



GRAND PARIS

LEUR YAOURT EST LE PREMIER LABELLISÉ « PRODUIT EN ÎLE-DE-FRANCE »

La ferme de Viltain, installée à Jouy-en-Josas (Yvelines), innove en permanence pour améliorer sa production. Une démarche qui lui vaut de décrocher la nouvelle marque « Produit en Île-de-France ».

PAR LAURENT MAURON

 @LeParisien_78

Eclairage

La marque « Produit en Île-de-France » pourra s'appliquer à tous les aliments « transformés ou fabriqués sur le territoire ». « Si la matière première ne vient pas d'Île-de-France, on ne veut pas pour

autant pénaliser ceux qui ont tout de même un outil de transformation sur le territoire, précise le Cervia. Mais on vérifie que les pratiques des entreprises sont responsables et qu'elles défendent les valeurs du territoire. » Les 500 produits déjà référencés comme « Manger local » auront droit de prendre automatiquement la marque « Produit en Île-de-France ». Elle permettra notamment de faire la différence entre le brie de Meaux fabriqué en Seine-et-Marne et celui produit dans la Meuse, département couvert par l'appellation d'origine protégée de ce fromage.

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892
Edition : Paris



C'EST UNE HABITUÉE des récompenses. La ferme de Viltain, à Jouy-en-Josas (Yvelines), s'est fait remarquer lors du Salon international de l'alimentation qui s'est tenu cette semaine à Villepinte (Seine-Saint-Denis). Son yaourt citron-yuzu a en effet été le premier aliment à s'y voir décerner le logo « Produit en Île-de-France ».

« Ce label consacre notre ancrage dans le paysage local, analyse Benoît Dupré, le propriétaire de l'exploitation. La proximité a de plus en plus de sens pour les consommateurs et les acteurs économiques. Il faut tous y croire ensemble pour que ça marche ! »

La restauration collective fan du « made in Viltain »

L'ancrage local n'est pas un vain mot pour celui qui est le troisième représentant d'une famille d'agriculteurs à la tête de cette ferme depuis 1930. Et qui, avec ses 350 vaches de race prim'Holstein, ses 600 ha et 10 000 litres de lait produits par jour, est la plus grande exploitation laitière de la région. Elle produit notamment neuf parfums de yaourts et quatre sortes de fromages blancs.

Une entreprise qui ne cesse d'innover. La ferme avait déjà inauguré, en 2015, une laiterie industrielle en doublant sa surface de production afin d'augmenter ses capacités en yaourts, fromages frais et lait fermenté. Dès 2017, 600 000 yaourts sont sortis de cette unité contre 200 000 en 2014, un atout pour la restauration collective qui plébiscite les produits « made in Viltain ».

C'est aussi cette laiterie qui avait conforté la fabrication du



Benoît Dupré, patron de la ferme de Viltain (78), assure se battre pour « bien nourrir les hommes ». Une démarche saluée par plusieurs labels.

Milquidou, une confiture de lait fraîche fabriquée chaque semaine à partir du lait frais de la traite du matin mais aussi celle du lait fermenté Laban et du yaourt aromatisé Raib, qui font florès auprès des consommateurs musulmans, en France et au Maghreb.

L'alimentation des vaches diversifiée

Mais aussi importante soit-elle, la production ne se fait pas au détriment de la qualité. En témoigne un autre label, « Bleu Blanc Cœur », que l'entreprise vient de remporter. Fondé par un collectif de paysans, scientifiques, agronomes, consommateurs et médecins, Bleu Blanc Cœur porte sur la qualité

600 000

yaourts ont été produits par la ferme de Viltain en 2017, grâce à sa laiterie industrielle inaugurée en 2015, contre 200 000 en 2014.



de l'alimentation des vaches et détermine la teneur en Oméga 3 du lait produit à la ferme.

« Depuis une dizaine d'années, nous diversifions le régime alimentaire de nos animaux afin de sortir du modèle maïs-soja qui nous rendait tributaire des cours mondiaux des céréales et appauvrisait notre lait, détaille Benoît Dupré. Ce parti pris nous a conduits à réintroduire des cultures locales comme le foin, le colza, la luzerne et les grains d'orge avec des résultats d'analyses en Oméga 3 très proches des préconisations de Bleu Blanc Cœur ».

Afin d'adhérer à cette démarche qui lui tend les bras, il décide de supplanter le soja par

le lin pour se retrouver « dans les clous ». « Cette mesure nous a aussi fait changer nos cultures et notre outillage, reprend l'exploitant. Le paysage autour de la ferme a changé en raison de la coupe de la luzerne que l'on opère cinq fois par an pour la rendre plus riche ».

Du coup, deux logos cohabitent sur les productions de la ferme : Bleu Blanc Cœur et Produit en Île-de-France. Et qui viennent consacrer la vocation que Benoît Dupré s'est donnée : « bien nourrir les hommes ». « Tout ce dont on a besoin pour vivre doit se retrouver dans nos produits, soutient le chef d'entreprise. C'est une responsabilité première de l'agriculture ».