

Ecrit par le 25 décembre 2024

Isema Avignon ouvre ses portes le samedi 5 février

SAMEDI 5 FÉVRIER 2022

10>17H

DES ATELIERS !
métiers, alternance,
coaching, test de
niveau d'anglais
et rencontrez
nos étudiants...

JPO **iseMa**
BUSINESS SCHOOL FOR LIFE

Devenez Manager de la Naturalité

L'école supérieure de commerce des entrepreneurs de la naturalité, [Isema Avignon](#), ouvre ses portes le samedi 5 février, de 10h à 17h.

Une journée dédiée aux étudiants qui souhaitent devenir des managers commerciaux dans un environnement dynamique en lien avec l'alimentation, le vivant et l'environnement. Deux formations seront présentées : le [Bachelor chef de projet commercial](#) (en 1 an pour valider un Bac+3) et le [MBA responsable d'affaires agroalimentaires](#) (en 3 ans pour valider un Bac+5 - admissions parallèles possibles). La journée portes ouvertes de l'Isema permet de découvrir l'école de l'intérieur et de confirmer son projet de poursuite d'études. Cette année encore, elle sera commune aux deux écoles [Isema](#) et [Isara](#).

Au programme de ce samedi 5 février 2022 : des échanges avec les étudiants, les intervenants ; la visite de l'établissement ; des espaces dédiés à l'alternance, les filières et métiers et des ateliers pour tester ses compétences en anglais et la connaissance de soi et de son projet (apporter un CV). Inscription fortement recommandée, [cliquez ici](#).

Lire aussi : [Les étudiants de l'Isema créent une préparation pour gâteau personnalisable à base d'algues](#)

Ecrit par le 25 décembre 2024

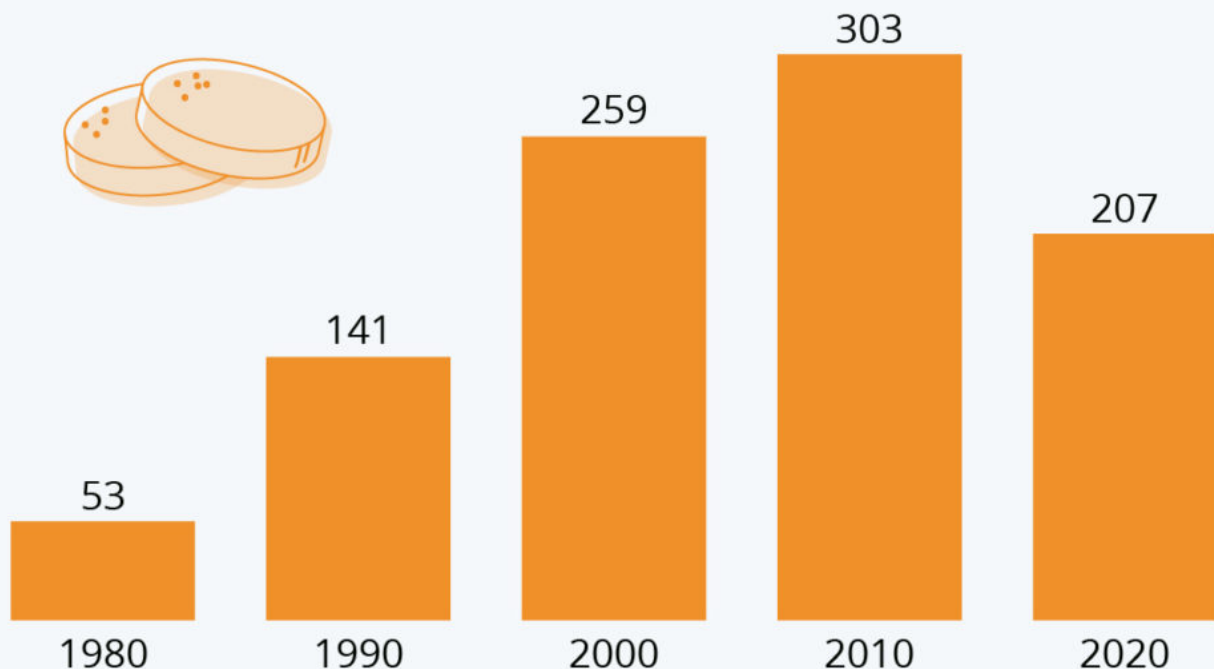
L.M.

Foie gras : de l'industrialisation au déclin ?

Ecrit par le 25 décembre 2024

Foie gras : de l'industrialisation au déclin ?

Consommation annuelle de foie gras par habitant en France depuis 1980, en grammes *



* Foie gras de canard et d'oie.

Source : Agreste



statista 

Représentant [70 %](#) de la production mondiale, la France est de loin le plus grand pays producteur et consommateur de foie gras. Mets emblématique des fêtes de fin d'année dans l'Hexagone, le foie gras est de nos jours essentiellement consommé de façon saisonnière et les producteurs réalisent entre 70 % et 75 % de leurs ventes annuelles durant la période des fêtes de Noël et du nouvel an.

Ecrit par le 25 décembre 2024

Affectée par les crises sanitaires à répétition depuis 2015 (grippe aviaire) et la montée des critiques dénonçant le gavage industriel, la filière du foie gras est sur le déclin ces dernières années. Selon une étude de [YouGov](#), la part des Français favorables à l'interdiction du gavage est passée de 44 % en 2009 à 60 % en 2018. Les consommateurs restent malgré tout attachés à ce produit faisant partie du patrimoine culturel et gastronomique. La part de ceux qui refusent d'en acheter pour des raisons éthiques a doublé depuis 2009, mais ces derniers étaient toujours minoritaires en 2018 (40 %).

Si la France consomme toujours autant de foie gras, c'est peut être aussi en partie grâce à la grande distribution, qui a grandement participé à la popularisation de ce produit festif. Comme le montre notre graphique basé sur les [données](#) de l'Agreste, la consommation de foie gras a fortement progressé dans les années 1980. Une décennie qui correspond à la période où les processus de fabrication ont été industrialisés, notamment afin de pouvoir fournir les supermarchés en plein essor. De 53 grammes par habitant en 1980, la consommation a été multipliée par six en l'espace de 30 ans, pour atteindre un peu plus de 300 grammes par personne en 2010. Avec l'impact des [baisses de production](#) liées aux épidémies de grippe aviaire survenues ces dernières années, la consommation était redescendue à 207 grammes par tête en 2020.

