

## LES MODES DE VALORISATION DES FRUITS ET LÉGUMES UNE NOUVELLE APPROCHE

Les signes de qualité existent en France depuis plusieurs décennies pour certains, telle l'Appellation d'origine contrôlée (AOC) créée dans le secteur viticole en 1935. Il y en a de plus récents comme le Label Rouge créé en 1960 et l'Agriculture Biologique en 1981. Une récente étude du Crédoc\* montre que ces signes sont connus des Français: 94 % déclarent connaître les AOC, 91,8 % le Label Rouge, et 86,5 % les produits portant la mention AB. Par ailleurs, la confiance dans ces signes s'avère forte: 85,8 % d'entre eux ont confiance dans les produits portant une AOC. Il paraît intéressant de préciser la signification de ces mentions et leur place dans le secteur des fruits et légumes.

### Le point sur la réforme

Le système français des signes de qualité a été revu avec la Loi d'orientation agricole de janvier 2006. L'objectif est de donner aux consommateurs une vision globale et claire de l'ensemble du dispositif français et européen de reconnaissance officielle des produits. Pour les producteurs et les distributeurs (les détaillants en particulier), cela permet de faciliter la mise en place d'une segmentation qualitative.

Désormais, trois modes de valorisation différents coexistent en France dont les pouvoirs publics en supervisent l'application:

1. les Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO):

- le Label Rouge, attestant la qualité supérieure;

- l'appellation d'origine (AOC et l'AOP), l'Indication géographique protégée (IGP), et la Spécialité traditionnelle garantie (STG), attestant la qualité liée à l'origine ou à la tradition;

- La mention « Agriculture Biologique », attestant la qualité environnementale

2. les mentions valorisantes:

- la dénomination « montagne »;



- le qualificatif « fermier » ou « produit de (à) la ferme »;

- les termes « produits pays » dans les DOM.

3. les démarches de certification des produits (CCP): la CCP permet d'identifier une (ou des) caractéristique(s) spécifique(s) du produit et de la (les) signaler à toutes les étapes de la distribution.

Depuis janvier 2006, la certification de conformité ne fait plus partie des signes officiels de qualité et de l'origine. Par ailleurs, la CCP n'est plus cumulable avec une AO ni avec un Label Rouge.

Le produit est défini par un cahier des charges (homologué par arrêté ministériel) qui rassemble les exigences, les recommandations et leur contrôle. Les caractéristiques certifiées et le nom de l'organisme certificateur doivent figurer

les différents sigles des signes de qualité

\*Crédoc: Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.  
« Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire » (novembre 2007)

rer sur l'emballage.

L'arrêté du 30 avril 2007 fixe la liste des certifications de conformité enregistrées au 1<sup>er</sup> janvier 2007 et précise, notamment, les caractéristiques certifiées de 51 fruits et légumes (« teneur en sucre garantie 12 % brix minimum » pour des kiwis, « cultivées sans insecticides » pour des tomates...).

L'arrêté publié le 11 janvier 2008, fixe les « exigences et recommandations en matière de certification de conformité des fruits et légumes »:

- les « exigences » sont les règles qui s'imposent à l'opérateur pour obtenir une CCP. L'une des cinq règles précise l'identification des produits certifiés en magasin: « dans le cas de vente en libre service, chaque produit est étiqueté individuellement; si cela n'est pas possible, les produits sont préemballés afin de faire figurer les mentions relatives à la certification »;

- les « recommandations » fixent les règles à respecter pour communiquer sur la CCP; elles portent sur les caractéristiques certifiées relatives:

- aux bonnes pratiques de culture
- au stade de récolte
- au taux de sucre, à la variété et enfin, aux salades de 4<sup>e</sup> gamme.

### Les SIQO en fruits et légumes

Le 1<sup>er</sup> janvier 2007 a été une année charnière pour le dispositif des signes de qualité et de l'origine avec, notamment, la création du nouvel Institut national de l'origine et de la qualité (anciennement INAO, ce sigle étant abrogé depuis décembre 2007), chargé de la mise en œuvre des SIQO et de leur gestion. Ainsi, toute demande tendant à la reconnaissance (par homologation d'un cahier des charges) d'un Label Rouge, d'une appellation d'origine, d'une IGP ou du

bénéfice de la mention « Agriculture Biologique » est déposée auprès du nouvel institut. Les professionnels s'engagent volontairement dans la mise en place et le suivi d'une démarque qualité, soit individuellement (agriculture biologique), soit collectivement (autres signes). Les SIQO bénéficient de logos nationaux ou communautaires.

