

Le développement durable ouvre la voie à une nouvelle forme de fidélité : celle de l'amont de l'entreprise, en particulier pour les marques alimentaires à l'égard de leurs fournisseurs de matières premières. Une opportunité que les agriculteurs savent apprécier. Exemple avec le programme LU'Harmony.



# LU cultive ses relations avec les agriculteurs

**C**réer une nouvelle filière en partenariat avec les agriculteurs pour développer un blé de qualité, à la traçabilité renforcée et dans le respect de la biodiversité, telle est l'ambition de LU France avec le lancement de LU'Harmony. Cette démarche a démarré en 2007. Les équipes de LU, alors au sein du groupe Danone, ont réalisé que 70 % de l'impact de l'activité de l'entreprise se trouvent liés aux

matières premières dont les deux tiers sont des céréales, du blé essentiellement. La question est alors ainsi résumée par Anne Génin, directeur de la communication institutionnelle ainsi que du programme LU'Harmony : *"l'enjeu était de diminuer notre impact environnemental sans réduire l'accessibilité de nos produits en termes de prix"*. Le blé a naturellement été choisi comme fer de lance de cette stratégie. *"Nous sommes partis du*

référentiel existant de l'agriculture raisonnée", explique-t-elle "mais en l'élargissant, au-delà de l'environnement, à la qualité du blé et à des mesures pour préserver la biodiversité".

Pour y parvenir, l'initiative a été l'occasion pour LU d'instaurer une relation directe avec les agriculteurs partenaires. "Auparavant, nous n'allions pas au-delà des coopératives qui les regroupent et des meuniers", raconte Anne Génin. "Pour les agriculteurs, c'est un projet porteur, ambitieux mais applicable. Ils sont réunis dans un club, nous leur adressons une newsletter régulière et les invitons à visiter nos usines. C'est nouveau pour eux de connaître la destination de leur blé, c'est un vrai plus". Outre le bénéfice d'image que ces agriculteurs peuvent attendre de leur participation à la démarche, le respect de la charte qu'ils signent avec LU s'accompagne d'une prime économique sur le prix qui leur est payé pour leur blé. Les coopératives sont également intéressées à la démarche pour y apporter leur rôle d'interface technique.

En retour, les agriculteurs s'engagent à respecter un certain nombre de contraintes, énoncées dans les vingt huit pratiques que contient le cahier des charges LU'Harmony (voir encadré). Ainsi, l'engagement de consacrer 2 à 3 % de la surface agricole à l'installation de bordures fleuries propres à attirer des insectes pollinisateurs constitue en soi un manque à gagner. Mais l'amélioration de leurs méthodes culturales peut aussi optimiser leur productivité : des techniques plus préventives leur permettent par exemple de réduire de 25 % le recours aux produits phytosanitaires. C'est en tout cas ce qui a été constaté sur la première année d'application de la charte, pour la récolte 2009.

### Quatre marques en 2011

Cette première année, soixante huit agriculteurs ont consacré 1 100 hectares à LU'Harmony. Leur production a permis de placer 100 % des Petit LU sous cette bannière en 2010. Pour la récolte 2010, leur nombre a atteint 680, pour plus de 8 000 hectares. Dès le mois d'octobre, trois autres marques pourront être approvisionnées en blé LU'Harmony et seront commercia-

lisées ainsi en 2011. Cela représentera alors 20 % des tonnages de LU France. Qui compte atteindre les 100 % de sa production d'ici à 2015, pour une surface globale de 30 000 hectares... C'est qu'il s'agit d'un processus de longue haleine. Pour une récolte donnée, les agriculteurs doivent être "recrutés" avec deux ans d'avance, l'objectif étant notamment de garantir un blé 100 % d'origine France. Dans un premier temps, il s'agissait d'agriculteurs des régions Centre, Poitou-Charentes et Pays-de-la-Loire, proches de l'usine LU de La-Haye-Fouassière, en Loire-Atlantique. Des exploitations d'Ile-de-France, de Champagne-Ardenne, de Bourgogne et de Rhône-Alpes ont depuis rejoint le dispositif.

