

Un nouveau lapin sort du chapeau de Loeul-et-Piriot

Publié le 20/11/2018 à 04:55 | Mis à jour le 20/11/2018 à 10:15



Matthieu Loeul et André Maléjac exposent le prix qu'ils viennent de remporter avec leur nouveau produit, des cuisses de lapin issues de la gamme « Les éleveurs responsables ».

© Photo NR

L'abattoir thouarsais vient d'être récompensé au cours d'un congrès international pour avoir développé un produit plus soucieux du bien-être animal.

À l'heure où les consommateurs deviennent plus exigeants, les industriels sont obligés de s'adapter. Et les Thouarsais de Loeul-et-Piriot semblent avoir déjà pris le taureau par les cornes. Ou plutôt le lapin par les bons sentiments. Ayant engagé trois produits lors du Salon international de l'alimentation, qui se tient à Paris tous les deux ans, l'entreprise a raflé le gros lot avec ses nouvelles cuisses de lapin. « Nous avons reçu le prix de l'innovation pour les produits carnés », se réjouit André Maléjac, président et directeur général de Loeul-et-Piriot. Une distinction qui récompense les efforts menés depuis plusieurs années. « Il nous a fallu sept ou huit ans pour sortir un tel projet car cela demande une très grande technicité, aussi bien pour l'éleveur qu'à notre niveau », poursuit le P-DG.

Le bien-être animal au cœur des réflexions

Avec ce produit, Loeul-et-Piriot a pris le parti de se rapprocher au plus près de la demande du consommateur. « Les conditions de vie de l'animal importent pour faire une bonne viande. Nous avons donc sorti une gamme de produits " Les éleveurs responsables " dans laquelle on demande à nos partenaires de respecter un cahier des charges strict. »

Ainsi, les animaux vivent dans de larges enclos et sont nourris uniquement avec des produits d'origine végétale riches en oméga-3 et sans OGM, soit avec moins de 0,9 % de plantes génétiquement modifiées. Un gage de qualité pour l'acheteur. Et ce dernier peut également être attentif à la provenance de ce qu'il mange. « Nous travaillons à 100 % avec des éleveurs français, et 95 % d'entre eux sont localisés dans le Grand Ouest. Ça aussi c'est important pour le bien-être animal, car le temps dans les transports est réduit », embraye Matthieu Loeul, directeur commercial, qui ne manque pas de souligner non plus que le produit a reçu le label « Lapin d'or » par l'association « Compassion in world farming », qui veille à l'épanouissement des animaux d'élevage.

Autrefois dénigré, le confort des bêtes devient aujourd'hui un argument de vente : dans ce marché de plus en plus exigeant, il faut maintenant se démarquer pour continuer à exister.