir la présence en magasins de nos produits dès novembre. Ses acheteurs trouvent chez nous une implantation historique et un caractère identitaire, la garantie de la qualité et des volumes, la traçabilité et toute la sérénité requises dans la grande distribution », ajoute Pierre-Paul Monteil.





GRAND-EST

- Charbonneaux Brabant
- Fromagerie de L'Ermitage
- Moritz



Guy et Valéry Brabant, du vinaigre classique aux vinaigres gastronomiques

CHARBONNEAUX BRABANT

UNE ENTREPRISE RÉMOISE DU VINAIGRE BIEN CONSERVÉE

Fondée en 1797, Charbonneaux Brabant est une entreprise familiale rémoise spécialisée dans l'alimentaire et le non-alimentaire. Elle possède deux activités principales conduites en parfaite synergie : la fabrication de vinaigres, de moutardes, de mayonnaises et de sauces ; la formulation, le conditionnement et la distribution de produits d'entretien et de bricolage. Ses produits sont présents aussi bien dans les épicerie fines, la distribution spécialisée et le grand commerce. « *Notre croissance organique et externe se fait sans rien renier du modèle familial initial* », indique Valéry Brabant, directeur général de Charbonneaux Brabant. L'entreprise compte aujourd'hui 300 collaborateurs, réalise un chiffre d'affaires de 110 millions d'euros et se développe à l'export.

Charbonneaux Brabant - 51100 Reims

« *C'est en 1999 que nous avons noué un premier partenariat avec le groupe Casino, tout d'abord sur les produits d'entretien et de bricolage. Il avait besoin de la puissance d'un partenaire industriel innovant et très outillé qui puisse livrer de grandes quantités de produits à un prix très compétitif* », poursuit Valéry Brabant. La collaboration s'est ensuite prolongée tout naturellement avec les produits alimentaires et le déploiement de la marque Casino autour de l'univers du vinaigre s'appuyant sur le savoir-faire à la fois ancestral et inventif de Charbonneaux Brabant. « *Désireux de perpétuer la grande tradition française des condiments, nous avons développé ensemble de très nombreuses recettes et formats couvrant tous les marchés, du vinaigre d'alcool classique aux vinaigres gastronomiques, premium et biologiques* », ajoute Valéry Brabant.



Au sein de territoires préservés, la production de fromages à forte identité régionale

FROMAGERIE DE L'ERMITAGE

80 ANS D'HISTOIRE FROMAGÈRE SERVIS SUR UN PLATEAU

Des pentes vallonnées aux riches herbages et des territoires préservés où la nature commande : c'est au cœur des Vosges, du Doubs et du Jura que prennent vie les fromages de l'Ermitage. De l'est de la France jusqu'aux frontières suisse et belge, 1 250 exploitations laitières des régions Grand-Est et Bourgogne-Franche-Comté, représentant environ 3 000 familles, font confiance à la Coopérative Ermitage pour valoriser leurs productions en fromages renommés. « *Si elle a grossi au fil des années, par le biais d'une croissance à la fois interne et externe, son développement s'est fait en préservant sa culture, sa tradition et son savoir-faire. Elle est également restée très attachée à son statut coopératif et à son indépendance qui lui permettent de bien valoriser le lait de ses coopérateurs et ses fromages* », indique Daniel Gremillet, président de la Fromagerie de l'Ermitage.



Daniel Gremillet, Président

Fidèle à son implantation régionale dans le massif vosgien, à Bulgnéville, près de Vittel, c'est sur cette « terre d'authenticité » que sont fabriqués le Munster AOP, le Carré de l'Est, le

Camembert, le Brie, l'Emmental et l'Emmental Grand Cru Label Rouge et autres spécialités repas (fromage pour tartiflette). Et c'est sur le massif jurassien que la Fromagerie de l'Ermitage produit le Mont d'Or, le comté, le Morbier, la Raclette et autres spécialités. « *Tous nos fromages sont issus du savoir-faire de l'est de la France* », précise Daniel Gremillet.

C'est autour des fromages emblématiques et à forte identité de la Fromagerie de l'Ermitage (le Munster et l'Emmental) que s'est construit le partenariat avec d'abord le groupe Cedis de Besançon puis avec le groupe Casino. « *Progressivement, la gamme livrée à Casino s'est élargie aux fromages AOP, Label Rouge et aux fromages sous marques de distributeurs. Ils sont tous porteurs de l'expérience humaine irremplaçable et des gestes transmis de génération en génération* », ajoute Daniel Gremillet.

Actrice à part entière du développement économique régional, l'entreprise compte aujourd'hui 1 000 salariés et possède depuis la taille requise pour servir le marché national et celui de l'Europe continentale.



Yves, Thérèse et Francine Moritz depuis 2004 dans l'entreprise familiale

MORITZ

UNE PALETTE DE RECETTES DIABLEMMENT BONNES

Installée depuis 1964 en pleine forêt vosgienne, dans le village de Fouday, l'entreprise Moritz a pour écrin la vallée de la Bruche. C'est au cœur de ce terroir culinaire alsacien qu'elle imagine et conçoit ses recettes autour de la viande. C'est en 1951 qu'elle a été créée, à Strasbourg, par Louis Moritz, boucher-charcutier à qui l'entreprise doit sa fameuse « palette à la diable », une viande de porc salée dans la saumure, enrobée de moutarde et savamment emmaillottée dans son filet de crépine.

Dès 1958, l'entreprise Moritz devint l'un des tout premiers fournisseurs attirés d'une grande distribution alors naissante. Trois ans plus tard, elle renonçait définitivement au commerce de détail pour livrer grossistes et grandes surfaces.



De l'emblématique "palette à la diable" créée en 1972 à toute une gamme de produits élaborés autour de porcs français

En 1982, elle commença à travailler pour le groupe Casino, tout d'abord sur la ville de Besançon avec l'enseigne Cedis.

« Tradition, terroir, qualités gustatives et organoleptiques, créativité mais aussi traçabilité et sécurité alimentaire », c'est à André Moritz, fils du fondateur, qu'il revient de perpétuer les valeurs paternelles depuis 1983, précise-t-il. Filets de porc salé ou kasslers, rôtis cuisinés, ou spécialités à griller, « le groupe Casino trouve depuis plus de 30 ans, au sein de notre entreprise, le savoir-faire du boucher-charcutier de tradition totalement préservé. Il s'exprime avec la même passion dans une gamme complète de produits élaborés à partir de viandes de porcs nés et élevés en France », souligne André Moritz. Avec Francine, Yves et Thérèse, la troisième génération Moritz s'apprête à poursuivre l'aventure familiale et gustative.



HAUTS-DE-FRANCE

- Good Goût
- Méo-Fichaux
- Brasserie Duyck



Mikaël Aubertin, président-fondateur de Good Goût, renouvelle le marché des petits plats pour bébés



GOOD GOÛT

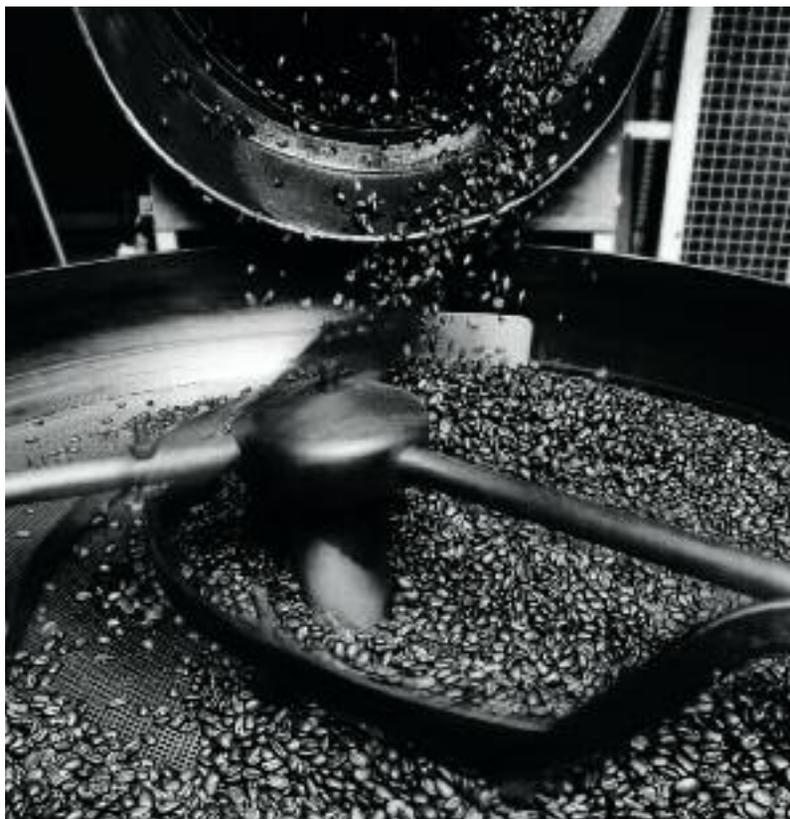
RIEN N'EST TROP BON POUR LES BÉBÉS

En moins de six ans, la jeune entreprise lilloise Good Goût a réussi à challenger, sur leur terrain, les deux marques leaders de l'alimentation infantile. « *Il a fallu pour cela toute la détermination et la motivation d'un jeune papa frustré de ne pas avoir le temps de cuisiner et peu tenté par les éternels petits pots prêts à l'emploi* », se souvient Mikaël Aubertin, fondateur et président de Good Goût.

Conseil en stratégie chez McKinsey après un passage chez Unilever, il connaît bien l'agroalimentaire. Il décide alors de développer une ligne de produits « bons, équilibrés et 100 % bio ». Il s'entoure du chef étoilé Michel Reutenauer, propriétaire du Carré des Sens à Villeneuve-d'Ascq, et s'adjoint les conseils de l'Institut Pasteur de Lille pour créer ses produits dans un domaine très encadré par la législation. En 2010, il part démarcher les 750 magasins bio de France et intègre rapidement le réseau Naturalia du groupe Casino... Ses huit premiers « petits plats pour bébés » vont alors renouveler tout un marché. En 2012, ses premiers échanges avec Monoprix se concrétisent

par une mise en place simultanée de la gamme Good Goût dans les magasins de l'enseigne puis, par capillarité, dans ceux de Franprix et de Géant Casino. « *Monoprix a été d'emblée sensible à notre démarche : nous concevons les recettes, à base de légumes 100 % naturels, nous les marketons, nous les vendons. Nous proposons aussi des packagings innovants comme les gourdes souples et éco-conçues. Enfin, nous partageons avec Monoprix le désir de toucher une clientèle urbaine et active* », poursuit Mikaël Aubertin.

Le « partenariat singulier » qui les unit a récemment pris « *une nouvelle dimension avec l'intégration de Good Goût à la cellule innovation du groupe Casino afin de conduire des projets de co-développement, identifier des besoins non couverts à ce jour et sortir conjointement de nouvelles familles de produits* », ajoute Mikaël Aubertin. Aujourd'hui, Good Goût propose une gamme de 55 recettes, représente 60 emplois directs et indirects (pour 20 salariés contre 3 au départ) et réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros. S'ils le pouvaient, tous les bébés lui diraient merci !



MÉO-FICHAUX

TOUS LES CAFÉS DU MONDE...

Le groupe Méo-Fichaux est aujourd'hui le plus important torréfacteur indépendant à capitaux français, né en 2012 du rapprochement de deux entreprises familiales du nord de la France, à la fois centenaires et concurrentes à l'origine, mais aux activités complémentaires. D'un côté, Méo Cafés, entreprise lilloise spécialiste du café et des produits laitiers fondée par la famille Méauxsoone en 1928. Elle avait été l'une des premières à décrocher des licences d'importation directe des cafés du Brésil et commercialisait depuis 1945, sous sa propre marque, ses produits auprès des professionnels de la restauration. De l'autre, Fichaux Industrie, née en 1900 et basée à La Madeleine (Nord), est un important fournisseur de marques de distributeurs qui bénéficie d'un outil industriel performant. Désormais réunis, les deux importateurs torréfient 35 000 tonnes de café chaque année. Ils proposent tous types de café et tous types de conditionnement (grain, moulu, dosettes, capsules...) dans un métier caractérisé par une quête permanente de nouveautés : arômes, formats...



Dominique Ruyan et Gérard Méauxsoone, deux torréfacteurs adeptes avant l'heure des circuits courts

Les deux entités n'ont pas attendu leur récente fusion pour travailler avec le groupe Casino. « *Nos premiers partenariats datent des années 1990-1995 et vont bien au-delà des relations client-fournisseur*, souligne Gérard Méauxsoone. *Casino est venu chercher notre expertise d'importateurs directs, notre maîtrise des achats de matières premières sur un marché très volatil et le soin apporté à la création des alliances.* » De plus, les deux torréfacteurs ont souhaité très tôt

raccourcir les circuits et réduire les intermédiaires. Pionniers, ils l'ont été également en s'engageant dans le commerce équitable, notamment à travers un agrément Max Havelaar qui témoigne de l'attention portée aux petits producteurs et aux producteurs de café écologique tout comme à la réduction de l'impact environnemental de la torréfaction. « *Un engagement constant et des valeurs que nous partageons depuis longtemps avec le groupe Casino* », conclut Gérard Méauxsoone.



