



  
**LES VOLAILLISSIMES**

TROPHÉE DE LA VOLAILLE FRANÇAISE

**TÉMOIGNAGES  
ET BONNES PRATIQUES  
DES PROFESSIONNELS**





## QUOI DE MIEUX QU'UN DIPLÔME POUR RÉCOMPENSER LES PROFESSIONNELS ?

Chaque jour en France, de plus en plus de professionnels font le choix de la Volaille Française. Ils soutiennent ainsi **la démarche de qualité et de goût** de la filière avicole, et répondent au souhait de la très grande majorité des consommateurs qui préfèrent manger de la Volaille Française.

**Pour récompenser ces professionnels qui disent « OUI à la Volaille Française »**, l'Association de Promotion de la Volaille Française (APVF) a créé au nom de toute la filière, « **Les Volaillissimes** », un mouvement pour **les mettre en lumière et valoriser leur engagement**.

Ce mouvement compte aujourd'hui plusieurs catégories : boulangerie, restauration traditionnelle, restauration rapide, restauration collective scolaire, restauration collective d'entreprise, traiteur, industriels de la transformation, commerce de détail, commerce de gros...

Découvrez au travers de ces témoignages **le point de vue de 7 récompensés Volaillissimes** : comment les professionnels, qu'ils soient entrepreneurs indépendants ou salariés de collectivités territoriales, travaillent avec de la Volaille Française ? Quels bénéfices en tirent-ils quotidiennement ?

**Ensemble, partageons les expériences et les bonnes pratiques !**

Et si vous-aussi, vous avez fait le choix de la Volaille Française, faites-le savoir et rejoignez aussi le mouvement « Les Volaillissimes » !

Plus d'infos et inscription sur :

[www.volaille-francaise.fr/les-volaillissimes](http://www.volaille-francaise.fr/les-volaillissimes)

**OUI**  
À LA VOLAILLE  
FRANÇAISE

**OUI**  
AU MOUVEMENT  
LES VOLAILLISSIMES



## Vincent Kerdoncuff

RESPONSABLE DE PRODUCTION CULINAIRE  
DE LA CUISINE CENTRALE DE BRETIGNY-SUR-ORGE

JE SUIS  
CHAUVIN ET JE DIS

**OUI**

À LA VOLAILLE FRANÇAISE,  
MIEUX CALBRÉE  
ET PLUS CHARNUE

Manager de la cuisine centrale pour le compte du conseil départemental de l'Essonne depuis 2002, Vincent Kerdoncuff, achète 50 000 € de Volaille Française chaque année auprès de la société Bourdicaud, distributeur indépendant.

« Pourquoi aller chercher ailleurs les produits que l'on a chez nous ? »

Pour Vincent Kerdoncuff, la Volaille Française présente de nombreux avantages par rapport aux volailles européennes.

Les portions sont mieux calibrées, la chair est moins farineuse et plus généreuse.

« La Volaille Française n'est pas si chère : on peut consommer Français ! Avec la Volaille Française j'ai moins de pertes en eau sur les cuisses et hauts de cuisses : un produit cru brut de 200 g pèse 180/190 g une fois cuit s'il est Français contre 160/165 g s'il vient d'ailleurs. »

Avec un prix au kilo de 2,35 € pour la Volaille Française contre 2,24 € pour les autres Volailles, l'écart n'est pas si important seulement 0,11 cts/kg, une fois cuisiné, le produit Français, peut ainsi devenir moins cher.

« Je me bats contre les marchés publics qui vont au moins disant à l'achat de produits bruts au kilo, sans prise en compte des portionnements et des pertes en eau... donc du produit fini cuit. »

L'UNE DE SES  
BONNES PRATIQUES

Mettre en avant  
l'information Volaille  
Française via des supports  
de communication adaptés  
pour fédérer ses convives  
avec pédagogie.



## Emmanuel Coyaud

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE TRADITION  
ET GOURMANDISES À BOISSY-SAINT-LÉGER

**OUI**

À LA VOLAILLE FRANÇAISE POUR SOUTENIR  
NOS PRODUCTEURS ET PROPOSER  
DES VOLAILLES DE QUALITÉ  
ET BIEN ÉLEVÉES !