De [Tristan Gaudiaut](#) pour [Statista](#)

Avignon, Isema, Les pros sont sur la place !

L'Isema vient de remettre leurs diplômes MBA Responsable d'affaires agroalimentaires (Bac +5 niveau7) à deux promos, 2020 (empêchée pour cause de Covid) et la promo sortante 2021.

La cérémonie s'est déroulée dans l'amphithéâtre de l'école concrétisant 3 années d'études et d'engagement dans les cours et dans les périodes en entreprise puisque la majorité des élèves ont choisi l'alternance.

Insertion professionnelle

De nombreux étudiants sont déjà en poste, souvent embauchés par l'entreprise dans laquelle ils ont fait leur alternance. D'autres ont fait le choix de poursuivre leurs études ou sont partis à l'étranger. De nombreux postes s'offrent à eux dans le secteur des achats, de la vente, du marketing, de la logistique... Leur double compétence technique et commerciale rendant leurs profils attractifs vis-à-vis des entreprises.

Employabilité en chiffres

Promo sortie en 2021 : 82% en emploi dont 89% de CDI (Contrat à durée indéterminée), en 2020, 97% en

Ecrit par le 25 décembre 2024

poste dont 88% en CDI. [Isema](#). Business school for life. Ecole supérieure de commerce des entrepreneurs de la naturalité : agroalimentaire, bio industrie, environnement. Cité entreprise. Agroparc. 105, rue Pierre Bayle à Avignon.

L'Isema

Elle a pour vocation de former des managers à double compétence. L'école propose des enseignements en sciences de gestion, management, marketing, économie... associés aux sciences et techniques appliquées aux secteurs de la Naturalité (Alimentation, Agroécologie, Industrie du vivant) majoritairement assurés par des professionnels experts. Pour renforcer la professionnalisation des programmes, l'équipe enseignante préconise l'alternance qui permet d'acquérir des compétences opérationnelles par la mise en situation en entreprise. L'objectif est de développer les talents des étudiants sur des axes forts comme l'innovation, la gestion de projet et l'entrepreneuriat pour apporter les compétences attendues par les professionnels. Les élèves sont, ainsi, assuré d'une forte employabilité une fois diplômés.

MH



Isema, promo 2021

Agnès Zwaenepoel rejoint les rangs de l'Isema

En ce mois de rentrée, [Agnès Zwaenepoel](#) a rejoint l'activité formation continue de l'[Isema](#) (Ecole supérieure de commerce des industries alimentaires, bio-industrie du vivant et de l'environnement) en tant que conseillère en formation.

Titulaire d'un Bachelor en marketing et management, d'un diplôme de management hôtelier ainsi qu'un master 1 en ressources humaines spécialisé dans la formation, Agnès a occupé diverses fonctions dans la relation client, le commercial et la formation un peu partout dans le monde : Espagne, Angleterre, Etats-Unis et Australie. De retour en terre provençale et forte de ces expériences, elle a choisi d'orienter sa carrière vers l'accompagnement RH et la formation. Elle s'est naturellement dirigée vers le métier de consultante en évolution professionnelle et formation qu'elle exerce désormais.

Ses missions principales : promouvoir le catalogue de formation continue de l'Isema, recenser les besoins en développement de compétences des entreprises et leur proposer des offres adaptées. Agnès est également membre et Présidente 2020 de l'association de la [Jeune Chambre Economique du Grand Avignon](#), et engagée sur son territoire.

L.M.

Le 'Panier provençal' enrichit son offre de nouvelles recettes dédiées aux particuliers

Le 'Panier provençal', entreprise agroalimentaire basée à Tarascon, propose une gamme de purées de tomates provençales et 100% locales. Historiquement destinée à la transformation en usine, l'entreprise dirigée par [Frederic Baeza](#) lance une nouvelle offre à destination des particuliers. Le 'Panier provençal' voit la vie en rouge tomate depuis plus de 10 ans.

Ecrit par le 25 décembre 2024

« Des sauces tomates de Provence, éthiques et pratiques, pour colorer votre cuisine et bien plus encore, » ainsi résonne le mantra du groupe. C'est de la transformation de tomates françaises en produits destinés à l'industrie que 'Le Panier provençal' (anciennement 'Provence tomates') a fait sa spécialité. L'usine, située à Tarascon et filiale du [groupe CAPL](#) depuis août 2019, est la principale industrie de transformation de tomates en France.

« Pour étoffer notre offre initialement destinée aux industriels, nous avons créé un [site de vente en ligne](#) pour permettre aux particuliers de découvrir nos produits. Nous travaillons actuellement au développement de nouveaux produits très estivaux, notamment un gaspacho et un ketchup et nous avons lancé une campagne de financement participatif sur la plateforme [Miimosa](#), explique [Alice Mor](#), responsable marketing et communication au sein du groupe CAPL.

80 000 tonnes de tomates chaque année

D'une capacité de 80 000 tonnes annuelle, 'Le Panier provençal' transforme la production de tomates d'industrie des agriculteurs des départements 13, 26, 30, 34 et 84. Sa part de marché en 2018 était de 71 % des hectares de ces départements et 46% au niveau national réalisant un chiffre d'affaires de près de 17M€. Mais cette usine est surtout un maillon essentiel de la chaîne d'approvisionnement et de la GMS (Grande et moyenne surface) en dérivés de tomates. Elle fournit 60% des besoins en pur jus de tomates et près de 50% de ceux en purées. C'est plus de 50% des besoins nationaux en dérivés de tomates bio et sans résidus de pesticides qui sont couverts par 'Le Panier provençal'. « La volonté du groupe CAPL était de sauver ce maillon essentiel de la filière française de tomates d'industrie et de rémunérer au juste prix les producteurs. »

Ecrit par le 25 décembre 2024



©Le Panier provençal

La gourde de sauce pizza, best-seller

« Les produits ont en général tous bonne presse mais la gourde de 300 grammes de sauce pizza fonctionne particulièrement bien. Il s'agit de la seule sauce cuisinée prête à l'emploi alors que les autres sont 100% pur tomate. De l'avis des consommateurs, elle n'est pas acide, hyper digeste avec le goût très présent de la tomate. » Les meilleures tomates de Provence sont passées à travers un tamis à maille très fine pour éliminer toute trace des peaux et pépins, puis mélangées à de fines herbes de Provence ainsi qu'une pointe d'huile pour en exalter le parfum. « La gourde de 300g contient une sauce bio, avec zéro résidu. Vous pouvez faire toutes vos préparations traditionnelles à l'aide de cette sauce », explique Alice Mor. Les avantages de la gourde ? Un format pratique, simple d'utilisation et offrant une conservation de 2 ans dans le placard. « C'est un format à emporter, idéal pour une pause déjeuner ou un pique-nique. »