### Du Label Rouge à mention AB

Le Label Rouge « atteste que le produit possède un ensemble de caractéristiques spécifiques établissant un niveau de qualité supérieur à un produit courant similaire ». « À toutes les étapes de la production (et de l'élaboration), le produit doit répondre à des contrôles et exigences en matière de qualité et de goût, qui passent notamment par la réalisation de profils sensoriels et de tests sur le goût. »

Plusieurs fruits et légumes bénéficiant du Label Rouge cumulent d'autres signes (IGP, mention « Agriculture Biologique » mais non avec une AOP).

L'IGP « désigne un produit issu d'une zone géographique dont une qualité déterminée, la réputation ou d'autres caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine »

Désormais, l'accès à l'IGP est direct (sans passer par le label rouge ou la CCP).

On compte à ce jour 14 IGP en fruits et légumes.

L'AOC (Appellation d'origine contrôlée) « désigne un produit originaire d'une région ou d'un lieu déterminé et dont la qualité ou les caractéristiques découlent

de ce milieu géographique. Elle résulte de la combinaison d'une production et d'un terroir délimité dans lequel interagissent des facteurs naturels, climatiques, physiques et humains, conférant au produit une typicité particulière ». L'AOC consacre une production existante qui présente une typicité liée à son terroir.

L'AOP (Appellation d'origine protégée) « est l'équivalent européen de l'AOC pour tous les produits autres que le vin »; « l'AOP protège le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, exceptionnellement d'un pays, et désigne un produit dont les caractères sont dus au milieu géographique et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée. ». La reconnaissance d'une AOC en France est une étape préalable à sa reconnaissance finale au niveau européen en tant qu'AOP.

La mention AB « atteste que le produit est issu d'un mode de production et de transformation respectueux des équilibres naturels et du bien-être animal défini dans un cahier des charges très strict, avec des contrôles systématiques ». En France, ces produits sont repérables grâce à la marque AB. L'agence Bio est chargée de contribuer au développement et à la promotion de ce mode de production. À noter que le logo européen va très prochainement changer de configuration et sera obligatoire pour les produits préemballés.

### Les préconisations en magasin

Les cahiers des charges des produits sous SIQO précisent, notamment, la description du produit, les règles à respecter, en

particulier celles relatives au conditionnement et à l'étiquetage. Ainsi, « l'étiquetage sur les emballages unitaires de l'AOC Chasselas de Moissac comporte: le nom « Chasselas de Moissac » (...), la mention « AOC » et le nom du producteur. » « Un signe d'identification, spécifique au « Chasselas de Moissac », identifie tous les emballages dans lesquels sont commercialisés les raisins ». Dans la description du produit est précisé: « la pruine sur les grains est préservée, les pépins sont discernables par transparence et la rafle est turgescente ». Toute utilisation ou tentative d'utilisation frauduleuse d'un Label Rouge, d'une AOP, d'une IGP est punie d'une amende et de deux ans d'emprisonnement.

En magasin, la mise en avant de ces produits bénéficiant de signes d'identification de la qualité et de l'origine, ainsi que la communication sur leurs caractéristiques, avec l'aide de la PLV, permet d'informer le consommateur et de développer les ventes.

### Et en 2009

L'évolution des réglementations européennes en matière de politique de qualité de la production agricole passera par de la promotion sur la base des nouveaux logos européens amenés à se généraliser à la mi-2009. Dès le 1<sup>er</sup> janvier 2009, la réglementation relative à l'Agriculture Biologique va changer. Une actualité à suivre donc! ■

MARIE-HÉLÈNE HOCHEDÉZ

#### Pour en savoir plus:

[www.fruits-et-legumes.net](http://www.fruits-et-legumes.net) (liste des SIQO à la rubrique « veille réglementaire »), [www.legifrance.fr](http://www.legifrance.fr), [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr), [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF...