BRASSERIE DUYCK

UNE BIÈRE « DE GARDE » QUI A FRANCHI BIEN DES COLS

Il est bien loin le temps où les fermiers faisaient leurs propres bières l'hiver pour « désoiffer » leurs ouvriers agricoles pendant l'été. « *Nous sommes l'une des dernières brasseries historiques en France. Des 2 000 fermes-brasseries ou brasseries créées il y a plus de cent ans, seule une dizaine subsiste* », indique Raymond Duyck, président de la Brasserie Duyck et issu lui-même de la 4^e génération de brasseurs familiaux. La ferme-brasserie originelle, créée à la fin du 19^e siècle par l'un de ses grands-oncles, à Zegerscapel, dans les Flandres françaises, n'a pas survécu à la Seconde Guerre mondiale. Elle renaît en 1922, à Jenlain, près de Valenciennes, sous l'impulsion de son grand-père, Félix. En 1949, les ancêtres de Raymond Duyck ont l'idée de conditionner leurs bières dans une bouteille champenoise de 75 cl avec bouchon de liège et muselet de fer. Une innovation décisive qui fera le succès de l'entreprise et la signature de la marque Jenlain.

« *L'arrivée du froid industriel permettant de faire de la bière en toute saison puis le rachat d'un camion militaire Dodge aux Américains feront passer la ferme-brasserie Duyck de l'âge artisanal à l'âge industriel* », se souvient Raymond Duyck. Dans les années 60-70, l'essor de la grande distribution



Mathieu et Raymond Duyck, la passion du brassage... et de l'indépendance

marque une nouvelle étape décisive dans la diffusion des bières de spécialité du nord de la France à tout l'Hexagone. « *Notre bière de garde prend le nom du village quercitain de Jenlain, le nom Jenlain étant déposé en 1968. La bière Jenlain devient incontournable et s'impose comme la « bière de garde » de référence pour la grande distribution. Jenlain Blonde, Jenlain Ambrée, Jenlain Or, Jenlain Ténébreuse, le groupe Casino est venu chercher notre passion du brassage et notre savoir-faire autour de bières très différentes des bières de table. Des bières plus fortes, plus corsées et plus goûteuses que Casino continue depuis 30 ans à apprécier et à diffuser sur un marché en plein renouvellement.* »

Aujourd'hui, la brasserie produit 110 000 hl par an pour 16 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte 45 employés. Raymond Duyck est heureux de pouvoir transmettre l'entreprise familiale à son fils Mathieu, nouveau gardien de « l'esprit bière de garde ». « *Nous sommes fiers d'avoir su résister à la forte concentration du secteur et d'avoir pu conserver notre indépendance* », conclut-il. Chaque génération aura laissé sa trace, entre innovations techniques, création de recettes et investissements industriels. L'export sera certainement le prochain challenge de la brasserie Duyck.



ILE-DE-FRANCE

- Vergers de Molien
- Alpérel
- Michel et Augustin
- TooGood



Un verger de 35 hectares exploité selon les principes de l'agriculture raisonnée

VERGERS DE MOLIEN

LA POMME DANS TOUS SES ÉTATS

Nous sommes à Ussy-sur-Marne, à moins de 50 km de Disneyland Paris. Ici, il n'est guère question de loisirs mais bien de l'exigeante exploitation des Vergers de Molien par la famille Oudard depuis plus de trois générations. Christophe Oudard gère toujours en famille, et avec 40 salariés, ce grand verger de 35 hectares, l'un des plus importants sites de production de poires au nord de la Loire (comice rosée, Passe-Crassane...). Il travaille selon les principes de l'agriculture raisonnée, perpétuant le savoir-faire de ses ancêtres. Ainsi, il a choisi de limiter l'intervention sur ses arbres qui poussent sur les terres fertiles de la Brie, classées parmi les meilleures d'Europe. La plupart de ses parcelles se situent sur des coteaux exposés sud-est et produisent des



Christophe Oudard à la tête de l'exploitation familiale

fruits cueillis à la main, reconnus pour leurs qualités gustatives.

Christophe Oudard a délibérément opté pour l'indépendance et maîtrise toute la chaîne, de la production à la commercialisation. « *Le groupe Casino est entré en contact avec nous en 2012 par l'intermédiaire du Centre régional de valorisation et d'innovation agricole et alimentaire (Cervia). Il achète nos produits dérivés qui nous permettent de valoriser une partie de notre production : purs jus de fruits, jus de pommes pétillants, confitures et gelées* », précise-t-il. Depuis cette date, ses productions ont intégré la gamme Casino « Le Meilleur d'Ici » (lire p. 64), pour le plus grand plaisir des consommateurs franciliens.



Une équipe déterminée à faire fondre les consommateurs de plaisir

ALPÉREL

UN FOISONNEMENT DE VRAIES GLACES ARTISANALES

Ils sont de plus en plus rares les artisans à continuer de faire leurs glaces et leurs sorbets à la turbine et non au freezer. « *A la turbine, la production se fait 15 litres par 15 litres, contre 200 à 500 litres au freezer. Ce procédé permet d'ajouter très peu d'air, ce qui garantit notamment une longueur en bouche incomparable à nos produits* », explique avec gourmandise Pierre Menini, restaurateur de formation et président d'Alpérel depuis 2015. Une entreprise qu'il a rachetée, avec son épouse et ses associés, à ses fondateurs, Paul et Françoise Maman. Ses principaux clients sont des restaurateurs, des chefs étoilés comme Guy Savoy ou Yannick Alléno, des épicerie fines, mais également le groupe Casino depuis 2013.



Pierre Menini, président

Outre sa méthode de fabrication résolument artisanale, sa recette repose sur le choix exigeant des meilleures matières premières, qu'il s'agisse du lait, des fruits, des œufs, de la vanille de Madagascar ou encore des pralinés pour élaborer

des produits toujours plus qualitatifs, sans additif et sans conservateur. C'est aussi une créativité et une audace dans les associations qu'il s'agisse de la fraise menthe poivrée, du citron jaune basilic ou du melon vanillé. « *Et nous remplissons encore nos petits pots à la poche à douille ou à la spatule* », précise Pierre Menini. Ce savoir-faire authentique et préservé, ces produits 100 % naturels ont séduit le groupe Casino. Il les propose aujourd'hui à ses clients dans une gamme d'une dizaine de produits Alpérel vendus dans les supermarchés Casino, dans le cadre du concept « Le Meilleur d'Ici ».

Pierre Menini vient d'investir 100 000 euros dans l'agrandissement de son outil productif basé à Trappes, dans les Yvelines, en l'occurrence, l'acquisition d'une nouvelle turbine pour répondre à la demande. Depuis le rachat, il a embauché trois nouveaux salariés. Ils sont désormais neuf - pour un chiffre d'affaires de 600 000 euros - bien déterminés à faire fondre les consommateurs de plaisir.



Depuis des années, Michel et Augustin construit des partenariats inédits avec le groupe Casino. Opération Commando : tous les trublions animent un magasin Monoprix pour faire découvrir une nouvelle recette, La Tournée des Mousses, " Souriez, elle est à vous ", #UnPourMoiUnPourToi... sans oublier des recettes exclusives

MICHEL ET AUGUSTIN

LES TRUBLIONS DU QUOTIDIEN ALIMENTAIRE

Même si Danone est entré tout dernièrement comme actionnaire minoritaire au capital de leur société (40%), même si leurs sablés ont su conquérir les palais new-yorkais, même s'ils ont essaimé dans 23 pays à travers le monde, les « trublions du goût », comme ils se désignent eux-mêmes, sont restés fidèles à leur vocation initiale : « *redonner des couleurs aux courses alimentaires* », explique Michel de Rovira, co-fondateur, comme son prénom l'indique, de la société Michel et Augustin.

« Avec Augustin Paluel-Marmont, mon camarade de classe depuis la 4^e puis à l'ESCP, nous partagions un même constat : des prix et une qualité des produits tirés vers le bas, la difficulté à lire les étiquettes et donc à comprendre les recettes, l'absence d'un univers réel qui porte la marque au quotidien et, partant, l'envie de faire des recettes incarnées avec des produits de qualité », poursuit Michel de Rovira. Leurs premiers sablés « ronds et bons » ont vu le jour en 2004 dans la petite cuisine d'Augustin, rue Hermel à Paris, dans le 18^e. Forts du succès rencontré lors de leur commercialisation, alors très artisanale, dans les épiceries et les boulangeries du quartier, ils ont eu l'envie d'approcher les plus grands.

En 2006, les deux compères ont tout d'abord frappé à la porte

de Monoprix. « Première enseigne à nous référencer, Monoprix a été séduit autant par nos biscuits que par notre projet entrepreneurial. Elle nous a toutefois posé comme condition préalable de proposer un deuxième produit à côté de nos sablés », se souvient Michel de Rovira. Ce sera la « Vache à boire », leur premier yaourt à boire. Suivront très vite sur leur catalogue gourmand « L'incroyable mousse au chocolat », leur best-seller, et aujourd'hui, plus d'une centaine de recettes simples et originales à la fois : biscuits sucrés, biscuits apéritifs, jus de fruits, desserts frais, yaourts... « Monoprix apprécie nos recettes créatives et notre positionnement à la fois qualitatif, premium et décalé. L'enseigne reste pour nous un partenaire de référence, avec lequel nous entretenons une relation de proximité et d'exclusivité. »

Un peu plus de dix ans après sa création, Michel et Augustin compte une centaine de trublions, pèse 40 millions d'euros de chiffre d'affaires mais reste animé « par l'ambition initiale de faire partager ses nouveaux produits aux gourmands et aux curieux », souligne Michel de Rovira. « Et nous continuons de marcher main dans la main avec nos partenaires historiques en France sur un marché prépondérant pour nous. » Une « très très bonne », voire une « incroyable », success-story aujourd'hui pilotée depuis la « bananeraie », le siège social de l'entreprise basé à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine).



TOOGOOD

LE MEILLEUR DU SNACKING ET DU « MADE IN AILLEURS »

“**M**onoprix nous a permis de grandir », déclare d’emblée Olivier Dahan, président-fondateur de la société TooGood (groupe Triomphe), spécialisée dans l’importation et la distribution « de produits "Made in Ailleurs", autrement dit de produits inédits dans notre pays et que l’on fait découvrir aux consommateurs français ». Concrètement, le métier d’Olivier Dahan est de créer des « unités de besoins ». Il a commencé en lançant sur le marché hexagonal les célèbres biscuits américains Oreo, référencés par Monoprix dès 2003.



Olivier Dahan, président-fondateur, surfe avec succès sur la vague du « grignoter sain »

Puis il décide de créer sa propre marque et de se lancer sur le segment du « grignoter sain » en offrant des produits de snacking peu caloriques et de bonne qualité nutritionnelle (Terra Chips). Alors qu’il se heurte au scepticisme de certaines enseignes, il présente le concept à Monoprix qui décide à

nouveau de lui faire confiance et lui propose de placer cette gamme simultanément dans 300 magasins. Toujours en quête des faiblesses de certains marchés, TooGood se lance ensuite sur le segment peu développé en France des sauces, huiles et condiments sous le label « Le bol garni ». Son portefeuille est à présent constitué de différentes gammes (américaine, anglaise, épicerie fine, sans sucres).

« L’équipe de Monoprix participe aux validations gustatives comme au choix des packagings, explique Olivier Dahan. J’ai trouvé chez eux

une entreprise en quête de différenciation, à l’écoute de ma stratégie. Je la considère comme mon premier partenaire dans l’innovation ». Depuis trois ans, les ventes de TooGood progressent de 30 % chaque année pour un chiffre d’affaires qui s’établit à ce jour à 4,5 millions d’euros.



NORMANDIE

- EDB Marée
- Vincent Pichon (Vergers du Val de Sée)



Un partenariat avec une cinquantaine de petits bateaux et le souci de préserver les ressources maritimes

EDB MARÉE

LES PETITS BATEAUX FONT LES GRANDES MARÉES

Entreprise familiale de 40 salariés basée à Mondeville, dans le Calvados, EDB Marée a été fondée en 1968 par Marcel Lequertier, à proximité de Port-en-Bessin, premier port de pêche artisanale du département réputé pour ses coquilles Saint-Jacques. « Nous ramassons toute la pêche locale entre Port-en-Bessin et Fécamp et travaillons en partenariat avec une cinquantaine de petits bateaux de moins de 16 mètres dans le souci de la préservation des ressources », explique Didier Lequertier, directeur général d'EDB Marée. L'hiver, les achats se portent essentiellement sur la coquille Saint-Jacques ; l'été, sur la sole et le maquereau.