Côté LU, le surcoût engendré par LU'Harmony n'est absolument pas répercuté dans le prix de vente. "Nous sommes persuadés de répondre à une attente profonde de nos consommateurs" explique Anne Génin "et LU'Harmony constitue un véritable avantage concurrentiel qui génèrera, à terme, son retour sur investissement". D'ailleurs LU France a commencé à communiquer. Première action avec un stand pédagogique sur le Salon de l'Agriculture 2010, l'incontournable lieu de rencontre entre le monde rural et les citadins. Deuxième action depuis le 20 avril dernier, avec un film publicitaire pour Petit LU évoquant la démarche via sa mesure la plus visible : les fameuses bordures fleuries. A suivi une campagne d'affichage dans toutes les grandes villes sur le thème "Le blé LU, cultivé pour être encore meilleur". Naturellement, 35 millions de packaging relaient l'opération, en arborant le repère visuel qui la symbolise. Enfin, LU participait à Nature

Capitale, l'événement qui a attiré plus de deux millions de visiteurs sur les Champs-Élysées du 22 au 24 mai 2010.

### Des indicateurs de suivi

Outre la communication, LU'Harmony suppose également la mise en œuvre d'indicateurs vérifiant la pertinence de ses pratiques et ses effets sur la biodiversité. En plus du suivi des traitements phytosanitaires déjà évoqué, il a été calculé – avec la validation d'un laboratoire indépendant – qu'un million d'abeilles avait déjà pu être nourries grâce aux bandes fleuries installées au bord des champs. Des indicateurs qui seront



LU publie une newsletter pour fédérer son club d'agriculteurs partenaires

naturellement observés pour la deuxième campagne et les suivantes. Reste la question de l'extension de cette politique de développement durable à d'autres éléments. Déjà, LU France dispose de plus de 80 % de ses emballages avec des matériaux recyclés et en propose autant au recyclage. L'entreprise travaille également sur les consommations et les rejets de ses usines ainsi qu'à son optimisation logistique. Mais quid des autres ingrédients de ses biscuits ? Intervenue après l'été 2007, l'intégration de LU dans Kraft Foods n'a modifié en rien la démarche : "le biscuit est devenu la première activité du groupe", explique Anne Génin ; "or il mène déjà des actions de développement durable, par exemple pour le café Jacques Vabre ou le chocolat Côte d'Or. Pourquoi n'en profiterions-nous pas un jour ?" Heureux hasard : LU et Côte d'Or viennent de co-signer deux nouvelles gammes de produits. ■



En faisant visiter ses usines à ses partenaires agriculteurs, LU les encourage à une meilleure connaissance du monde industriel

## Les grands principes de la charte LU'Harmony

**Le choix des parcelles de blé.** Les parcelles sont sélectionnées au plus près des sites de fabrication en fonction du précédent cultural, des variétés de blé qui y seront cultivées ou du travail du sol.

**Le choix des variétés de blé.** Chaque farine est fabriquée à partir d'un assemblage de grains de blé de variétés différentes en fonction de leur caractéristiques propres (résistance, contenu en protéines, etc.) et des caractéristiques technologiques recherchées (croustillant, moelleux, etc.).

**La préservation de la biodiversité.** Les agriculteurs partenaires allouent une partie de leur exploitation à l'implantation de fleurs attractives qui offrent aux insectes pollinisateurs comme les abeilles ou les papillons, le pollen et le nectar dont ils ont besoin pour se nourrir.

**La nutrition du blé.** Les apports nutritifs de la plante sont ajustés et fractionnés dans le temps en tenant compte des réels besoins de la plante ou des réserves présentes dans le sol.

**La santé du blé.** Les blés cultivés ne sont traités qu'en cas de nécessité. Les agriculteurs partenaires privilégient donc d'abord la prévention (sélection de variétés, choix de parcelles, etc.), l'observation (test, évaluation visuelle, etc.), puis et seulement en cas de besoin, l'intervention (les moyens de luttes biologiques étant privilégiés par rapport à la lutte chimique).

**L'irrigation du blé.** Les besoins réels de la plante en eau sont évalués en fonction des conditions climatiques régionales ou encore des réserves en eau du sol.

**La sécurité et la santé des agriculteurs.** Le port des équipements de sécurité, adaptés aux tâches réalisées par l'agriculteur et ses salariés, est une priorité absolue et fait l'objet d'une sensibilisation et de contrôles réguliers lors des visites techniques de la coopérative.

**La traçabilité de la parcelle jusqu'au site de fabrication.** Toutes les interventions réalisées sur une parcelle de blé sont enregistrées et transmises à LU via la fiche de culture. Depuis la parcelle jusqu'au site de fabrication, les lots de blé sont clairement identifiés et physiquement séparés.

**La qualité de la récolte.** Pour protéger le blé de toute dégradation ou contamination croisée, le transport et le stockage du blé sont soumis à un cahier des charges strict (par exemple, interdiction de désinsectiser les moyens de transport avant chargement).

**L'expertise technique au service des agriculteurs.** Les agriculteurs partenaires disposent de l'appui d'un service de conseil technique au sein de leur coopérative.