

**PRIX NATIONAL
DE LA DYNAMIQUE AGRICOLE
ET DE LA PÊCHE 2019**



BANQUE POPULAIRE



la réussite est en vous

ÉDITO

L'agriculture tient une place importante dans l'économie française et dans l'Union européenne avec une contribution importante au commerce extérieur. Depuis trois décennies, le secteur évolue vers une agriculture toujours plus productive mais aussi, marque l'avènement de nouvelles générations d'agriculteurs exploitants, de véritables entrepreneurs, de plus en plus qualifiés et à la pointe des innovations.



Les investissements sont orientés vers une croissance verte et les aides vers de nouveaux modèles de production. Des synergies entre agriculture et élevage apparaissent, et les petites et moyennes exploitations prennent une place croissante, favorisant les circuits courts et la recherche écologique.

Dans ce contexte, Banque Populaire a développé depuis 1990 une relation de proximité et de solidarité avec les agriculteurs. Aujourd'hui, **un agriculteur sur cinq** est un client Banque Populaire. Avec un taux de pénétration de 22 %⁽¹⁾ et des **encours de prêts de plus de 3,5 milliards⁽²⁾ d'euros**, Banque Populaire apporte régulièrement la preuve de son engagement pour la profession.

Animées par l'engagement de soutenir et d'aider chaque agriculteur à se développer et à gérer son exploitation grâce à la force du collectif, Banque Populaire et la **FNCUMA Fédération Nationale des CUMA** ont signé un partenariat, permettant aux CUMA et à leurs adhérents de bénéficier d'offres et d'avantages dédiés, spécialement créés pour les accompagner au quotidien.

Très clairement, Banque Populaire souhaite, au cœur des territoires, prendre part à l'accompagnement des acteurs du monde agricole.

> *Jean-Christophe SAWRY, directeur du marché des professionnels Banque Populaire*

(1) Taux de pénétration (source T&B agriculture novembre 2018).

(2) Montant du capital restant dû des prêts MLT et CT novembre 2018 (hors autorisation de découvert).



POURQUOI LA BANQUE POPULAIRE RENOUVELLE CHAQUE ANNÉE CE PRIX DEPUIS PLUS DE 25 ANS ?

Organiser le Prix de la Dynamique Agricole depuis plus de 25 ans au niveau national comme au niveau régional, c'est valoriser et récompenser des **exploitants performants et innovants**, clients ou non, tout en faisant découvrir aux jeunes, aux consommateurs et à la profession, qu'il existe des **exploitations agricoles innovantes, rentables, durables et source d'emploi**. Stimuler et soutenir le développement de l'**entreprenariat** est un des engagements socles des Banques Populaires.

C'est pourquoi, chaque année, l'ensemble de la profession agricole et marine récompense des professionnels de l'agriculture et de la mer, pour les initiatives qu'ils mènent au sein de leurs exploitations. **Le Prix de la Dynamique Agricole se décline au niveau départemental, régional et national.**

Au total, ce sont plus de **mille structures agricoles** qui ont été récompensées en région et **186 au niveau national** depuis plus de 25 ans.

Le pré-jury et le jury sont composés de **30 membres**, représentants de la profession agricole (organisations professionnelles agricoles, Ministère de l'Agriculture, presse) qui réunissent **des expertises dans différents domaines** : économique, social, environnemental, technique ou encore en communication agricole.

RÉSEAU AGRICOLE DES B

BPCE

- ☑ NATIONAL
- ✉ 50 av Mendès France - 75013 PARIS
- ☎ CAMBOU Hélène ☎ DEBREUILLY Martine
- @ helene.cambou@bpce.fr @ Martine.debreuilly@bpce.fr
- ☎ 01 58 40 74 35 ☎ 01 58 40 75 83