Didier Lequertier, directeur général

« Le partenariat signé avec le groupe Casino nous permet de valoriser la pêche locale et de faire travailler la flottille toute l'année, précise Didier Lequertier. Avec nous, le Groupe accède à des produits compliqués à trouver et se procure des opportunités pour faire des mises en avant dans ses magasins, notamment sous la marque Casino Délices. »

Aujourd'hui, 90 % de la production d'EDB Marée sont destinés au marché du frais et 10 % à celui du congelé. Quant à la production de Saint-Jacques, elle représente 2 000 tonnes annuelles, soit 1 000 tonnes en frais et 1 000 tonnes en surgelé. Fin 2011, EDB Marée a offert un nouveau débouché à la coquille Saint-Jacques en créant la première unité de production sur la région. L'atelier assure le décorticage mains et la surgélation. Un investissement structurant pour la filière, avec à la clé 60 emplois créés par le mareyeur.

C'est en 2011, lors d'une réunion sur la filière pêche, que l'entreprise normande a suivi le sillage de Casino. Elle n'était alors pas encore introduite dans la grande distribution, mais cette rencontre a été décisive.



Sandrine Desmonts et Vincent Pichon, propriétaires-récoltants exploitent un verger de pommiers sur 12 hectares dans le Val de Sée, non loin du Mont-Saint-Michel

VINCENT PICHON (VERGERS DU VAL DE SÉE)

UN CIDRICULTEUR AVRANCHIN DE HAUTE-TIGE

Nous sommes dans le Val de Sée, au cœur du bocage bas-normand, à 15 km d'Avranches. Une vallée fertile composée de prairies naturelles, de plaines arborées et ensoleillées où l'on s'attendrait presque, comme autrefois, à voir les bovins pâturer sur les pommiers hautes-tiges. Ces pommiers à cidre font depuis toujours partie du paysage avranchin. C'est ici que, depuis 2005, Vincent Pichon, cidriculteur, exploite avec Sandrine Desmonts les 12 hectares des Vergers du Val de Sée achetés par son arrière-grand-mère. Ces vergers sont identifiés pour les AOC Calvados et Pommeau de Normandie, un apéritif obtenu par l'assemblage de jus de pommes non fermenté et de calvados. Vincent Pichon exploite aussi des vergers de pommes à jus de fruit.

« En 2011, le groupe Casino a racheté trois magasins Intermarché de la région où nous étions déjà référencés. Il est

conscient que, plus que jamais, les consommateurs sont demandeurs d'une réelle proximité avec les producteurs d'où l'importance d'avoir des points de vente qui mettent en valeur les produits locaux », explique Vincent Pichon. « Le groupe Casino apprécie notre savoir-faire, notre authenticité. Nos fruits sont sélectionnés et visités avant le pressurage pour donner un mout riche en polyphénols. Nos produits, non pasteurisés, fermentent grâce à des levures indigènes. Une garantie de qualité et d'une signature terroir », poursuit-il. Dans la famille « Le Meilleur d'Ici » développée par le groupe Casino pour soutenir les achats locaux (lire aussi p. 64), Vincent Pichon livre son cidre Le Brécéen, brut et demi-sec, son Pommeau AOC (70 et 35 cl) et son Calvados AOC (70 et 35 cl) directement dans certains magasins Casino de Normandie. Un cidriculteur qui a su fidéliser localement autour de la commune de Brécey mais qui pourrait un jour viser aussi l'export.



NOUVELLE-AQUITAINE

- Arcadie Sud-Ouest
- Huitres Geay
- Sobeval
- Ferrand
- La Charmille
- Méricq
- Gastronome (Fermiers du Gers)



Une garantie d'approvisionnement sur des agneaux élevés et engraisés dans la région

ARCADIE SUD-OUEST

DES AGNEAUX EN FILIÈRE SÉCURISÉE

Les relations entre Arcadie Sud-Ouest et le groupe Casino ont franchi une nouvelle étape avec la signature, en février 2016, d'un contrat triennal et tripartite auquel s'est jointe la coopérative d'éleveurs Unicolor. Ce contrat porte sur la valorisation de 5 000 agneaux élevés et engraisés en Aveyron et dans les départements limitrophes. Ce partenariat permet à Casino de proposer aux consommateurs un « Agneau du Massif Central », de qualité définie et selon un protocole très strict, portant notamment sur le bien-être animal et son alimentation dans le respect de l'environnement. Au-delà du produit, cette initiative contribue au développement d'exploitations agricoles familiales et à l'amélioration du revenu des éleveurs impliqués.



Serge Fargeot,
directeur général

Ainsi que l'explique Serge Fargeot, directeur général d'Arcadie Sud-Ouest, « *notre groupe est spécialisé dans l'élevage, l'abattage et la transformation de viande de boucherie : bovins, ovins, veaux, porcs. Leader multi-espèces, il occupe les positions de premier abatteur d'ovins en France, premier abatteur de bovins de race Aubrac et de Blondes d'Aquitaine dans le Sud-Ouest, premier opérateur français en veau sous la mère et premier abatteur de porcs Label Rouge. Nous travaillons depuis plusieurs décennies avec le groupe Casino. Notre partenariat se fait aussi bien sur des démarches labellisées et toujours sur de la viande de qualité supérieure. Casino a trouvé chez nous une garantie d'approvisionnement et l'assurance d'un marché organisé. En retour, il sécurise toute une filière sur ses débouchés.* »



Des parcs à huîtres gérés dans le respect de la nature

HUÎTRES GEAY

LA PERLE DU BASSIN DE MARENNES-OLÉRON

Depuis 1874 et cinq générations, la famille Geay élève les huîtres entre Marennes et l'île d'Oléron, au cœur de ce bassin charentais où terre et mer s'entrelacent à l'infini. Enclavé entre le continent, la Seudre et l'île d'Oléron, le site trouve un environnement propice à la formation de courants riches en sédiments et en phytoplanctons. Adrien Geay a repris tout récemment le flambeau de l'entreprise à l'âge de 25 ans. Sur le port de La Tremblade, il gère les parcs à huîtres dans le respect des produits et de la nature. Récolte du naissain, élevage et affinage n'ont plus de secrets pour lui. Pour celui qui est « né dans les parcs, plus qu'un métier, c'est avant tout une passion », reconnaît-il.

Outre sa marque propre qu'elle vend notamment aux restaurateurs français (la Fine de



Depuis le port de La Tremblade, Adrien Geay perpétue un savoir-faire reconnu

Claire Geay, « la pionnière de la famille », la Spéciale Geay, la Fine de Claire verte et l'Ultime Geay), l'entreprise Geay fournit à Casino depuis plus de 25 ans sa gamme « Marennes d'Oléron » aux marques « Terre et Saveur » et « Casino Délices » ainsi que la gamme Label Rouge. Les premières huîtres de la maison Geay ont été vendues au groupe Casino dans les magasins Disque Bleu puis Rallye.

« Toutes nos huîtres bénéficient des mêmes exigences, du même soin et du même travail de sélection rigoureuse. Du naissain jusqu'à l'emballage dans les caissettes, nous maîtrisons toute la chaîne de production », précise Adrien Geay. Perpétuant un savoir-faire reconnu, l'entreprise s'attache aujourd'hui à faire découvrir ses grands crus à d'autres bassins de consommateurs à travers le monde.

SOBEVAL

UN ENGAGEMENT

BIEN MARQUÉ SUR LE VEAU

Entreprise privée dédiée à 100 % à la filière veaux de boucherie française, Sobeval a été créée en 1980. Elle compte à présent 450 salariés et rassemble 1 000 producteurs (600 éleveurs de veaux de boucherie répartis sur 51 départements, 350 éleveurs de veaux fermiers élevés sous la mère et 50 éleveurs de veaux bio). Son activité couvre trois domaines : la viande de veau avec os pour la boucherie de détail, les grossistes et les supermarchés, l'élaboration de viande sous vide et la fabrication de produits élaborés à base de viande de veau (paupiettes, saucisses...). L'entreprise commercialise ses produits sur le marché intérieur français ainsi qu'à l'export.

Le développement d'un partenariat constructif et continu avec le groupe Casino est engagé dès 1994. Comme le souligne Gilles Gauthier, directeur général de Sobeval, « *il a récemment connu un temps fort avec la signature, le 18 mai 2011, d'une convention par laquelle le groupe Casino s'engage à acheter chaque année un certain tonnage de veaux, créant ainsi un lien fort avec le monde agricole.* » Le groupe Casino achète notamment à Sobeval des veaux croisés Limousin, des veaux fermiers élevés sous la mère ainsi que la gamme complète de produits élaborés sous la marque « Finesse de veau ».

« *Le groupe Casino a trouvé chez Sobeval une entreprise certifiée "de l'étable à la table", avec trois assurances majeures : maîtrise de la production, maîtrise des process (abattoir classé 1, la note optimale ; souci du bien-être animal, respect environnemental) et, enfin, régularité dans la livraison d'un produit de qualité pour l'ensemble de ses linéaires* », ajoute Gilles Gauthier. Un engagement contractuel signé dans la durée et bénéfique pour tous les éleveurs de la région.



Gilles Gauthier, directeur général. Un partenariat continu et des garanties de tonnage pour les éleveurs de la région



UN PARTENARIAT

BIEN CHAUSSÉ ET TAILLÉ
POUR LA ROUTE

Des articles chaussants, de la Charente à la Chine

C'est au pied de la colline fortifiée de la « Cité de caractère » de Villebois-Lavalette, que se trouve l'épicentre du savoir-faire chaussant charentais. L'entreprise Ferrand y est implantée depuis 1979.

Elle commercialise des articles chaussants (pantoufles, mules, ballerines...) conçus et produits exclusivement en France. Créée par l'un des descendants des créateurs d'une institution régionale, la Pantoufle charentaise, Ferrand SAS est aujourd'hui une PME de 43 personnes d'où sortent chaque année quelque 350 000 paires de ballerines, chaussons et charentaises (2,3 millions d'euros de chiffre d'affaires). « *Des produits désormais tous certifiés "Origine France garantie" que Ferrand vend depuis 1983 au groupe Casino sous marque de distributeur (MDD) mais également depuis peu jusqu'en Chine, en e-commerce* », indique Pierre Rebeyrole, co-gérant de la société qu'il a rachetée en 2011 avec Cyril Colombet.



Cyril Colombet et Pierre Rebeyrole à la tête de Ferrand

« *Nous fabriquons des produits de très haute qualité, à des prix accessibles, en conciliant sur chaque chaussant innovation fonctionnelle, confort, esthétisme et confort réglementaire. Depuis plus de trente ans, le groupe Casino apporte sur chacune des collections conçues par nos équipes son regard d'expert. Outre la qualité et la créativité de nos productions, ils apprécient notre grande réactivité et notre strict respect des délais* », poursuit Pierre Rebeyrole. Grâce à la longévité de ce partenariat, Ferrand SAS a pu se consolider sur ses segments historiques mais aussi se développer sur le très haut de gamme avec, par exemple, le lancement en Chine de la collection signée Sophie Marceau. « *L'entreprise continue à investir massivement pour la formation de nouveaux collaborateurs dans un métier qui ne connaît pas l'interim tant le savoir-faire est long à acquérir* », ajoute Pierre Rebeyrole. La signature de plusieurs contrats de génération - associant dans des binômes jeunes de moins de 25 ans et seniors de plus de 57 ans - est aussi un vecteur de transmission du savoir-faire et un levier de création d'emplois pour la région.



Eric Miailhe, président du directoire, propose des vins de grande qualité à des prix compétitifs

LA CHARMILLE

BIENVENUE AU CHÂTEAU COUFRAN !



« L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, consommez avec modération »

“**C**est en 1950, année de ma naissance, que mon père fut sollicité pour approvisionner régulièrement Casino en Château Coufran. La propriété devait fournir des vins mis en bouteille au château, ce qui était très novateur à l'époque autant que la démarche de Casino de se rapprocher ainsi de la production. Les bouteilles étaient alors chargées à la brouette, sans aucun carton et sans caisses en bois, à même un conteneur métallique. Le tout était calé avec de la paille et des liteaux de bois », se souvient Eric Miailhe, président du directoire de La Charmille.

