

Leader Réunion



Le magazine du commerce et de la grande distribution

N° 219 • 2 € • DÉCEMBRE 2022



EN COUVERTURE p.20

Emploi, RSE,
développement
durable :
GBH dévoile
son impact
territorial

Michel Lapeyre, directeur général
Afrique-Moyen-Orient-Maghreb-
Océan Indien GBH



ENTREPRISE p.36

PRODUCTION LOCALE p.40

Bourbon Bois Expérience inaugure
la première usine sans déchet de La Réunion

Café Le Lion,
ça déménage !



Emploi, RSE, développement durable : GBH dévoile son impact territorial

C'est un aspect du Groupe Bernard Hayot (GBH) jusque-là peu perçu dans toute son ampleur que Michel Lapeyre, son directeur général Afrique-Moyen-Orient-Maghreb-Océan Indien, met en lumière dans l'interview qu'il nous a accordée. Toutes les entreprises sont aujourd'hui, en quelque sorte, « mises en demeure » d'expliquer ce qu'elles accomplissent en termes d'emploi, d'avancées sociétales, de préservation de l'environnement, de développement local, de développement durable en général. En se livrant à cet exercice, Michel Lapeyre reprend point par point tous les engagements de GBH en la matière, livrant au passage plusieurs informations inédites et, surtout, une vision globale de l'impact sur ce plan, pour le territoire réunionnais, de GBH, employeur de près de 5 000 salariés à La Réunion.

| Michel Lapeyre, directeur général Afrique-Moyen-Orient-Maghreb-Océan Indien GBH



Le stand de GBH au Salon de l'emploi, de la formation et de l'entrepreneuriat au mois d'octobre à Saint-Denis : le groupe proposait 122 postes à pourvoir.

Leader Réunion : Le dernier Salon de l'emploi, de la formation et de l'entrepreneuriat s'est déroulé les 27 et 28 octobre à Saint-Denis. GBH est partenaire de ce salon depuis cinq ans. Quelles sont les raisons de ce soutien persistant ?

Michel Lapeyre : GBH est un acteur important de l'emploi dans les départements et régions d'outre-mer. Dans l'océan Indien en particulier où, par notre présence sur le territoire réunionnais depuis trente-cinq ans, nous réaffirmons notre engagement pour la promotion et le développement de l'emploi local. Dans le cadre du développement de nos activités, nous avons au mois d'octobre, au moment du salon, 122 postes à pourvoir au sein des différentes filiales du groupe GBH à La Réunion. Notre présence et notre soutien à ce salon s'inscrivent dans une logique de partenariat de long terme, car elle permet aux personnes en recherche active d'emploi de rencontrer sur un seul lieu de nombreuses entreprises qui offrent aux candidats des débouchés variés. Je tiens à saluer de nouveau les organisateurs de ce salon et ses différents partenaires, dont la Cinor et la ville de Saint-Denis en particulier. Dans le contexte actuel, avec un taux de chômage autour des 19 %, 156 000 demandeurs d'emplois, et surtout plus de 40 000 jeunes de 15 à 29 ans qui ne sont ni en emploi, ni

en étude, ni en formation, il est essentiel que tous les acteurs se mobilisent autour des questions de l'emploi, de la formation et de l'insertion. GBH, en tant qu'acteur responsable et engagé, continuera à soutenir ces initiatives pour contribuer à développer économiquement et socialement La Réunion.

Quel bilan faites-vous de votre participation au salon 2022 ?

Nous avons été très satisfaits de participer à cette nouvelle édition. L'ensemble des entreprises présentes se sont fortement mobilisées afin de proposer de nombreuses offres d'emploi. Cela montre la forte dynamique des entrepreneurs réunionnais et envoie un signal très positif à notre jeunesse et à tous ceux qui cherchent activement un emploi. Pour ce qui concerne GBH, nos filiales ont accueilli plus de 220 candidats. Nous avons pu noter la qualité des CV reçus. Nous allons maintenant terminer l'analyse et le processus de recrutement afin de concrétiser un maximum d'embauches et renforcer ainsi nos équipes réunionnaises.

Quelles sont les opportunités d'emploi offertes par le groupe à La Réunion ?

