

Présent dès le début de l'aventure Guillaume Céard, héritier d'une longue dynastie de meuniers haut-alpins, a tout de suite été passionné par ce projet de relance à l'initiative de la région Sud-Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Lou Pan d'Ici, une belle filière pleine d'avenir

Dans la famille Céard, la farine et le blé coulent quasiment dans les veines de tous ses membres depuis au moins six générations. Des traces du moulin qui porte aujourd'hui leur nom à Saint-André d'Embrun ont été retrouvées jusqu'en 1551. C'est là que Guillaume Céard a grandi dans la maison de ses parents attenante au moulin. Après des études d'ingénieur et de commerce il a rejoint l'entreprise familiale, par choix, avec sa sœur en 2010. Aujourd'hui, tous les deux dirigent donc le dernier moulin des Hautes-Alpes et Guillaume Céard est également président de l'association Lou Pan d'Ici qui est en charge de la relance de la filière de blé tendre en région Sud-Paca.

“

Nous sommes une profession où il n'y a que des morts, jamais un nouvel entrant.

”

L'Espace Alpin : Pouvez-vous nous expliquer la genèse du projet Lou Pan d'Ici ?

Guillaume Céard : Quand mon père a démarré sa carrière il y avait 3 500 meuniers en France, 120 en région Sud-Paca et 19 dans les Hautes-Alpes. Au début de la filière Lou Pan d'Ici il restait 350 meuniers en France, sept en Paca et dans les Hautes-Alpes, il ne reste que nous. Nous sommes une profession où il n'y a que des morts, jamais un nouvel entrant. Tout l'enjeu depuis le départ est de maintenir un outil en l'état, de faire de l'amélioration permanente et d'essayer que l'activité permette aux familles qui travaillent pour nous puissent vivre. Le président de la République a lancé les États généraux de l'alimentation lors de sa première mandature avec des déclinaisons régionales. Dans la nôtre, le constat sur la filière céréalière était dramatique avec des surfaces de céréales en chute libre depuis des années car elles n'étaient pas rentables. Les conséquences étaient multiples avec des coopératives et des revendeurs en surcapacités obligés de fermer des sites et de licencier. Et les boulangers artisanaux qui étaient victimes d'une hyper concurrence. En effet, alors que les volumes de pain consommés en France ne cessent de décroître il n'y a jamais eu autant de possibilité d'acheter du pain aujourd'hui. Il fallait donner envie aux consommateurs de rentrer chez eux. À cela s'ajoutaient des facteurs environnementaux et touristiques, il faut que ceux qui façonnent les paysages puissent continuer à les entretenir et les travailler. Le bilan carbone des livraisons vers les moulins était également mauvais. Face à tous ces constats en octobre 2017,

Bénédicte Martin, vice-présidente en charge de l'agriculture a émis l'idée audacieuse de créer une filière vertueuse pour inverser la tendance. Avec comme point de départ de démarrer en s'adossant aux coûts de production de l'agriculteur, puis de tout empiler pour que chacun des maillons de la chaîne puisse garder son tissu local.

Quelles ont été les grandes étapes du lancement du projet et pourquoi vous être engagé de la sorte ?

G.C. : J'ai assisté à ma première réunion, qui était la 2^e du projet, en janvier 2018. Le sujet m'intéresse immédiatement. On se retrouve avec les acteurs de la filière de la région, j'ai tout de suite eu envie d'y

croire, de voir si demain on arrivait à monter cette belle filière. Sans compter l'intérêt stratégique pour mon entreprise. C'était un beau challenge. Nous avons toujours revendiqué des blés 100 % français, l'étape d'après c'était donc de revendiquer du 100 % local. La filière permettait de concrétiser ce rêve. Pour incubé la filière, cela a été deux ans de travail avec des réunions de concertation quasi hebdomadaires pour savoir si c'était possible, comment, quelles étaient les priorités, la faisabilité technique, apprendre à se connaître, savoir pourquoi on n'arrivait plus à travailler ensemble. C'était passionnant, il y avait un vrai sens de A à Z. Le lancement officiel s'est fait en février 2020 lors du Salon international de l'agriculture de Paris. Nous avons créé l'association, dont je suis le président, en septembre 2022.

Quelle est la mission principale de cette association ?

G.C. : Il faut nous organiser, nous structurer et mettre en place une stratégie de communication pour continuer à faire grandir la filière parce que d'un point de vue des valeurs elle a été construite de façon tellement solide et intelligente que l'enjeu le plus important est de la faire connaître. Elle fait l'unanimité. Elle représente tellement d'enjeux pour nos coopératives, nos moulins familiaux, etc.

Qui sont les partenaires de cette filière ?