Quand, en 1972, Eric Miailhe a commencé à travailler pour l'entreprise familiale, son père lui a demandé de prendre en charge le dossier Casino, le commissionnaire à l'origine de l'accord étant décédé. « Notre philosophie a plu au groupe Casino. En effet, nous avons

cherché à conserver un maximum de vieilles vignes qui donnent des vins plus concentrés, possédant une grande aptitude au vieillissement. Aucune interruption significative n'est à déplorer en plus de 60 ans de partenariat. J'en suis d'autant plus reconnaissant à Casino qui représente notre plus vieil accord en Château Coufran parmi les six qui fonctionnent encore en Europe. Je salue aussi la fidélité des consommateurs, séduits à l'évidence par un vin à base dominante de merlot », poursuit Eric Miailhe. Enfin, le prix du Château Coufran est resté très stable ces quinze dernières années, contrairement à la tendance haussière des vins rouges de Bordeaux, ce qui permet de continuer au groupe Casino de proposer aux consommateurs à un prix compétitif ce Haut Médoc de très grande qualité et régulièrement mis à l'honneur par la critique spécialisée.



Le respect de la saison des poissons pour préserver la biodiversité

MÉRICQ

CONSERVER TOUJOURS UNE MARÉE D'AVANCE

C'est en 2010 que Méricq a commencé à travailler avec des centrales d'achat sous enseigne de la grande distribution, et notamment avec le groupe Casino, après avoir fourni des magasins en direct. L'année même où André Abadie, employé depuis 1982 chez Méricq, prend le contrôle de l'entreprise familiale créée en 1960 par son oncle, Serge Méricq. Entreprise de mareyage et de négoce des produits de la mer, Méricq est aujourd'hui un acteur intégré de la filière « Marée » grâce au rachat, en juillet 2016, de l'armateur Béganton.

« Chaque année, nous achetons en temps réel 27 000 tonnes sur 20 criées françaises (Manche, Golfe de Gascogne, Méditerranée), toujours au plus près des ressources et dans le respect de l'éco-système marin. En outre, nous sommes attachés au respect de la saison des poissons qui permet de préserver la biodiversité et favorise une consommation responsable. 2 000 tonnes sont conditionnées dans nos ateliers de mareyage. Nous avons obtenu en 2015 la certification IFS V6 délivrée par l'AFNOR qui garantit l'excellence de nos



Charlotte et André Abadie à la tête de l'entreprise Méricq

produits et de nos méthodes », souligne André Abadie.

Maîtrise de la filière marée, qualité du sourcing et des produits, traçabilité, savoir-faire dans la transformation : Casino a trouvé avec Méricq un partenaire dynamique et innovant. Par exemple, Méricq a récemment développé, en exclusivité pour le Groupe, un emballage de nouvelle génération, le « Darfesh® ». « Il s'agit d'un emballage transparent constitué de deux films thermoformés qui viennent épouser le produit en trois dimen-

sions sans l'écraser. Valorisation du produit, conservation sous vide, ouverture facile, gain de place et bonne tenue en rayon, cet emballage innovant correspond bien aux attentes des clients de Casino », explique Charlotte Abadie, fille d'André Abadie et co-gérante de Méricq. « Si Méricq a réalisé 280 millions de chiffre d'affaires en 2015 et emploie 700 collaborateurs, c'est que notre entreprise possède toujours une marée d'avance et qu'elle a su préserver ses valeurs humaines », conclut André Abadie.



Les poulets fermiers du Gers Label Rouge : des souches rustiques réputées

GASTRONOME (FERMIERS DU GERS)

UN PARTENARIAT OÙ L'ON NE SE VOLE PAS DANS LES PLUMES

Depuis toujours, ou presque, les poulets fermiers du Gers se plaisent à gambader sur cette terre agricole par excellence et dans les vastes parcours herbeux et boisés d'un pays réputé pour ses productions et son patrimoine gastronomique.

Depuis plus de vingt ans, Gastronom, filiale du groupe coopératif Terrena, fournit au groupe Casino les poulets fermiers du Gers Label Rouge, des souches rustiques réputées. Leur mode d'élevage souche en croissance lente (81 jours au lieu de 40) favorise la saveur et la fermeté de la chair, des qualités recherchées par les consommateurs. « Les 300 éleveurs réunis au sein de l'Association Avigers depuis 1965 (6 millions de volailles labellisées chaque année) organisent en amont la production et son suivi technique, s'assurent du contrôle qualité et proposent aux abattoirs les volumes ensuite commercialisés par Gastronom, notamment pour Casino », explique Stéphane Dupont, directeur commercial et marketing MDD chez Gastronom.



Adrien Bombré, responsable du compte clé MDD chez Gastronom

Depuis 2013, les trois partenaires - Gastronom, Avigers et le groupe Casino - ont décidé de mettre sur le marché un nouveau produit Label Rouge IGP Gers « élevé en plein air et sans antibiotique ». « Exemptes de toute molécule de synthèse, les rations alimentaires des poulets ne comportent que des céréales et des protéines avec éventuellement des huiles essentielles et des compléments alimentaires naturels », précise Jérôme Candau, directeur des productions animales chez Vivadour, membre d'Avigers.

Sur une production hebdomadaire de 100 000 poulets labels, un tiers est livré à Casino depuis mai 2014 sous marque distributeur (MDD) répondant à son cahier des charges « Terre et Saveur » : un ancrage dans un terroir et une réassurance sur les pratiques d'élevage et le bien-être animal. « De plus, le groupe Casino a pris en compte les contraintes spécifiques et sanitaires liées à ce type d'élevage et rémunère en conséquence la plus-value aux éleveurs », tient à ajouter Adrien Bombré, responsable du compte clé MDD chez Gastronom. Un soutien tripartite à une production locale gersoise qui a déjà su conquérir des clients sensibilisés à la consommation responsable et dont les ventes s'envolent...



OCCITANIE

- CantAveyLot
- Force Sud
- Roquefort Gabriel Coulet
- Les Brasérades
- Dauvergne Ranvier



Du lait, des fromages et un tissu rural dynamique

CANTAVEYLOT

PRODUIRE DU LAIT, CRÉER DU LIEN

“**L**e lait de printemps est riche en Oméga 3, possède d'excellentes qualités gustatives et nous permet de faire les meilleurs fromages. Depuis 2010, notre objectif est de produire du lait de printemps toute l'année », annonce Gilbert Domergue, président de la coopérative et de l'Association CantAveyLot. Depuis six ans, l'association réunit, sur un rayon de 15 km, les 30 producteurs de lait des régions Cantal, Aveyron et Lot désireux de valoriser leur travail. « Ambassadeurs passionnés de leurs produits, nos producteurs participent tous les samedis à des animations-dégustations proposées dans les magasins de proximité, au contact des consommateurs et des chefs de rayon. Au-delà de la production de lait et de fromages, cette démarche illustre notre volonté de maintenir des exploitations en moyenne montagne et de préserver un tissu rural actif... et qui le fait savoir », insiste Gilbert Domergue.

Partis sans capitaux en 2010, les producteurs de CantAveyLot sortent aujourd'hui 10 millions de litres de lait par an pour un chiffre d'affaires de 6 millions d'euros. Leur ambition partagée : militer pour une agriculture orientée « santé », notamment grâce à la réintroduction de la graine de lin et d'autres sources végétales d'Oméga 3 (herbe, luzerne, lupin...) dans l'alimentation de



Gilbert Domergue, président de la coopérative CantAveyLot

leurs animaux. Après six mois de fonctionnement, ils ont mis sur le marché un lait régional, signé « Les 30 fermes de CantAveyLot », au terroir bien identifié, qui a rapidement accédé au label Bleu-Blanc-Cœur grâce à ses qualités organoleptiques et environnementales. « En diversifiant les cultures et en révisant leurs assolements, nos agriculteurs ont adopté des modes de production favorables à la biodiversité et à l'environnement, en conformité avec la charte Bleu-Blanc-Cœur. Outre la qualité de nos produits, cette approche d'une agriculture durable et accrochée aux valeurs du métier a également plu, aussi bien à Franprix qu'à Casino Proxi », analyse Gilbert Domergue. C'est ainsi que les laits en brique ou en bouteille conditionnés par l'entreprise LSDH (lire p. 26) et les fromages emblématiques de CantAveyLot - L'Aligot Vallée du Lot et Le Mirabel - ont, dès 2011, progressivement gagné les rayons des enseignes du groupe Casino... et le cœur des consommateurs.

Enfin, CantAveyLot a mis en place un projet de recherche et développement en partenariat avec l'école d'ingénieurs de Purpan (Toulouse), la région Occitanie/Pyrénées-Méditerranée, et l'enseigne Franprix. Portant sur l'amélioration continue du lait, et tout particulièrement sur l'impact de la chauffe et de la pasteurisation sur sa teneur en Oméga 3, cette initiative a été distinguée au niveau national par le Prix de la Dynamique agricole 2016.



L'un des tout premiers spécialistes du melon et de ses références variétales

FORCE SUD

CÔTÉ MELONS

LA FORCE EST EN EUX !

Plus d'un melon sur trois vendus actuellement dans les magasins du groupe Casino (soit près de 4 000 tonnes sur 11 000 tonnes) provient de la coopérative Force Sud SA qui, comme l'explique son directeur, Jérôme Jausseran, « réunit six familles, douze exploitations certifiées GlobalGap* ou Agriculture Raisonnée, engagées à 90 % dans le melon. » C'est dans le département de l'Hérault, bassin historique de la culture des melons, que s'est construite progressivement une offre large et complémentaire : Melon Charentais conventionnel, melon Label Rouge, melon bio (1^{er} producteur) ou encore melon « première fleur » issu des premières semaines de récolte. Afin de proposer des melons plusieurs mois par an aux consommateurs, Force Sud développe également une production en Espagne et au Maroc où les melons sont travaillés dans les mêmes conditions de bonnes pratiques agricoles qu'en France. « Notre connaissance du produit nous permet d'anticiper au mieux les pics et les creux de production. Cette



Jérôme Jausseran, directeur

gestion prévisionnelle est un atout pour la régularité des approvisionnements et la mise en avant des produits dans les magasins du Groupe », ajoute Jérôme Jausseran.

« Dès 1998, Casino a mis en place ses premières lignes de melon charentais et de mini-pastèques sans pépin produits en exclusivité par Force Sud pour la marque Terre et Saveur (lire aussi p. 65) », se souvient Jérôme Jausseran. Puis, en 2008, Force Sud et Casino ont travaillé de concert à l'obtention complexe de la certification Label Rouge, finalement acquise en 2012. Force Sud est à ce jour le seul opérateur en France des melons Label Rouge aux qualités gustatives bien spécifiques. « Casino nous a identifiés comme l'un des tout premiers spécialistes du melon et de ses différentes références variétales. Ce partenariat a permis de structurer, développer et sécuriser toute une filière régionale », conclut Jérôme Jausseran.

* Le label GlobalGap correspond à un ensemble d'exigences imposées au niveau mondial aux entreprises agricoles et horticoles en matière de sécurité alimentaire, de durabilité et de qualité.

ROQUEFORT GABRIEL COULET

UN PARTENARIAT SANS FAILLE DANS LE ROQUEFORT



C'est en Aveyron, dans le parc naturel régional des Grands Causses, que se situe le centre historique du fromage de Roquefort. C'est également dans ce département qu'une cave creusée en 1872 par Guillaume Coulet, pour y

faire vieillir quelques bouteilles de vin, deviendra une cave d'affinage de roquefort grâce à la découverte, par hasard, d'une « fleurine », comme l'on appelle ces failles typiques qui ventilent les caves de Roquefort. Elle sera reprise par son fils, Gabriel Coulet, en 1906. Cette vénérable maison familiale est aujourd'hui gérée par la cinquième génération, avec à sa tête Jean-Pierre et Emmanuel Laur. Renommées en France et à l'étran-



Issu de la 5^e génération, Emmanuel Laur dirige l'entreprise avec son frère Jean-Pierre Laur

ger, ses productions sont régulièrement récompensées dans les plus grands concours et font l'unanimité des grands maîtres fromagers.

« La société emploie 92 personnes, précise son directeur commercial, Philippe Cantin. Elle fabrique chaque année près de 1 600 tonnes de roquefort et 320 tonnes de produits issus de la diversification du lait de brebis, sous marque nationale et sous marques distributeurs. Le créneau de la marque distributeur, choisi en pionnier il y a vingt ans, nous a permis de nous développer et d'investir dans un outil industriel performant. » En tranches, en portions, en demi-lunes, en plateaux, à la coupe ou en libre-service, le roquefort Gabriel Coulet se présente aux amateurs et aux gourmets sous tous les formats.

C'est en 2013 que le Roquefort est arrivé dans les enseignes du groupe Casino, dans l'Aveyron et autour de Millau pour commencer. Comme l'explique Philippe Cantin, « Casino recherchait des produits haut de gamme, dotés d'une réelle typicité. Notre souche de pénicillium donne précisément des fromages texturés, souples et fondants en bouche. Le Groupe a également apprécié notre outil de production adapté pour la réalisation de petites séries ainsi que l'agilité et la réactivité d'une PME intéressée par les micro-marchés. » Un partenariat sans faille qui ne demande qu'à se développer.



