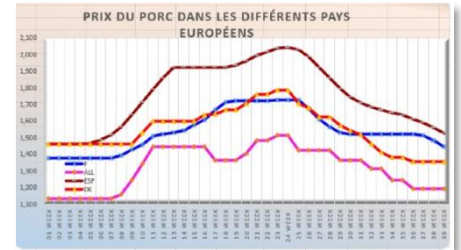


## LA LETTRE

LES ENTREPRISES  
FRANÇAISES  
DES VIANDES

### ■ Porc : nouvelle pression à la baisse sur les prix européens

L'écart de prix du porc entre les différents pays de l'Union européenne (UE) se réduit. L'Espagne et la France qui se situaient dans le peloton de tête des prix européens cèdent encore du terrain cette semaine, respectivement 3 et 4 cts. Dans le même temps, les pays où les cours sont le plus bas affichent une stabilité (Belgique, Pays-Bas). En Espagne, où un 8<sup>ème</sup> abattoir de porc vient d'être suspendu d'exportation vers la Chine, l'offre est abondante et les opérateurs proposent aux autres pays de l'UE des pièces à prix très compétitifs. En Allemagne, la grande distribution tente de venir au secours des éleveurs avec des grandes campagnes de promotion sur la viande porcine, mais cela n'empêche pas un nouveau recul des prix intérieurs – 1ct cette semaine officiellement, mais beaucoup d'abattoirs appliquent un « Prix maison » jusqu'à – 5 cts. Dans cette période de production abondante et en l'absence du marché chinois l'offre européenne va peser sur les prix. En Allemagne, le marché est d'ores et déjà en crise.



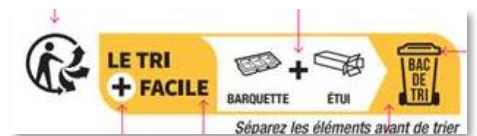
### ■ RSE : Interbev reçoit à nouveau le Label AFNOR « Engagé RSE de niveau 3/4 »

Trois ans après la première évaluation réalisée par l'AFNOR, INTERBEV conforte son niveau de labellisation « Engagé RSE de niveau 3 sur 4 ». La démarche de responsabilité sociétale repose sur le [#PacteSociétal « Aimez la viande, mangez-en mieux »](#) qui constitue un socle sur lequel s'appuient tous les projets qu'initie l'interprofession. En comparaison des résultats de l'audit AFNOR 2018, INTERBEV obtient le score de 603 points sur 1000, soit une progression de près de 100 points supplémentaires. Des indicateurs positifs relatifs à la rémunération des éleveurs restent à valoriser : la répartition équilibrée de la valeur dans la filière constitue pour l'AFNOR un point décisif de progression nécessaire pour la démarche RSE de l'interprofession.



### ■ Publication des nouvelles Info-Tri sur les emballages ménagers

CITEO a diffusé ce 27 septembre son nouveau *Guide de la nouvelle signalétique de tri des emballages ménagers* (accessible via l'espace client sur citeo.fr). Les entreprises ont jusqu'au 9 septembre 2022, soit un an après la validation du guide par les pouvoirs publics, pour apposer le nouveau format de l'information consommateur sur leurs emballages. En outre, les entreprises bénéficient d'un délai de 6 mois pour écouler les stocks d'emballages produits avant le 9 septembre 2022, soit jusqu'au 9 mars 2023.



### ■ 2<sup>de</sup> vague TV « Aimez la viande, mangez-en mieux »

La 2<sup>de</sup> vague media 2021 signée *Naturellement Flexitariens* est déployée en TV du 26 septembre au dimanche 17 octobre 2021. Pour 86% des Français interrogés après la 1<sup>ère</sup> vague, le [film](#) de la campagne [Les amis de Thomas](#) montre que « manger de la viande s'inscrit dans le cadre d'une alimentation équilibrée » (Source : *Post test 1<sup>ère</sup> vague- Interbev*). Il met en scène des flexitariens, c'est-à-dire des consommateurs qui privilégient une alimentation variée, équilibrée, en quantité raisonnable et de qualité. Cette vague media est également diffusée sur internet, en *Vidéo on Line* (TV de rattrapage, YouTube, sites médias), ainsi que sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Snapchat) sur lesquels sont diffusés des publications autour du « manger sain, manger bon », ainsi que les engagements sociétaux de la filière Élevage & Viande, afin d'illustrer qu'est-ce que le « manger mieux ». + [d'infos sur : Naturellement-flexitariens.fr](#).



### ■ Déchets d'emballages : lancement de la Stratégie Nationale 3R

A travers la loi AGECE, la France s'était fixé comme objectif de ne plus mettre sur le marché d'emballages en plastique à usage unique d'ici 2040. En avril, le décret N°2021-517 relatif aux objectifs de réduction, de réutilisation et de réemploi, et de recyclage des emballages à usage unique (dit « décret 3R ») fixait des objectifs intermédiaires à 2025 d'une réduction de ces emballages de 20%, dont 50% obtenus par recours au réemploi et à la réutilisation d'emballages. Dans ce cadre, aujourd'hui, le CGDD et l'ADEME lançaient une concertation avec les organisations professionnelles afin d'aboutir à une stratégie nationale 3R qui rassemblera les feuilles de routes sectorielles. Selon le calendrier annoncé, les feuilles de route seront à remettre en fin d'année. Ce sujet sera traité dans le cadre de la Section emballage de la Commission environnement de Céline.

