

FLEURY MICHON

Filière surimi

PLUS RESPONSABLE

> Entre 2010 et 2014, Fleury Michon a progressivement mis en place une démarche plus responsable autour de ses bâtonnets surimi.

- **Respect des hommes** : en l'absence de consensus scientifique sur ces conservateurs, suppression entre 2010 et 2011 des polyphosphates, du sorbitol et du glutamate à chaque fois que cela est possible ; partenariats de long terme avec les fournisseurs ; tests de traçabilité ; transparence totale sur la liste d'ingrédients (par exemple : deux espèces de poissons utilisées, pas d'arôme ni de colorant artificiels...).

- **Respect des ressources marines et des milieux marins** : interdiction de pêcher des espèces vulnérables ou en danger (listes IUCN), quota maximum de 2,5 % de prises accessoires, certification MSC.

> La marque travaille actuellement à la mise en place d'une « **Charte de pêche responsable** » certifiée regroupant ses engagements.

> En 2014, elle a lancé une opération de transparence, « Venez vérifier », qui invite chacun à constater comment les bâtonnets sont réalisés, de la pêche à la fabrication : infographie, vidéos preuves et voyage sur place pour trois consommateurs et six blogueurs à l'issue d'un jeu-concours.



Facteurs de réussite

DIFFICULTÉS SURMONTÉES

- Obligation de créer une **filière** spécifique pour fabriquer un surimi sans polyphosphates ni sorbitol
 - ▶ **Collaboration** avec les fournisseurs les plus anciens et motivés pendant 2 ans
- Développement d'une pêche plus responsable
 - ▶ **Choix de fournisseurs** répondant au référentiel MSC, **contrôles et audits** réguliers, démarche d'accompagnement pour améliorer leurs processus

Bénéfices

ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

- > **Incitation d'autres marques distributeurs** à supprimer les polyphosphates, le sorbitol et le glutamate de leurs produits
- > **Meilleur respect des ressources marines**

POUR L'ENTREPRISE

- > + 12 pts de notoriété entre 2013 et 2014
- > Augmentation PDM valeur entre 2010 et 2014 (CAM P13 2010 : 23,7 % ; CAM P8 2014 : 27,1 %)
- > Fort relais de la campagne « Venez vérifier »
- > **Fierté** des équipes
- > Renforcement de la **relation de confiance** avec les fournisseurs

CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

Avoir une vision à long terme - Impliquer toutes les parties prenantes internes et externes - Répondre à une attente des consommateurs