G.C. : Les coopératives : Duransia, Arterris, la Coopérative agricole Provence Languedoc (CAPL), il y a un vrai maillage territorial. Je tiens à rendre hommage à Bernard Illy et Richard Sauvat de Duransia, ex

AlpeSud, qui ont été les fers de lance en amont de cette filière. L'ancrage est régional mais les moteurs sont haut-alpins. Sans eux, il n'y aurait pas de filière Lou Pan d'Ici. Dans un projet aussi large il y a des administratifs, des collectivités comme la Région ou la Coopération agricole mais aussi des acteurs économiques qui s'engagent. Il fallait des hectares de blés. Nous savions faire des contrats avec les coopératives mais nous n'avions pas de contrats avec les boulangers donc il fallait s'engager sans savoir quels seraient les volumes réellement écoulés. Heureusement que les coopératives ont pris le risque en garantissant des volumes pour que nous ne soyons pas en manque. Duransia a, par exemple, joué le rôle de station de mélange en réceptionnant les blés de tout le monde pour en faire un mélange homogène avant de passer en transformation. Ils ont été vraiment la principale cheville ouvrière amont de la filière.

Où sont écrasés les blés Lou Pan d'Ici ?

G.C. : Sur sept moulins régionaux, trois ont souhaité faire partie de l'aventure : la minoterie Tarascon à Saint-Saturnin-lez-Avignon, la minoterie Giral à Orange et nous. Sur les quatre autres deux ne faisaient que du bio et les deux autres sont des grands groupes multinationaux qui n'ont pas voulu s'investir dans le projet.

“

Aujourd'hui, je pense que nous sommes un modèle de référence pour les filières car l'intelligence humaine nous a permis de passer au-dessus des clivages.

”

Quels sont les premiers résultats ?

G.C. : Eh bien à titre d'exemple aujourd'hui la filière Lou Pan d'Ici au moulin Céard c'est entre 1/3 et 1/4 des blés qu'on écrase. C'est complètement inespéré. Nous sommes très fiers d'en être là car nous ne savions pas où ça allait au départ. La première année en 2020, ici on a écrasé 350 tonnes de blés Lou Pan d'Ici, en 2021, 750 soit fois deux, en 2022, 1 500 et cette année, 1 750 alors que nous sommes juste en phase de construction et développement. Il faut faire grandir cette demande et faire s'engager des artisans. À l'heure actuelle, il y en a plus de 200, sachant qu'il y a 3 500 boulangers dans la région.

Y a-t-il un surcoût pour le consommateur ?

G.C. : Depuis le lancement de la filière nous avons annoncé que nous allions communiquer sur le fait que la baguette Lou Pan d'Ici qui véhicule plein de valeurs allait coûter jusqu'à 10 centimes de plus



Guillaume Céard est directeur général avec sa sœur du moulin familial à Saint-André d'Embrun dans les Hautes-Alpes et président de l'association Lou Pan d'Ici.

en boulangerie artisanale. L'objectif était de faire passer l'idée au consommateur que si on lui garantissait un pain sain, sans additifs, tracé 100 % Paca et qui garantissait aux producteurs de vivre de leur métier, est-ce qu'il était prêt à mettre 10 cts ? Nous n'avons pas sorti ce chiffre de nulle part. Lors de la phase d'incubation, une étude de marché a été menée et a révélé que

76 % des consommateurs régionaux étaient prêts à mettre 10 cts de plus pour un pain avec ces valeurs. Sachant que cette somme permet largement de faire fonctionner la filière et de rémunérer chacun de ses acteurs.

Comment avez-vous fait connaître la marque ?

G.C. : Tout passe par le porte-à-porte avec les équipes de commerciaux des minoteries qui sillonnent tous les jours le territoire.

Quels sont les objectifs de développement ?

G.C. : Je crois à un développement international avec l'image de la Provence, plus qu'à un développement dans d'autres régions de France. Ça va briller, quand on voit la réussite d'autres entreprises provençales comme L'Occitane. On peut encore faire beaucoup, ne serait-ce que dans notre région, les possibilités sont grandes car nous pouvons toucher tous les utilisateurs de farine qui veulent se différencier des autres en traçant leur fabrication : pizzaiolos, biscuitiers, etc. Les surfaces de blés avaient beaucoup baissé ces dernières années donc des surfaces à transformer en blé tendre, il y en a. Et l'une des forces de notre région c'est que les territoires sont très différents donc il y a peu de chance que tous soient, par exemple, impactés en même temps par des aléas climatiques. Cette hétérogénéité des terroirs limite les risques.

Quelles sont les prochaines grandes étapes pour la filière ?

G.C. : Nous voulons organiser des rencontres entre agriculteurs et boulangers car, finalement, ils ne se connaissent pas. Il y en a déjà eu une l'an dernier dans les Hautes-Alpes, une en avril dans le Var et une autre est prévue dans les Bouches-du-Rhône. Notre prochaine grande étape est le déploiement de notre stratégie de communication pour faire grandir la notoriété de la marque, qu'elle donne encore plus envie à des artisans de l'employer mais aussi à des consommateurs de la réclamer et de la chercher. Nous souhaitons vraiment que cette filière soit structurante pour la région. Aujourd'hui, je pense que nous sommes un modèle de référence pour d'autres filières car l'intelligence humaine nous a permis de passer au-dessus des clivages. C'est très flatteur de voir des gens venir nous trouver pour s'inspirer de nous à l'image de la filière brassicole qui nous a consultés. Il faut que les producteurs puissent vivre de leur travail, pour cela il faut se parler, aller dans le bon sens en créant une vraie synergie. ■

Alexandra Gelber