



SOMMAIRE

%.5 ~ ÉDITORIAL • Par Lynn, René et Goy Grosbusch

p.6-7 ~ MÉCÉNAT

• Julien Henx (Nageur professionnel) : Immersion dans le monde de Julien Henx

₽.8-11 ~ PARTENAIRE

• Le « mieux manger », un engagement pour le mieux vivre

• Maud Hansen (Yolande Coop) : Le travail comme vecteur d'intégration

• Marianne Weis (Ferme Weis): L'agriculture, une histoire de famille

≥.14-21 ~ ÉQUIPE

• Rencontre royale au royaume des fruits et légumes

• Senan Zossou (Grosbusch) : L'agréage, le goût de la qualité

• Vincent Bellinger et Frédéric Salvi (Grosbusch) :

Fruits et légumes, une question de flux

• Pierre Filstroff (Grosbusch) : la quête de l'excellence

p.22-23 ~ PRODUIT

• Jennifer André (Grosbusch) : Un branding à la sauce fraîche découpe

₽.24 ~ FRUIT

• L'avocat, un concentré de douceur et de goût

p.26 ~ BD

Rédacteurs en chef:

Crédit couverture : DR



ÉDITORIAL



Nous sommes très fiers de vous présenter la cinquième édition de *Mange-Tout*. Cette édition illustre la direction prise par nos équipes et nos partenaires vers une production plus écoresponsable. Rencontre avec la famille Weis et la Coopérative Yolande pour un focus sur la production locale et clin d'œil royal avec la visite de nos locaux par Son Altesse Royale le Grand-Duc Henri.

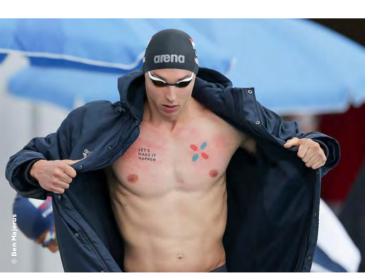
Un grand merci à nos partenaires pour leur soutien à ce magazine qui permet de valoriser le travail de nos équipes et de partager notre culture et notre passion.

N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus!

Lynn, René et Goy Grosbusch



NOUVEAU RECORDMAN NATIONAL DU 50 MÈTRES NAGE LIBRE, JULIEN HENX N'EN FINIT PLUS DE REPOUSSER SES LIMITES. LE NAGEUR LUXEMBOURGEOIS. SPONSORISÉ PAR GROSBUSCH, NOUS DÉVOILE LES SECRETS DE SA RÉUSSITE ET NOUS PLONGE DANS SON UNIVERS.



Comment avez-vous débuté la natation?

Tout commence à l'âge de 9 ans lorsque je m'essaye au triathlon. Rapidement, je m'aperçois que j'ai plus de facilité en natation - plutôt qu'en course à pied ou en cyclisme - et que cette discipline me procure davantage de plaisir. Je décide alors de m'inscrire au club de natation de Dudelange. D'une session d'entraînement par semaine, je suis vite monté jusqu'à dix. Mes efforts ont fini par payer car l'entraîneur national, Ingolf Bender, m'a proposé de m'entraîner avec l'équipe luxembourgeoise à seulement quinze ans. Motivé et déterminé, j'accepte son offre sans aucune hésitation, partageant mon temps entre l'équipe de Dudelange

et celle de l'équipe nationale. Deux ans plus tard, je ne nageais plus gu'avec les nageurs du Luxembourg. Entre temps, j'ai également intégré le Sportlycée. Aujourd'hui, quatorze ans se sont déjà écoulés depuis mes tous débuts dans l'univers de la natation.

Quels sont les ingrédients d'une bonne préparation?

Une bonne préparation regroupe plusieurs facteurs. Pour moi, il est nécessaire d'avoir une symbiose et un équilibre entre vie personnelle et vie sportive, alimentation et relation avec son entraîneur. Néanmoins, le plus important à mon sens reste de prendre du plaisir lors des entraînements, peu importe l'intensité des efforts. Si ce n'est plus le cas, mon coach sait - et je lui répète d'ailleurs - qu'il doit changer le programme afin que la natation soit toujours du pur bonheur. Mon dernier point fort : ma capacité à me donner à 100 % dans tout ce que j'entreprends, à l'entraînement comme dans tous les autres aspects de ma vie. Cette hygiène de vie et ce plaisir de chaque instant me permettent de toujours me dépasser et de rester acteur de ma propre vie.

Quel rôle joue l'alimentation dans votre quotidien?

