

"Les startups aident le consommateur à se réappropriier son alimentation"

Alors que le secteur de l'alimentaire poursuit sa mue profonde, entre transparence et proximité, l'innovation s'impose plus que jamais au premier plan. Parmi les régions les plus dynamiques du secteur : celle du Centre-Val de Loire, qui porte un écosystème de plus en plus prospère.

30 avril 2021

Créée en 2017, l'association Dev'Up Centre-Val de Loire a pour mission de faire le trait d'union entre les écosystèmes de la région et les startups de la FoodTech souhaitant se développer et s'implanter. Emmanuel Vasseneix, à la tête de l'entreprise LSDH (Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel – partenaires de marques comme C'est qui le Patron! Fresh Gourmet, La Ferme à Jules, Les Crudettes, Cidou....) et François Roche-Bayard, consultant passé notamment par la direction de Michel et Augustin ou de la biscuiterie Saint-Michel, expliquent les enjeux de l'installation de ces nouveaux entrants.

L'industrie agroalimentaire française est un pilier du tissu économique français, représentant 5% de l'emploi et 3,5% du PIB national. Qu'apportent les startups à un secteur séculaire et développé ?

Emmanuel Vasseneix : Tout d'abord je préfère parler d'alimentation plutôt que d'industrie agroalimentaire. C'est tout le processus, de la fourche à la fourchette, qui change drastiquement. Les startups nous aident à mieux appréhender ces changements, apportent une nouvelle écoute du marché, de nouveaux paradigmes, et un savoir technologique qui nous est précieux. Tout cela fait progresser l'ensemble du secteur.

François Roche-Bayard : On assiste à une modification profonde du secteur alimentaire. La proximité et la personnalisation remplacent la massification et la centralisation. Les startups sont très en avance sur ces nouveaux créneaux. Elles permettent au secteur d'avoir une approche plus en phase avec les évolutions de consommation. L'innovation technologique est évidemment importante mais c'est aussi l'innovation servicielle qui permet à tout le secteur de tirer profit de l'arrivée de startups. Des nouveaux acteurs tels que Comme des papas qui propose une nouvelle approche de l'alimentation pour bébés nous aident à repenser notre rapport au consommateur.

"Plus encore qu'un changement radical, les

consommateurs attendent des acteurs économiques du secteur de la transparence, en finir avec le washing de toutes sortes”

On entend justement depuis quelques années que les attentes des Français et Françaises en matière d'alimentation changent de manière visible. Moins de produits ultra-transformés, plus de circuit court, moins d'impact environnemental, plus d'agriculture biologique. Alors, véritable chambardement ou effet de mode ?

E.V : On assiste à un changement de paradigme, c'est vrai, mais ce n'est pas une tendance unique, mono directionnelle. Nous, acteurs de l'alimentaire, devons accompagner ces changements structurels de consommation en portant un regard nouveau sur les méthodes de production, d'emballage, le respect des producteurs et le tri des déchets par exemple. Le consommateur doit aujourd'hui être l'épicentre de nos stratégies. Or, plus encore qu'un changement radical, les consommateurs attendent des acteurs économiques du secteur de la transparence, en finir avec le *washing* de toutes sortes. Les initiatives comme C'est qui le patron correspondent totalement à ce changement de fond. Le consommateur agit sur toute la chaîne de valeur depuis la production jusqu'à la vente d'un produit. C'est une double innovation car elle permet à la fois plus de pédagogie sur la chaîne de valeur d'un produit, et une réappropriation de la consommation par le consommateur.

F.R-B : Il faut faire une distinction entre les effets d'annonce, le poids médiatique des tendances et leur réalité en termes de consommation. Sans rien enlever aux modifications des attentes des consommateurs, il faut aussi entrer de plain-pied dans l'ère de la pédagogie alimentaire. C'est en comprenant au mieux les enjeux que nous serons collectivement capables d'appréhender ces modifications structurelles. Je suis par exemple convaincu que l'art de vivre à la française, dont la gastronomie est un fer de lance, est à la fois un immense atout et une direction à suivre même si elle n'est pas nécessairement la première citée parmi les évolutions attendues par les consommateurs.

Pour la première fois en 2018, c'est l'AgriTech qui est devenue, en France, la catégorie de la FoodTech qui a concentré le plus d'investissements. Dans le même temps, ce sont les startups de livraison et de service qui s'octroient la plus grande part de gâteau en Europe. Pourquoi, selon vous ?

E.V : C'est une excellente nouvelle. L'agriculture française est en danger, elle fait face à de multiples risques. On le voit encore aujourd'hui avec les conséquences de la crise sanitaire ou la récente vague de gel. Or, la France a une culture agricole très forte et a le devoir de proposer sa vision au sein de l'Europe et du monde sur la production agricole de demain. Une vision qui englobe toute la chaîne de valeur, depuis le producteur jusqu'au consommateur, en passant par exemple par la fiscalité ou le législateur. C'est en investissant de manière viable et durable, dans la recherche notamment, que nous pourrons affronter les enjeux alimentaires de demain et profiter au mieux de la richesse et de la diversité de nos cultures. Si l'AgriTech soutient ce nouveau rééquilibrage des investissements en France, c'est une très bonne nouvelle.