Nous proposons des opportunités d'emploi dans les secteurs de la distribution, de l'automobile, de la restauration ou encore de

l'industrie à travers notre usine de production de yaourts Sorélaït Danone implantée au Port. Les postes à pourvoir sont très variés : par exemple, pour la distribution, des chefs de rayon, des vendeuses, des vendeurs, des contrôleurs de gestion, un directeur adjoint d'hypermarché, ou encore des responsables de ressources humaines. Pour l'automobile, nous recherchons carrossiers, techniciens automobile confirmés, mécaniciens de véhicules industriels, chefs d'atelier, chefs des ventes. Et dans les métiers de l'informatique, nous avons besoin de techniciens support, chefs de projet décisionnel, responsables informatique. Vous voyez, la liste est vaste et non exhaustive. Il faut noter également que l'implantation et le développement du groupe GBH à l'international, en particulier dans l'océan Indien, ouvre de nombreuses perspectives de carrières dans la zone, à Madagascar, à Maurice et à Mayotte. Je rappelle qu'en plus des 122 postes à pourvoir sur le salon cette année, nous avons, depuis 2021, recruté 240 collaborateurs en CDI à La Réunion, et nous avons accueilli près de 300 apprentis afin d'intégrer des jeunes et de préparer leur entrée dans la vie professionnelle. Ces chiffres montrent le dynamisme du groupe GBH au niveau des créations d'emplois en général et de l'intégration des jeunes dans nos entreprises en particulier.

[suite page 22]



Partenaires depuis 12 ans, GBH et l'École de gestion et de commerce de La Réunion ont signé une nouvelle convention le 27 octobre dernier.

Comment expliquez-vous les difficultés à recruter qui semblent toucher tous les secteurs d'activités ?

Il existe de réelles difficultés de recrutement, accentuées sur certains emplois dits « pénuriques », comme par exemple les métiers de bouche, l'après-vente dans l'automobile, ou les métiers du numérique. Ces difficultés peuvent être liées à une tension générale sur le marché de l'emploi, à un manque de profils adaptés à certaines compétences spécifiques, à l'inadéquation à la demande de certaines filières de formation, ou encore au déficit d'attractivité de certains métiers. Je prends l'exemple de la distribution, sur laquelle nous rencontrons quelques difficultés à recruter certains postes. Ils offrent pourtant de réelles opportunités et de très belles perspectives de carrière. Il y a une méconnaissance des jeunes sur les métiers et les évolutions de carrières possibles.

Quelle est la réponse de GBH face à cette situation ?

Pour anticiper et pallier ces difficultés, nous travaillons très en amont avec les écoles, afin de sensibiliser les étudiants aux différentes filières et opportunités professionnelles. Je voudrais citer notre partenariat depuis douze ans avec l'école de gestion et de commerce de La Réunion, qui nous a permis d'accueillir plus de 110 stagiaires, et de recruter près de 40 élèves. Ou encore notre partenariat avec l'Institut d'administration des entreprises, qui avec beaucoup de

réactivité, nous a permis de mettre en place la licence professionnelle « Distrisup » en 2021, qui forme les futurs managers de la distribution. Une première à La Réunion. Toujours très en amont, nous travaillons également avec le lycée de Bellepierre depuis plus de dix-huit ans au travers d'un partenariat innovant. Ce partenariat contribue à renforcer les résultats de nos jeunes aux concours d'entrée des grandes écoles de commerce en métropole. Plus de 700 jeunes réunionnais ont bénéficié de ce programme d'accompagnement ! Enfin, pour un public plus éloigné de l'emploi, nous avons signé avec l'école de la deuxième chance à La Réunion une convention dans le cadre de notre programme solidaire « Tremplin pour l'emploi », qui acte l'engagement de GBH pour l'insertion professionnelle des jeunes. Ce partenariat met en place un parcours de formation qui permettra chaque année à 15 jeunes d'obtenir un diplôme de niveau bac et un emploi en CDI dans nos enseignes de la grande distribution, une fois toutes les étapes de formation validées. Ce dispositif, qui sera lancé début 2023, est très concret et adapté pour aider les jeunes qui sont en difficulté dans leur cursus scolaire.

Cette réponse dépasse donc vos propres besoins...

