

Produit

Mercredi 20 novembre 2013

Entre la vache et l'hippopotame, c'est l'amour fou !

La race bovine maine-anjou est présente dans les restaurants du groupe Flo, dont Hippopotamus, depuis 2008. Mais lundi, à Chenillé-Changé, une étape supplémentaire a été franchie.



La vache et l'hippopotame. Une fable improbable ? Une belle histoire, surtout. Savoureuse à souhait. Une histoire commencée en 2008, au Salon de l'agriculture, à Paris.

Cette année-là, la vache rouge des prés, ou maine-anjou, née à Chenillé-Changé, dans le nord du Maine-et-Loire, fête son centenaire.

Un événement qui tape dans l'oeil d'un hippopotame dodu, proverbiale icône d'une enseigne de restaurants spécialisés dans les viandes grillées, Hippopotamus.

Coup de foudre et tout le toutim. En décembre, la vache emblématique des Pays de la Loire s'incruste à la carte de cinq établissements parisiens. Deux ans plus tard, ils seront huit. Dont celui d'Angers.

Un contrat de cinq ans

Lundi, au domaine des Rues de Chenillé-Changé, une étape supplémentaire a été franchie. Un nouveau chapitre de l'histoire, en somme.

« Nous avons signé un contrat exclusif d'approvisionnement, d'une durée de cinq ans », explique Dominique Rigaudier, PDG du groupe Flo, propriétaire de l'enseigne Hippopotamus.

À côté de son paraphe, celui d'Anthony Gervais, président de la société Adéma, chargée de commercialiser la viande d'appellation maine-anjou, issue de la race rouge des prés.

« Nous nous engageons, précise ce dernier, à fournir 2 000 bêtes par an aux restaurants Hippopotamus. » Soit la totalité de la production ! Dans une vingtaine d'établissements, entrecôtes et aloyaux raviront les amateurs.

Et pour la totalité des restaurants, c'est-à-dire 200 en France, des steaks hachés redonneront leurs lettres de noblesse aux hamburgers. Tous les restaurants disposeront également de la basse côte et de pièces type onglet, bavette, hampe, dessus de palette... Au final, un contrat gagnant-gagnant. « Aujourd'hui, nous connaissons les éleveurs, nous connaissons la qualité de leur produit », dit un Dominique Rigaudier enthousiaste.

« Nous sommes des passionnés »

Qui ajoute : « L'AOC (appellation d'origine contrôlée) maine-anjou, c'est un micro-marché, mais il est compensé par une qualité exceptionnelle. 21 jours de maturation, des couleurs fabuleuses, une jutosité merveilleuse. » De quoi séduire une clientèle de plus en plus exigeante. « Aujourd'hui, le consommateur veut être en confiance, il veut savoir ce qu'il a dans son assiette. Avec la maine-anjou, il connaît son origine, la transparence est totale. D'autant que nous suivons chaque éleveur. »

Pour Anthony Gervais et les 200 éleveurs qu'il représente, c'est aussi du tout bon. Certes, en fournissant les restaurants du groupe Flo, ils perdent des débouchés en grande surface (la maine-anjou était commercialisée chez Auchan et Monoprix).