Deux nouvelles recettes pour les particuliers

Le 'Panier provençal' organise une campagne de [financement participatif](#) dans le but de lancer ses deux nouvelles recettes : un Gaspacho bio et un Ketchup sans eau et sans sucres ajoutés. Des produits qui viennent compléter la gamme de produits déjà disponible en ligne. Alice nous livre un petit sucré, « le sucre est en fait remplacé par de la purée de pommes qui donne au ketchup un goût naturellement sucré à l'aide du fruit. L'apport est plus intéressant que le ketchup traditionnel ou l'on ajoute du sucre raffiné et des édulcorants. »

Ecrit par le 25 décembre 2024



© Le Panier provençal

« Il y a quelques mois, nous avons organisé un sondage, c'est le Gaspacho Bio qui avait battu tous les records. Nous avons donc mis toutes nos équipes à contribution, et quelques mois plus tard, notre recette de GaSpacho provençal était enfin prête à être dégustée. À ne pas confondre avec son cousin espagnol le GaZpacho, notre GaSpacho est une fierté 100% française et provençale cuisinée avec nos bonnes tomates de Provence. »

Pour la société, le financement participatif est un moyen de faire connaître ses produits et ses projets. « Il ne s'agit absolument pas d'un manque de trésorerie mais de promouvoir notre identité et nos valeurs. Nos clients sont vraiment nos ambassadeurs, ils parlent beaucoup de la marque autour d'eux et relaient les recettes. Nous souhaitons les impliquer dans ce nouveau projet et les faire participer à la réussite de cette campagne. Ils reçoivent par la suite des contreparties en fonction de leur don (échantillons, etc.) »

Écrit par le 25 décembre 2024



© Le Panier provençal

Négociation fixée en amont avec les producteurs

« Nous sommes fier d'être 100% Français, et même 100% Provence. Ce que l'on souhaite mettre en avant ? L'origine de nos produits, la qualité et le goût », précise celle qui chapeaute le marketing du premier producteur de tomates de Provence en volume. Et d'ajouter « la tomate devient rare, nous rencontrons une très forte demande, et la production peine à suivre derrière. »

Le producteur est rémunéré en amont au cours d'un contrat de collecte dont les modalités sont fixées chaque année. Un prix d'achat est alors négocié sur la campagne. « La collecte va d'ailleurs commencer très bientôt, l'usine fonctionne 3 mois dans l'année et peut aller jusqu'à 80 saisonniers. » La logique de rémunération ? « Plus on arrive à dégager de la marge sur les produits finis, meilleures sont les conditions que l'on peut offrir au producteur l'année suivante. Evidemment, nous ne sommes jamais à l'abri d'une mauvaise surprise, une météo défavorable, une mauvaise récolte, etc. »

Ecrit par le 25 décembre 2024

Parmi les produits proposés en ligne, les consommateurs peuvent également trouver du riz, des pâtes, des pois chiches, des lentilles, etc. « On permet aux producteurs, qui font rarement de la monoculture, de promouvoir le reste de leur production. C'est une offre complémentaire composée de produits qui se marient bien avec la tomate de Provence. »

Des contrats industriels à respecter

« Pour le moment, la vente aux particuliers n'est clairement pas rentable. C'est la vente en gros qui nous fait vivre. Nous sommes quasiment dans le direct producteur, le seul intermédiaire c'est l'usine qui transforme la tomate. » Pour le 'Panier provençal', il n'est pas question de concurrencer les poids lourds de la grande distribution qui proposent déjà des gammes de concentrés de tomates. « C'est difficile de rentrer dans un marché qui est déjà très bien équipé. Même si notre produit est éthiquement intéressant, il faudrait mettre des moyens colossaux. » La société ne manquera pas de souligner que la majorité des produits en grande surface tirent les prix vers le bas du fait de la provenance étrangère des tomates. « Notre production de tomates n'est pas infinie, nous avons des contrats industriels qu'il faut respecter, et énormément de demandes. »

Concernant la livraison, l'entreprise s'est adjoint les services de Colissimo et Mondial relay. La livraison est offerte chez 'Espace jardin' à Carpentras, et les frais de port sont offerts à partir de 50€ pour une livraison Mondial relay. Une solution avantageuse en cas de commande groupée pour passer un été juteux et savoureux.

Les étudiants de l'Isema créent une préparation pour gâteau personnalisable à base d'algues

Le grand jury aura lieu le 9 juin prochain. Pendant des semaines, les groupes d'étudiants de l'[Isema Avignon](#) ont enfilé la casquette de chef d'entreprise à la tête d'une société agroalimentaire ayant pour défi la création du produit du siècle : innovant, écologique, bon et pratique. Plusieurs groupes s'affronteront dans quelques jours et devront séduire un jury composé de professionnels aguerris et passionnés. Rencontre avec Sabrina Ghrairi, membre du groupe les 'Pailletés', en lice avec une préparation pâtissière personnalisable à base d'algues et de citron.

Ecrit par le 25 décembre 2024

En quoi consiste le produit alimentaire que vous avez élaboré ?

Ce n'est pas juste un gâteau bourré de sucre, c'est une préparation raffinée avec un goût original. Avec mon équipe, nous avons réalisé une préparation pour gâteau, personnalisable et sans produit d'origine animale. C'est à dire que pour la même quantité, le consommateur peut obtenir deux recettes différentes. Au moment de préparer le gâteau, le gourmand aura le choix d'incorporer des ingrédients végans ou non : lait de vache, huile végétale, œufs, cette liberté dans les ingrédients n'interfère en aucun cas dans la qualité du gâteau.

Par quoi avez-vous remplacé les œufs dans votre préparation ?

L'enjeu était de trouver le bon dosage, pour aboutir à un gâteau assez moelleux, avec un goût précis et une texture agréable en bouche. Pour remplacer les œufs, notre secret : le yaourt de soja ! Nous avons fait de multiples tests et il suffisait de diminuer de 20g la farine et le sucre et d'augmenter ensuite en ajustant pour avoir un résultat final convaincant. La cuisine est une science exacte, le moindre gramme peut changer la donne.