Toutes ces actions sont le résultat de la forte culture du groupe GBH centrée sur « l'envie d'entreprendre » et qui se traduit par une mobilisation permanente de nos équipes au sein des entreprises pour accompagner et aider nos jeunes dans leur recherche



Seconde vie chez Decathlon et Fourmizière (dépôt de déchets recyclables) du centre commercial Grand Nord.



d'emploi, puis dans leur intégration dans nos filiales. Je tiens à saluer l'implication des collaborateurs du groupe GBH sur ces sujets. Je tiens également à souligner que la mobilisation est générale à La Réunion sur ces problématiques de l'employabilité, de l'insertion et surtout de la formation des jeunes. On doit saluer l'effort important de l'État dans le domaine de l'apprentissage, la redynamisation de la formation par la région Réunion qui vient de réinvestir massivement, via la convention PACTE, plus de 110 millions d'euros sur deux ans dans la formation ! Enfin, en tant qu'adhérent au Medef, GBH peut témoigner de la très forte implication de son syndicat professionnel pour rapprocher le monde des entreprises et le secteur de l'éducation et de la formation. Le président Didier Fauchard et tous les membres de la commission École Entreprise font un travail remarquable au service de la jeunesse réunionnaise.

Comment se portent les enseignes locales du groupe dans le contexte actuel ?

L'année 2022 est une année beaucoup plus complexe que nous l'avions imaginée. Le contexte international, avec la sortie de la crise sanitaire, les dérèglements dans les circuits d'approvisionnements, la forte inflation, les tensions politiques liées à la guerre en Ukraine, provoque de grandes difficultés économiques au niveau mondial. La Réunion n'est pas épargnée et, sur certains points comme le fret maritime par exemple, les impacts sont encore plus importants chez nous.



Sorelait Danone : un investissement de plus de 10 millions d'euros va permettre de lancer de nouveaux produits.

Néanmoins, nous avons constaté que notre département a une forte capacité d'adaptation et les entreprises accompagnées par les mesures gouvernementales, par la mobilisation de la Région et du Département, ont su résister et trouver des solutions. La Réunion a été innovante par exemple à travers la mise en place, bien avant la métropole, du BQP permettant ainsi de limiter les effets inflationnistes. Pour les différentes filiales de notre groupe, nous avons donc dû faire face à de très sérieux problèmes d'approvisionnements et à une inflation importante sur la plupart des produits. Carrefour a mis en place très tôt un plan anti-inflation. La mobilisation des équipes permet de surmonter ces difficultés et l'année 2022 devrait se terminer correctement.

Où en êtes-vous de la modernisation de vos magasins ?

Nous avons poursuivi nos efforts d'amélioration de la qualité de service pour nos clients et avons investi massivement dans l'amélioration de nos points de ventes. Bien évidemment, nous poursuivons la refonte complète des magasins ex-Jumbo Score en Carrefour et Carrefour Market. Nous avons également effectué une rénovation totale de notre galerie commerciale Grand Nord du Carrefour de Sainte-Clotilde. Cet investissement apporte un confort et une expérience client de grande qualité. Enfin le nouveau magasin de Decathlon créé au cœur du quartier de Primat à Saint-Denis a permis d'apporter une offre complète et compétitive aux consommateurs dionysiens dans un ensemble immobilier ouvert et accueillant

pour les familles. Et chez Mr.Bricolage, nous venons de lancer un nouvel outil logistique entièrement robotisé qui permet d'améliorer la rapidité de livraisons de nos magasins et de développer fortement notre activité digitale sur notre île.



L'enseigne Carrefour City à Saint-Denis.

Quels sont vos projets pour Danone Réunion ?

Sorelait Danone est une de nos premières filiales créées à La Réunion. C'est en 1988 que Bernard Hayot, encouragé par Paul Vergès, a décidé de construire cette usine de production de yaourts dans la ZAC 2000 au Port. L'industrie est le métier historique du groupe GBH, il est donc logique que nous ayons souhaité nous impliquer très tôt dans ce secteur à La Réunion. La production locale est une priorité pour notre groupe et nous pensons que l'autonomie alimentaire de La Réunion est un sujet stratégique prioritaire. Notre implication est donc importante et nous continuons à investir massivement dans cette usine. Nous venons de terminer un investissement important de cinq millions d'euros qui a permis de moderniser notre ligne de production de yaourts et d'en augmenter la productivité. Nous travaillons



actuellement à un nouvel investissement de plus de 10 millions d'euros qui va permettre de lancer de nouveaux produits et d'élargir l'offre locale en matière de desserts lactés. Nous sommes très fiers de la qualité des produits issus de notre usine du Port et nous obtenons chaque année des notes excellentes et les félicitations de Danone International qui classe l'usine réunionnaise parmi les meilleures du réseau dans le monde. C'est le fruit du travail remarquable de nos 80 salariés.

Avec le changement climatique, la responsabilité sociale des entreprises (RSE) devient un enjeu de notoriété de plus en plus important pour toutes les entreprises industrielles et commerciales. Existe-t-il une stratégie RSE de GBH qui s'applique à toutes ses filiales ?