L'alimentation en règle générale, et plus particulièrement le choix des bons aliments, représentent deux facteurs importants dans ma préparation, tout particulièrement au moment de la récupération. Le matin, je suis friand de jus à base d'épinard, de persil, de carotte, d'orange ou de gingembre. J'apprécie aussi les légumes au four, me permettant de rester occupé durant la cuisson. Au vu de mes besoins en calories, il est primordial de préparer des plats équilibrés, sans trop de graisse, afin de favoriser le développement et la récupération des muscles après l'effort. Malgré toutes ces contraintes, l'alimentation demeure un véritable plaisir. Raison pour laquelle je suis d'ailleurs très heureux d'être sponsorisé par Grosbusch, leurs produits reflétant mon hygiène de vie. D'autant plus que j'aime m'entourer et travailler avec des personnes partageant ma vision et ma volonté d'aller toujours plus loin.

LE 66MIEUX MANGER" **UN ENGAGEMENT POUR LE MIEUX VIVRE**

DEPUIS MAINTENANT SEPT GÉNÉRATIONS. BONDUELLE S'ENGAGE POUR LA TERRE ET POUR LES HOMMES. L'AMBITION DE LA MARQUE RESTE D'ŒUVRER À LA CRÉATION D'UN FUTUR MEILLEUR À TRAVERS L'ALIMENTATION VÉGÉTALE ET LE « MIEUX MANGER ».



Les attentes des consommateurs en matière de sécurité alimentaire, de naturalité et de responsabilisation des marques se transforment. Une part grandissante de citoyens préfère désormais choisir les produits contenant le plus d'ingrédients naturels. Sept personnes sur dix se disent même prêtes à consommer plus responsable. Face à cette évolution des comportements, devenir un acteur majeur du « mieux manger » constitue une évidence pour Bonduelle. Non seulement mobilisé autour de la consultation citoyenne #AgirPourMieuxManger, le groupe Bonduelle formalise aujourd'hui des engagements tangibles pour ses consommateurs en s'appuyant notamment sur sa proximité avec le monde agricole.

Comment se traduisent ces engagements pour les produits Bonduelle?

Depuis maintenant plusieurs années, Bonduelle se mobilise pour devenir le référent mondial du bien vivre par l'alimentation végétale. Pour cela, nous mettons par exemple tout en œuvre pour réduire les additifs dans les recettes. À l'heure actuelle, 99% de nos produits affichent un Nutriscore A ou B et 95% de nos salades traiteur bénéficient de la mention « sans conservateur ». De plus, nous privilégions des listes d'ingrédients courtes et compréhensibles pour tous. Bonduelle s'engage également à proposer toujours plus de produits issus de l'agriculture biologique. Notre gamme compte déjà 6 salades et crudités prêtes à l'emploi élaborées avec des ingrédients bios. Notre volonté demeure d'élargir nos gammes biologiques sur toutes nos catégories de produits.

De quelle façon Bonduelle se mobilise pour la planète?

Bonduelle agit pour la qualité de ses recettes, mais aussi pour l'environnement. Nous encourageons tout d'abord la réduction des pesticides et des produits phytosanitaires, tout en favorisant le développement de méthodes culturales alternatives. Voilà pourquoi 100% de nos producteurs partenaires sont signataires de la charte agronomique Bonduelle encadrant les pratiques agro-écologiques. Reflet de cet engagement, nous proposons depuis cette année

une gamme de salades en sachets garanties sans résidus de pesticides. Nous travaillons aussi à la sauvegarde de la biodiversité, notamment en incitant à l'arrêt progressif de l'usage des néonicotinoïdes, des insecticides agissant sur le système nerveux des insectes pollinisateurs et tout particulièrement des abeilles. Enfin, Bonduelle s'engage à développer des conditionnements plus respectueux de la planète. Pour réduire la quantité de plastique, l'emballage des gammes Idées en grains et Idées légumineuses se constitue ainsi à 50% de plastique recyclé et utilise un opercule refermable à la place du couvercle. Autant d'engagements relayés au dos des sachets de salades Bonduelle et sur tous nos supports de communication.





MAUD HANSEN (YOLANDE COOP):

LE TRAVAIL **COMME VECTEUR D'INTÉGRATION**

POUR MAUD HANSEN. LA DIRECTRICE DES ATELIERS D'INCLUSION PROFESSIONNELLE DE YOLANDE COOP. L'EMPLOI CONSTITUE UN LEVIER POUR FAVORISER L'INCLUSION SOCIALE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP. ELLE NOUS DÉVOILE LE FONCTIONNEMENT DE LA COOPÉRATIVE, SON PARTENARIAT AVEC GROSBUSCH ET SON IMPACT SUR L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE.



Pouvez-vous nous présenter la Yolande Coop?