Pourquoi votre préparation mérite-t-elle de gagner la compétition ?

Ce genre de préparation bio un peu protéinée, à base d'algues, de citron et de graines de chia est une réelle innovation sur le marché. L'algue, desséchée et dessalée, n'est presque pas perceptible au goût. Par ailleurs, cette plante apporte des vertus nutritionnelles non négligeables. Les algues régulent le taux de cholestérol, apportent des vitamines et des minéraux, luttent contre les carences en fer, tout en étant riches en cuivre, zinc et magnésium. L'alliance des saveurs avec notamment le citron donne un goût unique et un moelleux sans pareil. Et puis l'algue est écologique, c'est une plante récoltée toute l'année et en plus localement.

Qui vous a aidé pour la recette ?

La recette était vraiment le cœur du projet, le nerf de la guerre, il fallait qu'elle soit parfaite. Nous avons eu l'immense honneur de travailler avec un pâtissier étoilé de l'institut [Paul Bocuse](#). Ce fut un plaisir de collaborer avec un homme doué, expert en la matière et surtout passionné par l'art culinaire.

Quels sont les critères d'évaluation sur lesquels le jury va s'appuyer ?

Il y aura en fait deux jurys pour nous départir : un jury composé du corps enseignant qui jugera notre méthodologie et un jury professionnel qui jugera davantage la conformité du produit au marché. Nous serons évalués sur la viabilité de notre produit, ses qualités gustatives, son apparence, s'il rentre dans l'alimentation de demain, son packaging pratique et attractif, autant de critères qui ont nécessité un travail de longue haleine pour pouvoir provoquer une approbation unanime.

Quelles ont été les principales étapes de votre projet ?

Nous avons commencé par une étude marché en nous appuyant sur beaucoup de sources en ligne. Les

Écrit par le 25 décembre 2024

professionnels nous ont également bien accompagnés dans notre méthodologie. L'objectif était d'identifier les attentes des consommateurs, les besoins du marché pour, dans un premier temps, valider notre projet et sa pertinence. Nous avons ensuite mené une enquête consommateur auprès de 500 clients potentiels, afin de définir leurs attentes. Étaient-ils prêts à consommer ce type de produit ? La fourchette de prix était-elle justifiée à leurs yeux ? Quels étaient les possibles freins à l'achat ? Le prix psychologique était un élément fondamental dans le cadre de notre enquête. Nous souhaitions savoir au dessous, et en dessous de quel prix le produit était perçu comme trop cher, ou de mauvaise qualité. Vient ensuite le cahier des charges, incluant notamment les mentions obligatoires, la charte qualité, les équipements nécessaires, les méthodes de production, etc. Pour ce qui est de l'aspect juridique, une professeur anciennement dans ce domaine nous a apportés sa précieuse expertise. Notre équipe s'est ensuite penchée sur le 'mix marketing', véritable pivot central d'une stratégie produit réussie. Nous avons analysé le prix, la communication, la distribution, etc.

En parlant de packaging, qui a conçu celui de votre produit ?

[Agroparc](#) et [Armand Cointin](#), par le biais de son agence [Ambition web](#), ont vraiment participé à la réussite de notre projet. Le packaging confectionné par les équipes de création et design a énormément plu au jury. Ils ont également été d'un appui solide en matière de communication à travers la réalisation des affiches publicitaires, des plaquettes commerciales, etc. Le packaging est décisif si l'on souhaite se distinguer lors du concours. Il doit être suffisamment attrayant, pratique, écologique et simple à prendre en main. L'agence de communication a, selon nous, rempli toutes les cases.

Comment avez-vous financé ce projet ?

Nous avons une enveloppe de 400 euros dédiée aux différentes étapes de notre projet et aux frais occasionnés. Pour le reste, il a fallu taper aux portes et solliciter des partenariats afin de travailler en bonne intelligence. C'est un échange de bon procédé et de visibilité.

Prévoyez-vous de mettre le produit sur le marché par la suite ?

Normalement, le produit est prêt à être commercialisé à la fin du projet. Il suffit simplement de trouver un centre de production et de distribution. L'année dernière, certains étudiants sont parvenus à commercialiser leur produit dans des grandes surfaces et des salons professionnels il me semble. Il y en a même qui ont réussi le pari de charmer des investisseurs. Nous souhaitons en faire de même si notre produit fait l'unanimité le jour j.

Quelle est votre opinion sur ce type de projet ?

L'Isema est une école réputée pour ses actions et ses partenariats avec les acteurs du monde professionnel. La plupart des étudiants sont d'ailleurs en alternance, certains dans la région, d'autres non. C'est une grande opportunité pour nous, âgés entre 20 et 26 ans de relever ce défi, gage de notre professionnalisme sur le marché du travail. Je suis pour ma part en première année de master Responsable d'affaire commerciale en agroalimentaire et cet exercice correspond parfaitement à mes aspirations.

Ecrit par le 25 décembre 2024

Quelles ont été les principales difficultés rencontrées ?

Au cours de ce projet, nous avons exploré et découvert une multitude de choses : les contraintes, les risques, les désagréments mais aussi les réussites et l'engagement collectif. Nous avons énormément appris. Si je devais répondre à votre question, je choisirais le travail autour de la recette qui a été périlleux. Notre produit est très technique, il fallait par conséquent des ajustements constants autour des ingrédients pour trouver l'équilibre parfait. J'ai hâte de faire goûter le fruit de notre travail au jury le 9 juin prochain.

Propos recueillis par Linda Mansouri

Ecrit par le 25 décembre 2024

Hajar CHOUKAR



Tristan ROUYEYROL



Thomas AVERSA



Sabrine GHRAIRI



Billel BORG

L'équipe des Pailletés entend bien rafler le premier prix !

Rhonéa sélectionnée par Bpi France pour

Ecrit par le 25 décembre 2024

intégrer le programme 'Accélérateur agroalimentaire'



Rhonéa, Union des coopératives de Beaumes-de-Venise, Rasteau, Vacqueyras & Visan, a été sélectionnée par BPI France et le Ministère de l'Agriculture pour intégrer le programme 'Accélérateur Agroalimentaire' pour une durée de 24 mois. Objectif ? Accompagner les entreprises dans leurs enjeux de développement, de modernisation et d'innovation.