Pour Emmanuel Coyaud, le choix de la Volaille Française est également un marqueur de soutien à toute une filière :

« En France, nous avons de très beaux élevages et des producteurs passionnés. En tant que professionnel je pense que ça vaut le coup de leur donner un coup de main, et puis c'est une façon de nous aider nous-même : parce qu'on a une forme de fierté à proposer des produits qui sont bien faits, bien produits et qui correspondent vraiment à l'ADN de l'entreprise. »

Depuis plus de 10 ans qu'Emmanuel Coyaud est à la tête de Tradition et Gourmandises il ne jure que par la Volaille Française. En découpes ou préparées en service traiteur, l'entreprise propose une sélection rigoureuse des meilleurs produits pour les plus belles tables de France et accompagne les chefs de cuisine sur leur carte.

« La Volaille Française a toujours été une garantie de qualité que ce soit en termes de traçabilité ou de sécurité alimentaire. Elle nous permet de proposer des produits très qualitatifs à nos clients et c'est une chose essentielle pour l'entreprise. »



L'UNE DE SES  
BONNES PRATIQUES

Valoriser des éleveurs  
locaux, comme incite  
à le faire la loi Egalim,  
en cultivant la  
proximité, bien sûr,  
mais aussi la fidélité  
et la qualité.



## Martine Dassé

GÉRANTE DU RESTAURANT D'ENTREPRISE DE LA BANQUE DE FRANCE À TOULOUSE

Ce restaurant collectif, placé sous la houlette du comité d'entreprise de la Banque de France de Toulouse, repose sur une équipe de 7 personnes. Chaque jour, elles doivent assurer la préparation de 85 repas en moyenne, qui sont ensuite servis à table.

**« Nous proposons une cuisine traditionnelle et familiale à base de bons produits frais dans laquelle la Volaille Française figure naturellement en bonne place. De plus, nous avons pour objectif de concilier qualité et prix de revient stable et maîtrisé, avec un budget de 4,93 € par repas pour l'achat des denrées. »**

Chaque semaine, ce sont ainsi 12 à 18 kg de Volaille Française qui passent par les cuisines de cet établissement, en provenance directe de Haute-Garonne ou des départements limitrophes. Au menu : des poulets fermiers, des magrets de canard, des escalopes, des cuisses, des pièces désossées pour réaliser diverses préparations...

**« Afin de varier les plaisirs dans l'assiette, nous déclinons toutes sortes de recettes, notamment le magret de canard, qui est la grande spécialité locale ! Sans oublier la poularde farcie, que nous servons lors des fêtes de fin d'année, par exemple. Comme nous sommes dans une région au terroir très riche et qui compte de nombreux producteurs, il nous semble important de les mettre à l'honneur ! »**



L'UNE DE SES BONNES PRATIQUES

Expliquer aux convives d'où vient la volaille, en discutant avec eux lors du service et en mettant des précisions sur les menus

OUI

LE GOÛT EST MEILLEUR ET LES PRIX SONT CONCURRENTIELS.  
D'AILLEURS, LES CONVIVES VOIENT CETTE QUALITÉ DANS LEURS ASSIETTES...  
QUI REVIENNENT VIDES !



## Hervé Mayeux

CHEF DU RESTAURANT « POURQUOI PAS » À LYON



L'UNE DE SES BONNES PRATIQUES

Travailler en circuit court et optimiser ses produits.

Rien ne se perd dans la Volaille Française, le chef utilise les carcasses pour préparer de délicieux jus de Volailles !

Formé à l'école Ferrandi, le chef Mayeux dirige son restaurant traditionnel avec passion depuis 2013. Midi et soir le chef se fait plaisir et fait plaisir aux clients en travaillant des produits frais et uniquement de la viande Française.

**« La Volaille Française est un produit attractif pour les clients et rentable pour mon restaurant. »**

Le chef Mayeux ne sélectionne que des produits de qualité et en circuit court avec les producteurs. Il travaille également la volaille de Bresse avec les boucheries des halles de Lyon-Paul Bocuse.