Fondée en 2007, la coopérative Yolande Coop prend, depuis 2019, la forme d'une société à impact sociétale (SIS), un statut réservé aux structures de l'économie sociale et solidaire. Notre objectif consiste à permettre aux personnes en situation de handicap de poursuivre un travail régulier. Parmi notre centaine d'employés, nous n'employons que des personnes en situation de déficience intellectuelle (autour de 70, les autres employés sont les encadrants, l'administration etc.). Ces dernières profitent d'un encadrement par du personnel qualifié et d'un accompagnement dans leur développement. La Yolande Coop gère sept ateliers d'inclusion professionnelle, répartis sur trois sites différents. Nous opérons d'ailleurs dans des domaines très variés : boulangerie, cuisine, savonnerie, traiteur, buanderie, tris des déchets, façonnage et imprimerie, services de jardinage, accueil et vente.

Quelles sont vos activités du quotidien?

L'offre de la Yolande Coop s'adresse à la fois à

une clientèle privée et à une clientèle institutionnelle. Notre large champ de compétences nous permet d'ailleurs de toucher un très large public: réalisation d'un gâteau d'anniversaire dans un cadre familial, traiteur pour 200 personnes, accompagnement d'un groupe scolaire dans la découverte du jardin des papillons ou encore emballage de fruits secs pour une importante société luxembourgeoise. Chacun de nos ateliers dispose de sa propre spécialisation dans une activité bien définie. De plus, les responsables d'atelier qualifiés restent à l'écoute du client et les salariés mettent tous en œuvre pour livrer un produit ou un service de qualité.

Quelles sont vos relations avec l'entreprise Grosbusch?

Depuis maintenant plusieurs années, nous travaillons avec la société Grosbusch, notamment pour l'assemblage des boîtes Fruit@Office. Il s'agit du service de livraison de fruits frais au bureau proposé par le grossiste. Le caractère répétitif de la tâche, sa récurrence et le volume à manipuler constituent les pierres

lement autonome. Depuis fin 2018, une équipe de l'atelier Mailing & Services se déplace également chez Grosbusch. À raison d'un à deux jours complets par semaine, elle a pour tâche de remplir les barquettes de fruits secs, de coller des étiquettes et d'assurer d'autres rôles

tue d'ailleurs une opportunité pour nos salariés. Cela leur permet d'être au contact direct avec d'autres personnes et de vivre les conditions réelles du marché professionnel. Cette situation les amène ainsi à être responsabilisés et à voir leur travail davantage valorisé. La proximité géographique entre Grosbusch et Yolande Coop représente aussi un avantage, dans la mesure où elle a permis une mise en place rapide et simplifiée de notre partenariat.



















polyvalents en fonction des besoins. Travailler



FILS ET PETIT-FILS D'AGRICULTEURS. ROMAIN WEIS A REPRIS L'EXPLOITATION FAMILIALE AVEC SA FEMME MARIANNE. IL NOUS DÉVOILE LES COULISSES D'UNE FERME AGRICOLE, NOUS PLONGE DANS L'HISTOIRE DE SA FAMILLE ET NOUS EXPLIQUE LES DÉFIS AUXQUELS EST CONFRONTÉE L'AGRICULTURE MODERNE.

Quelles sont vos activités quotidiennes à la ferme?

Installée à Colpach-Bas, à l'Ouest du Luxembourg, notre ferme agricole compte plusieurs activités. Outre la production de lait, de céréales et de légumes, nous produisons de l'énergie renouvelable via des installations photovoltaïques et une station de biométhanisation, cette dernière permettant de transformer les déchets organiques de l'exploitation en énergie. Au quotidien, nous nous occupons de la traite, mais également des

travaux saisonniers dans les champs. En automne, la récolte des potirons, des carottes et des choux blancs et rouges constitue la majeure partie de notre travail. Enfin, nous consacrons également du temps au semis de nouvelles cultures de céréales et à la rentrée du bétail dans les étables.

Comment cette activité a-t-elle débuté?

Notre ferme agricole trouve ses origines en 1937. À cette époque, mes grands-parents louent le « Schlasshaff », ou ferme du château en Français,

avant de transmettre l'activité à mes parents. Finalement, ma femme Marianne et moi-même avons repris à notre tour l'exploitation. Génération après génération, l'entreprise familiale s'est développée de manière significative, au point d'être aujourd'hui l'une des plus importantes fermes du Grand-Duché. Ensemble, avec nos enfants et notre personnel, nous réalisons désormais les tâches quotidiennes inhérentes à toute activité agricole et nous œuvrons à son développement.

Quels sont les défis d'une exploitation agricole au Luxembourg?

Dans la société moderne, l'agriculture a perdu de son importance. Malheureusement, beaucoup de personnes ne se préoccupent plus des producteurs et ne se posent plus une question essentielle : où sont produits mes aliments ? Au quotidien, nous devons donc nous efforcer de regagner la considération des consommateurs.