## Concours d'étalage dans l'Aude



Le Ctifl a choisi le département de l'Aude pour son concours d'étalage. Il s'est déroulé du 27 mai au 6 juin. L'ensemble de la filière s'est impliquée pour la réussite de cette opération d'animation qui présentait la particularité, cette année, d'être positionnée durant la campagne « Fraich'attitude ». Les

chambres de commerce de Carcassonne et Narbonne, l'association départementale des producteurs de fruits et légumes de l'Aude, ainsi que les grossistes locaux, se sont joint aux équipes du Ctifl pour noter durant 15 jours les 140 points de ventes participants. Les jurys ont ainsi pu constater, qu'en dépit d'une météo souvent maussade, les commerçants avaient rivalisés d'originalité pour réaliser de magnifiques étalages. Le 6 juin 2008, jour de la finale, le grand jury s'est employé à élire les lauréats des cinq catégories représentant toutes les composantes du commerce audois en fruits et légumes. Le lundi 16 juin dernier, tous se sont retrouvés à la maison des entreprises de Lézignan Corbières pour partager un moment de convivialité et assister à la remise des prix.

### Le palmarès

#### Détaillants sur éventaies et marchés

1 <sup>er</sup>	M. Madrousse Rachid	Marché Sigean
2 <sup>e</sup>	M. Barennes Michel	Halles centrales Narbonne
3 <sup>e</sup>	M. Pech Olivier	Marché Limoux
4 <sup>e</sup>	M. Bonnet Jean-François	Marché Bram
5 <sup>e</sup>	M. Sala Norbert	Marché Sigean

#### Spécialistes en magasin

1 <sup>er</sup>	M <sup>me</sup> Asco Aline	Carcassonne
2 <sup>e</sup>	Grand Frais	Narbonne
3 <sup>e</sup>	M <sup>me</sup> Carayon Florence	Carcassonne
4 <sup>e</sup>	M. Carayon Jean-Luc	Carcassonne
5 <sup>e</sup>	M. Thirard Patrice	Limoux

#### Supérettes (moins de 400 m<sup>2</sup>)

1 <sup>er</sup>	8 à Huit (Lapeyre Fabrice)	Limoux
2 <sup>e</sup>	8 à Huit (Marcillac Annick)	Port la Nouvelle
3 <sup>e</sup>	G 20 (Lorie Zackarian)	Carcassonne

#### Supermarchés (de 400 à 1 500 m<sup>2</sup>)

1 <sup>er</sup>	Monoprix (Pages Nicolas)	Carcassonne
2 <sup>e</sup>	Super U (Aubert Christiane)	Coursan
3 <sup>e</sup>	ED (Gout Henri)	Carcassonne
4 <sup>e</sup>	Intermarche (Viscaro Jovani)	Castelnaudary
5 <sup>e</sup>	Intermarche (Lanes Marc)	Narbonne

#### Hypermarchés (plus de 1 500 m<sup>2</sup>)

1 <sup>er</sup>	Géant Casino (Perrin Olivier)	Castelnaudary
2 <sup>e</sup>	Leclerc (Toustou Pierre)	Carcassonne