**« Avec des cuisses de poulet de 250 g à 12€ ht/kg ou des blancs de Volaille de 150 g à 15 € ht/kg, j'arrive à un coût**

**portion de 2 à 3 € qui me permet de proposer des plats et des menus à des prix attractifs comme avec des plats du jour le midi à 11,90 € (coefficient 3) ou le soir à la carte des plats à 20 € (coefficient 5). Avec la Volaille Française, j'assure une marge plus importante qu'avec d'autres produits protéinés (viande rouge, poissons) et je travaille des produits hauts de gamme. »**

OUI

À LA VOLAILLE FRANÇAISE  
ET QUI EST FIÈREMENT  
AFFICHÉE SUR MA CARTE



## Cannelle Morisset

RESPONSABLE ACHATS ET FOURNISSEURS  
DE FOODCHÉRI.COM ET SEAZON.FR



# OUI

À LA VIANDE CHOUCROUTE  
DE NOS CLIENTS  
ET LA NÔTRE AUSSI,  
PUISQUE C'EST LE N°1  
DE NOS ACHATS COMME  
DE NOS VENTES !

Cannelle Morisset s'approvisionne en Volaille Française directement auprès d'une coopérative, sans intermédiaire, qui lui livre des pièces : essentiellement des filets et des sautés de poulet, mais aussi des hauts de cuisses désossés et des saucisses de volaille.

**« C'est une viande à la fois abordable économiquement et très bonne gustativement. Elle est facile à utiliser en production et à réchauffer au micro-ondes pour nos clients. De plus, c'est un produit hautement symbolique, qui incarne l'imaginaire du terroir français et qui s'inscrit en parfaite cohérence avec notre ADN de marque engagée. »**

Pour bien manger le midi, il y a FoodChéri.com : on peut y commander des déjeuners faits maison, sains et gourmands, livrés du lundi au vendredi sur Paris, Lyon, Nantes, Toulouse, Lille, Bordeaux, Strasbourg et bientôt dans de nouvelles villes. Pour le soir ou toutes les autres occasions, il y a aussi Seazon.fr, qui livre des plats cuisinés frais dans toute la France sur abonnement.

**« Notre objectif ? Aider les Français à mieux manger au quotidien et durablement, d'où le choix de la Volaille Française. Nous portons une grande attention à nos approvisionnements, aux origines, à la qualité nutritionnelle, à la traçabilité, à l'empreinte carbone, au bien-être animal... Depuis notre laboratoire de production, basé à Sucy-en-Brie, nous commandons 30 000 kg de volaille par an et espérons doubler ce chiffre très prochainement. »**

SEAZON



L'UNE DE SES  
BONNES PRATIQUES

Pour chaque recette à base de volaille, communiquer sur les atouts nutritionnels, mais aussi sur l'origine de cette viande et les engagements qu'elle implique.



## Frédéric Boulajeri

ARTISAN VOLAILLER SUR LES MARCHÉS  
D'ILE-DE-FRANCE



En tant que fils et petit-fils de volailler et producteur, Frédéric Boulajeri ne pouvait que faire le choix de la Volaille Française pour son étal, alors il l'affiche fièrement chaque semaine sur les marchés.

**« Proposer 100% de la Volaille Française est avant tout un choix personnel, de satisfaction professionnelle et de satisfaction vis-à-vis de ma clientèle qui me suit les yeux fermés. Ils savent que depuis le départ, j'ai toujours proposé de la Volaille Française, donc ils viennent en toute confiance directement chez moi parce qu'ils vont trouver un produit de qualité. »**

Un parti pris acté depuis le début pour lequel il est intimement convaincu de l'impact positif qu'il a aussi bien sur ses clients que sur la filière avicole française elle-même. Le prix de vente de ses volailles lui permet de fédérer éleveurs comme consommateurs autour d'un même produit de qualité.

**« On reconnaît tout de suite nos produits français : les volailles se tiennent mieux car en amont elles bénéficient d'un meilleur élevage. En plus, en proposant 100% de la Volaille Française on fait travailler nos agriculteurs qui ont besoin de vendre leurs produits à un certain prix, charge à nous ensuite de les revendre à notre clientèle à un prix correct pour la qualité. »**

L'UNE DE SES  
BONNES PRATIQUES

Travailler de la Volaille Française participe à fidéliser les clients, leur expliquer l'histoire des produits pour qu'ils sachent ce qu'ils consomment et d'où cela vient.

