



TRANSFORMATEUR

ENTREPRISE

CULTURE MIEL

Chiffre d'Affaires (2017) : 7 681 000 €

Effectif (2017) : 27

Pays (siège social) : France

Site internet :
www.culturemiel.com
www.fsab.fr

Contact :
 Thierry LAUVERGEAT
monique.berthier@culturemiel.com

Un Miel « C'EST QUI LE PATRON » avec CULTURE MIEL

CONTEXTE

Dans un marché concurrentiel important où prédominent les miels importés, la marque du Consommateur « C'EST QUI LE PATRON » a eu le désir de mettre en ligne un questionnaire consommateur pour l'élaboration d'un miel.

Plus de 12 000 votants consom'acteurs ont ainsi façonné le cahier des charges de ce miel, d'une grande qualité et d'une grande équité pour tous les acteurs de la filière : Apiculteur – Conditionneur – Distributeur – Consommateur.

CULTURE MIEL est entreprise partenaire de cette initiative.

Parallèlement à ce concept, la création du Fonds de Sauvegarde des Abeilles – FSAB, dont les 3 cofondateurs sont C'EST QUI LE PATRON, CULTURE MIEL et ADA France a pour objectif de financer et de soutenir des projets en faveur de la sauvegarde des abeilles et de la restauration de la biodiversité.

OBJECTIF(S)

- **Distribuer** un miel correspondant aux attentes des consommateurs, révélées à partir du questionnaire
- **Répondre** aux attentes des clients qui sont plus sensibles à la qualité des produits, à la santé, au renforcement de l'origine France, à une consommation plus respectueuse de l'environnement et de la biodiversité
- **Réinstaurer** l'équilibre économique pour tous les intervenants de la filière : apiculteur – conditionneur – distributeur – consommateur
- **Rémunérer** au juste prix les apiculteurs
- **S'inscrire** via ce miel, dans une implication environnementale et sociétale avec la création du FSAB dont le but est la sauvegarde des abeilles :



DÉMARCHÉ

1. Consultation des consommateurs pour connaître leurs intentions face à l'achat d'un miel
2. Analyse des résultats suite au dépouillement du questionnaire.

DÉMARCHE (SUITE)

Il en ressort que les aspirations du consommateur sont :

- Miel de France
- Qui rémunérera l'apiculteur d'une façon correcte
- Miel sans traitement, ni mélange
- Dont le goût et la couleur peuvent varier selon la saison, les récoltes
- Les votants ont souhaité à 52 % un miel conventionnel et à 48 % un miel bio,
- en pot de verre de 250 g

En termes de production, il s'agit d'augmenter et diversifier la ressource alimentaire des abeilles, et de limiter l'exposition des abeilles aux pesticides.

Objectifs opérationnels :

- diversifier les assolements en intégrant des cultures mellifères,
- allonger les rotations,
- accroître la part de prairies avec légumineuses,
- planter des jachères et des bandes enherbées avec des espèces mellifères,
- mettre en place des haies,
- planter des cultures intermédiaires mellifères,
- réduire le risque d'exposition des abeilles aux pesticides,
- favoriser la flore naturelle

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Démarche émanant des attentes du consommateur avec tarification unique, le PVC ayant été fixé par les consom'acteurs
- Mobilisation de tous les acteurs de la chaîne de valeur

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIÈRE
<ul style="list-style-type: none"> • Capacité de s'impliquer dans un tel projet • Réponse en tous points aux attentes du cahier des charges • Mobilisation de l'ensemble des salariés 	<ul style="list-style-type: none"> • Valorisation du miel français • Rémunération de l'apiculteur supérieure par rapport au prix moyen pratiqué sur un miel équivalent • Création du FSAB dont la vocation est de lutter contre la mortalité des abeilles en instaurant un plan d'actions destinées à la sauvegarde des abeilles