En effet, nous sommes pleinement conscients des enjeux et de nos responsabilités en la matière. GBH s'engage, avec l'ensemble de ses filiales, dans une démarche globale de développement durable autour de cinq axes : la transition énergétique, la consommation d'eau, la lutte contre le gaspillage alimentaire, la gestion des déchets et l'éco-responsabilité. Tout d'abord, dans la transition énergétique : GBH et ses filiales poursuivent une démarche d'optimisation énergétique, que ce soit à travers la recherche d'équipements performants ou de modes de production alternatifs avec les énergies renouvelables. Ces engagements se retrouvent désormais dès la phase de conception des bâtiments, y compris lors de travaux de rénovation.

Ainsi, comme je le mentionnais, la refonte totale de notre centre commercial Grand Nord à Sainte-Clotilde en est un bel exemple, puisque les espaces extérieurs, le bâtiment et ses équipements, ont tous été pensés pour concilier le confort du client et la performance environnementale lors de sa rénovation réalisée en 2021.

Qu'en est-il du déploiement de centrales photovoltaïques sur vos bâtiments ?

Depuis 2010, GBH s'est engagé dans la production d'électricité d'origine renouvelable avec sa filiale Solebam. Une trentaine d'installations photovoltaïques ont été mises en service sur les toitures des bâtiments du groupe, soit en injection sur le réseau électrique public, soit, pour les plus récentes, en autoconsommation directe. Fin 2021, la surface totale des panneaux solaires équipant les filiales du groupe s'élevait à près de 60 000 m² de panneaux photovoltaïques, dont 23 000 m² à La Réunion, mais aussi en Martinique, en Guadeloupe et en République dominicaine, évitant ainsi l'émission de près de 6 000 tonnes de CO₂ en 2021. L'énergie produite représente près de 8 400 MW/h, soit la consommation de plus de deux mille foyers.

Quelles sont vos actions pour préserver la ressource en eau ?

C'est le deuxième axe. Le groupe mène des actions permanentes de réduction des



consommations d'eau à travers les solutions de recyclage et récupération d'eau, la mise en place d'équipements plus performants et moins consommateurs d'eau et aussi grâce à la maîtrise de ses rejets aqueux et à la prévention du risque de pollution accidentelle. Afin de maîtriser au mieux la collecte et le traitement des eaux résiduaires, des eaux de parking, de ruissellement, etc. avant le rejet dans le milieu naturel, des travaux de remise à niveau ou de rénovation des systèmes d'épuration – séparateurs d'hydrocarbures, déboueurs... – sont entrepris régulièrement. Par exemple, dans le cadre de la rénovation du centre commercial Grand Nord à La Réunion, tous les systèmes de collecte et de traitement des eaux résiduaires ont été remis à niveau et améliorés.

Dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, que faites-vous ?

Depuis 2018, GBH est engagé dans une démarche vertueuse de réduction des volumes de déchets dans ses hypermarchés en améliorant la gestion des invendus et produits à date de péremption proche, afin d'optimiser les dons aux banques alimentaires. En 2021, le groupe a distribué un million de repas aux banques alimentaires. À La Réunion, 253 683 repas ont été distribués aux associations bénéficiaires. Au-delà de l'engagement social de cette démarche, ce sont près de 662 tonnes de déchets évitées. Mais nous sommes aussi engagés dans l'économie circulaire et la valorisation des déchets. L'objectif principal de GBH est de favoriser l'orientation des déchets générés vers des filières de valorisation plutôt que la destruction simple. Pour ce faire, les filiales de GBH ont poursuivi leur

travail d'optimisation avec les professionnels locaux du déchet afin d'assurer la collecte et le traitement de leurs déchets vers des exutoires adaptés et agréés. En 2021, dans le cadre du projet Fourmize, une Fourmizière a été inaugurée sur le parking du centre commercial Grand Nord. Le geste de tri est récompensé par un système de points cumulables, les Mises, utilisables dans les enseignes partenaires du centre commercial. L'objectif est de proposer une solution de collecte de déchets recyclables triés dans des points d'apport volontaire multi-flux ouverts à tous. La qualité du tri permet d'alimenter les filières locales de réemploi en circuit court ou de valorisation. Par ailleurs, l'usage des produits en « seconde vie » est largement déployé dans les enseignes de GBH. Decathlon s'est également engagé dans la reconversion des articles défectueux qui sont désormais réparés, reconditionnés et remis à la vente à moindre coût.