BP OUEST

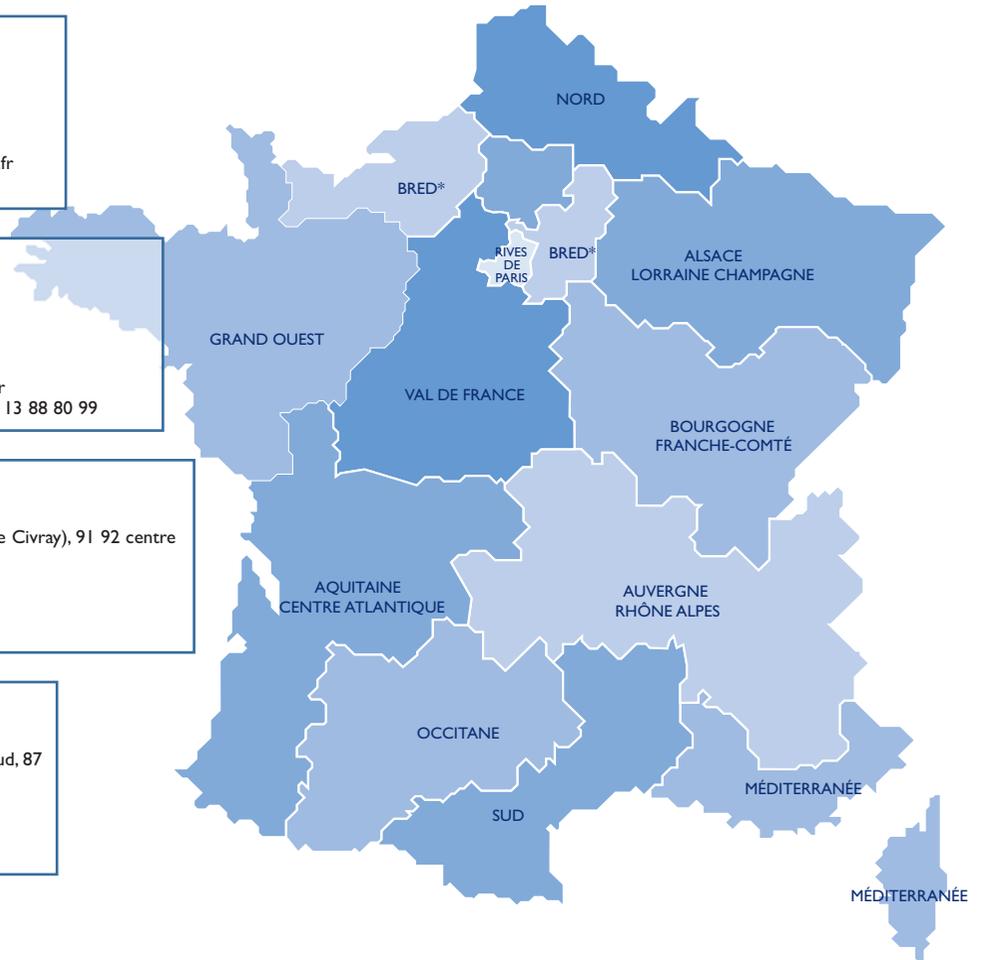
- ☑ DÉPARTEMENTS : 22, 29 nord, 35, 50, 53, 61, 72
- ✉ Bd de la Boutière - 35768 SAINT-GRÉGOIRE
- ☎ VILBOUX Mélanie ☎ CRONIE Claire
- @ Melanie.VILBOUX@bpgo.fr @ claire.CRONIE@bpgo.fr
- ☎ 02 99 29 78 86 ☎ 02 99 29 78 06 - ☎ 06 13 88 80 99

BPVF

- ☑ DÉPARTEMENTS : 18, 28, 36, 37, 41, 45, 78 ,86 (sauf canton de Civray), 91 92 centre
- ✉ 2 avenue de Milan - 37924 TOURS CEDEX 9
- ☎ BROUSSE Cyrille
- @ cyrille.brousse@bpvf.banquepopulaire.fr
- ☎ 02 47 80 82 07 - ☎ 06 25 03 35 28

BP ACA

- ☑ DÉPARTEMENTS : 16, 17, 19 ouest, 23, 24, 33, 40, 64, 79, 86 sud, 87
- ✉ 10 quai des Queyries - 33072 BORDEAUX
- ☎ HIERE Thierry
- @ thierry.hiere@bpaca.banquepopulaire.fr
- ☎ 05 56 01 87 38 - ☎ 06 33 57 58 25



S BANQUES POPULAIRES

BRED

DÉPARTEMENTS : 02 sud, 14, 27, 75, 76, 77, 92 nord, 93, 94
 27 rue Jeanne d'Arc - 76000 ROUEN
 * MOREL Mickael
 @ mickael.morel@bred.fr
 ☎ 02 35 14 76 62 - 📞 06 71 05 27 74

BPRI

DÉPARTEMENTS : 60, 75, 91, 92 sud, 93, 94, 95
 76/78 avenue de France - 75024 PARIS CEDEX 13
 * OGIER Miguel
 @ Miguel.OGIER@rivesparis.banquepopulaire.fr
 ☎ 01 73 07 55 26

BPALC

DÉPARTEMENTS : 10, 51, 52, 54, 55, 57, 88, 67, 68
 Immeuble «W» IA place de Haguenau - 67 000 STRASBOURG
 * LEROY Laurent
 @ Laurent.LEROY@bpalc.fr
 ☎ 03 88 62 77 86

BPAURA

DÉPARTEMENTS : 01 sud, 04, 05, 07 nord, 26, 38, 73, 74, 03, 15, 19 est, 42, 43, 63
 B.P. 53 - 18 rue Jean Moulin - 63027 CLERMONT-FERRAND CEDEX 1
 * DUPAS Laurent
 @ LAURENT.DUPAS@bpaura.banquepopulaire.fr
 ☎ 04 73 23 47 76