Des productions proposées dans tous les formats et régulièrement récompensées



Une gamme hiver et une gamme été pour désaisonnaliser l'offre

LES BRASÉRADES

DES SALAISONS... EN TOUTES SAISONS

Le cœur des Brasérades bat depuis toujours dans le Sud. À l'origine, on trouve une société de découpe de viande de porc, « créée en 1970 par mon père dans les abattoirs de Montpellier », se souvient David Dupuis, l'actuel directeur général de l'entreprise. Il s'oriente en 1980 vers la charcuterie fraîche et les produits à griller, réchauffer, mijoter..., principalement à destination des rayons boucherie de la grande distribution. Vendus sous notre marque Les Brasérades, les produits sont placés sous le signe de la convivialité et des recettes du Sud, mais très axés sur l'été... ». La reprise de la société Umark, spécialisée dans la charcuterie cuite et fumée, va permettre aux Brasérades d'élargir et désaisonnaliser leur offre avec une gamme « hiver ».

Puis, en 2003, Les Brasérades croisent la route de Casino avec l'implantation des enseignes Géant Casino et Hyper



David Dupuis, directeur général

Casino sur la ville de Nîmes. « Ils ont apprécié notre gamme à forte identité régionale, notre savoir-faire sur des produits saisonniers et notre capacité à travailler en flux tendu sur de l'ultra-frais », souligne David Dupuis. De régionale au départ, l'activité s'élargira dès 2010 à tout l'Hexagone. Dès lors, « Les Brasérades connaîtront une croissance à deux chiffres grâce à notre partenariat avec le groupe Casino. »

L'entreprise réalise aujourd'hui 30 millions d'euros de chiffre d'affaires avec un effectif moyen de 160 personnes. Elle dispose de deux sites industriels. L'un historique, au Crès, à 5 km de Montpellier, l'autre à Lagny-le-Sec (Oise) pour ses « exportations » vers le nord de la France, à la fois si proche et si lointain des terres héraultaises.

Afin d'accompagner une croissance continue, Les Brasérades prévoient d'investir dans un nouveau site industriel sur Montpellier dans les deux prochaines années, ce qui leur permettra de doubler leur capacité de production.



Jean-François Ranvier et François Dauvergne, passionnés depuis toujours par le vin et l'innovation

DAUVERGNE RANVIER

UN NOUVEL ESPRIT VITICOLE SOUFFLE DANS LA VALLÉE DU RHÔNE

François Dauvergne se souvient parfaitement de la toute première commande que lui a adressée Casino... C'était en août 2005, soit quelques mois seulement après la création avec son associé, Jean-François Ranvier, ingénieur agronome et œnologue, de la société Dauvergne Ranvier, entreprise de négoce de vins de la Vallée du Rhône ancrée dans le Gard. En effet, ces deux passionnés de vins avaient décidé de mettre à profit leurs expériences respectives dans de grandes entreprises viticoles pour créer enfin leurs propres cuvées. « *Nous avons eu d'emblée pour ambition d'innover dans un monde du vin plutôt traditionaliste en portant notre attention sur l'amont, sur la production, ce que les négociants de vins font généralement peu* », expose François Dauvergne, qui reste très attaché au terroir de Saint-Polycarpe, près de Limoux, où sa famille possédait une propriété viticole.

Leur vision du métier ? « *Nous participons à l'élaboration des vins avec les vignerons afin d'obtenir les produits les plus représentatifs de leur appellation, en phase avec la demande des consommateurs. Bref, faire de jolis vins à des prix raisonnables. C'est avec ce concept novateur que nous sommes*



Des vins primés dès les premiers millésimes

allés voir la grande distribution - qui pèse 80 % du marché du vin en France - et tout particulièrement Casino. Nos interlocuteurs ont compris que nous pouvions leur garantir une maîtrise de la qualité des vins et une constance malgré les différents aléas qui peuvent impacter la production vinicole. Dans le même temps, ils ont souhaité donner sa chance à une entreprise qui démarrait », poursuit Jean-François Ranvier.

C'est ainsi que Casino et les magasins Monoprix peuvent fidéliser leurs clients à travers la marque Dauvergne Ranvier. Elle s'est imposée en moins de dix ans comme un véritable repère visuel et gustatif, « *synonyme d'un niveau de qualité élevé et d'un niveau de prix abordable* », conclut François Dauvergne. Récompensée dès ses premiers millésimes, l'aventure vinicole se poursuit pour cette jeune maison avec la création d'une entité sur Bordeaux et la récente reprise puis restructuration du Domaine des Muretins et de ses parcelles situées sur les communes de Tavel et de Lirac. Deux appellations prestigieuses de la Vallée du Rhône méridionale et des terroirs très qualitatifs qui portent la promesse de beaux millésimes... et de nouvelles médailles.

« L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, consommez avec modération »



- Luché Tradition Volailles
- Groupe Gendreau

LUCHÉ TRADITION VOLAILLES

DES VOLAILLES FRANÇAISES EN PARFAITE CONDITION



Un site industriel pérennisé, 156 emplois maintenus, de nouveaux savoir-faire acquis

Luché Tradition Volailles - 72800 Luché-Pringé

“C’est dans un contexte de forte concentration des acteurs du conditionnement et de la découpe de volailles que le groupe coopératif Terrena a décidé, en 2015, de restructurer sa filière volailles et a accueilli favorablement la proposition du groupe Casino de reprendre l’une de ses filiales, Luché Tradition Volailles”, explique Philippe Terrien, directeur général exécutif de Casino Agro. Cette initiative illustre la volonté du Groupe de renouer avec les activités de production et de s’impliquer dans la préservation des outils industriels, comme cela est inscrit dans les gènes de l’entreprise depuis 1920. « Une opération montée en un temps record grâce au ministère de l’Agriculture et aux services de l’État, facilitateur au début et dans l’accompagnement tout au long de cette démarche », précise Philippe Terrien.

L’entreprise Luché Tradition Volailles est spécialisée dans la volaille, et principalement la dinde, depuis 1967. Derrière son rachat, effectif le 1^{er} juin 2015, outre la volonté de maintenir les 156 emplois du site industriel du Sud-Sarthois, se manifeste l’ambition du groupe Casino de développer une filière agroalimentaire sur une volaille née, élevée, abattue et transformée en France. « Il a tout d’abord fallu engager des travaux sur sept mois afin de reconfigurer le site puis former le personnel aux nouveaux matériels. Le redémarrage du site s’est fait de façon progressive en décembre 2015 », précise Philippe Terrien.

Après l’abandon de l’activité de découpe, Luché Tradition Volailles s’est désormais stratégiquement recentrée sur le conditionnement de coupes de volailles (poulets et dindes) et sur l’élaboration de produits crus (brochettes, saucisses, merguez...). Environ 300 000 barquettes sortent chaque semaine des huit lignes de conditionnement, les matières premières étant fournies par Terrena, en provenance des Pays-de-la-Loire. « Les volailles certifiées de la filière Bleu Blanc Cœur ou des volailles standards sont vendues sous marques distributeurs (MDD) dans l’ensemble des enseignes du groupe Casino (Géant Casino, Supermarché Casino, Monoprix, Franprix, Leader Price...). Notre spécialité est l’ultra-frais, le juste à temps pour des livraisons quotidiennes sur les plates-formes en flux tendu », précise Francis Guilbert, directeur de l’usine et présent depuis 1988 dans l’entreprise sarthoise.

Une belle histoire de pérennisation d’un site industriel et de réactivation d’un tissu économique local reproduite dans le même esprit pour l’Entreprise Laitière de Sauvain (ELS), dans la Loire (lire p. 8).



Des produits issus de la mer et du terroir, des recettes sans cesse renouvelées

GROUPE GENDREAU

METTRE LA MER EN CONSERVE

A l'origine du groupe familial Gendreau, on trouve quatre frères. En 1903, ils décident de diversifier leur activité de commerce de viande et rachètent une conserverie de poissons sur la côte vendéenne, à Saint-Gilles-Croix-de-Vie. Aujourd'hui, comme l'indique Philippe Gendreau, à la tête de l'entreprise depuis 1986, « *la maison Gendreau travaille toujours sur les produits issus de la mer et du terroir; perpétuant une culture faite d'authenticité et jouant la carte de l'innovation.* » Aux conserves de sardines, de maquereaux ou de thon, se sont ajoutés, dès 1990, les plats cuisinés chauds et froids, en barquettes appertisées ou en bol, les salades de thon, les produits fumés et salés, des produits frais... Une gamme large et savoureuse qui compte quelque 40 recettes de sardines, 150 plats cuisinés autour du poisson et de la viande, une centaine de recettes de maquereaux. Selon le cas, ils sont vendus en épicereries, dans leur réseau de boutiques sur les côtes vendéenne et normande et dans la grande distribution sous marques nationales (Les Dieux, la Cuisine d'Océane) ou sous marque de distributeur (MDD).

A la fin des années 1980, le groupe Gendreau livrait ses 100 000 premières boîtes de sardines à l'ancienne au groupe Casino. Aujourd'hui, ses livraisons se comptent en millions d'unités. « *Nous réalisons 15 % de notre chiffre d'affaires*



Philippe Gendreau à la tête de l'entreprise familiale

avec Casino, aussi bien en MDD qu'en marque nationale. Il recherche avant tout des produits de qualité, issus d'un terroir maritime reconnu, et des partenaires pouvant fournir un marché important. Ils ont également trouvé chez nous la notoriété de nos propres marques, une capacité d'innovation constante dans les recettes comme dans les conditionnements ainsi que la sécurité que représente pour un distributeur une entreprise familiale et indépendante non soumise aux pressions des actionnaires. Et bien sûr, la compétitivité dans l'approche tarifaire qui n'était pas, autrefois, cet incontournable prérequis dans les relations. Face à la forte concentration que connaissent le monde

industriel et celui de la distribution, nous sommes quasiment devenus indispensables l'un à l'autre », note Philippe Gendreau.

Le groupe Gendreau réalise 80 millions de chiffre d'affaires et emploie 400 salariés. « *Favoriser l'emploi local est une préoccupation permanente de notre entreprise. Depuis sa création, elle a su bâtir un partenariat avec les pêcheurs locaux, aujourd'hui réunis dans le Groupement Qualité Valorem. Cela représente 14 bateaux sur Saint-Gilles-Croix-de-Vie et alentour, habilités à pêcher la sardine, le maquereau et le thon dans le respect des ressources maritimes* », souligne Philippe Gendreau.



PROVENCE-ALPES-CÔTE-D'AZUR (PACA)

- APA/Ovimpex Distribution
- Biscuiterie Sainte Victoire
- PMS
- Bloomup
- Cardell Export
- Maison Fabre



Un travail dédié aux seuls agneaux et brebis de la région

APA/OVIMPEX DISTRIBUTION

L'AGNEAU PROVENÇAL ET PASTORAL EXCLUSIVEMENT

Société d'abattage, de découpe et de négoce d'agneaux intervenant depuis 1964 sur les régions PACA et Rhône-Alpes, Ovimpex Distribution a notamment intégré en 2010 l'entreprise APA (Alpes Provence Agneaux), spécialisée dans le commerce d'agneaux français. « *Nous ne travaillons que sur des agneaux de la région, ce qui représente 290 000 brebis et 200 000 agneaux vendus chaque année* », indique Frédéric Avond, président d'Ovimpex Distribution, lui-même issu du séraïl, son père ayant fondé France Agneau en 1977.



Frédéric Avond, président

« *Depuis plusieurs décennies, nous fournissons aux bouchers de Casino nos deux produits Label Rouge, l'agneau de Sisteron et l'agneau de l'Adret, ainsi que de l'agneau standard* », détaille Frédéric Avond. Les animaux

sont élevés pastoralement sur leur terroir, des prairies de la Crau jusqu'aux parcours alpins, et les viandes sont produites sous label de qualité, avec une identité géographique protégée (IGP). Au fil des années, l'entreprise - qui représente plus de 600 éleveurs - est devenue le plus gros fournisseur d'agneaux du groupe Casino. « *Ils sont venus chercher auprès de nous une origine régionale et française, de la qualité et une traçabilité garantie* », poursuit Frédéric Avond. Au-delà de la fidélité de cette relation et de cet engagement sur le long terme, c'est toute une filière régionale qui se met progressivement en place autour de l'agneau provençal.

Ovimpex compte aujourd'hui 160 salariés sur 5 sites et réalise un chiffre d'affaires de 261 millions d'euros pour 55 000 tonnes vendues.