Vocations du programme

Voici un accompagnement sur-mesure qui permettra d'accélérer le développement de [Rhonéa](#) et renforcer sa compétitivité. Après avoir candidaté fin 2020, l'union coopérative a été sélectionnée avec 22 autres entreprises françaises pour son potentiel de transformation et ses ambitions de développement. Le programme 'Accélérateur agroalimentaire' a pour objectif d'accroître la compétitivité des entreprises de

Écrit par le 25 décembre 2024

la filière et de les accompagner face aux défis de demain. Les objectifs de ce programme sont multiples : réaliser un diagnostic 360° de l'entreprise, identifier les axes de croissance et d'amélioration, apporter un soutien personnalisé dans la mise en place du plan d'actions...

« Nous avons plus particulièrement sollicité l'accompagnement de Bpi France sur deux projets, détaille [Pascal Duconget](#), Directeur général. Il s'agit de l'excellence opérationnelle, c'est-à-dire notre capacité à disposer d'une 'Supply chain' permettant de répondre à nos évolutions internes et aux besoins de nos clients, et la transformation digitale au sens large, incluant l'ensemble des systèmes d'information de l'entreprise. »

Rhonéa, une coopération 'nouvelle génération'

Engagée et éthique, Rhonéa ne cesse de relever de nouveaux défis. Elle représente désormais 400 artisans vigneron sur le territoire du Vaucluse et est implantée sur 2.900ha de vignes, dont 2.100 en Crus et Côtes du Rhône Villages. « Avec l'arrivée récente des caves de Visan et Rasteau dans l'Union, nous prenons une nouvelle dimension » explique Pascal Duconget. « Avoir été sélectionné par BPI France pour bénéficier de ce programme sur-mesure est une belle reconnaissance de notre dynamisme. Nous voulons désormais concrétiser nos projets de développement pour en faire des réussites durables, autant auprès de nos artisans-vignerons que de nos clients. »

Farid Chemat, enseignant-chercheur : « Avignon est pionnier mondial de l'éco-extraction du végétal »

Ecrit par le 25 décembre 2024



Visionnaire, ambitieux et profondément humain : voilà comment définir l'homme qui en quelques mois a projeté la cité des papes au cœur de la recherche scientifique mondiale.

Nommé parmi les chercheurs les plus influents au monde, Farid Chemat s'est lancé il y a 20 ans à la conquête de la chimie verte à base de végétal. L'homme aux multiples casquettes, professeur des universités en chimie, enseignant-chercheur à [Avignon université](#) et directeur du Groupe de recherche en eco-extraction des produits Naturels ([Green](#)), vient de déposer une candidature auprès de l'Unesco afin de transmettre les résultats de ses recherches au monde entier. Rencontre avec l'un des plus éminents scientifiques de la région, et bien au-delà.

Tout commence en 2009

C'est avec humilité et bienveillance que [Farid Chemat](#) évoque son parcours, ses découvertes majeures, ses expériences, mais aussi ses frustrations. En 2006, il crée un groupe de recherche nommé Green : une équipe résolument tournée vers l'international avec pas moins de 7 nationalités différentes et 8

Ecrit par le 25 décembre 2024

doctorants engagés dans des contrats industriels. Les chercheurs sont animés d'une volonté commune, celle de mettre au service de l'humanité des procédés intelligents et naturels permettant notre subsistance sur le long terme. La renommée internationale du laboratoire est telle qu'elle suscite un jour la curiosité des députées de Vaucluse [Brune Poirson](#) et [Souad Zitouni](#) qui organisent rapidement une visite au laboratoire.

Au cœur des échanges : l'ambition de l'université de créer un bâtiment dédié à son axe identitaire '[agro et sciences](#)', lieu de croisement et de fertilisation de l'enseignement, de la recherche, de l'entrepreneuriat et de l'innovation. « En 2009, j'ai voulu faire une révolution en me tournant vers l'éco-extraction. Tout d'abord pour les problématiques écologiques : pas de solvant, pas d'eau et pas d'énergie, explique le chercheur. Mais cela reste une solution onéreuse en matière d'innovation à breveter, qui rend la compétitivité plus féroce. » A ce jour, plus de 20 brevets ont été déposés par le groupe de recherche de Farid Chemat, permettant de disposer de 20 ans d'avance en matière d'innovation.



Farid Chemat



Agro-alimentaire, cosmétique, parfumerie

L'équipe Green se focalise alors sur l'éco-extraction de produits naturels qui consiste à isoler des composés d'intérêts à partir de ressources naturelles (plantes, fleurs, graines, racines, microalgues, levures, bactéries, etc.), destinés à des domaines variés tels que l'agroalimentaire, la cosmétique ou la parfumerie. La technique est révolutionnaire en ce qu'elle utilise des procédés innovants et des solvants plus respectueux de l'environnement. « L'épuisement des ressources fossiles, le réchauffement de la planète et l'augmentation de la population mondiale représentent les principales transitions que nous devons affronter pour l'avenir de l'humanité, explique le professeur. Les solutions viendront des changements dans la production de nos énergies renouvelables et de nos produits chimiques à partir de nos ressources d'origine végétale. En raison de leur biodiversité, les plantes pourraient être suffisantes

Ecrit par le 25 décembre 2024

en tant que ressources mondiales durables pour des millions d'années pour toute l'humanité ».

L'extraction végétale ? Tout le monde en fait !

Tout le monde fait de l'extraction dans la consommation de tous les jours. Par exemple, lorsque vous faites couler votre café du matin, le mécanisme est exactement celui-ci. Tout le monde connaît l'extraction de la lavande ou de huile d'olive, répandue dans la région. Seulement voilà, les procédés d'extraction sont loin d'être 'éco friendly'. Deux tonnes de roses et plus de 20 tonnes d'eau sont nécessaires pour produire un litre d'huile essentielle de rose. Résultat : 1 990 kilos de plantes sont jetés et 10 fois plus d'eaux usées, quantité faramineuse de déchets à l'ère de l'épuisement des ressources naturelles.

L'enseignant tient à le souligner, il n'a pas la science infuse et ne se targue pas d'avoir trouvé la solution au problème, mais apporte sa pierre à l'édifice que d'autres peuvent compléter. « Nous avons trouvé un procédé qui permet d'extraire l'huile essentielle à partir des plantes fraîches, sans ajouter de l'eau ni du solvant », soutient Farid Chemat. Résultat : la plante reste intacte afin d'être réutilisée dans le cadre de ses autres molécules.