BPBFC

DÉPARTEMENTS : 01 nord, 21, 25, 39, 58, 70, 71, 89, 90
 5 avenue de Bourgogne - 21802 QUETIGNY CEDEX
 * PERRIER Gérard
 @ Gerald.PERRIER@bpbfc.banquepopulaire.fr
 ☎ 03 80 46 76 63

BPMED

DÉPARTEMENTS : 01 nord, 21, 25, 39, 58, 70, 71, 89, 90
 135 Avenue Pierre Semard - Min D BP 353 - 84027 AVIGNON CEDEX 1
 * MOURALIS Frédéric
 @ FREDERIC.MOURALIS@bpmmed.fr
 ☎ 04 90 27 28 81 - 📞 06 25 26 50 94

BPS

DÉPARTEMENTS : 01 nord, 21, 25, 39, 58, 70, 71, 89, 90
 38 bd Georges Clémenceau - 66966 PERPIGNAN CEDEX 09
 * MESTRES Nicolas
 @ Nicolas.MESTRES@sud.banquepopulaire.fr
 ☎ 04 68 38 30 22 - 📞 06 86 07 73 89

DUPUY DE PERSEVAL

* JAMMES Matthieu
 @ MATHIEU.JAMMES@bdp.fr
 ☎ 04 67 46 29 81 - 📞 06 77 07 66 66

La BRED Banque Populaire est également présente dans les pays, départements et collectivités d'outre-mer : Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Guadeloupe, Martinique, Guyane française, La Réunion, Mayotte.



CRÉATION D'ENTREPRISE AGRICOLE

Cette catégorie vise à primer les meilleurs parcours d'installation ou de création d'activité agricole.

Elle s'adresse aux jeunes répondant aux critères de recevabilité des aides à l'installation ainsi que les installations hors aides.

Pour être retenu dans cette catégorie, le jeune devra être au moins dans sa quatrième année d'installation.

Le lauréat est récompensé pour son parcours d'installation, les démarches et travaux effectués avec la notion d'originalité dans la démarche.

Dossier présenté par

BANQUE POPULAIRE 
BOURGOGNE FRANCHE-COMTE



Forme juridique de l'entreprise : **Entreprise Individuelle**

Surface Totale : **12 ha**

SAU : **12 ha dont 2 ha en propriété**

E-mail du siège : lasemilla@hotmail.fr

Activités développées sur l'entreprise :

Maraîchage 25 %

Plantes aromatiques et médicinales 25 %

Alcools et distillations 50 %

CA : **107 K€**

Main d'œuvre sur l'entreprise :

3 permanents : **Chef d'exploitation,**

conjointe collaboratrice et 1 salarié

Temporaires : **stagiaires du BPREA**

MONTMOROT ponctuellement

LA SEMILLA DISTILLERIE AYMONIER
Production : légumes et plantes aromatiques

LA BONNE FÉE DE LA SEMILLA

Bien qu'il s'agisse d'un marché de niche, la distillation a permis à François et Mayra d'assurer la pérennité de leur projet commun.

Les fées existent, François Aymonier les a rencontrées. L'histoire commence à Besançon lorsque François rencontre Mayra pendant ses études de sociologie. François est né aux Fourgs, une petite bourgade au cœur des Montagnes du Jura. Mayra, est costaricaine. Pendant quelques années, le couple peaufine un projet d'installation en culture maraîchère dans le pays natal de Mayra. En 2011, leurs deux enfants sous le bras, ils traversent l'Atlantique pour rejoindre leur Eldorado où pendant trois ans, François et Mayra tentent vainement de trouver des terres agricoles.

Alors, retour à la case départ, sur l'exploitation familiale de François pour faire du maraîchage, des plantes aromatiques et médicinales en bio. Des jeunes agriculteurs tiennent la place mais leur cèdent quelques arpents pour démarrer leur activité. En 2014, la Semilla voit le jour et les premiers légumes sortent de terre. Immédiatement, le couple écoule sa marchandise en vente directe, notamment dans leur petit magasin attenant à l'exploitation. Mais aux Fourgs, l'hiver est précoce et le printemps tardif. Pour vivre de leur activité toute l'année, François et Mayra transforment une partie de leur récolte en conserve. L'idée fonctionne, les clients sont au rendez-vous.

Toutefois, l'économie de l'entreprise est encore un peu fragile. Alors, François a une autre idée. Il croit aux fées et surtout à la Fée verte. Installé au cœur du bassin historique de production de l'Absinthe, il lui paraît évident de devenir paysan-distillateur. Il cultive déjà toutes les plantes qui entrent dans la composition de cet apéritif très populaire au XIXe siècle, alors le pas est facile à franchir pour élaborer une boisson exceptionnelle.