Mais l'image de l'agriculture diffusée dans les médias, souvent loin de la réalité, ne nous aide pas à y parvenir. Pour recréer une relation basée sur la confiance, il nous semble indispensable de renouer le lien direct existant par le passé entre le producteur et le consommateur. Désormais, le rôle de l'agriculteur ne se limite plus à l'exploitation de la ferme. Il doit également informer et faire comprendre au public la façon dont sont produites les matières premières consommées au quotidien. La traçabilité constitue également un défi important, dans la mesure où la société émet une vraie demande pour une consommation locale. Mais le Luxembourg a aussi de quoi être fier de son agriculture et de ses citoyens. Pour preuve, les consommateurs acceptent de dépenser quelques centimes de plus pour acheter un lait de qualité produit sur les terres du Grand-Duché. Une situation enviée par la plupart de nos voisins européens.

RENCONTRE ROYALE **AU ROYAUME DES** FRUITS ET LÉGUMES

LE 17 SEPTEMBRE DERNIER, GROSBUSCH A RECU LA VISITE DE SON ALTESSE ROYALE LE GRAND-DUC HENRI. UN INVITÉ DE MARQUE POUR LA FIRME CONSIDÉRÉE COMME LA REINE DE LA DISTRIBUTION DE FRUITS ET DE LÉGUMES AU GRAND-DUCHÉ.





Générations Grosbusch

En tant que « Fournisseur de la Cour » - un titre accordé à certaines entreprises triées sur le volet pour les services d'une qualité remarquable rendus à la Cour Grand-Ducale -, c'est avec un insigne honneur que Grosbusch a accueilli Son Altesse Royale le Grand-Duc. Accompagné de ses enfants Lynn et Goy, la quatrième génération à la direction de l'entreprise familiale fondée en 1917. René Grosbusch en a profité pour

présenter la nouvelle plateforme logistique construite en 2016 et les différents services offerts par la société.

Nouveau paradigme

Cette rencontre fut également l'occasion de dévoiler les projets, les ambitions à long terme et la dynamique écologique et écoresponsable entreprise par le grossiste. Son Altesse Royale le Grand-Duc Henri a ainsi pu en apprendre davantage sur l'énergie déployée par Grosbusch pour favoriser les circuits courts, notamment grâce à un réseau de producteurs locaux et pour limiter l'usage de plastique dans les emballages. Auprès de la Cour Grand-Ducale comme du grand public, l'entreprise familiale met un point d'honneur à proposer des produits de qualité et à promouvoir une alimentation plus saine. Une initiative saluée royalement par Son Altesse Royale le Grand-Duc.



Le magazine de GROSBUSCH MANGE #5

SENAN ZOSSOU (GROSBUSCH):

L'AGREAGE, **LE GOÛT** DE LA QUALITÉ

LE SERVICE AGRÉAGE OCCUPE UN RÔLE CENTRAL DANS LE CONTRÔLE QUALITÉ DES FRUITS ET LÉGUMES. SENAN ZOSSOU. RESPONSABLE AGRÉAGE NOUS EN EXPLIQUE LES ROUAGES ET LES MISSIONS

Quelle est la mission du service agréage?

Notre rôle consiste principalement à contrôler la marchandise. Pour cela, nous commençons par enregistrer les chauffeurs dans notre registre d'accueil à leur arrivée. Une fois les fruits et légumes déchargés, nous procédons à un contrôle de la température afin de nous assurer du respect de la chaîne du froid et de la bonne conservation du produit. Après avoir vérifié la quantité livrée, nous nous intéressons à la qualité en nous basant sur l'aspect, la qualité gustative et la traçabilité de chaque référence. Nous plaçons ensuite les produits dans des cellules dédiées s'ils correspondent à nos attentes. La marchandise part finalement en zone de préparation. Via ces différentes missions, le service d'agréage garantit l'arrivée de fruits et légumes de qualité chez le client, et ce, dans d'excellentes conditions de transport.

À quels défis l'agréage est-il confronté?

Notre principale mission consiste à garantir au consommateur final des fruits et légumes sains et de qualité. Il en va de notre responsabilité et de celle de Grosbusch pour tout produit livré et consommé. D'où l'importance d'être méticuleux à chaque étape et d'aller au-delà de la simple observation visuelle. À titre d'exemple, une température conforme au sein d'un camion de



livraison n'assure pas forcément le respect de la chaîne du froid tout au long de son parcours. Depuis les débuts de l'entreprise, cette quête de qualité représente à la fois notre défi du quotidien et notre réputation. Le métier de grossiste étant très compétitif, tous nos services doivent se plier à ce challenge. Pour cela, Grosbusch ne cherche pas tant à faire du volume, mais plutôt à assurer au consommateur qu'il achète des fruits et légumes de qualité. L'autre défi auquel nous sommes confrontés reste bien évidemment l'innovation. L'entreprise négocie actuellement un virage technologique. Pour ce faire, elle déploie



Grosbusch

de nouveaux programmes promettant des perfectionnements majeurs, notamment en matière de gestion de stock, de traçabilité et de gestion des données via une interface visuelle et facile d'usage.