70 tonnes de biscuits roulées chaque année par des mains expertes

BISCUITERIE SAINTE VICTOIRE

LES NAVETTES AU SOMMET DE LA SAINTE VICTOIRE

“**M**arseille compte deux institutions : l'Olympique de Marseille... et le four à navettes de notre biscuiterie » proclame avec un grand sourire Eric Varin, président de la Biscuiterie Sainte Victoire, qu'il a rachetée il y a cinq ans. Créée en 1996 au pied de la Montagne Sainte-Victoire, entre Aix-en-Provence et Saint-Maximin, la petite entreprise produisait alors 3 à 4 tonnes de biscuits par an. Avec ses recettes ancestrales bien maîtrisées et jalousement gardées, le potentiel était bel et bien là... Le seul secret de fabrication qu'Éric Varin accepte de révéler est « que sa biscuiterie est la dernière en Provence à tout faire artisanalement. Pas moins de 70 tonnes de biscuits sont roulées chaque année par les mains expertes de 9 employés tandis que 4 commerciaux parcourent les routes pour faire référencer en GMS les incontournables navettes à la fleur d'oranger, les croquants et les macarons aux amandes et la dizaine d'autres biscuits inscrits à notre catalogue. »



Eric Varin, président

L'ancien propriétaire était déjà sous contrat avec Casino, qui demeure le plus gros client de la Biscuiterie Sainte Victoire. On retrouve ses biscuits dans les gammes « Le Meilleur d'Ici » (lire p. 64) et « Ici en France », deux signatures qui assurent la mise en avant dans les magasins Casino de produits issus de fournisseurs sélectionnés pour la qualité de leur offre et pour leur proximité géographique, ici 80 km autour d'Aix. Comme le confirme Éric Varin, « nos biscuits sont faits avec des ingrédients rigoureusement sélectionnés, comme l'anis, l'amande, le citron ou l'orange. Typiquement provençaux, ils correspondent au besoin d'authenticité et à la forte demande en produits régionaux des clients. »

Grâce au partenariat avec Casino, la société enregistre une forte croissance qui lui permet d'investir de manière conséquente : nouveau four, nouveau laboratoire de fabrication, agrandissements, innovation... Et les nouvelles recettes concoctées ne manqueront pas d'assurer les prochaines « victoires » de cette authentique biscuiterie provençale.



620 000 tartes aux fruits de saison livrées chaque année au groupe Casino

PMS

LES FRUITS DE LA RÉUSSITE

Nous sommes au cœur de la Provence, au pied des pentes du Mont Ventoux, sur un verger de 50 hectares idéalement exposé. Sur ces terres de prédilection pour la culture fruitière, on trouve Joseph puis René Modica, deux arboriculteurs à l'origine de la société PMS, créée en 1992. On y cultive des pommiers selon la méthode de la culture raisonnée et dans le respect de l'environnement. « Afin de revaloriser une partie de cette production, nous avons eu l'idée de proposer des disques de pommes prêts à être disposés sur les fonds de tarte. Cette innovation a donné naissance à l'actuelle société « Pâtisseries de Mamie Sophie » (PMS) », explique Franck Modica, fils du fondateur et actuel dirigeant de cette entreprise qui emploie 40 salariés et réalise 6 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel.

Outre les pommes qu'elle cultive sur l'immense verger vauchusien, PMS met un point d'honneur à acheter en France tous les fruits qu'elle transforme dans le cadre d'une diversification conduite avec succès. Ainsi, la société fabrique désormais ses propres fonds de tarte ainsi que des tartes et pâtisseries aux fruits reconnues pour leurs qualités gustatives. Comme le précise Erwann Le Parc, directeur commercial de PMS, « les tartes crues sont surgelées pour être livrées à la grande

distribution et, en particulier, à Casino avec qui nous collaborons depuis 2007. Les magasins n'ont plus qu'à les cuire 45 minutes dans leurs fours pour obtenir de vraies tartes de pâtissier, aux fruits de saison, sans conservateur et sans additifs, qui constituent une excellente alternative aux tartes industrielles. »

Sur les 3 millions de desserts aux fruits qui sortent chaque année de ses ateliers, PMS en livre 620 000 à Casino : tartes aux pommes feuilletées pur beurre (selon un cahier des charges exclusif établi avec Casino), tartes aux fruits de saison (abricots, cerises, poires, mirabelles), clafoutis aux cerises et aux pommes... « Sur le marché de la tarterie, nous sommes très peu de fabricants capables de livrer la grande distribution. PMS est le plus petit par la taille. Cela nous donne la souplesse et la réactivité qui, associées à un niveau de qualité en harmonie avec le positionnement de Casino, nous ont permis de remporter l'appel d'offres », ajoute Erwann Le Parc. Cerise sur le gâteau, PMS joue aussi la carte de l'innovation, avec, par exemple, des tartes « cuisson 10 minutes » permettant de moins mobiliser les fours de ses clients, des tartes sans gluten, lancées en avril 2016 pour répondre aux nouvelles tendances de consommation. « Petit » mais résolument créatif...



Carol-Ann Lovera et Sophie Blin,
co-fondatrices de Bloomup

Une offre innovante de
produits de beauté qui
repose sur le plaisir



BLOOMUP

RÉUSSIR EN PROVENCE ET EN TOUTE BEAUTÉ

Bloomup est née en 2010 de l'irrépressible envie de deux amies, Sophie Blin et Carol-Ann Lovera, de quitter Paris pour s'installer en Provence avec leurs familles respectives. Cap sur Cassis et la calanque de Port-Pin. Elles décident tout naturellement de mettre à profit leur connaissance de l'univers de la cosmétique et « *de se lancer dans la création de produits de beauté, boosters d'énergie et de plaisir au quotidien* », explique Sophie Blin.

Rien de chimique dans leurs formules - au pH neutre, sans parabène, sans savon et sans méthyl - mais plutôt une alchimie réussie autour des fragrances fruitées et des senteurs boisées de la Provence. Avec un parfumeur de Grasse, elles sortent leur premier gel douche sous la marque Energie Fruit qui sera proposé à Monoprix, leur premier partenaire, puis à Géant Casino. Depuis, la gamme s'est

considérablement étoffée avec des produits capillaires, des soins pour le corps, des eaux de toilette... Depuis peu, une nouvelle offre pour l'univers du spa est proposée en exclusivité chez Monoprix sous la marque « Mon Petit Paradis », issue de ce que Sophie Blin qualifie « d'émulation commune » avec les équipes Achats et Marketing de Monoprix. « *Monoprix, tout comme Géant Casino, était à la recherche d'un nouveau concept beauté. Nous avons su les convaincre avec des produits innovants, créatifs, sains et fabriqués en France. Une innovation de rupture proposée dans un packaging tonique... et à un prix accessible* », conclut Sophie Blin.

Bloomup compte aujourd'hui 15 personnes, réalise un chiffre d'affaires d'environ 7 millions d'euros et a vu ses produits primés aux dernières Victoires de la Beauté. Une réussite tout en beauté.



La Juliet® est la seule variété de pommes produite exclusivement en bio dans le monde

CARDELL EXPORT

EN CROQUER POUR LES POMMES BIO

Cest en grande partie autour de la belle Juliet®, une pomme bicolore cultivée dans le strict respect du cahier des charges de l'Agriculture Biologique, qu'ont été posées les bases de la première filière « Bio origine France » chez Casino*. Ce fruit aux pommettes rouges sur fond jaune est exclusivement fourni au Groupe par Cardell Export, une entreprise familiale créée il y a plus de cent ans par un petit grossiste de Nîmes. Elle fait aujourd'hui partie d'Innatis (ex groupe Pomanjou), un groupement présent dans toute la France (120 000 tonnes de fruits). « Depuis son origine, Cardell Export est dédiée à la commercialisation et à la production de fruits et légumes, en France comme à l'export, précise son actuel directeur, Albert Marcellin. Avec la Juliet®, nous avons apporté au groupe Casino une très bonne pomme, naturellement résistante à la tavelure et à l'oïdium, croquante, sucrée et très juteuse. C'est aussi la seule variété de pommes produite exclusivement en bio dans le monde. »



Albert Marcellin, directeur

Notamment présente sur Avignon et Marsillargues, Cardell Export commercialise aujourd'hui entre 40 000 et 50 000 tonnes de pommes - dont 65 % destinés à l'export - pour un chiffre d'affaires annuel situé entre 50 et 55 millions d'euros.

Qu'il s'agisse de la Juliet® (4 500 t), de la Pink Lady (15 000 t) ou de la vingtaine d'autres pommes de son catalogue, « l'objectif de Cardell est de s'orienter vers des variétés spécifiques, de valoriser ses produits. Bref, de se démarquer », souligne Albert Marcellin.

Cardell Export livre depuis plus de vingt ans des fruits et légumes frais « conventionnels » au groupe Casino. La première campagne de pommes biologiques Juliet® a été engagée en 2010 en co-branding avec Casino et les 110 producteurs de pommes Juliet® rassemblés dans l'association des « Amis de Juliet® ». « Notre première récolte s'est établie à 10 tonnes. Six ans après, nous en produisons 126 000... Quant au partenariat signé fin décembre 2015 avec Géant Casino et Casino, il nous assure tout à la fois une régularité dans les tonnages et des plantations supplémentaires pour nos producteurs estimées à hauteur de 470 hectares en 2020 contre 350 à présent », conclut Albert Marcellin. Une coopération autour du bio qui apporte à cette filière agricole un surcroît de visibilité économique et de sécurité.

* L'offre Casino de fruits et légumes bio implique également la société Kulture, pour les carottes et betteraves bio, et le groupe coopératif Axéreal, pour les pommes de terre bio (lire p. 25 et p. 27)



Le Château de l'Aumérade, acquis en 1932, aux portes du Massif des Maures

MAISON FABRE

UN SIÈCLE D'AMOUR EN HÉRITAGE DES CRUS DE PROVENCE

Henri Fabre porte le même prénom que son grand-père qui a créé la Maison Fabre en 1920. Henri Fabre « senior » fut l'un des premiers vigneron de la région à posséder sa propre ligne d'embouteillage, et il ne cessera d'œuvrer pour la renommée des Côtes de Provence. Henri Fabre « junior » dirige aujourd'hui, aux côtés de son père, Louis Fabre, une entreprise passionnément attachée à ses terres varoises. « *La Maison Fabre distribue en exclusivité les vins des six Domaines & Châteaux familiaux*, explique-t-il. *Cet ensemble représente 550 ha de vignes en AOP Côtes de Provence dont 112 hectares en « Cru Classé » depuis 1955. Notre plus belle propriété, le Château de l'Aumérade, acquis en 1932, est située sur le terroir de Pierrefeu-du-Var, aux portes du Massif des Maures.* » Ce domaine produit des rosés, des rouges et des blancs sur 300 ha, dont 80 ha ont été distingués « Cru Classé » en 1955. Sur les 220 autres hectares, la Maison Fabre a créé une gamme de seconds vins qui, avec le Château de la Deidière, sont référencés en permanence dans les magasins du groupe Casino.

Sur un marché des vins de Provence qui a vu les gammes comme les acteurs se multiplier de façon exponentielle au fil



L'actuelle famille Fabre au grand complet, ancrée dans ce territoire varois depuis 17 générations

des années (520 acteurs actuellement contre 3 en 1920...), la Maison Fabre et la « Maison Casino », comme aime à la qualifier Henri Fabre, ont tissé depuis plus de 50 ans des relations très singulières qui débordent sans modération du cadre client-fournisseur. « *Je suis né avec Casino et je me souviens de mes toutes premières négociations initiatiques avec ses acheteurs*, évoque Henri Fabre. *Le vin est avant tout une histoire de tradition et le Groupe est sensible à la perpétuation d'un savoir-faire, à notre ancrage dans ce même territoire depuis 17 générations. Néanmoins, le vin évolue et les goûts des consommateurs aussi. Sans perdre notre âme, nous faisons évoluer nos gammes (des vins plus clairs, de nouveaux packagings...) dans un dialogue ininterrompu et fructueux avec Casino.* »

Plus de 2 millions de bouteilles sortent chaque année des celliers de la Maison Fabre, qui exporte 35 % de sa production en Angleterre, au Japon, aux États-Unis... mais aussi aux Émirats Arabes Unis, marché où elle fait figure de pionnière avec 25 ans de présence. Avec un volume de 170 000 cols par an, Casino est son premier client dans la grande distribution et l'un de ses principaux partenaires.

CITONS AUSSI...

En plus des 57 entreprises décrites dans les pages précédentes, et sans toutefois prétendre à l'exhaustivité, citons aussi quelques autres entreprises avec lesquelles le groupe Casino a noué au fil du temps, ou plus récemment, une relation constructive.

Auvergne-Rhône-Alpes

DRÔME CAILLES (26800 Montoisson)



Le groupe Casino achète auprès de Drôme Cailles, éleveur et atelier de transformation drômois, des cailles, œufs de cailles et produits dérivés à base de cailles.

FROMAGERIE CHABERT (74150 Vallières)



Une entreprise familiale enracinée au cœur des Pays de Savoie, fournisseur local et national du groupe Casino en fromages AOP régionaux, fabriqués dans le respect d'un savoir-faire ancestral.