# ASSORTIMENT FRUITS ET LÉGUMES EN SEPTEMBRE

## Fruits

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>GAMMES « BASIQUES »</b>				
Saisonniers				
Raisins (D 8,7 % Q 7,5 %)	2	3	4	6
Chasselas, Muscat, Danlas, Lavallée, Italia, Red Globe				
Pêche et nectarine (D 8,6 % Q 7,6 %)				
Pêche blanche, jaune	1	2	2	4
Nectarine blanche, jaune	1	1	2	3
Melon (D 6,4 % Q 5,9 %)	2	2	3	4
Charentais jaune, vert, brodé, Canari, Piel de Sapo				
Pastèque	1	1	2	2
Prune (D 2,7 % Q 2,4 %)	1	2	4	5
Figue	1	1	1	2
Fraise	1	2	2	2
Framboise, groseille, mûre	1	2	5	
Fruits à coque				
Noix fraîche, noisette, amande				
Pommes (D 6,9 % Q 8,5 %)	3	5	7	9
Golden, Reine des Reinettes, Gala, Elstar, Bicolores				
Poires (D 2,9 % Q 3,1 %)	1	2	3	4
Williams, Beurré Hardy, Louise Bonne				
Bananes (D 3,7 % Q 5,1 %)	1	1	2	2
Vrac, poids-prix				
Agrumes				
Orange (D 2,3 % Q 2,4 %)	1	1	2	2
Navelate, Valencia late				
Pomelo (D 1,4 % Q 1,5 %)	1	1	2	2
Citron (D 1,0 % Q 0,7 %)	1	1	2	3
Kiwi (D 1,5 % - Q 0,9 %)	1	1	2	3
Ananas	1	1	1	2
Cayenne, Victoria				
<b>GAMMES « SPÉCIFIQUES »</b>				
Contre-saison				
Ellendale (tangor)			1	1
Exotiques & rares				
	1	2	4	6
Mangue, lime, papaye, fruit de la passion, noix de coco...				
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>70</b>
Olives en vrac				
				15
Fruits secs				
	3	6	8	10
Pruneau, raisin, abricot, datte...				

## Univers

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>LES BIOLOGIQUES</b>				
Fruits		4	7	15
Pomme, poire, pêche, kiwi, fraise, banane, ananas, mangue, orange, citron, pomelo...				
Légumes				
Avocat, aubergine, betterave rouge, carotte, chou, concombre, courgette, navet, oignon, poireau, poivron, pomme de terre, salades, tomates...				
<b>LES PRATIQUES</b>				
<b>IV<sup>e</sup> gamme</b> (D 3,5 % Q 0,9 %)				
Fruits			2	5
Légumes	5	10	25	35
Salades, râpés, à soupe, à poêler				
<b>V<sup>e</sup> gamme</b>				
Fruits				5
Légumes	2	4	8	12
Betterave, pomme. de terre, endive, flageolet, lentille...				
Soupes & purées réfrigérées				
Jus de fruits réfrigérés		2	6	15
Autres F&L prêts à l'emploi				
				20
(préparés sur place, bar à salade)				

## Légumes

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>GAMMES « BASIQUES »</b>				
Salades (D 3,6 % Q 3,2 %)				
Laitue, batavia, feuille de chêne, frisée, scarole, romaine, Iceberg, mâche	3	5	7	10
Crudités				
Avocat (D 1,5 % Q 0,9 %)	1	1	2	2
Betterave rouge	1	1	2	2
Chou blanc, rouge	2	2	2	2
Céleri-rave	1	1	1	1
Concombre (D 1,2 % Q 1,9 %)	1	1	2	3
Radis	1	1	2	2
Mixtes				
Tomate (D 9,5 % Q 8,7 %)	4	4	6	10
Carotte (D 2,5 % Q 4,6 %)	1	2	3	4
Artichaut	1	1	1	2
Céleri-branche		1	1	2
Champignon de Paris, pleurote (D 1,2 % Q 0,6 %)	2	3	4	5
Chou-fleur blanc, vert, Romanesco (D 0,8 % Q 0,9 %)	1	1	2	4
Endive (D 2,0 % Q 1,8 %)	1	1	1	2
Fenouil		1	1	1
Oignon blanc en botte		1	1	1
Poivron (D 1,3 % Q 0,9 %)	1	2	4	5
É cuire				
Brocoli		1	1	1
Chou frisé	1	1	1	1
Épinard			1	1
Haricot à écosser		1	2	2
Haricot vert, beurre		1	2	3
Navet	1	1	2	2
Poireau (D 1,3 % Q 1,3 %)	1	1	2	3
Aubergine	1	1	1	2
Courgette (D 2,7 % Q 2,8 %)	1	1	2	3
Ratatouille	1	1	1	2
Les indispensables				
Ail (D 1,0 % Q 0,3 %)	1	2	2	4
Échalote	1	1	2	4
Oignon (D 2,5 % Q 3,1 %)	1	2	2	4
Herbes aromatiques				
Persil, ciboulette, menthe, basilic, aneth, cerfeuil, coriandre, estragon, oseille, persil plat, sarriette, sauge	2	4	7	12
Thym, laurier, romarin, bouquet garni	1	2	3	4
<b>GAMMES « SPÉCIFIQUES »</b>				
Petites salades				
	1	2	3	5
Trévis, mesclun, sucrine, roquette, cœur de laitue...				
Mini-légumes & fleurs comestibles				
				12
Aubergine, courgette, poivron, chou-fleur, artichaut, carotte, navet, pensée, capucine...				
Exotiques & rares				
		2	4	6
Soja, gingembre, piment, chou chinois, chayotte, patate douce...				
Champignons				
		2	4	6
Lentin, girolle, cèpe, pied bleu, chanterelle, pied de mouton, trompette				
Autres légumes de saison				
	1	2	2	3
Cornichon, maïs doux, potiron et autres courges				
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>57</b>	<b>87</b>	<b>139</b>
Pommes de terre (D 6,5 % Q 14,6 %)				
De consommation	3	4	6	9
Type Bintje, type chair ferme				
Légumes secs				
	2	4	5	8
Haricot, lentille, fève, pois				