On entre là dans l'éco-responsabilité... Que recouvre le cinquième axe ?

Depuis plusieurs années, GBH s'implique dans une démarche d'éco-citoyenneté et d'éco-responsabilité dont l'objectif est de promouvoir la diffusion des bonnes pratiques environnementales auprès du grand public. Dans le cadre de la Semaine européenne de la réduction des déchets, les grands centres commerciaux de La Réunion ont



Inauguration de la Fourmizière en 2021.

organisé la Semaine de l'upcycling avec l'implication d'artisans locaux engagés dans la démarche d'économie circulaire. À travers des démonstrations et des ateliers participatifs, ces artisans ont pu mettre en avant leurs créations et sensibiliser les visiteurs au principe « comment utiliser du vieux pour faire du neuf ».

Après le déclenchement de la crise sanitaire, GBH a répondu à ce que l'on peut appeler un appel à l'aide de la banque alimentaire des Mascareignes. Quelle forme prend ce soutien ?

Au-delà des dons opérés par Carrefour Réunion, qui contribuent à la lutte contre le gaspillage alimentaire dont je parlais, GBH a signé en janvier 2022 avec la Fédération des banques alimentaires une convention de partenariat pour contribuer à répondre à la hausse de la demande d'aide des personnes les plus démunies et à reconstituer les stocks alimentaires d'urgence qui sont aujourd'hui au plus bas. C'est la première fois que le réseau des banques alimentaires bénéficie d'un accompagnement d'envergure sur trois régions d'outre-mer en simultanée : La Réunion, bien sûr, et les Antilles. GBH engage des moyens logistiques et des budgets spécifiques pour mettre à disposition ses plateformes de chargement de conteneurs et assurer l'acheminement des approvisionnements en Guadeloupe, en Martinique et à La Réunion. GBH finance le transport de denrées à raison de plusieurs conteneurs par an, offrant ainsi aux banques alimentaires un accès à ses plateformes d'emportage de conteneurs de métropole.

Le volume de marchandises transportées vers les trois territoires ultramarins sera ainsi augmenté de façon très significative et permettra également d'améliorer la diversité des aliments proposés, en particulier ceux destinés à la petite enfance. À ce titre, depuis mai 2022, trois conteneurs ont été livrés à la banque alimentaire des Mascareignes pour environ 30 tonnes de denrées de première nécessité, qui ont été distribuées aux associations bénéficiaires. Je tiens à dire que nous attachons un intérêt tout particulier à notre engagement solidaire auprès de la banque alimentaire, qui fait un travail de fond formidable au plus près des populations démunies. Nous sommes conscients que les crises ont entraîné une fragilisation sérieuse des populations de nos territoires.



Credit : Photo Mohamed Khalil

MICHEL LAPEYRE, UNE CARRIÈRE EXEMPLAIRE CHEZ GBH

Diplômé de l'ancienne école supérieure d'électricité Supélec en 1985 (aujourd'hui Centrale-Supélec), Michel Lapeyre a entamé sa carrière chez le fabricant de semi-conducteurs STMicroelectronics. En 1988, il rencontre le fondateur de GBH, Bernard Hayot, qui souhaite s'entourer de jeunes diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce pour leur confier des postes à responsabilité. Michel Lapeyre rejoint GBH au début de 1989, mettant sa compétence d'ingénieur au service du développement du groupe. Il est directeur général Afrique-Moyen-Orient-Maghreb-Océan Indien du groupe GBH depuis 2012.

(suite page 26)

« Nous avons tenu nos engagements »

Directeur Grande distribution Océan Indien GBH, Amaury de Lavigne fait le point sur la rénovation des points de vente Carrefour et Carrefour Market à La Réunion. Chiffres à l'appui, il expose la place actuelle de l'enseigne dans le paysage commercial réunionnais.



Amaury de Lavigne : « Les produits faits localement occupent plus de 30 % des linéaires dans nos magasins. »

Leader Réunion : Les consommateurs ont pu voir la transformation des magasins Carrefour depuis la reprise de Vindémia, il y a deux ans. Où en est le programme de rénovation et de relance de ces magasins ?

Amaury de Lavigne : Nous avons rénové six magasins l'année dernière et nous poursuivons notre plan d'investissements conséquent.

