



## **ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA FILIÈRE CRC® : BILAN ET PERSPECTIVES.**

*À l'occasion de son Assemblée Générale organisée le 21 novembre 2022, la Filière CRC® - Culture Raisonnée Contrôlée – a confirmé sa croissance et fait le point sur ses projets.*

### **Quelques chiffres clés :**

- **Une filière 100% française**
- **131 entreprises adhérentes**
- **4 nouvelles entreprises adhérentes**
- **Près de 3 300 agriculteurs engagés**
- **5 000 artisans boulangers partenaires**
- **540 000 tonnes de céréales récoltées en 2022**
- **95 000 HA de surfaces emblavées en 2022**

### **Évolution de la Filière CRC®**

La Filière CRC® a accueilli 4 nouveaux adhérents en 2022 :

Collège des Meuniers :

- Périgord Farine - Minoterie Allafort (24)
- Minoterie Batigne (81)

Collège des Industriels :




- Compagnie des Pâtisseries (27)
- GEMEF industries (13)

La Filière CRC® compte désormais 131 entreprises adhérentes : 36 organismes stockeurs, 58 meuniers (sites), 28 groupes industriels (sur 64 sites) et 9 distributeurs.

### **Bilan de la moisson 2022**



« La récolte 2022 est globalement satisfaisante, avec une hétérogénéité tout de même de la qualité selon les régions, mais une faible érosion des volumes malgré un rendement national plus faible que l'an dernier. La demande du marché est quant à elle en hausse.»

	Nombre de producteurs	Surfaces emblavées (ha)	Volume récoltés (t)
			
<b>Blé tendre</b>	<b>3 048</b>	<b>92 690</b>	<b>528 525</b>
<b>Blé dur</b>	<b>21</b>	<b>703</b>	<b>3 097</b>
<b>Seigle</b>	<b>199</b>	<b>1 798</b>	<b>8 263</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>95 191</b>	<b>540 285</b>



#### Bilan moisson récolte 22

	VOLUMES RECOLTES (T)	RENDEMENT (T/ha)
<b>BLÉ TENDRE</b>	<b>528 925</b>	<b>5,7</b>
<b>SEIGLE</b>	<b>8 263</b>	<b>4,6</b>
<b>BLÉ DUR</b>	<b>3 097</b>	<b>4,4</b>
<b>SARRASIN</b>	<b>118</b>	<b>1</b>
<b>GRAND EPEAUTRE</b>	<b>417</b>	<b>3,9</b>

#### Bilan par espèce

### La boulangerie artisanale au centre des réflexions

Cette année, le nombre d'artisans boulangers engagés dans la démarche CRC® passe la barre des 5 000. Pour Vincent Jouan, Président de la Filière CRC®, « la boulangerie artisanale est à la genèse de notre filière, participant à son essor et à sa renommée. Elle reste moteur pour notre démarche ». Le métier de boulanger n'était jusqu'à présent pas représenté au sein du Conseil d'Administration du GIE CRC. Ainsi, les membres du conseil ont souhaité intégrer, pour la première fois, un artisan boulanger en tant que membre invité : Julien Poilâne, à la tête de 3 boulangeries Max Poilâne à Lyon.



## Mise en place de « Traça-blé », nouvelle plateforme de traçabilité blockchain

Lors du dernier Salon International de l'Agriculture, la Filière CRC® annonçait le lancement d'un chantier majeur de digitalisation de ses process avec la mise en place de Traça-blé, solution blockchain pour valoriser les données de traçabilité des céréales sous cahier des charges CRC®, jusqu'au consommateur. Cette plateforme venant renforcer la chaîne de traçabilité existante au sein de la démarche, en rendant possible la consolidation de données jusque-là cloisonnées.

Une dizaine d'adhérents ont un intérêt soutenu pour le projet. La création des premiers tableaux de bord et la promotion auprès des différents acteurs de la filière sont actuellement en cours. Elle est un véritable outil RSE au service des entreprises et participe à entraîner les entreprises vers la voie de la décarbonation.

## La Filière CRC® se met à la portée des plus petits acteurs du marché

La Filière CRC® connaît depuis plusieurs années une forte dynamique, avec un nombre croissant d'acteurs souhaitant s'engager dans sa démarche. Afin que la contrainte financière ne soit pas un frein pour les plus petits d'entre eux, la filière fait évoluer son règlement intérieur avec la création d'une catégorie particulière d'adhérents dits « Petits Faiseurs » (produisant ou achetant au maximum 100 tonnes de céréales ou de farine CRC® par an), avec tarifs spécifiques.

## Une visibilité renforcée auprès des consommateurs

De nombreuses opérations de communication ont été déployées en 2022 avec une ambition assumée : mieux faire connaître la démarche aux consommateurs.

*« Nous poursuivons le travail sur la notoriété engagé en 2021, mais avec de nouveaux outils. Cette stratégie commence à porter ses fruits avec une 2<sup>e</sup> campagne TV, qui a mieux performé que l'année dernière ; des animations en points de vente ; des relais médias tournés de plus en plus vers le grand public ; une présence beaucoup plus forte sur les réseaux sociaux ... Nous avons été autant visibles sur Facebook et Instagram sur les 3 derniers mois que durant toute l'année dernière. »* explique Thomas Boutteville, responsable communication de la Filière CRC® :