GAEC DU PRIEURÉ (42610 Saint-Romain-le Puy)



Depuis quatre générations, la ferme du Prieuré fabrique fromages et produits fermiers. Depuis deux ans, l'entreprise livre au groupe Casino ses productions dans le cadre de la gamme « Le Meilleur d'Ici ».

Bretagne

MAÎTRE JACQUES (35000 Rennes)



Filiale du groupe coopératif Agrial, Maître Jacques est spécialisé dans la viande élaborée de qualité. Depuis une vingtaine d'années, l'entreprise fournit le groupe Casino avec ses produits dans le respect des recettes traditionnelles.

PRIMEL GASTRONOMIE (29860 Plabennec)



Leader du surgelé, filiale du groupe Sill (lire p. 24), l'entreprise conçoit pour le groupe Casino des recettes sur mesure et des plats préparés surgelés sur la base d'ingrédients rigoureusement sélectionnés.

Ile-de-France

DGK PRODUCTIONS EUROPE (91560 Crosne)



L'entreprise est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de produits d'entretien domestique écologiques. Casino a été le premier à distribuer sa « lessive en feuille », un format nouvelle génération.

RAND DIFFUSION (75003 Paris)



Depuis 2013, l'entreprise familiale développe pour le groupe Casino une gamme d'accessoires féminins (bijoux fantaisie, lunettes).

Nouvelle-Aquitaine

CAILLOR (40120 Sarbazan)



Au cœur de la forêt des Landes, l'entreprise Caillor a cru dès 1977 dans la démocratisation de la caille. Elle livre au groupe Casino des produits emblématiques de la gastronomie du Sud-Ouest sur cinq entrepôts.

SOMAPRO (51100 Reims)



Depuis 25 ans, Somapro est l'un des principaux fabricants français de produits culinaires déshydratés innovants. Ce sont notamment ses préparations pour sauces et desserts que lui achète le groupe Casino.

TAUZIN PÈRE ET FILS (64130 Viudos Abense de Bas)



Entreprise familiale, Tauzin est spécialisée depuis 1972 dans la fabrication d'accessoires féminins et notamment des célèbres espadrilles (900 000 paires annuelles) et fournit le groupe Casino depuis les années 1980.

Provence-Alpes-Côte-d'Azur

ALAZARD & ROUX (13150 Tarascon)



Depuis 1934, Alazard & Roux est spécialisée dans l'abattage. Elle cultive son savoir-faire autour des meilleures viandes régionales. Elle livre au groupe Casino la viande de Taureau de Camargue AOP et la viande d'Agneau de Provence.

ETABLISSEMENTS RIBOT (84840 Lapalud)



Créée en 1926 dans le Nord Vaucluse, l'entreprise Ribot est spécialisée dans l'abattage, la découpe et le conditionnement de lapins et de chevreux. Le groupe Casino lui achète ses productions de grande qualité ancrées dans la tradition française.

LOCAL, RÉGIONAL, NATIONAL UN SOUTIEN À TOUTES LES PRODUCTIONS

Petit coup de projecteur sur quelques initiatives concrètes conduites par le groupe Casino pour créer de nouvelles gammes, valoriser les productions, organiser des filières.

Terre & Saveur, une gamme éco-citoyenne

Terre & Saveur est une marque du groupe Casino née d'un partenariat avec des agriculteurs et des éleveurs soucieux de la qualité des produits. Elle désigne les produits frais de l'espace marché (fruits et légumes, boucherie et volaille, marée, boulangerie) qui offrent une qualité gustative supérieure. Elle comprend aujourd'hui une centaine de références issues le plus souvent des meilleurs terroirs français, de variétés ou d'espèces reconnues pour leurs qualités gustatives ou élevées selon de bonnes pratiques agricoles. Ainsi, les poulets fermiers du Gers Terre & Saveur (lire p. 49) sont élevés sans traitements antibiotiques durant toute la vie de l'animal tandis que les pains Terre & Saveur sont élaborés à partir de farine de blé non traitée après récolte.

Monoprix s'engage avec les PME sur l'ultra-local



Pour répondre à la demande de plus en plus forte des consommateurs en faveur des produits locaux et des circuits courts et, dans le même temps, développer le tissu industriel local, Monoprix a lancé en septembre 2015 une nouvelle gamme de produits sous le chapeau « Made in pas très loin ».

L'enseigne s'est appuyée sur les ARIA (Association régionale des industries agroalimentaires) pour identifier les producteurs locaux (PME et artisans) susceptibles de s'associer à la démarche. 500 d'entre eux ont été retenus pour construire cette nouvelle offre (épicerie, produits frais et surgelés, liquides...). Les matières premières proviennent d'un rayon de moins de 80 km par rapport à la zone de chalandise contre 160 km habituellement pour pouvoir se dire « locavore ».

La région parisienne constituant une région agricole à part entière, forte d'un réseau dense d'agriculteurs et de transformateurs dans sa première et deuxième couronne, c'est par elle que le dispositif a été initié. Si les 124 magasins franciliens de Monoprix ont été les premiers à découvrir cette nouvelle offre « ultra-locale » déployée depuis février 2016, elle sera progressivement déployée sur toute la France d'ici à la fin 2016.

Soutenir les achats locaux avec « Le Meilleur d'Ici »



Depuis 2011, les fournisseurs peuvent intégrer la famille du « Meilleur d'Ici » imaginée et construite par le groupe Casino s'ils sont des artisans ou des PME de moins de 50 personnes travaillant dans un périmètre de 100 km autour des magasins du groupe Casino (Supermarché Casino, Hyper Casino et Géant Casino). Les directeurs des magasins procèdent à la sélection des fournisseurs et passent ensuite commande directement auprès d'eux. 1 270 fournisseurs et 17 000 produits ont intégré à ce jour « Le Meilleur d'Ici » (fromages, confitures, miel, jus de fruits, charcuterie, huiles, champignons, pains, biscuits, produits de la marée...). Le groupe Casino exprime ainsi son engagement dans chaque région au quotidien en donnant une place de choix aux producteurs et aux productions locales, mobilisés autour de la qualité et de l'authenticité. « Le Meilleur d'Ici » contribue directement au maintien de l'agriculture, à la préservation de l'environnement en réduisant l'impact des transports et à l'emploi régional.

Organiser une filière bio origine France chez Casino



Casino et trois de ses principaux fournisseurs en fruits et légumes bio ont signé, en décembre 2015, une charte de partenariat actant de la mise en place d'une coopération renforcée et posant les bases de la première filière bio origine France chez Casino, commercialisée sous la marque « Casino Bio ».

Cette signature permet aux partenaires de mieux appréhender les réalités d'un marché en constante évolution, de donner de la visibilité sur les volumes à mettre en production et de répondre aux attentes des consommateurs.

Les partenaires signataires sont :

- Cardell Export, pour la fourniture de pommes Juliet® bio (lire p. 61)
- Axéreal, pour la fourniture de pommes de terre bio (lire p. 25)
- Kultive pour la fourniture de carottes et betteraves bio (lire p. 27).

Travailler avec Le Blé de nos campagnes® 100 % certifié

Chaque jour, les enseignes du groupe Casino fabriquent des milliers de baguettes et autres produits de boulangerie ou achètent ces produits directement auprès de leurs partenaires, industriels boulangers. S'inspirant d'une idée simple - produire des céréales saines et de qualité dans le respect de l'homme et de la nature -, les équipes achats boulangerie et qualité du groupe Casino, ont travaillé, dès 1998, en étroite collaboration avec les membres de la filière CRC® (Culture Raisonnée Contrôlée) sur l'harmonisation du référentiel blé Casino et du référentiel blé CRC®- Le Blé de nos campagnes®. Ce dernier fut très vite reconnu officiellement grâce à une Certification de Conformité Produit.

Agriculteurs, coopératives céréalières et négoce, meuniers, industriels transformateurs et distributeurs de toute la France se sont regroupés au sein d'un GIE autour d'engagements responsables pour apporter aux consommateurs toujours plus de sécurité et de qualité. Cette démarche s'inscrivant parfaitement dans la philosophie de la marque phare des produits Terre & Saveurs pour les Produits Frais Traditionnels, Casino a confirmé son engagement dans cette filière en devenant administrateur du GIE en 2000. Depuis, les enseignes du groupe Casino utilisent des farines issues de ces blés 100 % français, 100 % certifiés et 100 % responsables et le diffusent au travers des pains vendus sous la marque Terre & Saveurs. La filière CRC®, toujours en quête d'amélioration et d'innovation, reste avant tout porteuse de lien entre le producteur et le consommateur.

« Casino Ça vient d'ici », le terroir au cœur des achats

Dans le cadre de son soutien aux PME implantées en région, le groupe Casino a relancé, en 2015, une marque

terroir sous l'appellation « Casino Ça vient d'ici ». Comme son nom l'indique, l'objectif affiché est de valoriser les produits du terroir grâce à la mise en avant, dans tous ses magasins de l'Hexagone, des spécificités gastronomiques des différentes régions. Cette marque permet de redécouvrir des recettes authentiques, des produits attachés à une région ou à une localité d'origine (ex. : les Galettes de Pont-Aven fabriquées par la société Loc Maria Biscuits) ou une réinterprétation de recettes locales. A ce jour, on recense près de 80 références porteuses de la marque « Casino Ça vient d'ici ».

Un Groupe engagé en faveur d'une pêche responsable

Dans le cadre de sa politique RSE, en sa qualité de commerçant responsable, le groupe Casino s'est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche d'amélioration de son offre marée. Casino a pris plusieurs mesures en faveur des ressources halieutiques, notamment en arrêtant progressivement de commercialiser les principales espèces de grand fond menacées (empereur, lingue bleue, sabre, grenadier, brosme) ou en ne reprenant que très progressivement la commercialisation de certaines espèces, comme le thon rouge en 2010, sous certaines conditions compatibles avec la reconstitution en cours de son stock. D'autres espèces menacées ne sont plus commercialisées (aiguillat Atlantique Nord-Est, anguilles, civelles et thiof). A la fin 2016, ce sera l'arrêt de la commercialisation des requins Hâ et Peau Bleue. Pour soutenir la pêche, Casino déploie le concept "La Criée" en développant des partenariats au sein de nombreux ports d'Atlantique et de Méditerranée. Monoprix engage sa démarche "pêche côtière Monoprix" qui permet la vente de poissons issus d'une pêche plus respectueuse de l'environnement et du renouvellement des espèces.

Chiffres clés 2015-2016

Le groupe Casino en France et à l'international

En France

74 805 collaborateurs

10 627 magasins

9,7 millions de m² de surfaces de vente

919 500 m² de surface commerciale

2,2 millions de clients par jour

247 810 références produits



Dans le monde

325 820 collaborateurs

15 344 magasins

46,145 milliards d'euros de chiffre d'affaires consolidé HT

INDEX ALPHABÉTIQUE ET GÉOGRAPHIQUE DES ENTREPRISES CITÉES

Altitude	7	Good Goût	34
15000 Aurillac		59510 Hem	
Alpérel	38	Groupe Gendreau	56
78190 Trappes		85800 Saint-Gilles-Croix-de-Vie	
Anselme Charcuterie	14	Guèze Charcuterie	13
69200 Vénissieux		07240 Vernoux-en-Vivarais	
APA/OvimpeX Distribution	57	Huîtres Geay	44
04200 Sisteron		17390 La Tremblade	
Arcadie Sud-Ouest	43	Jean Hénaff	21
12000 Rodez		29710 Pouldreuzic	
Axéreal	25	Kultive	27
41000 Blois / 45166 Olivet		45640 Sandillon	
Biscuiterie Sainte Victoire	58	La Charmille	47
83910 Pourrières		33180 Saint-Seurin-de-Cadourne	
Biscuits Bouvard	11	Laguelle	9
01250 Ceyzériat		03430 Cosne-d'Allier	
Bloomup	60	Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH)	26
13260 Cassis		45550 Saint-Denis-de-l'Hôtel	
Brasserie Pietra	28	Les Brasérades	53
20600 Furiani		34000 Montpellier	
Brasserie Duyck	36	Les Fromageries Arnaud	16
59144 Jenlain		39800 Poligny	
Bridor	22	Lobodis	23
35530 Servon-sur-Vilaine		22000 Saint-Brieuc	
Café Méo-Fichaux	35	Luché Tradition Volailles	55
59000 Lille		72800 Luché-Pringé	
Cantaveylot	50	Maison Fabre - Château de l'Aumérade	62
46270 Bagnac-sur-Célé		83390 Pierrefeu-du-Var	
Cardell Export	61	Méricq	48
84916 Avignon		47310 Estillac	
Chalut des 2 Ports	19	Michel et Augustin	39
56100 Lorient		92100 Boulogne-Billancourt	
Jean Chapin (Groupe Collet)	20	Moritz	33
35000 Rennes		67130 Devant-Fouday	
Charbonneaux Brabant	31	PMS	59
51100 Reims		84250 Le Thor	
Cookedby (anciennement Cookedby Costes)	15	Puigrenier (Etablissements)	12
89250 Chemilly-sur-Yonne et 75008 Paris		03100 Montluçon	
Corsica Gastronomía	29	Roquefort Gabriel Coulet	52
20100 Ajaccio		12250 Roquefort-sur-Soulzon	
Corsica Comptoir	30	Savel	18
20230 San Nicolao		29870 Lannilis	
Dauvergne Ranvier	54	Sicarev	10
30290 Laudun-l'Ardoise		42300 Roanne	
EDB Marée (groupe Lequertier)	41	Sill	24
14120 Mondeville		29860 Plouvien	
Entreprise Laitière de Sauvain (ELS)	8	Sobeval	45
42990 Sauvain		24750 Boulazac	
Ferrand	46	TooGood	40
16320 Villebois-Lavalette		92300 Levallois-Perret	
Force Sud	51	Vergers de Molien	37
34630 Saint-Thibéry		77260 Ussy-sur-Marne	
Fromagerie de L'Ermitage	32	Vincent Pichon	42
88140 Bulgnéville		50370 Brécey	
Fromagerie Perrin Vermot	17		
25330 Cléron			
Gastronome	49		
44150 Ancenis			