F.R-B : Je ne peux qu'être d'accord avec Emmanuel, c'est une excellente nouvelle. Je suis convaincu que les Français ont un attachement très fort au terroir, et on le retrouve notamment dans les nouvelles normes de consommation. Ces chiffres vont selon moi dans le sens d'une réappropriation par les Français des enjeux liés à notre agriculture. Il faut aujourd'hui manger varié et équilibré. Or, nous avons en France la chance de pouvoir et de savoir produire une alimentation variée et équilibrée. Cette diversité est une vraie opportunité pour les startups de la FoodTech en général, et de l'AgriTech en particulier.

Vous êtes ou avez été tous deux dirigeants de maisons emblématiques de la région Centre-Val de Loire (St Michel et LSDH). Quel est l'intérêt de cette région quand on développe une entreprise de l'industrie agroalimentaire ?

E.V : La position géographique de notre région est un atout majeur. Elle est au carrefour de l'Europe, avec des infrastructures de transport qui la rendent accessible depuis et vers partout. Sa proximité de Paris la rend susceptible d'accueillir tous types d'acteurs économiques du secteur agroalimentaire dans d'excellentes conditions et le conseil régional a d'ailleurs beaucoup misé, avec succès, sur cette attractivité économique. Elle offre en outre une diversité et une richesse de cultures immense. Il y a en Centre-Val de Loire une notion de pragmatisme territorial. Les acteurs économiques de la région sont attachés au territoire, et se sentent globalement responsables de son essor et de son attractivité.

F.R-B : Je rejoins Emmanuel sur ces attraits, bien sûr. J'ajouterais que la composition géologique et le climat du territoire le rendent également très fertile et lui apporte cette diversité de cultures. Effectivement la volonté politique, portée notamment par la Région, qui encourage la mise en valeur du patrimoine et de la gastronomie, est un immense appui pour le secteur. Or, cet élan est également soutenu par un maillage très fort des acteurs économiques et l'industrie agroalimentaire du territoire. Le développement de lieux comme Food Val de Loire est un bel exemple de ce maillage très fort et de cette volonté collective de repenser le secteur en innovant tout en s'appuyant sur un savoir-faire qui n'a plus à faire ses preuves.

Qu'est-ce qui, selon vous, pousse les startups à réfléchir de plus en plus à une implantation extra-francilienne ?

E.V : La crise sanitaire a accéléré cette prise de conscience. Dans l'alimentaire peut-être plus qu'ailleurs, les startups doivent absolument réfléchir en termes de pôles de compétences. C'est une responsabilité que nous, acteurs industriels installés, devons assumer. Si nous créons les conditions optimales d'accueil et d'implantation des startups, par un maillage fort, un soutien important à l'innovation, elles viendront naturellement. On le remarque déjà avec les initiatives mentionnées plus tôt qui participent de l'attractivité territoriale de la région Centre-Val de Loire.

“De plus en plus de startups se développent avec un pied à Paris et un pied en région”

F.R-B : Si Paris reste encore à ce jour l'épicentre de l'innovation entrepreneuriale, on observe

que de plus en plus de startups se développent avec un pied à Paris et un pied en région. Je pense que c'est un modèle vertueux, pour se rapprocher à la fois de l'essence même du secteur, la terre, et des cercles décisionnaires. En ce sens, les régions avec de bonnes infrastructures de transport et un territoire accessible rapidement depuis et vers Paris tirent leur épingle du jeu.



JEUDI 6 MAI À 17H30

WEBINAIRE > FoodTech, tous les ingrédients pour grandir en Centre-Val de Loire

Venez échanger avec des experts et des entrepreneurs qui réussissent en Centre-Val de Loire

◆ Avec la participation de :

Emmanuel Vasseneix Président de LSDH, (partenaire des marques C'est qui le patron !, Les Crudettes, C'Zon, Cidou, Fresh Gourmet, Greenshot...)

David Hermange Co-fondateur NéoGourmets

François Roche Bayard Consultant, (ex directeur général Michel et Augustin)

Marie Joseph Lambert, Directeur de Cybeltech

Inscriptions obligatoires :
www.devup.pro/agrotech-cvl/

devup | 
Centre-Val de Loire
Innovation et développement des entreprises

Vous souhaitez en savoir plus sur les avantages de s'implanter en région Centre-Val de Loire pour une startup ? Inscrivez-vous dès maintenant [au webinar organisé par l'association Dev'up](http://www.devup.pro/agrotech-cvl/) le 6 mai prochain à 17h30.

[S'inscrire au webinar](#)

Article écrit par Maddyness, avec Dev'Up Centre-Val de Loire