JE DIS  
OUI

À LA VOLAILLE FRANÇAISE  
ET JE TRAVAILLERAIS  
TOUJOURS À 100 % AVEC !



## Geoffroy Terrasson

### ARTISAN BOULANGER, BOULANGERIE MAISON TERRASSON À LYON

En 2020, Geoffroy Terrasson ouvre sa boulangerie éponyme dans le centre de Lyon. Au-delà de sa position idéale la boulangerie ne désemplit pas. Son secret ? Il tient en grande partie à la qualité des produits utilisés et à la Volaille Française !

« Pour notre service de snacking, le choix de la Volaille Française était une évidence ! On ne s'est même pas posé de question parce que c'est notre philosophie. On souhaite donner le meilleur à nos clients et ça passe par des produits de qualité pour lesquels ils sont prêts à payer un peu plus cher. C'est un vrai plaisir de distribuer et travailler des matières de première qualité ! »

Dans les cuisines de l'établissement, tout est fait maison et le poulet 100% d'origine France est soigneusement préparé chaque jour.

« En tant qu'artisans qui nourrissent la population, on a une responsabilité à proposer des produits de qualité tels que la volaille qu'on choisit 100% française. Que ce soit pour nous ou notre clientèle, tout le monde s'y retrouve : une qualité et un goût meilleurs, on sait ce que les volailles mangent, on sait d'où elles viennent, qui les a abattues. Avec la Volaille Française, il y a une traçabilité qu'aujourd'hui il n'y a pas ailleurs. »



#### L'UNE DE SES BONNES PRATIQUES

Une démarche qui s'appuie sur trois axes en adéquation avec la Volaille Française : le choix de l'origine française, la qualité, la traçabilité.



# OUI

À LA VOLAILLE FRANÇAISE, C'EST OUI AUX SANDWICHS AU POULET DE QUALITÉ !



## LES 4 SIGNES DISTINCTIFS DE LA VOLAILLE FRANÇAISE



### Le goût avant tout

La Volaille Française se distingue des volailles importées par ses qualités gustatives. Chair plus moelleuse, meilleure tenue à la cuisson, une texture idéale pour tous types de préparations culinaires : choisir la Volaille Française, c'est proposer un produit de qualité à ses clients, goûteux et agréable en bouche.



### Un calibrage plus juste

Le grammage des portions de Volaille Française s'avère être plus régulier que celui des volailles importées. Par exemple, avec un cahier des charges à 200 grammes, des pesées à réception ont démontré que les volailles européennes étaient plus proches de 210 grammes, ce qui augmente en conséquence le prix portion réel de la volaille étrangère.



### Une compétitivité indiscutable

En moyenne, le coût d'achat brut d'un poulet français est 5 % à 15 % plus élevé que celui d'un poulet importé. Cependant, des tests comparatifs ont démontré qu'à la cuisson, la perte en eau était en moyenne 15% moins importante sur la Volaille Française que sur les volailles importées. La Volaille Française se révèle alors plus économique par rapport à ce que l'on peut penser aux premiers abords. D'autant qu'en comparaison avec les autres sources de protéines d'origine animale (viande rouge, poisson, jambon), la Volaille Française reste toujours plus rentable.



### Une vraie différenciation concurrentielle

Vecteur d'une image positive, la Volaille Française s'avère être un réel levier de business. Les professionnels de la Restauration Hors Domicile qui affichent leur choix pour la Volaille Française le disent : c'est un argument qui crée la préférence chez les consommateurs, qui les attire et les fidélise à condition de bien communiquer sur sa carte ou sur le lieu de consommation. Cela répond à leurs attentes : manger moins mais mieux, consommer local, créer de l'emploi sur le territoire, limiter les transports...