Il concocte plusieurs recettes dont certaines assez originales et convainc les « aficionados » de l'Absinthe, en France, mais aussi à l'international. Il n'est pas rare de voir des cars de touristes japonais, appareils photos au point, se tasser dans sa petite grange où glougloute son alambic en cuivre.

LA SEMILLA DISTILLERIE AYMONIER FRANÇOIS ET MAYRA AYMONIER

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

- La diversification des productions
- Un marché de l'absinthe en développement
- La notoriété grandissante de l'absinthe Semilla

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Rénover les bâtiments très anciens
- Augmenter les espaces de cultures couverts
- Créer un espace de vente plus spacieux et mieux agencé

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.



VALORISATION ET INNOVATION

Sont retenus les projets les plus innovants qui ont nécessité un élargissement du savoir-faire et qui ont fait preuve d'une croissance forte.

Sont concernés dans cette catégorie tous les exploitants agricoles qui apportent à leurs produits une valeur ajoutée en se singularisant par une innovation technique améliorant les conditions de production, la performance, la traçabilité et la qualité des produits et de l'environnement.

Dossier présenté par

BANQUE POPULAIRE
GRAND OUEST 



Forme juridique de l'entreprise : **EARL**

Surface Totale : **55 ha**

SAU : **53 ha en propriété des parents de Sébastien et 2 ha en propriété du couple**

E-mail du siège : **sebastien.cherel@miyabi.bzh**

Activités développées sur l'entreprise :

Bœufs Wagyu, 17 mères soit 50 % du CA

Vaches allaitantes, 40 mères soit 30 % du CA

Porcs à l'engraissement en intégration

400 places soit 15 % du CA

Chevaux à l'engraissement soit 5 % du CA

CA : **317 K€**

Main d'œuvre sur l'entreprise :

Associés et co-dirigeants de la structure

Temporaires : **aucun**

Société liée à l'exploitation :

Groupe MIYABI, Holding

MIYABI Wagyu Génétic

MIYABI Distribution

MIYABI Restaurants

EARL MIYABI
Production : Bœuf Wagyu

MIYABI DU BOEUF DE KOBE A LA SAUCE BRETONNE

Dans les prés de Sébastien Chérel et Masami Kanaoka gambadent de drôles de vaches à la robe noire intense et aux poils luisants. Aux portes de la Bretagne nous sommes en présence de bœufs Wagyu. Wa : japon et gyu : vache.

L'histoire de l'EARL MIYABI, qui signifie élégance et tradition dans la langue de l'empire du levant, commence par la rencontre de Sébastien et de Masami en Australie. Puis Sébastien suit sa future femme au Japon. Là-bas, il attrape le virus de cette race plus connue en France sous l'appellation bœuf de Kobé. La légende raconte que les éleveurs japonais massent leur bétail à la bière, mais ce n'est qu'une légende.

En 2009, le couple décide de s'installer en France et de reprendre l'exploitation familiale d'élevage de bovins viande et de porcs. Une base pour se consacrer à un autre projet, celui d'acheter de la génétique de Wagyu et de développer une filière de production d'une viande au persillé exceptionnel et aux saveurs raffinées.

Masami est chargée de trouver les précieuses génétiques auprès d'éleveurs japonais installés à travers le monde. Elle développe aussi le réseau de commercialisation à destination de ses compatriotes restaurateurs de l'hexagone. Pendant 8 années, le couple a travaillé d'arrache-pied à l'élaboration d'un troupeau de qualité, aujourd'hui de 30 mères, et à la création de la marque Miyabi. Sébastien et Masami se sont inspirés des techniques d'élevage japonais sauf pour l'alimentation dont la recette a été adaptée aux céréales cultivées dans la région, du Wagyu à la mode Bretonne en somme.

Bien sûr, la démarche a intrigué et intéressé d'autres éleveurs de la région. Alors plutôt que de voir naître la concurrence, Sébastien a eu l'idée de fédérer ses collègues dans une filière de production française de bœuf Wagyu autour de la marque MIYABI. A ce jour, le groupe comprend une

dizaine d'éleveurs qui travaillent ensemble dans le respect du même cahier des charges.

Ces vaches nippo-bretonnes semblent s'être tout à fait acclimatées à la région. Les résultats sont très encourageants, la demande est forte et la production a même un peu de mal à suivre. Ce qui est plutôt une bonne nouvelle pour cette petite production de niche.

EARL MIYABI
SÉBASTIEN CHÉREL ET MASAMI KANAOKA

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

- L'innovation
- La force du groupe
- Le potentiel commercial

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Augmenter le troupeau de mères
- Développer le circuit de commercialisation
- À plus long terme, ouvrir une chaîne de restaurant à l'enseigne MIYABI



INITIATIVES COLLECTIVES

L'action collective menée par les agriculteurs a joué un rôle majeur dans l'histoire de l'agriculture et du développement rural européen.

