

Vendredi 27 Février 2009

## Chateau Chinon Ouverture LUZY - Luzy

### Un nouveau site de viande en ligne

Le site de viande en ligne, [www.boeuf-charolais.com](http://www.boeuf-charolais.com) compte déjà quatre-vingt-dix clients, essentiellement sur la région parisienne.

L'abattoir de Luzy est, depuis quelque temps, le rendez-vous des médias.

Après France 3 Bourgogne, c'est au tour de France 2 de dépêcher sur place une équipe pour un reportage qui sera diffusé vendredi 6 mars, dans l'émission matinale de Sophie Davant, C'est au programme.

Un nouvel élan est donné à ce lieu, pilier de l'économie locale, avec l'extension de la salle de découpe et la création d'un laboratoire de transformation pour proposer des produits finis.

En concertation avec la Communauté de communes entre l'Alène et la Roche, des investisseurs privés ont mis en place, en amont, de nouvelles filières commerciales afin de promouvoir et de vendre des produits

directement issus de l'abattoir.

Ainsi, depuis le dimanche 4 janvier, et après plusieurs mois de préparation, avec notamment des rubriques viande et santé, a démarré un site de viande en ligne, [www.boeuf-charolais.com](http://www.boeuf-charolais.com), mené par Olivier De Geffrier, originaire de Larochemillay. Il a tenu à créer, ici, ce projet qui s'inscrit dans le soutien de la politique économique locale, avec, pour support, l'abattoir communal au service des éleveurs. Fort d'un parcours dans la promotion touristique, cet entrepreneur a pour objectif de proposer à ses clients des produits du terroir de qualité (la viande charolaise étant la moins grasse des viandes rouges avec 5 % de graisse, niveau égal avec la volaille) et une traçabilité évidente.

La journaliste de France 2, Aurélia Bloch, a donc suivi le parcours quasi chronométré de ce nouveau service de vente via Internet s'adressant, pour l'instant, essentiellement à une

population parisienne ciblée.

Ainsi, après l'abattage de la vache, actuellement une tous les 15 jours, la viande est conditionnée en colis puis acheminée à Saint-Ouen (93) vers une plate-forme logistique pour être ensuite livrée à domicile avec une parfaite maîtrise et un suivi de la chaîne de distribution.

Avec déjà 90 clients, l'entreprise évolue rapidement en adaptant ses prestations selon la demande avec, par exemple, un colis tête à queue, abats, langue, joue, queue et en jouant la carte des saisons avec des viandes à cuisiner en sauce, l'hiver, et des grillades, l'été.

À plus long terme, l'idée est de mettre en place des circuits de distribution plus courts et d'appliquer au Morvan le principe du commerce équitable, à savoir consommer les aliments produits près de chez soi en valorisant leur diversité.