Quelle vision avez-vous de Grosbusch?

Grosbusch demeure une entreprise ambitieuse souhaitant asseoir sa position de leader au Luxembourg. Certes, elle met tout en œuvre pour consolider sa réputation et son expertise. Mais pour moi, Grosbusch reste avant tout une société où il fait bon vivre, notamment car elle nous donne les moyens de réaliser notre travail dans les règles de l'art. Elle cultive également une forme de sérénité, nous permettant au quotidien de nous épanouir et d'aller audelà de notre mission première. Non seulement la belle réputation de l'entreprise fait notre fierté, mais le sens de l'écoute et l'ouverture de la direction rendent notre travail encore plus appréciable. Au-delà des simples valeurs économiques, Grosbusch évolue dans une ambiance familiale ce qui - pour un père de famille comme moi - a forcément une résonance toute particulière.

o Grosbusch

o Grosbusch

VINCENT BELLINGER ET FRÉDÉRIC SALVI (GROSBUSCH):

FRUITS ET LÉGUMES, UNE **QUESTION DE FLUX**

POUR PROPOSER DES FRUITS ET LÉGUMES DE QUALITÉ AUX CLIENTS. LA LOGISTIQUE JOUE UN RÔLE DÉTERMINANT. VINCENT BELLINGER. FRÉDÉRIC SALVI ET CHRISTIAN GREGORIUS, RESPECTIVEMENT RESPONSABLE FLUX ET ENTREPOSAGE ET RESPONSABLE LOGISTIQUE INTERNE ET EXTERNE CHEZ GROSBUSCH, NOUS EN DÉVOILENT LES COULISSES.

Quelles sont les missions de vos deux services?

Vincent Bellinger: Au sein de Grosbusch, mon service s'occupe des flux logistiques dans l'objectif d'améliorer le mouvement des palettes et des vidanges. Cela passe tout d'abord par la gestion des flux externes, notamment à travers la livraison et la reprise de consignes chez le client et l'optimisation du parcours et de la durée des tournées. Dans une optique de réduction des coûts.

nous devons aussi gérer des flux internes, principalement en ce qui concerne l'emballage, l'entreposage et la gestion des stocks. Je soutiens également mes collègues dans la préparation des commandes et sur le transport.

Frédéric Salvi: Le service de logistique interne veille principalement à l'optimisation de la préparation des commandes de fruits et légumes. Pour cela, je chapeaute une équipe de jour qui réalise le gros de la commande, puis une équipe de nuit de plus petite taille dont la mission consiste à la finaliser. L'objectif: nous assurer que toutes les commandes soient finalisées et facturées à quatre heures afin de permettre aux chauffeurs de les charger et de les livrer dans les délais impartis. Ce cycle quotidien débute à neuf heures et prend fin 17 heures plus tard.

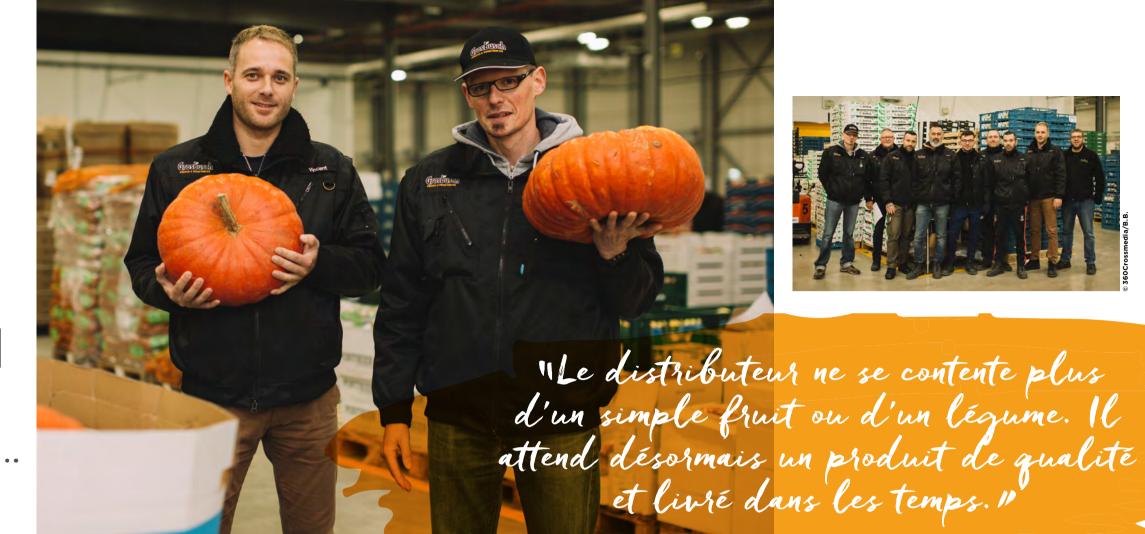
Quels challenges rencontrez-vous au quotidien? Vincent: Nous devons répondre à des exigences et à des demandes clients de plus en plus complexes. Le distributeur attend désormais un produit de qualité, livré dans les temps et respectant tous les standards de conformité, dont la chaîne du froid par exemple. D'un point de vue plus technique, nous faisons face à un autre type de challenge : le déploiement d'un progiciel de gestion intégrée (PGI). Sa conception demande d'ailleurs une forte implication de nos équipes et une collaboration étroite avec la société développant cette solution.