Les initiatives conjointes des agriculteurs ont permis la création de coopératives agricoles, permettant un meilleur accès au marché, une préservation des revenus de la ferme et contribuant à l'emploi dans les régions.

Sont primés les groupes d'agriculteurs dont les initiatives ou investissements ont révélé de réelles performances économiques, sociales et/ou environnementales tout en prenant en compte le caractère innovant de la communication faite autour du projet.

Dossier présenté par

BANQUE POPULAIRE 
AUVERGNE RHÔNE ALPES



Forme juridique de l'entreprise :
SCIC AS à capital variable
E-mail du siège :
abattoirdeshautesvallees@gmail.com
Activités développées sur l'entreprise :
Abattage : 90 %
Découpe pour vente directe : 10 %

CA : **95 K€**
Main d'œuvre sur l'entreprise :
10 Éleveurs-tâcherons et 1 boucher
en moyenne 1 journée par semaine
Temporaires : néant

SCIC ABATTOIR DES HAUTES VALLÉES
Production : Abattage

DES ÉLEVEURS QUI NE SE LAISSENT PAS ABATTRE

Lorsque l'abattoir de Guillestre dans les Hautes Alpes a fermé, les éleveurs ont pris le taureau par les cornes pour assurer l'avenir de leur exploitation.

Tous les mardis à 5h du matin, les lumières du petit abattoir de Guillestre s'allument. Etienne, le bouvier, est le premier sur les lieux pour préparer la journée de travail. Pourtant, il y a quelques mois, cet abattoir aurait pu rester plongé dans le noir.

Construit dans les années 60, il était exploité par une société sous la forme de délégation de service public, les murs appartenant au Syndicat Mixte Intercommunal.

Malgré de lourds investissements de rénovation par les collectivités locales, la société a déposé le bilan en 2016. Une catastrophe pour les éleveurs du nord du département des Hautes Alpes qui se mobilisent alors pour trouver une alternative à cette fermeture qui semble irrémédiable.

En quelques mois, l'abattoir des Hautes Vallées rouvre ses portes sous la forme d'une SCIC Société Coopérative d'intérêt Collectif. Bénédicte Peyrot, femme d'éleveur, prend la présidence, rôle crucial pour la bonne gestion de l'abattoir, son développement et pour l'accompagnement des éleveurs. Le pari est risqué, mais tout le monde y croit et les collectivités locales jouent le jeu. Pour réduire les coûts de fonctionnement et assurer un équilibre pérenne au projet, une dizaine d'éleveurs ont relevé le défi de se former aux techniques d'abattage et ainsi continuer à assurer une prestation indispensable à la survie des exploitations.

Dans cette région de montagne où l'agriculture est fragile, la présence de l'abattoir et de son boucher a permis aux éleveurs de s'affranchir des cours de la viande en développant des circuits courts. Outre son rôle économique indéniable, il joue aussi un rôle de tisseur de lien social entre

les différents adhérents de la SCIC. Ici, une fois par semaine, les éleveurs, souvent isolés dans leur exploitation se retrouvent pour un moment de partage, d'échange et de convivialité.

Le niveau d'implication de chacun est énorme. Toutes les compétences des adhérents sont les bienvenues à la SCIC que ce soit pour l'abattage, l'entretien, les réparations du bâtiment ou un simple soutien financier de certains consommateurs.

Aujourd'hui, sans éleveurs il n'y aurait plus d'abattoir à Guillestre et sans abattoir les exploitations de la région ne pourraient pas profiter de la valeur ajoutée créée par les circuits courts.

SCIC ABATTOIR DES HAUTES VALLÉES BÉNÉDICTE PEYROT, PRÉSIDENTE

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

- L'implication des éleveurs
- La souplesse de la structure
- L'esprit d'équipe

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Moderniser l'outil de travail
- Attirer de nouveaux éleveurs
- Être un exemple pour d'autres abattoirs à échelle humaine



PÊCHE ET CULTURES MARINES

Cette catégorie a pour objet de valoriser les exploitations de Pêche artisanale ou de Cultures Marines les plus dynamiques.

Sont concernés tous les exploitants qui assurent la pérennité de leur activité, génèrent une capacité d'auto-financement suffisante pour leur développement, présentent un projet innovant et mettent en valeur les aspects socio-économiques environnementaux (développement durable, ...) et techniques.

Dossier présenté par



Forme juridique de l'entreprise :
EURL sur commercialisation
Entreprise Individuelle sur production
E-mail du siège : camargue-coquillages@orange.fr
Surface Totale : **40 ares**

Activités développées sur l'entreprise :
Commercialisation de plusieurs sortes de coquillages
(bigorneaux, palourdes, murex,...)
Production de moules et d'huîtres

CA : **832 K€**
Main d'œuvre sur l'entreprise :
1 CDI plein temps, 2 CDI mi-temps,
1 contrat alternance, 1 aide familiale
Temporaires : **2 saisonniers**

CAMARGUE COQUILLAGES

Production : Huîtres et moules

MARIA-NIEVES, UNE PERLE EN RÉGION PACA

C'est par amour que Maria-Nieves Castejon a quitté sa Castille natale. Elle a suivi son mari sur ses terres Camarguaises, et finit par être La seule conchylicultrice en bio de la région PACA.