### Légende :

L'assortiment est proposé selon le type de magasin :

- A** étroit : magasins de proximité, hard-discounters
- B** large & peu profond : spécialistes et supermarchés
- C** large & moyennement profond : spécialistes, hypers et supers
- D** large & profond : spécialistes, grands hypermarchés

**D** = % dépenses

**Q** = % quantités

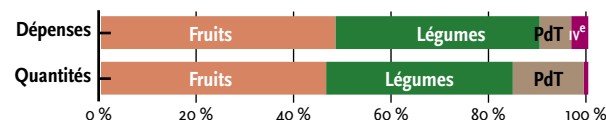
Les parts de marché sont exprimées en pourcentage(%) du total des quantités commercialisées et des dépenses des ménages en fruits, légumes et pommes de terre

(Source : TNS panel 2007)

10 périodes d'assortiments sont proposées :

- Janvier-Février
- Mars
- Avril
- Mai
- Juin
- Juillet-Août
- Septembre
- Octobre
- Novembre
- Décembre

### Les parts de marché





# LA MIRABELLE,

## LE DERNIER FRUIT VRAIMENT SAISONNIER ?

**L**es trois dernières campagnes ont été plutôt difficiles. Gelées de printemps, mauvaises conditions climatiques à la récolte n'ont pas toujours permis à la mirabelle de Lorraine d'être suffisamment présente sur le marché du frais. 2008 ne s'annonce pas, en volume, comme une année prometteuse. Les producteurs de mirabelles, notamment en IGP, feront néanmoins le maximum pour que l'approvisionnement soit à la hauteur des espérances tant ce fruit est attendu, comme chaque année, par les consommateurs ainsi que par les distributeurs. Catherine Gigeux du Ctifl, responsable de la station d'expérimentation de l'AREFE, fait le point en répondant à nos questions sur l'évolution de la filière mirabelle en Lorraine.

### Pouvez-vous nous brosser un panorama de la production de mirabelles ?

La France, et plus particulièrement la Lorraine, produit l'essentiel des mirabelles commercialisées en Europe, seule l'Allemagne propose une mirabelle plus souvent de petit calibre. De fait, la France est le premier producteur européen de prunes avec le tiers des volumes. La mirabelle est cultivée, plus particulièrement pour des raisons de climat et de terroir, en Lorraine, mais on en trouve un peu en Alsace et dans la Vallée du Rhône. 85 % de la production de mirabelles est concentrée en Lorraine et, sur le plan professionnel, sur trois bassins (Meurthe-et-Moselle, Meuse et Vosges). La production agraire se fait, quant à elle, sur l'ensemble du territoire et échappe complètement au circuit du frais.

Dans les années 70, la production jusque-là traditionnelle et quasi inorganisée, a été envisagée de façon professionnelle. Avant cette date, les mirabelliers faisant partie du paysage lorrain n'avaient pas de vraie existence économique. En Lorraine, chaque famille possédait quelques mirabelliers qui étaient plutôt destinés à leur consommation, dont la distillation, et, les bonnes années à l'approvisionnement des confiseries et conserveries locales.

À l'heure actuelle, environ 200 producteurs sur 1 500 hectares produisent entre 12 et 15 000 tonnes dont 1 000 t environ sont destinées au marché du fruit frais. Cependant aucun de ces producteurs ne mise que sur cette production, souvent aléatoire.