Frédéric: Au vu des importantes dimensions du dépôt, notre priorité reste d'augmenter notre productivité. Cela passe par une meilleure identification des pertes de temps et la facilitation du travail des préparateurs, mais aussi par l'optimisation de la préparation et de la distribution des commandes. Pour y parvenir, nous devons collecter et transmettre au quotidien les données de l'ensemble des services. Une mission tout particulièrement indispensable pour l'efficacité de l'équipe de nuit, composée de 14 personnes,

car elle peut rapidement se retrouver isolée si elle ne dispose pas des informations nécessaires.



Vincent: Pour moi. Grosbusch se résume en un mot : le dynamisme. L'entreprise cherche à se développer au quotidien et à relever de nouveaux défis. Cette culture du dépassement et cette soif d'ambitions sont, à mon sens, deux qualités rares de nos jours. Voilà pourquoi je prends plaisir à y travailler. Frédéric: Le travail d'équipe et la complémentarité représentent deux facettes importantes de Grosbusch à mes yeux. Si un service venait à être défaillant, les autres ne pourraient plus travailler efficacement. J'apprécie le fait que nous avancions tous ensemble, avec énormément de réactivité et. plus important encore, dans un environnement très agréable. Cette situation est notamment rendue possible grâce à l'accessibilité de la direction et à sa volonté de bien connaître les salariés et de partager leurs valeurs.



PIERRE FILSTROFF (GROSBUSCH):

LA QUÊTE **DE L'EXCELLENCE**

PIERRE FILSTROFF OCCUPE LA FONCTION DE RESPONSABLE DE PRODUCTION. IL EXPLIQUE LES CHALLENGES RELEVÉS QUOTIDIENNEMENT : QUALITÉ, QUANTITÉ ET PRÉOCCUPATIONS **ENVIRONNEMENTALES**

Pouvez-vous décrire les attributions de votre service?

Nous transformons les fruits et légumes de plusieurs manières. Premièrement, nous conditionnons les produits en raviers pour le prépack. Deuxièmement, Grosbusch, à travers son service «Fruit@Office», livre des boîtes de fruits frais s'adressant principalement aux personnels des bureaux. Enfin, nous assurons également la découpe de fruits et légumes destinée à la mise en shaker ou dans des barquettes. Le pôle production doit aussi gérer les stocks d'emballages. En ce moment nous portons une attention toute particulière à limiter au maximum l'utilisation du plastique. Nous utilisons, chaque fois que cela s'avère possible, des contenants en carton.

Quels challenges votre équipe doit-elle relever?

Le challenge principal est de répondre à la demande de tous nos clients en assurant, à la fois, quantité et qualité. Nous demeurons exigeants sur le produit travaillé et sur la fraîcheur au prépack et à la pré-coupe. Pour le Fruit@Office.



le traitement des fruits imparfaits ou endommagés. Nous les plaçons dans une zone de déclassement et les vendons à des clients pouvant les traiter ou nous les plaçons dans des bennes destinées à une ferme produisant du gaz, via un procédé de biométhanisation. L'objectif consiste à valoriser les déchets, tant sur le plan économique qu'écologique.

Quel type d'évolution peut-on envisager

Aujourd'hui, une large partie de notre activité s'automatise et nous devons intégrer de nouvelles compétences à l'équipe. Il faudra aussi demeurer innovant quant à la composition du produit. En proposant, par exemple, des paniers dans lesquels le consommateur trouvera la juste quantité de fruits et légumes et une recette adaptée pour confectionner un repas. Ce petit plus pourrait bien constituer le futur du pré-emballé. Le péché originel du secteur réside dans le suremballage. Si nous parvenons à proposer à nos clients des solutions clés en mains tout en limitant notre recours au plastique. Alors, l'avenir s'annonce plutôt souriant.



LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE FRUITS ET LÉGUMES ÉTANT DE PLUS EN PLUS FORTES. LES ACTEURS DU MARCHÉ DOIVENT FAIRE ÉVOLUER LEUR STRATÉGIE MARKETING ET BRANDING EN CONSÉQUENCE. JENNIFER ANDRÉ - REPRÉSENTANTE DE LA MARQUE GROSBUSCH CHEZ LE GROSSISTE - NOUS EN EXPLIQUE LE PRINCIPE.

Quelles sont les missions du service marketing?

Nous sommes trois, dont deux graphistes. Notre service s'occupe de réaliser les différents outils de communication de Grosbusch - affiches, emballages, étiquettes, et des études marketing : analyse de la concurrence, du marché, des innovations, des nouveaux produits ou encore de la satisfaction clients. Ma mission consiste principalement à représenter l'entreprise lors de divers événements - portes ouvertes, salons, etc. -, à gérer la communication interne et externe et à conduire l'analyse marketing. Je m'occupe aussi du poste commercial de la fraîche découpe. Cette gamme étant de plus en plus demandée par les consommateurs, j'accompagne nos clients pour

comprendre leurs besoins et leurs attentes en la

À quoi ressemble la fraîche découpe chez Grosbusch?

La fraîche découpe désigne les fruits et légumes fraichement découpés à la main et prêts à être consommés. Après avoir débuté cette activité en 2010, Grosbusch commercialise désormais plus de 134000 shakers par an, soit l'équivalent de 30 tonnes de fruits et de légumes coupés par semaine. Face au succès de cette gamme, nous avons décidé de renouveler notre offre en décembre, notamment via l'utilisation de nouvelles couleurs donnant vie au produit et l'utilisation d'emballages en plastique recyclé et "Notre ambition: proposer davantage de références brandées Grosbusch afin d'améliorer notre notoriété auprès des consommateurs."

nementale, nous proposons aussi un opercule et une fourchette compostable. Mais d'autres changements ont été apportés : de nouvelles recettes pour répondre aux envies des consommateurs, le développement de portions individuelles et familiales ou encore la création d'une gamme « mélange de légumes » permettant de cuisiner en toute simplicité. Au total, notre gamme se compose d'une vingtaine de références en fruits et autant en légumes. Nous misons d'ailleurs énormément sur la qualité, notamment en garantissant une absence de conservateurs, d'additifs et de sucres ajoutés. En plus d'avoir investi dans de nouvelles machines de production, nous opérons une refonte des sites Internet de Grosbusch pour accompagner tous ces changements. Une dernière nouveauté doit aussi être soulignée : grâce à un nouveau studio photos, nous pouvons dorénavant faire des recettes vidéos en interne que les consommateurs pourront, d'ici peu, découvrir en flashant un QR code

recyclable. Pour limiter notre empreinte environ-

Comment évolue le branding chez Grosbusch?

En 2016, nous avons opéré un changement radical dans notre identité avec la création d'un nouveau logo: « Grosbusch - Fruits & Vegetables ». L'arrivée de Lynn et Goy, la 4ème génération de Grosbusch, participe d'ailleurs à un nouveau dynamisme. Nous en profitons pour décliner toutes les gammes autour de cette nouvelle identité et pour moderniser nos packagings. Côté branding, nous développons également de nouveaux produits en nom propre avec un cahier des charges plus spécifique, à l'image des clémentines, des avocats ou des kakis. Notre ambition : proposer davantage de références brandées Grosbusch afin d'améliorer notre notoriété auprès des consommateurs. Pour ce qui est de notre service, nous gagnons en autonomie afin de rendre le marketing et le branding toujours plus performants. Pour preuve, nous nous occupons désormais du pilotage des réseaux sociaux, nous avons lancé une page Instagram et nous peaufinons la création d'une nouvelle plateforme web.

sur l'emballage.

L'AVOCAT, UN CONCENTRÉ DE DOUCEUR ET DE GOÛT

L'AVOCAT ET SA CHAIR SUAVE SÉDUISENT LES PALAIS LES PLUS EXIGEANTS. INTRODUIT EN EUROPE AU XVII SIÈCLE, SES QUALITÉS NUTRITIONNELLES ET GUSTATIVES L'ONT. CES DERNIÈRES ANNÉES. PROPULSÉ AU RANG D'INCONTOURNABLE.

Importé d'Amérique

Tout comme les tomates, les pommes de terre, les courges, les haricots, le piment, le cacao ou l'ananas, l'avocat a été introduit en Europe par les conquistadors espagnols. Mais Mayas et Aztèques consommaient déjà le fruit de l'avocatier il y a 8000 ans. Originaire du Mexique et longtemps considéré comme un produit de luxe sur le vieux continent, l'avocat a fini par se démocratiser au XXe siècle. Aujourd'hui de nombreux pays le cultivent mais il provient le plus souvent d'Afrique, d'Israël, d'Australie et d'Espagne. Selon sa variété, il peut se déguster tout au long de l'année. Les fuerte, bacon, zutano ou gwen arrivent à maturité en automne et en hiver. Les hass et lamb hass peuvent être cueillis quelle que soit la saison. Les reed mûrissent tout l'été et jusqu'au début de l'automne.