Maria-Nieves Castejon et son mari Franck se sont lancés dans la commercialisation de coquillages qu'ils achètent aux pêcheurs de la région. La petite entreprise de négoce fonctionne bien, mais Maria-Nieves commence à s'ennuyer. Elle a besoin d'action et de challenge. En 2007, elle se met en tête de devenir productrice d'huîtres et de moules en captage sauvage. Mais le chemin va être long. Tout d'abord, elle passe le diplôme obligatoire de patron pêcheur, ce qui lui prend trois ans. En 2013, elle rachète deux concessions et un bateau et enfin en 2015, elle obtient toutes les autorisations et les certifications pour produire des huîtres et des moules en bio, commercialisées sous la marque la « perle de Camargue ».

Certains esprits chagrins n'y croient pas trop. Faire du bio à quelques encablures de la vilaine réputation de Fos-sur-Mer; voilà bien une idée de « fada ». Mais Maria-Nieves n'est pas inquiète. Elle sait que ses concessions sont protégées des agressions polluantes par la jonction de multiples phénomènes naturels. Les eaux, où huîtres et moules se développent, sont même d'une qualité exceptionnelle dans cette zone classifiée Natura-2000.

Certes, les exigences du label Bio réduisent la productivité mais elles ont aussi un effet très positif sur la qualité. Moins de coquillages au m² leur permet de profiter pleinement du milieu naturel.

Rapidement la démarche de la patronne des Coquillages Camarguais a intéressé les acteurs de la distribution. Les huîtres et les moules bio sont plutôt rares et Maria-Nieves est la seule productrice au label de toute la région PACA.

Aujourd'hui, la production est encore insuffisante pour répondre à la demande d'où les projets d'agrandissements prévus pour l'année prochaine,

qui devraient permettre de franchir un nouveau cap. Rien ne semble pouvoir arrêter Maria-Nieves dans ses projets d'autant qu'aujourd'hui son nouveau moteur s'appelle Daniel, son fils, qui après de solides études commerciales se prépare à poursuivre l'aventure des Coquillages Camarguais.

CAMARGUE COQUILLAGES

MARIA NIÉVES CASTEJON ET FRANCK CASTEJON

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

- La motivation et l'adaptabilité
- L'envie de produire de la qualité
- La capacité à se remettre en cause

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Agrandir l'outil de production
- Développer de nouveaux produits
- L'implication de mon fils va apporter de nouvelles idées



PERFORMANCES

TECHNIQUES

Sont retenus les projets les plus innovants qui ont nécessité un élargissement du savoir-faire et qui ont fait preuve d'une croissance forte.

Sont concernés dans cette catégorie tous les exploitants agricoles qui apportent à leurs produits une valeur ajoutée en se singularisant par une innovation technique améliorant les conditions de production, la performance, la traçabilité et la qualité des produits et de l'environnement.



Dossier présenté par

BANQUE POPULAIRE **+X**
AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE



Forme juridique de l'entreprise : **GAEC**
E-mail du siège : **bianchi.bruno@neuf.fr**
Surface Totale : **hors sol : 1 ha**
Activités développées sur l'entreprise
et dans les sociétés liées :
Fabrication de substrat
Culture de pleurotes

CA : **616 K€**
Main d'œuvre sur l'entreprise :
Permanents : **2 associés et 4 salariés**
Temporaires : **1 contrat de qualification**

GAEC CHAMPICREUSE
Production : Culture de pleurotes

CHAMPICREUSE, À FOND SUR LE CHAMPIGNON

■ À l'adolescence, Bruno et Olivier Bianchi ont suivi le retour à la campagne de leurs parents, en Creuse. Pendant leurs études secondaires, un professeur de biologie de leur lycée les a initiés à la culture du champignon ; Ils en ont fait leur métier.

L'histoire de Bruno et Olivier commence par des premières cultures lorsqu'ils sont étudiants. Ils sèment pendant les vacances de Printemps et vendent leurs récoltes en été sur les marchés. Lorsqu'il s'agit de déterminer leur avenir, les deux frères décident de devenir producteur pour de vrai en 1992.

27 ans et 24 serres plus tard, ils sont devenus les seconds producteurs français avec 200 tonnes par an de champignons. Les pleurotes de Champicreuse sont vendues à des grossistes, à quelques grandes centrales comme Métro et pour une petite part à l'international. Malgré une concurrence étrangère assez redoutable, Champicreuse surfe sur la vague du produit français. Bien qu'un peu isolés dans la Creuse, les frères Bianchi peuvent livrer des produits frais à leurs clients dans toute la France dans des délais extrêmement rapides.

