

POINT DE VUE

**Origine des ingrédients : « un risque de discrimination »**

**Katia Lentz**, avocate associée au sein du cabinet Keller & Heckman.

**Les Marchés Hebdo : En quoi consiste le règlement adopté le 28 mai par l'UE sur l'origine des ingrédients ?**

**Katia Lentz :** Il complète Inco en établissant les modalités concrètes d'application de l'article 26 quand la présentation d'une denrée mentionne l'origine et que cette origine n'est pas identique à celle de son ingrédient primaire. L'ingrédient est dit primaire quand il compose la denrée à plus de 50 % ou est habituellement associé à la dénomination de cette denrée. Exemples : une sauce tomate, faite en France à partir de tomates marocaines et comportant un drapeau français, devra aussi mentionner l'origine des tomates (champ visuel, taille de police minimale identiques aux informations obligatoires).

**LMH : Quelle implication aura-t-il pour les IAA françaises et l'expérimentation en cours sur le lait et les viandes transformés ?**

**K. L. :** Il est évident que cela impliquera des coûts supplémentaires pour les IAA. En effet, ce règlement 2018/775 s'applique aux ingrédients primaires (fruits, légumes, lait, viande, poisson, œufs, etc.) alors que le décret national ne visait que les produits transformés contenant du lait ou de la viande. Il y a un réel risque de discrimination à rebours : les IAA françaises dont les produits transformés contiennent plus de 8 % de viande doivent étiqueter l'origine, ce que ne devront faire les concurrents des autres pays qu'à partir de 50 %.

Propos recueillis par Nathalie Marchand

# Beauvallet veut accélérer le développement d'Or rouge

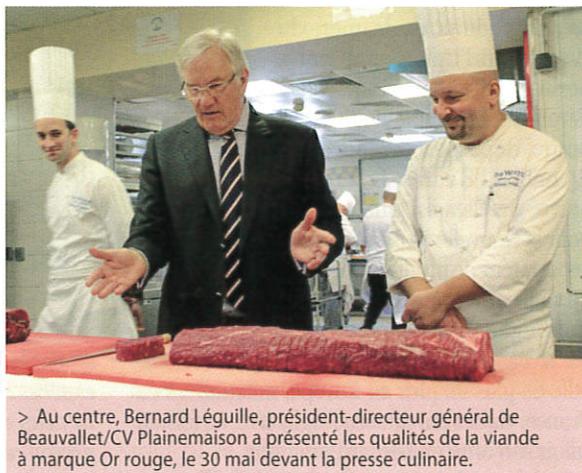
L'entreprise limousine compte élargir sa base de clients en France, mais aussi développer l'export. Elle ne s'interdit pas non plus une entrée en GMS.

Lancée en 2016, la marque Or rouge se fait peu à peu une place dans l'univers des viandes premiums, dont le cercle s'est élargi ces dernières années. La viande limousine est aujourd'hui distribuée en France auprès d'une quinzaine de boucheries traditionnelles et d'une centaine de restaurants, soit l'équivalent de 20 à 30 bêtes par semaine, a indiqué la semaine dernière Bernard Léguille, le président-directeur général de Beauvallet/CV Plainemaison et initiateur de la démarche, lors d'un déjeuner destiné à séduire la presse culinaire.

En s'appuyant sur différentes démarches de progrès et une sélection rigoureuse (15 % seulement des carcasses sont retenues), Or rouge entend constituer une alternative à l'angus ou au wagyu vers lesquels les chefs se tournent volontiers, appréciant leur persillé et leurs muscles adaptés aux portions de la restauration. « Nous proposons une viande différente, goûteuse et moins grasse, issue exclusivement de vaches limousines », argumente Bernard Léguille. À l'issue d'un programme de recherche mené avec l'Inra et l'Institut de l'élevage, l'entreprise a opté pour la suspension pelvienne, gage d'une plus grande tendreté, et pour une maturation en carcasse de 13 jours.

## Tests de l'alimentation animale pour améliorer la tendreté et le persillé

Le patron de Beauvallet est fier d'avoir créé une chaîne de valeur qui permet aux éleveurs de bovins allaitants de la région d'être mieux rémunérés (avec 15 centimes d'euro par kilogramme de plus-value) et à la viande limou-



> Au centre, Bernard Léguille, président-directeur général de Beauvallet/CV Plainemaison a présenté les qualités de la viande à marque Or rouge, le 30 mai devant la presse culinaire.

sine de retrouver des couleurs auprès des gastronomes. Mais il n'entend pas en rester là. « Nous n'en sommes encore qu'au début de la démarche », promet-il. « Il reste de nombreux marchés à conquérir, en France mais aussi à l'export, car nous entendons bien jouer dans la cour des grands », assure l'entrepreneur, qui sait pouvoir s'appuyer sur le

**« Une viande issue exclusivement de vaches limousines »**

réseau de clients internationaux de Beauvallet en hôtellerie-restauration. « Il n'est pas exclu non plus de se développer en GMS », assure l'entrepreneur.

Beauvallet ne compte pas pour autant baisser la garde en matière de qualité. L'entreprise a engagé cette année un programme de tests de l'alimentation animale avec le soutien de l'Inra sur 120 vaches, en vue d'améliorer la tendreté et le persillé, et a d'ores et déjà programmé pour 2019 des recherches sur le lien entre les gènes et le persillé.

**Bruno Carlhian**

Textos

>> Savencia Fromage & Dairy a acquis le groupe américain Rogue Creamery, spécialisé dans les pâtes persillées.

>> À Rungis, Bratigny, filiale du groupe Omer-Decugis et Fils, a noué un partenariat avec la maison Butet, spécialiste des champignons et mini-légumes.

>> Soufflet Atlantique (85,6 M€ de CA) fusionnera avec Soufflet Agriculture (340 M€ de CA) au 1<sup>er</sup> juillet prochain.

>> Givaudan, leader mondial des parfums, a bouclé le rachat de 40,5 % des actions du français Naturex, spécialiste des ingrédients d'origine végétale.

>> Carrefour a annoncé la reprise de 29 magasins ex-Dia et la fermeture de 243 autres sans offre de reprise prévue.

>> Danish Crown a acquis le spécialiste néerlandais du bacon Zandbergen, au travers de sa filiale Tulip Food Company.

>> Mondelez International a annoncé l'extension de son programme d'agriculture durable Harmony à 100 % des biscuits vendus en Europe d'ici à 2022.

Toutes ces informations sont développées sur le site <http://lesmarches.reussir.fr>