De la méfiance à la réhabilitation

Longtemps regardé avec défiance en raison de son apport énergétique : 160 kilocalories pour 100 grammes, l'avocat a retrouvé la faveur des professionnels de santé comme celle des consommateurs. En terme de valeurs nutritionnelles, il contient 73,23% d'eau, 2% de protéines, 8,53% de glucides et 14,66% de lipides mais ces derniers sont principalement constitués d'acides gras insaturés, bénéfiques à la santé cardio-vasculaire.

Source de fibres facilitant le transit intestinal il contient aussi de nombreux oligo-éléments. Du manganèse, anti-oxydant ; du magnésium, bon pour le système immunitaire ; du calcium, pour les os ; du phosphore, qui intervient dans la régénération cellulaire. Et le petit fruit possède également un talent secret : comme le persil et la menthe, on lui prête des vertus pour purifier l'haleine.

Bien choisir

Avant de le déguster, il faut savoir choisir son avocat. Le pédoncule se détache facilement sur un fruit arrivé à maturité. Si trop vert, il suffit de le laisser quelques jours à température ambiante pour achever son mûrissement. Ou encore, de le placer près de pommes ou de bananes produisant de l'éthylène, favorable à la maturation. A contrario, pour conserver quelques jours un avocat à point, il faudra l'entreposer dans le bac à légume du réfrigérateur. Le fruit de l'avocatier se consomme surtout cru. Il reste l'allié gourmand de toutes les salades composées. Réduit en purée et épicé, il s'invite à l'apéritif sous forme de quacamole. Mais mixé avec du jus de citron, il accompagne délicieusement saumon fumé, crevettes ou coquilles Saint Jacques snackées. En Amérique latine ou en Asie, il est parfois dégusté en dessert avec du sucre ou d'autres fruits.



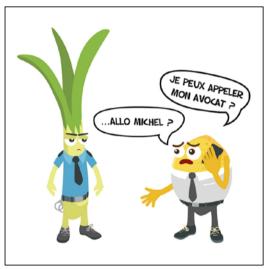


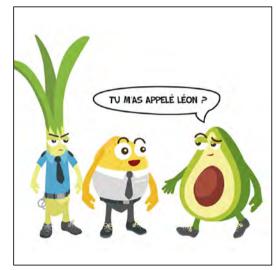
Votre spécialiste de l'avocat depuis plus de 25 ans

5 boulevard du Delta, Zone Eurodelta, 94658, Rungis, France Tel: +33 1 46 86 71 77 • Email: yann.berrou@comexasas.fr www.westfaliafruit.com









INTERNET

Découvrez notre univers digital sur ...



www.grosbuschacademy.lu









Grosbusch

ACADEMY

www.grosbuschkids.lu

Le magazine de GROSBUSCH MANGE #5





www.allgro.be

ruits et légumes coupés

Vous avez une activité de traiteur, vous dirigez une cuisine de collectivité ou une usine de plats préparés ? Vous préférez consacrer votre temps à l'invention de nouvelles recettes, à de belles présentations et à l'excellence de votre service?

égumes et fruits bruts non coupés

Découvrez notre large assortiment pour préparations froides et chaudes. Des poivrons bien fermes en passant par des laitues bien fournies jusqu'à de croquantes asperges. Sans oublier de juteux abricots, d'exquises mangues et de délisieuses groseilles.

roduits à base de pommes de terre

Il va de soi que notre fierté nationale se doit de figurer sur votre carte. Allgro sélectionne uniquement les meilleures variétés de pommes de terre issues des cultures les plus savoureuses.

Make a difference

Dans la mesure du possible, tous nos produits sont d'origine belge et sont soumis aux contrôles agro-alimentaires les plus stricts, à l'hygiène et à la qualité. De beaux et délicieux fruits et légumes issus des régions respectueuses de l'environnement!

Get in Touch



+32 9 360 83 48 www.allgro.be



Polbroek 124
9520 Sint-Lievens-Houtem











Win with -o-

Ensemble vers la transition énergétique

On a tout à gagner à développer les énergies renouvelables. Enovos s'engage pour le futur énergétique du Luxembourg et vous accompagne dans vos démarches pour l'environnement. En tant qu'expert en matière de production d'énergie verte, Enovos vous aide à mettre en place votre projet photovoltaïque, de la planification à l'exploitation de votre installation.

Renseignez-vous sur renewables.enovos.lu et devenez, vous aussi, partenaire de la transition énergétique.

Energy for today. Caring for tomorrow.