Le professeur aborde alors un deuxième problème majeur, celui de l'industrie agroalimentaire. « Une culture est égale à un produit fini, le reste est jeté. C'est le cas pour le colza, le tournesol ou l'olive. Nous sommes en train de jeter notre alimentation du futur, notre subsistance. Il faut impérativement arrêter cette logique de culture unique qui est selon moi un non-sens. Chaque année en France, l'industrie, mais également les consommateurs, produisent entre 5 et 10 millions de tonnes de déchets végétaux », abonde Farid Chemat.

Virage de l'industrie pour le 'green'

Dénigrée au 20e siècle, l'extraction du naturel a désormais le vent en poupe. La société et les industriels ont fait un virage à 180 degrés, envisageant quelque chose de plus naturel comme solution alternative au pétrole. « L'extraction était un domaine mal aimé au départ mais qui a connu une progression exponentielle. Nous étions ainsi en phase lorsque j'ai créé mon laboratoire. C'est un procédé relativement simple et peu technique. Tous les industriels ont besoin de ça. Au royaume des aveugles, les borgnes sont rois », philosophe le professeur. Seulement voilà, le professeur regrette une naïveté et un manque de formation, le chaînon manquant a été oublié. Pour avoir un chercheur confirmé, 20 ans sont nécessaires, la recherche ne se fait pas du jour au lendemain.

Naturex, Airbus ou Arkopharma

Parmi les plus fidèles collaborateurs du laboratoire : [Naturex](#), dont le siège social est à Avignon, est le leader mondial des ingrédients naturels d'origine végétale. L'entreprise offre à ses clients des ingrédients sourcés de façon responsable dans la nature pour les industries agroalimentaire, nutraceutique, et cosmétique. « Nous travaillons depuis 10 ans avec eux. Les colorants, qui étaient auparavant pétrochimiques sont dorénavant naturels. Pour extraire l'antioxydant et le colorant, il n'y a

Ecrit par le 25 décembre 2024

pas mieux que le végétal. Nous travaillons également avec la société [Arkopharma](#) pour ses nouveaux produits plus efficaces et plus respectueux de l'environnement dont le procédé a été fait au laboratoire. Nous avons également eu la chance de collaborer avec la société [Airbus](#) afin d'extraire l'huile à partir de levure et ainsi fabriquer du bio-kérosène », liste Farid Chemat. Au moins dix contrats de collaboration voient le jour par an avec des entreprises, permettant de financer les thèses des doctorants et post-doctorants.



Membre de l'équipe GREEN présentant l'éco extraction pour le grand public (jeune et moins jeune) lors du souk des sciences à la place de l'horloge Avignon

L'Université d'Avignon, appui moral

« Vous êtes une petite université, comment avez-vous réussi tous ces projets ? », cette rhétorique, Monsieur Chemat en est coutumier. A cela, il réplique par la proximité avec le président qui apporte un soutien moral considérable. La taille de l'université permet également une souplesse et une réactivité des services. Le professeur se réjouit par ailleurs du virage opéré au cours des ateliers pratiques, rendu possible grâce à l'accessibilité du végétal. « J'applique la totalité de mes recherches dans l'enseignement. Il fut un temps où les étudiants en chimie n'avaient pas le droit de toucher, sentir, goûter ni regarder car

Écrit par le 25 décembre 2024

c'était toxique. Ils ont maintenant la possibilité de le faire dans le cadre de leur travaux pratiques sur du thym ou du romarin par exemple. Les sens ont une importance capitale dans l'apprentissage », souligne-t-il.

Unesco, transmettre ses découvertes au monde entier

L'équipe Green a déposé une candidature auprès de l'Unesco pour un projet de chaire universitaire en éco-extraction du végétal, dans le cadre de ces activités de partage de connaissances avec les pays du sud. La première sélection a été réussie, l'équipe conduite par Monsieur Chemat est donc en lice pour la décision finale du jury international qui est attendue en janvier 2022.

« Nous souhaitons que le monde entier puisse en profiter. Nous ne souhaitons pas gagner de l'argent, l'Unesco n'offre aucun avantage financier mais un label qui nous permettra de partager nos recherches avec le monde entier », ambitionne Farid Chemat. Le scientifique et son équipe réaliseront alors leur objectif en plusieurs étapes : le partage avec les chercheurs des pays du sud, la mise en place de formations en ligne, la création d'une chaîne Youtube exposant toutes les ressources en libre accès ou même une exposition itinérante. « Nous voulons donner et partager à destination de l'éducation, maillon essentiel du développement économique », projette-t-il.

Ressources végétales à profusion dans les pays du Sud

Le [label Unesco](#) permettra de rayonner vers l'Afrique, destination prioritaire pour l'Unesco. « Les pays du sud possèdent énormément de ressources végétales, mais ne savent pas les valoriser. Mao Tsé-toung disait : quand un homme a faim, mieux vaut lui apprendre à pêcher que de lui donner du poisson », philosophe le professeur qui en est convaincu, l'éducation est le pivot central, permettant de sortir de la pauvreté et de créer les machines du futur. Il est à ce titre en relation avec plusieurs centres de recherche : Maroc, Algérie, Tunisie, Madagascar, Côte d'Ivoire, Île Maurice, Grèce, Espagne, Croatie ou Allemagne. Tous ont adhéré au projet.

Trop à l'étroit pour le rayonnement international

Si les contrats industriels tombent régulièrement sur le bureau du professeur, ce dernier déplore un certain manque de moyens et d'appui symbolique de la part de la Région Sud. « Nous sommes quelque peu à l'étroit et je suis contraint de refuser des collaborations industrielles même régionales en raison du manque d'espace de travail, regrette-t-il. J'ai été déjà approché par l'université de Sidney par exemple, qui souhaitait nous offrir un lieu de recherche. Je ressens de la frustration vis-à-vis des problématiques que rencontrent les entreprises et de ne pas pouvoir les aider. »

Selon le professeur, il incombe à la région de faire preuve d'initiative et d'impulser la recherche. « Je demande les moyens pour pouvoir rayonner encore plus. Mon rêve est que la région sud devienne la 'Green Valley', dans l'extraction de huiles essentielles, attirant les plus grands groupes dans le domaine de cette chimie du végétal. Cela aurait pour représenter 50 000 emplois supplémentaire en Paca », ambitionne-t-il.

