

LA MARQUE JORDANS (JORDANS ET RYVITA COMPANY, GROUPE ABFOODS) S'ENGAGE POUR LA BIODIVERSITE AVEC SES FOURNISSEURS DE CEREALES

ANNEE
2014

CATEGORIE
Environnement

RUBRIQUE
Biodiversité et gestion durable des ressources

SOUS-RUBRIQUE
Biodiversité

SECTEUR D'ACTIVITE
Agroalimentaire

TAILLE DE L'ENTREPRISE
100 à 500

PAYS (DE LA PRATIQUE)
Grande Bretagne

ENTREPRISE
Marque Jordans
Jordans&Ryvita Company
Groupe : Associated British Food (ABF)



Chiffres d'Affaires (2010):
78 millions euros

Effectif (2010) : 400

Pays (siège social) : GB

Site internet :
<https://www.jordanscereals.co.uk>

Fiche rédigée par :
Marie Noëlle DUFOREST

CONTEXTE

En 1972, les frères Jordan introduisent en Grande Bretagne la vente de céréales complètes grillées pour le petit déjeuner, produit découvert lors de leur voyage aux Etats Unis ; l'activité de l'ancien moulin familial acquis en 1855 est ainsi relancée. L'entreprise JORDANS est intégrée dans le groupe ABC FOODS en 2008, pour former The JORDANS & RYVITA COMPANY. Au sein du groupe, la marque JORDANS poursuit ses engagements pour offrir au consommateur des produits de qualité à base de céréales complètes, fruits ou graines, cultivées selon des normes environnementales exigeantes. JORDANS est notamment engagé pour la biodiversité.

OBJECTIF(S)

- Garantir des produits de qualité « diététique » pour le consommateur : céréales complètes, ni colorant, ni conservateur
- Créer des partenariats durables avec les producteurs de céréales, fruits ou graines
- Soutenir une agriculture durable (sans OGM) et préserver la biodiversité

DÉMARCHE

Dès 1972, JORDANS choisit d'utiliser dans ses produits des céréales complètes de qualité, cultivées principalement dans des fermes britanniques, avec une relation durable de proximité. Dès 1985, JORDANS est précurseur dans le domaine de la biodiversité, proposant à ses agriculteurs fournisseurs de céréales un contrat environnemental « conservation grade » pour la préservation de la faune. Par ce contrat, les agriculteurs volontaires s'engagent à réserver 10% de leurs terres en jachère pour recréer un habitat spécifique pour les espèces sauvages. Ils reçoivent par l'entreprise une rémunération pour leur récolte tenant compte du surcoût. Sur les 10% laissés en jachère, des règles sont établies :

- 4% en fleurs sauvages et trèfle pour la nourriture des insectes en pollen et nectar
- 1,5% en plantes comme le quinoa et le fourrage-radis pour nourrir les oiseaux
- 2% en touffe et herbes fines : habitats pour araignées, scarabées et petits mammifères
- 0,5% de « régénération naturelle » pour les plantes annuelles rares et oiseaux nichant au sol
- 2% liées aux caractéristiques spécifiques de la ferme pour promouvoir la faune, par exemple, dans des anciennes granges, des bois ou des étangs.

Dans une ferme pilote du Yorkshire, entre 1999 et 2003, le centre du gouvernement britannique pour l'écologie et l'hydrologie a noté une augmentation de 41% des oiseaux, une multiplication par huit des papillons, et une augmentation par treize en bourdons. En 2009, l'empreinte carbone et les options de biocarburants durables sont introduites dans la charte. En 2014, JORDANS sponsorise la création d'un « JORDANS wildlife garden » avec la société Royale d'Horticulture à Hampton Court pour sensibiliser les visiteurs britanniques à la biodiversité. JORDANS promeut parallèlement la nourriture saine auprès des consommateurs, dans 30 pays, avec des céréales complètes de qualité, sans OGM, ni colorant ni conservateurs dans ses recettes.

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- engagement personnel des dirigeants fondateurs de la marque (frères Jordan)
- synergie dans le groupe ABF et avec Rykita
- mobilisation des acteurs locaux et sensibilisation des consommateurs

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET/OU DE GOUVERNANCE
- Partenariat durable avec 150 agriculteurs britanniques fournisseurs de céréales - surcoût biodiversité pris en charge par l'entreprise (pour les 50 signataires) - image d'entreprise responsable auprès du consommateur et de l'opinion - business award pour la biodiversité par the Guardian en 2012 - fidélité client : ventes /30 pays (+10%/an)	- ferme pilote du Yorkshire entre 1999 et 2003 : oiseaux +41%, papillons x8, bourdons x13 50 fermes signataires de la charte « conservation grade » en 2010, 80 en 2014 - sensibilisation à la biodiversité au-delà des signataires de la charte, liens avec les collectivités locales britanniques