



Valorial
BIEN L'INNOVER PAR INNOVATION

MIEUX INNOVER

L'agro fait sa révolution

30 NOVEMBRE 2017 · LE PONANT · PACÉ

COLLOQUE #11

COMMUNIQUE DE PRESSE
RENNES DECEMBRE 2017

« L'AGRO FAIT SA RÈVOLUTION ... ET VOUS ? »

FORTE AFFLUENCE POUR LE COLLOQUE VALORIAL
QUI S'EST TENU LE 30 NOVEMBRE A PACE /35

PLUS DE 300 PERSONNES VENUES DE TOUT LE GRAND OUEST

L'agroalimentaire vit une profonde mutation de ses modes de pilotage de l'innovation, accélérée par la transformation numérique qui infuse dans toutes les fonctions vitales de l'entreprise. Rendre l'innovation performante relève d'un subtil dosage, avec un équilibre permanent à trouver entre rigueur-normalité et créativité.

Plus que jamais, cette 11^{ème} édition du colloque annuel de VALORIAL s'est imposée comme un moment stratégique pour toutes les IAA du Grand Ouest avec, cette année encore, plus de 300 participants qui vont maintenant pouvoir capitaliser sur des expériences et recommandations clairement exprimées ! Et entamer ou poursuivre leur révolution !



Contacts presse :

Valorial : Christophe JAN 02 99 31 53 16 / 06 42 97 92 92 / christophe.jan@pole-valorial.fr

Phares & Balises : Serge THOMAS / 02 23 30 70 30 / st@pharesetbalises.com

**Booster les processus d'innovation ? Oui... mais comment ? A quelles fins ? Avec qui ?
Interventions d'experts et d'industriels : premiers retours sans langue de bois avec des signaux forts qui ont pu être adressés aux IAA présentes.**



Des marchés nouveaux à conquérir

Pour Dominique Carlac'h, Présidente de l'Association des Conseils en Innovation (3 000 consultants en France),

« La France a dû combler un retard et rattraper au fil des décennies un gap technique et technologique face à ses compétiteurs américains, japonais ou allemands. Il est aujourd'hui comblé. Et à présent l'enjeu est de capter des marchés « galopants » sous l'impulsion croisée de la démographie (portée par des continents comme l'Asie ou l'Afrique), de l'explosion des seniors et du poids des jeunes influenceurs. Autant de marchés et d'usages à intégrer dans sa stratégie ! »



Faire confiance à son intuition... et à ses échecs

Gilles Bocabeille, à la tête de SOREAL (Brie-35), entreprise spécialisée dans la conception et la fabrication de sauces pour l'industrie alimentaire et la restauration, a souhaité apporter son expérience :

« L'innovation chez SOREAL est essentielle et structurelle avec 5% de notre CA qui lui sont consacrés. D'où des croissances fortes depuis une vingtaine d'années. Nous mettons en effet au point les produits qui vont apparaître... demain ! Et Parce que les demandes du futur ne sont pas encore formulées, nous les cherchons en permanence. Nous faisons alors confiance à notre... intuition. Le risque d'aller « dans le mur » ? Il faut rappeler qu'une intuition est de fait la conséquence de 9 échecs précédents! Mais grâce à ces échecs et aux acquis technologiques ou des marchés de demain, nous affinons nos offres pour in fine, taper juste ! »



Quand créativité rime avec interdisciplinarité

Christelle Héno, Responsable marketing à PLASTOBREIZH (Auray-56) a insisté sur :

« La dimension collaborative (qui) est très présente chez PLASTOBREIZH. Via nos ateliers de créativité qui jouent de l'interdisciplinarité, nous avons souhaité l'ouvrir à un public très large : nous souhaitons à présent capitaliser sur cette expérience pour aller plus loin avec nos clients sur de la co-crédation de produits. Nous arrivons tous à nous mettre autour d'une table - et ce n'est pas encore toujours le cas - avec les différents services de nos clients (marketing, R&D, Achats). On ne peut alors qu'aller plus loin et créer des concepts disruptifs. L'objectif final étant « d'enchanter » le client.



Les modèles précédents ont fait leur temps.

Pour Laurent Pasquier, co-fondateur-DG de « C'EST QUI LE PATRON ?! » (Paris 11ème) :

« Nous nous plaçons en plein dans ce mouvement citoyen très bien illustré par la notion de consomm'acteur : un citoyen qui fait sa révolution ! C'est une lame de fond, notamment poussée par les jeunes mais pas seulement, au nom de toujours plus de transparence et de sens donné à leurs achats. Marketing, publicité et communication : Il s'agit désormais pour le consommateur de reprendre le pouvoir. Il décide dorénavant du produit qu'il va trouver dans ses rayons ! »



A travers ces témoignages, VALORIAL entendait bien lors de cette journée « **interpeler l'ensemble des acteurs de la chaîne (agro)alimentaire sensibles à ces changements profonds, à l'innovation collaborative et à la co-crédation, comme j'ai moi-même été interpellé, en tant que chef d'entreprise** », a ainsi rappelé Pierre Weill, Président de VALORIAL.

Cette réflexion se poursuivra début Janvier 2018 avec la présentation détaillée du **2^{ème} Baromètre de l'Innovation Agroalimentaire réalisé en collaboration avec KPMG.**

VALORIAL, 1er réseau dédié à l'innovation agroalimentaire en mode collaboratif, fédère 320 membres, qu'il accompagne dans le développement de leurs projets d'innovation autour de l'aliment plus intelligent

www.pole-valorial.fr