La force de l'entreprise réside aussi dans l'esprit d'initiative des deux frères. Ils ont travaillé pendant une dizaine d'années à la mise au point d'une recette de fabrication de leur propre substrat, un mélange de paille, qui va favoriser la moisissure et par conséquent le développement du champignon. Cette maîtrise leur a permis de réduire les coûts, de produire un substrat de qualité, stable et fabriqué en fonction de leurs besoins. Actuellement, ce sont les seuls producteurs français à être tout à fait autonomes. Le substrat de Champicreuse est exempt de tout intrant, et la totalité des résidus est recyclée dans une unité de méthanisation. Bruno et Olivier parient aussi sur l'avenir en diversifiant leur activité par la

transformation d'une partie de leur production en produits innovants. Depuis deux ans, ils travaillent avec une start up pour mettre au point un fongicide naturel à partir de la pleurote. Les molécules extraites devraient permettre de combattre les champignons naturels du blé, de la vigne ou des pommiers. Les résultats sont proches d'aboutir, reste à trouver quelques investisseurs pour assurer une production à grande échelle.

GAEC CHAMPICREUSE BRUNO ET OLIVIER BIANCHI

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE EXPLOITATION ?

- Une production de qualité
- Un circuit commercial adapté et la confiance des distributeurs
- Une maîtrise de la chaîne de production

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE EXPLOITATION ?

- Diversifier la production
- S'adosser à un groupe pour avoir une puissance financière plus importante.



PRIX SPÉCIAL DU JURY

Décerné à un dossier ayant retenu l'attention du Jury mais non primé dans une catégorie. Le Jury récompense une initiative marquante, une réussite individuelle ou collective.

Dossier présenté par

BANQUE POPULAIRE
ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE **+X**



Forme juridique de l'entreprise : **EARL**
Surface Totale : **11 ha en fermage**
E-mail du siège : contact@lilotdelameinau.fr
Activités développées sur l'entreprise
et dans les sociétés liées :
Production maraîchère de saison et vente directe
CA : **416 K€**

Main d'œuvre sur l'entreprise :
Permanents : **le gérant et 2 salariés**
et **1 à temps partiel**
Temporaires : **jusqu'à 10 saisonniers**
Société liée à l'exploitation :
SAS Le Jardin de Lise

EARL L'ILOT DE LA MEINAU**Production : maraîchage de saison et vente directe**

L'ILOT DE LA MEINAU, LA FABRIQUE À LÉGUMES URBAINS.

Dans le quartier de la Meinau à Strasbourg, un couple d'agriculteurs cultive des légumes et les vend en direct.

Au départ du projet de l'ilot de la Meinau, il y a eu la volonté de la ville de Strasbourg de rapprocher l'agriculture du milieu urbain pour offrir aux citadins des légumes de qualité en circuit court.

Geoffrey ANDNA et deux autres agriculteurs alsaciens ont accepté l'aventure et se sont installés sur un terrain de 11 hectares, aux portes du centre-ville. En décembre 2013, les 8 chapelles de l'ilot de la Meinau tutoient la flèche de la cathédrale de Strasbourg.

Le concept est simple, diffuser localement la cinquantaine de variétés de légumes cultivés, soit par le biais du magasin installé sur l'exploitation pour la plus grande partie de la production, soit en direct aux professionnels de la restauration et à quelques primeurs de l'agglomération.

Claire, la femme de Geoffrey, gère les approvisionnements du point de vente, pensé comme une petite superette. Le consommateur y trouve en exclusivité les légumes de saison de l'exploitation et pour compléter l'offre, toute une gamme de produits d'agriculteurs alsaciens. Les clients peuvent donc faire leurs courses tranquillement sans avoir à courir dans plusieurs magasins. Claire sélectionne avec attention la marchandise pour garantir la qualité et le prix juste. L'ilot de la Meinau est avant tout un magasin de quartier qui doit mettre à la portée de tous une alimentation saine et de première fraîcheur.

Pendant quatre ans, l'ilot de la Meinau a connu un essor dépassant les prévisions, mais en 2017, coup dur. Face à une forte divergence de vue, Geoffrey et ses deux associés se séparent. Point positif, le voilà seul maître à bord avec Claire pour mener une réorganisation de la structure en profondeur. L'exploitation doit être encore plus fonctionnelle et

performante pour assurer son avenir.

Aujourd'hui, avec douze salariés, un prévisionnel largement dépassé et une fréquentation du magasin en forte augmentation, l'ilot de la Meinau remplit pleinement ses objectifs sociétaux :

Premier Drive fermier en place dès le lancement de l'exploitation en 2014.