Ecrit par le 25 décembre 2024

A l'échelle régionale, Monsieur Chemat regrette peut-être un manque d'intérêt concernant sur la naturalité. « Il n'y a pas d'action spécifique, par exemple une bourse de thèse régionale dédiée à la Naturalité pour une des universités de la région. Si notre projet est validé par l'Unesco, nous ne serons pas en mesure d'accueillir toutes les personnes souhaitant se former sur notre site. C'est pleinement frustrant », déplore le scientifique.

6 000 chercheurs font partis des plus cités dans le monde, dont 140 travaillent dans le domaine de l'agriculture. Parmi eux, seulement 4 Français ont été distingués, dont le professeur Farid Chemat. Un travail d'équipe qui s'investit dans une thématique portée depuis plus de 20 ans et née à Avignon. L'équipe Green attend impatiemment la réponse de l'Unesco. Une chose est sûre, « label ou pas », les chercheurs débiteront leur projet en septembre 2021.

'Juste bio' lance la 1re usine agro-alimentaire zéro plastique d'Europe



Ecrit par le 25 décembre 2024

En 20 ans, la PME vaclusienne est passée de la cacahouète de comptoir à numéro 1 européen du vrac bio dans la grande distribution alimentaire. Le tout en développant son ADN éco-responsable ainsi que son ancrage territorial.

« Nous avons commencé il y a 20 ans avec des produits gras et sucrés vendus dans du plastique et aujourd'hui nous sommes le leader européen du vrac bio avec 0 plastique. » Quel chemin parcouru par Franck Bonfils qui, pour financer ses études à sciences-po il y a plus de 20 ans, faisait griller des cacahuètes dans le garage de ses parents à Gigondas. Il faisait alors le tour des bars pour remplir les distributeurs posés sur les comptoirs avant qu'une polémique nationale sur leur hygiène n'ait raison d'eux.

Une fois son diplôme en poche, celui qui aurait souhaité devenir journaliste commence à travailler dans la banque. Mais sans grande conviction. Cet amoureux du Comtat Venaissin a envie de revenir travailler chez lui. Cette histoire de cacahuètes lui revient à l'esprit. Alors avec la complicité de ses parents, il crée 'Un Air d'ici' en 2000, avec comme objectif de proposer à la grande distribution des cacahuètes de bistrots 'à l'ancienne'.

Dans ce marché où il doit faire face à des mastodontes de l'apéro, il se distingue alors en proposant un produit de professionnel au particulier. Les grandes marques mettent en sachet, il conditionne dans un seau réutilisable. Elle cache leur produit dans un emballage aluminisé, il montre ses cacahuètes dans un contenant transparent. Et cela marche.

Le spécialiste des fruits secs bio

Dans le même temps, ce développement s'accompagne d'une adaptation de l'outil de production. 'Un Air d'ici' quitte Gigondas en 2006 pour rejoindre Carpentras, en face de Lafarge dans la zone de Carpensud. Le site s'agrandit notamment de 600m² en 2015 mais il n'est plus suffisant pour faire face à la croissance de l'entreprise vaclusienne.

Il faut dire qu'entretemps 'Un Air d'ici' s'est peu à peu positionnée comme spécialiste des fruits secs avant de s'orienter, en 2008, vers une production bio, toujours destinée à la grande distribution. C'est à ce moment-là que la société carpentrassienne mise sur le vrac via des meubles où les produits sont versés dans des trémies afin que les consommateurs puissent se servir de la quantité dont ils ont besoin dans des sachets kraft recyclables. Bien que le vrac représente désormais plus de 90% de l'activité, l'offre comprend également, en complément, une gamme en sachet pour la consommation 'nomade'.

« Ma grande fierté, c'est d'avoir permis à des millions de personnes de consommer du bio sans être des clients des magasins spécialisés. »

« Quand je suis arrivé dans les magasins pour proposer du bio en vrac, il n'y avait que des problèmes, se souvient Franck Bonfils. J'ai dit laissez-moi juste 1 mètre de linéaire pour faire nos preuves. J'étais sûr que nous étions dans le vrai car nous sommes les seuls au monde à gérer de cette manière avec une

Ecrit par le 25 décembre 2024

maîtrise complète de la chaîne : à savoir une connaissance parfaite des filières sur place (méthode de culture, pas de pesticide, pas de travail des enfants...), un contrôle à 100% des produits que utilisons par notre service qualité ainsi que par un laboratoire indépendant - je fais confiance, mais je contrôle - , des produits transformés à 100% dans notre site de Carpentras ainsi que des conditionnements 100% compostables et biodégradables. A cela, s'ajoute des techniciens dédiés, formés aux règles d'hygiène et de sécurité alimentaire, pour le remplissage des trémies hermétiques, directement dans les magasins, ce qui fait que personne n'entre en contact avec les produits dans nos meubles. »

L'accélérateur 'Juste bio'

Si tous les ingrédients sont là, il ne manque plus que le détonateur pour emballer la machine au niveau national. Cet accélérateur arrive en 2017 avec le lancement de la marque 'Juste bio' dont les meubles se trouvent dans plus de 6 000 points de vente en GMS maintenant. Le succès est tel que la nouvelle marque détrône 'Un Air d'ici' qui reste cependant le nom de la société. « Ma grande fierté, c'est d'avoir permis à des millions de personnes de consommer du bio sans être des clients des magasins spécialisés où ils n'ont pas l'habitude d'aller », se félicite Franck Bonfils.

Le pari n'était toutefois pas gagné lorsqu'il a fallu convaincre les banquiers de financer ses meubles et leur contenu que Franck Bonfils s'était engagé à reprendre à ses frais auprès des magasins. Finalement, c'est le Crédit agricole qui dit 'banco' pour financer la stratégie de la PME comtadine. Bien lui en a pris puisqu'aujourd'hui 25kg de produits 'Juste bio' sont vendus chaque minute, dont 5kg d'amandes qui constitue le produit phare de cette marque proposant plus de 140 références en vrac issues de l'agriculture biologique et certifiées bio (fruits secs, 'snacking', graines, céréales et petit-déjeuner, riz, pâtes, café...).

