

LESIEUR (GROUPE SAIPOL-LESIEUR)

# Filière FLEUR DE COLZA

> **Lesieur, pour Fleur de colza**, une huile à base de fleur de colza, a développé en 2005 **une approche filière basée sur une charte qui engage les agriculteurs et coopératives**. Cela lui permet d'avoir des exigences spécifiques sur le cycle de vie du produit et de valoriser une agriculture locale.

> Les engagements portent sur la traçabilité, la sélection de semences riches en oméga 3, des pratiques plus respectueuses de l'environnement (choix de graines résistantes...), de la biodiversité (traitements hors périodes de floraison...) et d'autres bonnes pratiques.

> **Au-delà de la filière, les usines de fabrication, françaises**, répondent aux exigences de certification **ISO 22000** (sécurité alimentaire) et **ISO 14001** (management environnemental). Réduction récente du poids des bouteilles de 6 %.

> **Plusieurs campagnes (presse, TV, digital)** ont permis de faire comprendre la démarche, mettant parfois les agriculteurs au cœur du discours.

> La marque prévoit d'autres étapes : animation d'un réseau de fermes pilotes, approfondissement d'un partenariat associatif pour concrétiser des actions en faveur de la biodiversité...



## Facteurs de réussite

### DIFFICULTÉS SURMONTÉES

- Projet de grande envergure
  - ▶ **Mobilisation** de l'ensemble des équipes dès le départ
- Mise en place d'une démarche de progrès
  - ▶ **Discussions permanentes** avec les agriculteurs et coopératives, compromis entre ambition et pragmatisme
- Crédibilité
  - ▶ **Bâtir** le fond et la forme des **discours avec l'amont agricole**

## Bénéfices

### ENVIRONNEMENTAL ET/OU SOCIAL

- > **Baisse de 20 % des émissions de CO<sub>2</sub>** issues de la production des graines entre 2010 et 2012
- > **Amélioration de l'image du métier d'agriculteur** et de leur savoir-faire
- > Teneur importante en oméga 3 du produit
- > Une prime à la tonne qui permet un partage de valeur avec les agriculteurs

### POUR L'ENTREPRISE

- > **Gains économiques** liés à la réduction du poids des bouteilles
- > **Croissance** de la marque : progression volume de 7,3 % entre 2007 et 2013
- > **Grand Prix 2013** Essec Industries consommation responsable

### CLÉS DE SUCCÈS IDENTIFIÉES

**S'engager dans des projets proches des savoir-faire de l'entreprise - Innover ensemble - S'inscrire dans la durée - Communiquer avec simplicité, précision, transparence et efficacité - Mesurer l'efficacité et la rentabilité de la démarche**