**1**  
Opter pour des portions plus petites mais qui plaisent aux convives

**2**  
Mieux organiser et massifier ses achats en tenant en compte du prix « après cuisson »

**3**  
Lisser les budgets de matières premières sur des semaines entières et non sur un repas

## LES BONNES PRATIQUES DES PROFESSIONNELS

...ou comment systématiser la Volaille Française dans les assiettes

**4**  
Augmenter de seulement quelques centimes le prix final

**5**  
Travailler sur le long terme avec des éleveurs

**6**  
Afficher le choix de proposer de la Volaille Française dans les lieux de consommation



## Un dernier point essentiel et non négligeable : L'ENGAGEMENT DES DÉCIDEURS

Dans un contexte de réduction des dépenses publiques et d'une pression financière grandissante dans le privé, les donneurs d'ordres publics (mairies, départements, régions, états) et les décideurs d'appels d'offres privés n'ont pas toujours conscience que le Plan Nutrition et Santé est incompatible avec les objectifs de rentabilité demandés.

Les prises de décisions se font très souvent en fonction des prix au kilo des produits crus, en faisant jouer la concurrence au détriment de la qualité.

Pourtant, la différence de prix peut être répercutée en douceur, soit de quelques centimes sur le prix de vente, soit en adaptant les portions au plus juste.

Pour faire évoluer cette situation, il est nécessaire de communiquer auprès des donneurs d'ordres sur ces sujets qualitatifs du nourrissage et de qualité alimentaire du produit servi dans l'assiette.





# 9 FRANÇAIS SUR 10

VEULENT TROUVER DE LA VOLAILLE FRANÇAISE EN RESTAURATION HORS DOMICILE.

ALORS VOUS AUSSI, AFFICHEZ VOTRE ENGAGEMENT POUR LA VOLAILLE FRANÇAISE !

MONTREZ QUE VOUS DITES

« OUI À LA VOLAILLE FRANÇAISE »

\* Sondage OpinionWay pour l'APVF, février 2022.

## LES SOLUTIONS PROPOSÉES PAR L'ASSOCIATION DE PROMOTION DE LA VOLAILLE FRANÇAISE :

Pour valoriser leur engagement envers la Volaille Française, l'APVF propose aux professionnels adhérents un « Kit Communication ».

Rien de mieux que d'afficher son engagement sur les lieux de consommation pour attirer, rassurer et fidéliser les consommateurs.

Les outils sont proposés sur demande suite à l'adhésion à l'APVF, pour plus de renseignements : [contact@volaille-francaise.fr](mailto:contact@volaille-francaise.fr)

Les outils existants :

AFFICHE A3



STICKER DE CARTE (diamètre 1 et 2 cm).



STYLOS



CHEVALET DE TABLE (format A6).



VITROPHANIE DE PORTE (diamètre 10 cm).



Vous aussi rejoignez Les Volailleissimes !

Le mouvement récompense les professionnels ayant fait le choix de la Volaille Française.



TROPHÉE DE LA VOLAILLE FRANÇAISE

Ce trophée s'adresse à tous les professionnels privilégiant la Volaille Française : boulangerie, restauration traditionnelle, restauration rapide, restauration collective scolaire, restauration collective d'entreprise, traiteur, industriels de la transformation, commerce de détail, commerce de gros...

Ce diplôme est remis sur inscription volontaire et après validation par l'APVF. Il permet à ses lauréats de valoriser leurs bonnes pratiques. Un vrai plus face aux consommateurs et clients potentiels !

Les lauréats se voient remettre un diplôme à afficher dans leur lieu de travail, un kit communication sur-mesure après adhésion à l'APVF (pour afficher fièrement l'origine de leur volaille).

Ils sont aussi valorisés via des actions de communication : relais presse, posts sur les réseaux sociaux (Facebook et LinkedIn), campagne de promotion vidéo...

Alors si vous aussi, vous dites « OUI à la Volaille Française », inscrivez-vous au mouvement des Volailleissimes, sur

[www.volaille-francaise.fr/rejoignez-les-volailleissimes](http://www.volaille-francaise.fr/rejoignez-les-volailleissimes)





**ASSOCIATION DE PROMOTION  
DE LA VOLAILLE FRANÇAISE**

184, rue de Vaugirard  
75015 Paris  
01.53.58.48.10  
[contact@volaille-francaise.fr](mailto:contact@volaille-francaise.fr)

[www.volaillefrancaise.fr](http://www.volaillefrancaise.fr)