« 25kg de produits 'Juste bio' sont vendus chaque minute. »

Une stratégie récompensée par Ernst & Young dès 2018

Un positionnement salué en 2018 par le cabinet d'audit EY (Ernst & Young) dans la cadre de la 26^e édition de son prix EY. L'entreprise carpentrassienne figurant alors parmi les 9 lauréats de la région Sud-Est en obtenant un prix dans la catégorie 'Vision stratégique'

Et le succès est au rendez-vous de ce positionnement atypique qui se traduit aussi dans les résultats : 2M€ de chiffre d'affaires en 2005, 4M€ en 2008, 13M€ en 2016, 50M€ en 2017 et 78M€ en 2020 !

Cet essor s'accompagne alors inmanquablement de nouveau besoin de production. 'Juste bio' décide donc de se doter d'un nouvel outil fidèle à son ADN éco-responsable : un site de 10 000m², toujours à Carpentras, qui est la première usine agro-alimentaire zéro plastique d'Europe. « Nos services administratifs ont aménagé le 2 novembre dernier alors que le 2^e confinement débuté, se remémore Franck Bonfils. Les équipes de production sont arrivées le 15 décembre. »

Ecrit par le 25 décembre 2024

16M€ d'investissement

Avec cet investissement de 16M€ (9M€ pour le bâtiment et 7M€ pour les outils de production), le leader européen du vrac bio dispose également d'une usine à énergie positive dont la capacité de production est maintenant de 28 000 tonnes contre 7 000 tonnes pour l'ancien site qui sera conservé pour être loué. La PME gardant un attachement pour ce lieu qui l'a vu grandir.

La nouvelle usine comprend notamment un nouveau four permettant de produire en une journée l'équivalent d'une semaine de production sur l'ancien site. De quoi aussi permettre d'aromatiser directement ses produits à partir de produits bruts ou de continuer à les enrober, les griller ou les mélanger.

Dans la partie réfrigérée, des racks mobiles ont été installés pour réduire l'espace dédié au stockage. Résultat : 50% de place gagnée et d'importants gains énergétiques car il y a moins de volume à refroidir.

Mais ce déménagement a été aussi l'occasion de faire la chasse aux plastiques et autres déchets alors qu'avec le vrac c'est plus de 300 tonnes de plastiques qui ont pu déjà être économisés l'an dernier. Ainsi avec ces locaux flambant neufs 'Juste bio' permet dorénavant l'économie de 2 millions d'étiquettes grâce à un procédé de marquage laser remplaçant l'utilisation de solvant et des systèmes de jet d'encre.

« Grâce à ces méthodes nous allons aussi économiser 500km de ruban de transfert thermique ainsi que 2 000km de scotch. »

« Notre volonté, poursuit le patron vauclusien, c'est que notre site soit entièrement tourné vers la réduction des emballages polluants. »

« Notre volonté, poursuit le patron vauclusien, c'est que notre site soit entièrement tourné vers la réduction des emballages polluants. Pour cela, depuis 2019 nous avons notamment mis au point, avec une start-up israélienne, un emballage entièrement compostable et biodégradable. » Un conditionnement inédit d'origine végétale permettant de garantir une durée de vie de près de 1 an au produit emballé qui avait eu les honneurs de Brune Poirson, alors secrétaire d'Etat auprès du ministre de la Transition écologique et solidaire lors d'une présentation il y a bientôt 2 ans.

« Ce procédé est en open-source. Il est donc utilisable par l'ensemble du secteur qui, pourtant, ne semble pas se précipiter pour l'utiliser » regrette Franck Bonfils.

Même désappointement concernant la mise en place de filières de production locales : « en matière d'approvisionnement nous essayons de faire toujours au plus proches. D'abord la France, puis nos voisins européens et ainsi de suite... »

S'approvisionnant dans une trentaine de pays, le patron de 'Juste bio' qui a appris à maîtriser ses craintes en avion, est un gros utilisateur d'amandes bio (1 200 tonnes par an provenant essentiellement

Ecrit par le 25 décembre 2024

d'Espagne et d'Italie). L'entreprise est donc prête à soutenir la mise en place d'une filière. Encore faut-il que les différents acteurs prennent en compte les exigences du secteur du bio.

« Je suis un fervent défenseur de l'emploi local. »

Autre grande fierté pour Franck Bonfils : créer de l'emploi local. « Je suis un fervent défenseur de l'emploi local car c'est nous les entrepreneurs qui créons des emplois et c'est nous qui créons des consommateurs sur nos territoires », explique celui qui ne comptait que 5 salariés en 2005 puis une trentaine à l'orée 2016/2017. Aujourd'hui, l'entreprise compte 130 salariés ainsi que 15 à 20 intérimaires supplémentaires. L'an dernier, cet acteur de l'emploi local a recruté 40 personnes et cherche à en embaucher 10 de plus actuellement ([recrutement ici](#)).

L'emploi, l'emploi et encore l'emploi semble être le leitmotiv de ce patron qui n'avait hésité, il y quelques années à supprimer toutes les cartes Total de ses commerciaux suite à l'annonce d'un plan de licenciement après des bénéfiques records du pétrolier. « Nous avons pris nos cartes essence chez nos clients distributeurs », explique-t-il alors qu'il offre alors des vélos à ses salariés pour limiter les déplacements en voiture. Le bio ce n'est pas que dans les amandes c'est aussi dans la tête.

Et le Covid dans tout ça ?

« Lors du 1^{er} confinement, on a fermé le vrac pour des raisons d'hygiène en apposant des messages anxiogènes dans les rayons alors que *vrac ne présente pas plus de risque qu'un paquet de gâteaux mis en rayon par un opérateur*. Je le répète, nos opérateurs versent les produits dans les trémies sans toucher les aliments. Ensuite, ce sont les consommateurs qui se servent sans jamais être en contact avec les produits stockés dans nos meubles. »

« Avec cette crise sanitaire, il y a un vrai retournement des consommateurs qui veulent plus de transparence et d'informations. Maintenant, ce que l'on raconte sur les entreprises intéresse le grand public. Dans le même temps, je suis convaincu qu'à long terme on ira à la réduction des emballages et que le secteur du vrac devrait exploser. »

En attendant, les projets ne manquent pas puisque 'Juste bio' va sortir en 2021 'Cocorico' une gamme de produit français (noix, légumineuse...). Autre lancement, l'arrivée de la marque 'Louis et P'tit Jules', qui reprend le concept du vrac dans des meubles, pour être déclinée au sein de la GSS (Grande surface spécialisée). Déjà présent en Suisse, en Belgique, au Luxembourg et au Portugal, la 'pépète' vauclusienne envisage également d'étendre son offre à l'export.

Ecrit par le 25 décembre 2024