CREDITS PHOTOS

Couv I et IV © Fotolia / WarebreakMedia, Daniel Ernst © Perrin, Vermot © D. Lefranc - Couv. II © F. Morel © D. Lefranc - Edito © photothèque groupe Casino - pages 4 et 5 © Fotolia Delpstock - Couv. III © F. Morel - Altitude © Altitude - Alpérel © Alpérel - APA/Ovimpex © Franck Morel - Arcadie Sud-Ouest © Arcadie Sud-Ouest - Axéreal © Axéreal - Biscuiterie Sainte Victoire © Franck Morel - Biscuits Bouvard © Alain Lainé © M.L. Luca - Bloomup © Bloomup - Brasserie Pietra © Brasserie Pietra Brasserie Duyck © Brasserie Duyck - Bridor © A point studio - Café Méo Fichaux © portrait sensible - CantAveyLot © CantAveyLot - Cardell Export © Cardell Export - Jean Chapin © David Lefranc - Chalut des 2 Ports © David Lefranc - Charbonneaux Brabant © Anne-Emmanuelle Thion - Charcuterie Anselme © Franck Morel - Corsica Comptoir / Clémentines de Corse © A.Lescombes/Aprodec - Corsica Gastronomica © Corsica Gastronomica © Fotolia MichelGrangier - Cookedby © David Bonnier © Aude Sirvain - Dauvergne Ranvier © Lionel Moulet © Laurent Moure - EDB Marée © EDB Marée © Nivavlys - Vincent Pichon © groupe Casino - Entreprise Laitière de Sauvain (ELS) © Franck Morel - Ferrand © Ferrand - Force Sud © Force Sud - Fromageries Arnaud © Agence Dartagnan © Studio Vision - Fromagerie Perrin Vermot © Perrin Vermot - Gastronomer © Gastronomer - Groupe Gendreau © Gendreau - Good Goût © Studio Candice-Henin - Guèze Charcuterie © Guèze - Huîtres Geay © Huîtres Geay - Jean Hénaff © Jean Hénaff - Kultive © Philippe Montigny - La Fromagerie de L'Ermitage © Studio Prud'Homme - La Charmille © La Charmille - Laguelle © Emmanuel Dubost - Les Brasérades © Clémence Pitiot © Fotolia Sergiophoto © Barrhaus - Lobodis © David Lefranc - LSDH © LSDH - Luché Tradition Volailles © Sipa Press/ Cécile Simon - Maison Fabre © l'œil écoute © Hervé Fabre - Méricq © Méricq © Emma Evan - Michel et Augustin © Michet et Augustin - Moritz © Moritz © Office de tourisme de la Vallée de la Bruche - S. Spach - PMS © PMS - Puigrenier © Puigrenier - Roquefort Gabriel Goulet © Gabriel Coulet - Savel © Savel - Sill © Sill © R.Heim - Sobeval © Sobeval - TooGood © Triomphe-Tous droits réservés - Vergers de Molien © CERVIA Paris Ile-de-France / Hit The Roof France © Cédric Daya - Carte de France © Oxy Illustrations.

Remerciements à toutes les équipes du groupe Casino qui ont participé à la réalisation de ce document.

Direction des relations extérieures groupe Casino

148, rue de l'Université - CS 60738
75345 Paris Cedex 07

1, cours Antoine Guichard - CS 50306
42008 Saint-Etienne Cedex 01

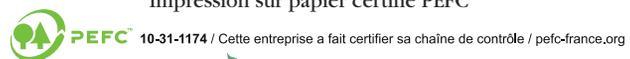
Tél. : 01 53 65 24 06

Coordination : Lorraine Le Floch (groupe Casino)

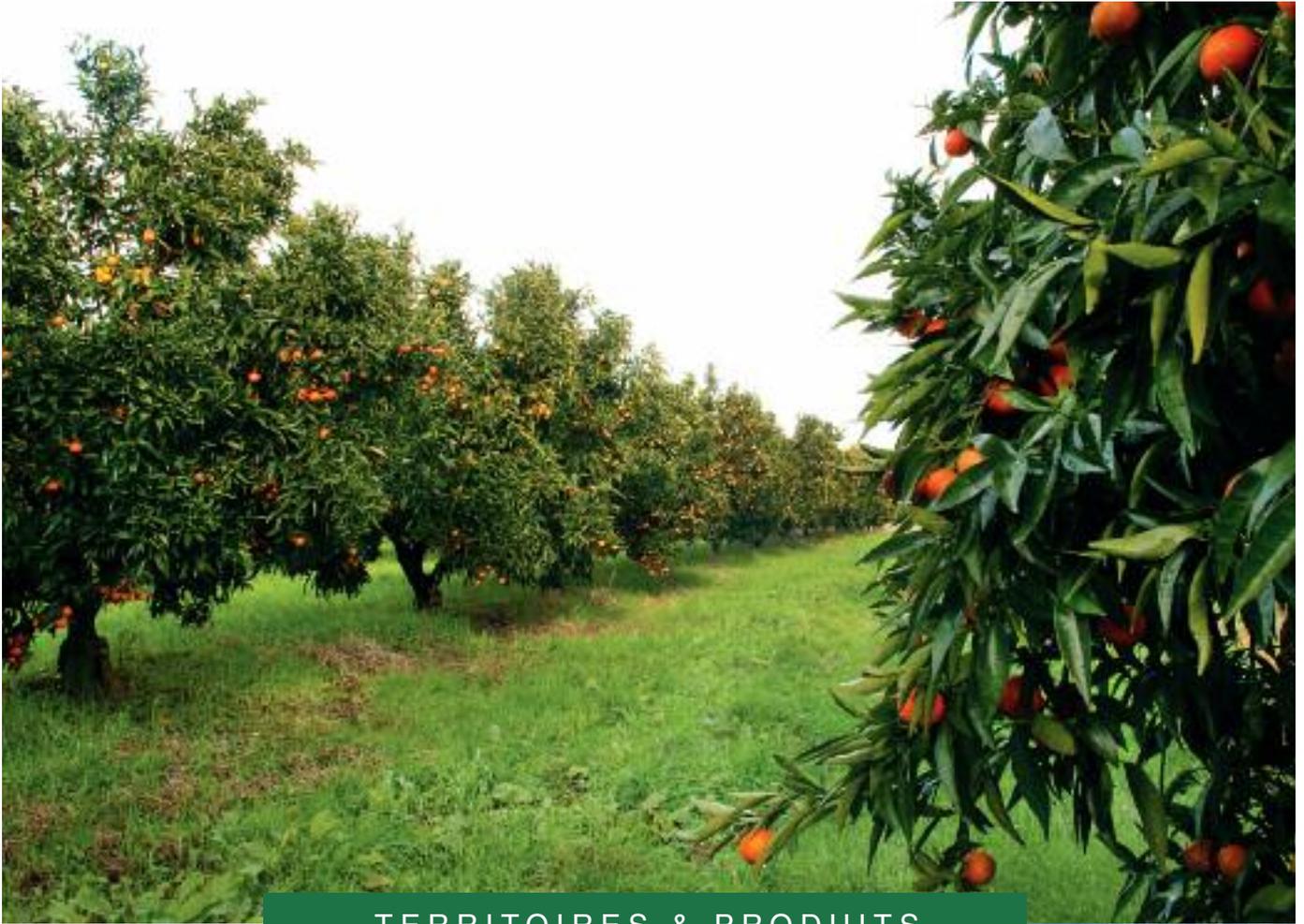
Rédaction : Isabelle Huguenin (HDI/SYSCOM)

Réalisation : NOVIMA

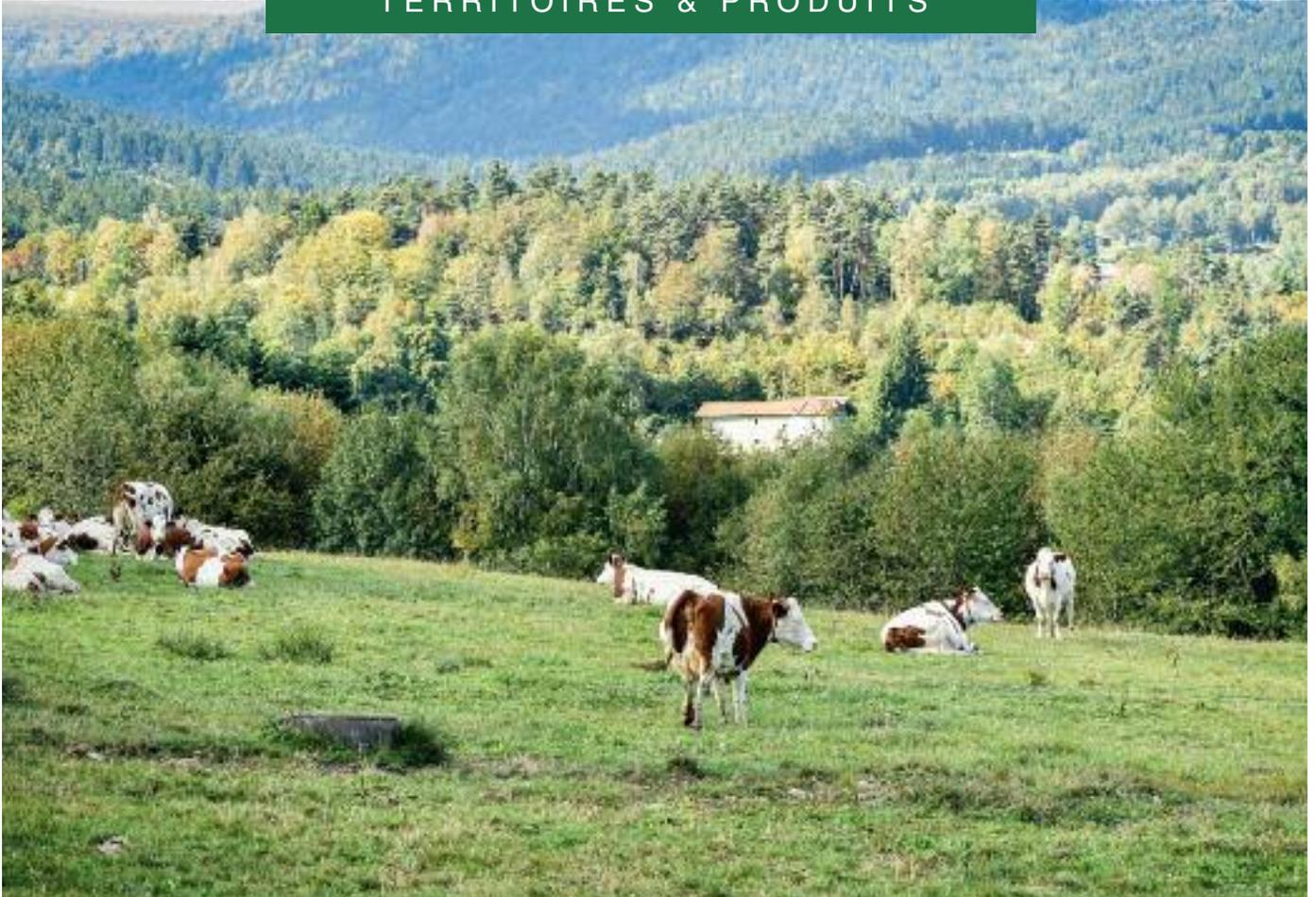
Impression sur papier certifié PEFC



Janvier 2017



TERRITOIRES & PRODUITS





GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ

www.groupe-casino.fr