### Comment peut-on caractériser la gamme actuelle et l'évolution de l'offre ?

Sur le fond, rien n'a changé, la production se fait de façon extensive (moins de 300 arbres/ha), sur des vergers enherbés, sans irrigation, et avec le même matériel végétal. On parle ici de population car il s'agit en fait de plusieurs variétés locales qui sont utilisées par les producteurs. C'est la localisation et le choix de ces variétés plus ou moins précoces qui assurent l'étalement de la production, qui reste néanmoins concentrée principalement sur le mois d'août, mais dure en réalité six semaines. Et si c'était le vrai dernier produit de saison ? Seule réelle amélioration, la taille qui a permis de contourner le problème majeur du mirabellier : l'alternance (propension à ne produire réellement qu'une année sur deux). Le mode de récolte est resté aussi traditionnel, même si les moyens ont évidemment évolué. On est passé dans les années 70, du gaulage des arbres avec des perches manipulées par des hommes au vibrage mécanique. Le résultat est identique. Seuls quelques 10 % de la production pour le marché du frais sont cueillis pour la vente en unités consommateur. C'est donc tout naturellement, compte tenu de ces pratiques « ancestrales », puisque la mirabelle est présente dans cette région depuis 500 ans, que Mirabelles de Lorraine a obtenu en 1999 son IGP. Cette IGP vient récompenser les modes de production traditionnels des producteurs, respectueuses de l'environnement, et assure au consommateur un authentique produit de terroir.

L'objectif des producteurs est d'aug-

menter les volumes mis sur le marché du frais, en s'adaptant aux besoins du consommateur, en proposant des modes de récolte (cueillies à la main ou vibrées) et de conditionnement différents (barquette, panier, plateau conditionné au champ...).

### Quels sont les critères de qualité de la mirabelle ?

Visuellement, indiscutablement, c'est la couleur, un beau jaune franc sachant que la pigmentation de rouge n'est pas un signe de qualité, et qui plus est, très aléatoire. Ces rougeurs sont dues en fait

à une réaction épidermique, à un stress. Ensuite, c'est le taux de sucre, 16 % est un niveau de sucre satisfaisant. Les fruits labellisés partent avec un minimum de 17 %. Le calibre est également un indice. Recherchez plutôt les fruits d'un calibre supérieur à 22 mm, signe qu'ils ont atteint un bon développement physiologique et que la charge de l'arbre a été maîtrisée. Comme pour tous les autres fruits, quantité et qualité ne font pas bon ménage.

### Comment préserver la qualité ?

Ce fruit est extrêmement sensible aux manipulations car il est toujours récolté à un stade avancé de maturité, sinon il ne se « décroche » pas au vibrage. C'est d'ailleurs une garantie de qualité gustative. Il est vivement conseillé de l'entreposer à moins de 10 °C. Sa durée de vie est courte. Le fruit est à travailler au jour le jour, sans stock, avec des quantités raisonnables en rayon assurant de bonnes rotations. Les fruits conditionnés en barquette, moins exposés aux manipulations des clients sont un bon compromis car ils offrent au consommateur une qualité protégée et au distributeur un taux de perte moindre. Suivez le label Mirabelles de Lorraine, il est pour vous une garantie de qualité.

### Comment le consommateur perçoit-il la mirabelle ?

Les enquêtes consommateur montrent que la mirabelle est très appréciée pour son équilibre sucre/acidité. Son parfum caractéristique en fait un fruit « bonbon », bien accepté par les jeunes, avec un petit noyau rond, non adhérent. Lorsque l'on évoque la région Lorraine, elle est toujours associée à son fruit emblématique. De plus, la mirabelle se prête à de très nombreuses utilisations, tant fraîche que cuite, salée, sucrée. Enfin, cette prune, à la durée de vie très courte sur les marchés, est un fruit plaisir recherché ; sachez en tirer parti ! ■

PROPOS RECUEILLIS PAR PATRICE GREFF



Pour en savoir plus :  
[www.mirabelles-de-lorraine.fr](http://www.mirabelles-de-lorraine.fr)