Les difficultés d'approvisionnement et de commande de matériel ont malheureusement ralenti les travaux. En 2022, nous avons rénové les magasins de Chatel, de Saint-Benoit et de Roquefeuil. Début 2023, nous refaisons les magasins de Vauban, Saint-Joseph et Moufia.

Êtes-vous satisfait des résultats obtenus par l'enseigne ?

La fréquentation de nos magasins progresse et nos chiffres d'affaires évoluent dans le bon

sens. Les efforts que nous faisons tous les jours sur les prix, nos engagements de lutte contre l'inflation semblent trouver un écho favorable auprès de nos clients. Cependant, les difficultés d'approvisionnement et la hausse des prix, que nous ne répercutons pas systématiquement, contraignent fortement nos marges. Les équilibres économiques sont très difficiles à trouver pour le moment.

L'évolution du paysage commercial consécutive aux difficultés de Run Market a ramené sur le tapis la sempiternelle critique qui vous est faite : GBH aurait un poids trop important sur l'île. Que répondez-vous ?

L'enseigne Carrefour d'aujourd'hui a moins de magasins et de surface commerciale que Casino/Vindémia précédemment. Lors du rachat de Vindémia, l'Autorité de la Concurrence nous a demandé de céder six magasins (quatre hypers et deux supers). Avec nos trois magasins historiques, nous avons aujourd'hui un parc réduit de



trois magasins et 2 000 m² de surface commerciale en moins. Pour rappel, nous avons 26 % de part de marché en surface de vente conformément à la méthode de calcul de l'Autorité de la Concurrence, et 29 % de part de marché en chiffre d'affaires, soit 750 millions d'euros de CA sur un marché alimentaire réunionnais évalué à 2,6 milliards d'euros. Enfin nous avons tenu nos engagements pris lors de la reprise de Vindémia, notamment en réalisant une baisse des prix de 7 % sur le périmètre Vindémia en novembre 2020 lors de la reprise des magasins. La concurrence n'a jamais été aussi vive et équilibrée que depuis le rachat de Vindémia. C'est la première fois que les coleaders ont une taille et un chiffre d'affaires équivalents. A La Réunion, il y avait toujours eu deux enseignes principales, mais avec un décalage important entre le premier et le second. Si nous n'avions pas fait cette opération, Vindémia aurait certainement été vendu par morceaux, ce qui aurait provoqué une casse sociale importante, et considérablement renforcé une enseigne par rapport à toutes les autres.

Les enseignes de grande distribution de La Réunion ont le choix entre se fournir directement auprès des marques ou passer par des grossistes importateurs. GBH étant également grossiste importateur avec Bamyrex, quelle est la politique du groupe dans ce domaine ?

Le groupe a toujours privilégié le développement local, tant dans les filières animales ou végétales que chez les industriels. Les produits faits localement occupent plus de 30 % des linéaires dans nos magasins. Pour l'import, nous regardons toujours ce qu'il y a de plus avantageux pour nos clients. Nos choix sont dictés par des impératifs de prix, de durée de vie des produits et de possibilités de stockage.

Propos recueillis par Olivier Soufflet

APPEL À CANDIDATURES



Pour améliorer l'identification des produits réunionnais, le Département a créé en partenariat avec l'ensemble des professionnels concernés, la marque « **100 % La Réunion** ».

Fédératrice, cette marque claire et transparente, outil de développement prometteur pour le tissu agricole et agroalimentaire réunionnais, garantit aux acteurs une protection et une valorisation de la production et aux consommateurs une origine, un lien fort et unique avec le territoire.

Quels sont les objectifs de 100 % La Réunion ?

- améliorer la satisfaction et la confiance des consommateurs en valorisant davantage les produits locaux,
- aider à créer de la valeur ajoutée pour les entreprises du secteur alimentaire,
- fédérer, dynamiser et professionnaliser la production, la transformation et la commercialisation locale.

La marque de garantie « **100 % La Réunion** », ainsi que ses déclinaisons « **100 % La Réunion - Excellence** » et « **100 % La Réunion - Bio** », seront gages de confiance pour les acteurs et les consommateurs,

Producteur, artisan, agriculteur, transformateur, industriel, soyez les premiers ambassadeurs de « 100 % La Réunion » en adhérant gratuitement à la marque.

Soumettez votre candidature au Département à l'adresse mail suivante : 100lareunion@cg974.fr

Tous les détails de cet appel à candidatures sont à retrouver sur departement974.fr, sous l'onglet « Les appels à projets ».

Pour tout renseignement complémentaire, écrivez à : 100lareunion@cg974.fr