## ■ Interbev Équins : Guy ARESTIER élu Président

La section Équins d'Interbev réunie le 29 septembre a élu Guy ARESTIER (Fédération Nationale du Cheval), éleveur dans le lot, à la Présidence et réélu Adrien CARLI (Culture Viande), PDG de la société PEGASE dans les Hauts de Seine, à la Vice-Présidence. Guy ARESTIER succède à Eric VIGOUREUX, boucher chevalin à Bordeaux

## ■ Restauration : lancement de la campagne « La viande française, ça rapproche »

En remettant les Français à la cuisine, la crise sanitaire de la Covid-19 a favorisé le désir de « bien manger » : la demande de « made in France » a gagné en ampleur ces derniers mois. Pour répondre à cette attente, les filières bovine et veau d'Interbev mettent à disposition des chefs et restaurateurs un kit de communication leur permettant de valoriser leur approvisionnement en viandes françaises, ainsi que leur solidarité avec la filière viandes françaises. Ce kit est disponible sur le site [www.pourlaviandefrancaise.fr](http://www.pourlaviandefrancaise.fr), sur lequel figure le témoignage engagé du chef Thierry Marx. La campagne est mise en avant dans la presse professionnelle à partir de ce mois d'octobre, et un webinaire sera proposé en novembre aux acteurs du secteur. + d'infos sur [pourlaviandefrancaise.fr](http://pourlaviandefrancaise.fr).



## ■ Rejoignez « Le Club des Filles à Côtelettes », le 1er club des amateurs de viandes

« Le Club des Filles à Côtelettes », animé par l'agence [Livestory](http://Livestory) pour le compte d'Interbev, se hisse désormais au rang de 1<sup>er</sup> club gourmand et flexitarien de filles (mais pas seulement). Les 3 200 *followers* (abonnés) sur [Instagram](https://www.instagram.com/) et près de 10 500 sur [Facebook](https://www.facebook.com/), ont été sensibles à la dernière campagne digitale de recrutement « J'aime les 2 ! », ainsi qu'à l'activité croissante du réseau d'influenceuses qui relaient les actions (dont [concours photo](#)) partout en France. « A ce titre, les professionnelles de la filière élevage et viande sont plus que légitimes à [rejoindre le Club des Filles à Côtelettes](#), pour devenir elles aussi des ambassadrices de cette communauté et porter le message du « manger mieux » ! » précise Interbev. **A commander** : « Kit plv » à destination de vos sites et entreprises (un kakémono, des carnets de notes, des stickers et les 9 portraits décoratifs des égéries). **A télécharger le [kit digital](#) (présenté : [ici](#)) avec des visuels et des posts pour les réseaux sociaux prêts à l'emploi, des fiches recettes et les 9 portraits des égéries du club.**



## ■ Rdv à la **Matinale de la recherche** d'Interbev (16 nov. 2021)

La prochaine Matinale de la Recherche d'Interbev se tiendra le 16 novembre (8h30 à 13h) à l'Espace Van Gogh, Paris 12<sup>ème</sup>. Elle vise à présenter les résultats et les perspectives des études R & D, des travaux sur l'économie de la filière bovine, ainsi que sur la sociologie de la consommation. Le programme alterne des thèmes en présentations flash et tables rondes, notamment sur l'évaluation environnementale, l'antibiorésistance chez le veau, les outils d'évaluation du bien-être animal, les composés néoformés à la cuisson. A noter également : - *Évolution de la consommation du haché (Kantar, Iri, Nielsen)* ; - *Attitude des consommateurs face à la viande hachée (Opinionway)* ; - *construction du prix de la viande hachée dans une carcasse* ; - *Le persillé dans la viande : objectifs, travaux, résultats & perspectives* ; - *La crise de la covid-19 a-t-elle changé le regard sur la viande ? (Essec)*. **Programme & Inscr. : [ici](#).**



## ■ « Être acteur de son parcours professionnel », LE guide à destination des RH, managers et salariés / RAPPEL

L'ensemble des entreprises adhérentes de Culture Viande ont reçu en juin dernier par voie postale le guide du parcours professionnel sous forme de classeur intitulé : « être acteur de son parcours professionnel ».

Conçu comme une boîte à outils et de dialogue entre l'employeur et ses salariés, ce guide s'articule autour de 3 types de fiches :

- les fiches « étapes » du parcours professionnel allant du recrutement à la transmission des savoirs ;
- les fiches « outils » composées de trames, tableaux, check-lists, etc... ;
- les fiches « pour aller plus loin » détaillant plus spécifiquement les dispositifs mobilisables par les entreprises et leur fonctionnement.

L'objectif de ce guide est d'apporter l'ensemble des informations aux entreprises et salariés sur les dispositifs emploi-formation à leur disposition et de leur fournir des outils clé en main pour impulser une dynamique de parcours professionnels individualisés.

Si vous souhaitez des exemplaires supplémentaires (gratuits), c'est possible, en remplissant le [bon de commande en ligne](#). **N'hésitez pas à en demander plusieurs exemplaires !**