EARL L'ILOT DE LA MEINAU CLAIRE ET GEOFFREY ANDNA

QUELS SONT, SELON VOUS, LES POINTS FORTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Des légumes de saison toute l'année
- Températures plus clémentes qu'en campagne
- Une zone de chalandise importante

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS L'AVENIR DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Sécuriser la production de l'exploitation située en zone inondable par l'extension des surfaces couvertes, permet également de pérenniser l'emploi sur l'année
- Densifier l'offre des productions maraîchères Lancer un vrai marché flottant afin de toucher la clientèle des habitants du centre-ville
- Développer la SAU de l'exploitation afin de faire face au besoin grandissant, permettre d'allonger les rotations en vue d'une conversion à l'agriculture biologique



CIRCUITS COURTS, DE NOUVEAUX CLIENTS À PORTÉE DE MAIN

Parce que nous accompagnons depuis toujours les commerçants,
profitez de notre expertise pour vous lancer dans la vente en circuits courts.
Du lancement de votre projet au développement de votre activité, nous sommes à vos côtés.

Rencontrez un conseiller Banque Populaire
ou connectez vous sur banquepopulaire.fr

 **BANQUE
POPULAIRE**
la réussite est en vous

CIRCUITS COURTS, DE NOUVEAUX CLIENTS À PORTÉE DE MAIN

JEAN DREYFUSS DIRIGE LE DOMAINE FAMILIAL FISCHBACH DE TRAENHEIM (BAS-RHIN) REPRIS EN 2017. IL COMMERCIALISERA POUR LA PREMIÈRE ANNÉE DES VINS AVEC PRESQUE TOUS LES CÉPAGES ALSACIENS ISSUS DE SES 4 HA RÉSERVÉS À L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ORIENTÉE BIODYNAMIE ET SANS INTRANTS.

Pour lui, « *aujourd'hui, les circuits courts séduisent de plus en plus de consommateurs.*

*Je ne conçois pas mon développement sans pouvoir **vendre mes bouteilles directement** au caveau, sur des salons, à des restaurateurs ou des cavistes ».*



Agé de 30 ans et fort de ses expériences, il pose un regard éclairé sur l'importance de pouvoir répondre aux besoins spécifiques de ses clients en terme

d'**encaissement** (cartes étrangères, paiements par smartphone...). « *Il ne faut pas croire, mais de plus en plus de viticulteurs sont largement informés et équipés de nouvelles technologies et ce, d'autant plus qu'elles permettent facilement d'augmenter son chiffre d'affaires !* ».

Jean Dreyfuss s'est ainsi équipé d'un **Terminal de paiement électronique (TPE) portable 3G** qui propose aussi le sans contact et est **compatible avec le paiement par smartphone**. Il n'est donc plus nécessaire de demander aux clients leur numéro de carte bancaire ou de faire un virement sur le compte du viticulteur.

« *Personnellement, pour les ventes à distance, je suis rassuré avec cette formule « **Paiement Express** ». Je n'ai **plus de chèques à encaisser, ni de risques d'impayés et surtout mes ventes sont créditées à J+1.** »*

Le principe est **simple et rapide** : le viticulteur envoie à son client un **mail personnalisé** en quelques clics avec le montant de la vente et un lien pour

le règlement. Le client est ensuite dirigé vers un **formulaire de paiement en ligne crypté et sécurisé** 3D-Secure Cyberplus Paiement, comme pour n'importe quel site marchand.

« *Dès le paiement effectué, je reçois une notification de transaction et je peux ensuite préparer les commandes pour les expédier. Cette solution « Paiement Express » est aussi un **outil marketing** pour envoyer des offres promotionnelles à mes clients et appuyer mon développement commercial.* »

Laurent Leroy, Responsable Agriculture Viticulture à la Banque Populaire Alsace Lorraine

Champagne : « *pour répondre aux besoins de nos clients comme ceux de Monsieur Dreyfuss, nous avons créé des solutions diverses innovantes de fidélisation clientèle et de référencement sur internet pour améliorer leur visibilité.* ».

**« AVEC CETTE FORMULE
PAIEMENT EXPRESS,
JE N'AI PLUS DE CHÈQUES
À ENCAISSER, NI DE RISQUES
D'IMPAYÉS ET SURTOUT
MES VENTES SONT CRÉDITÉES
À J+1. »**

BANQUE POPULAIRE
la réussite est en vous





Candidature :

Pour obtenir de plus amples renseignements, et présenter votre candidature pour 2020, vous pouvez contacter votre Banque Populaire.

De même, vous pouvez accéder aux portraits détaillés des lauréats en vous connectant sur le site : www.banquepopulaire.fr (rubrique Professionnels / Agriculteurs)

Contact presse :

BPCE - Banque Populaire
Christine François : presse@bpce.fr
Tél. : 01.58.40.46.57

Contact Marché de l'Agriculture :

MarcheProfessionnelsBP@bpce.fr



www.banquepopulaire.fr