

Dossier de presse  
4 novembre 2013



# Valorial, l'innovation collaborative créée du business



**Valorial**  
L'ALIMENT DE DEMAIN

INNOVATION - AGROALIMENTAIRE - RÉSEAU - INGÉNIERIE - FINANCEMENT - PROJET - R&D

## SOMMAIRE

### VALORIAL p. 1

Le métier de Valorial : l'ingénierie de projets d'innovation collaborative  
Valorial en chiffres

### DE L'USINE À PROJETS, À L'USINE DE CROISSANCE p. 3

Valorial a bien grandi et se projette sur les 5 ans à venir  
La nouvelle feuille de route de Valorial  
Les ambitions de Valorial : 300 adhérents en 2015  
300 millions d'euros de nouveaux projets d'innovation pour 300 millions d'euros de valeur ajoutée supplémentaire  
Les réalisations de 2013 en phase avec les prévisions : l'exemple des projets retenus au FUI (fonds unique interministériel)

### DES EXEMPLES QUI PROUVENT QUE L'INNOVATION EST FACTEUR DE CROISSANCE p. 6

5 exemples d'innovations facteurs de croissance

- *un kit de détection de virus*
- *le saucisson sec Hénaff*
- *Slimpro®, un ingrédient minceur d'origine marine*
- *les apéri mousse*
- *le centre culinaire contemporain, à Rennes*

Des échanges internationaux qui n'auraient jamais eu lieu sans Valorial

- *Le contexte*
- *Rien n'aurait été possible sans Valorial*
- *Un container par mois vers le Japon*

### VENIR FOUILLER DANS LE PANIER DE VALORIAL p. 14

Oui, mais tout reste à faire pour l'entreprise  
Venir fouiller dans le panier de Valorial

Agrocampus Ouest - Bât. 16  
65 rue de Saint-Brieuc - CS 84215  
35042 Rennes Cedex France  
Tél. +33 (0)2 23 48 59 64  
Fax. +33 (0)2 23 48 56 30  
valorial@agrocampus-ouest.fr

[www.pole-valorial.fr](http://www.pole-valorial.fr)

Contacts presse :

Christophe JAN – chargé de communication de Valorial - 02 23 48 59 64 - [christophe.jan@agrocampus-ouest.fr](mailto:christophe.jan@agrocampus-ouest.fr)  
Agnès LOIN - Attachée de presse - 02 98 63 43 17 - 06 80 60 00 54 - [agnes.loin@agnesloin.com](mailto:agnes.loin@agnesloin.com)

---

# VALORIAL

---

## LE MÉTIER DE VALORIAL : L'INGENIERIE DE PROJETS D'INNOVATION COLLABORATIVE

---

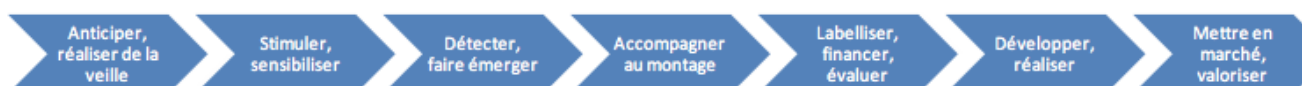
Valorial est un pôle de compétitivité 100 % au service de l'agroalimentaire. Sa vocation est d'optimiser les chances de succès de projets d'innovation alimentaires collaboratifs de filières économiques entières : viandes de boucherie, volaille, produits laitiers, charcuterie salaison, légumes, produits de la mer, Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie,....

Ces projets d'innovation collaborative associent systématiquement des acteurs économiques (industriels de l'agroalimentaire, équipementiers, fournisseurs d'emballages, sociétés de services) et des acteurs académiques (Universités, centres de recherche publique, centres de transfert de technologie,...). Le rôle du pôle est de détecter ses idées ou projets d'innovation, de proposer aux porteurs des partenaires économiques ou académiques, de les sensibiliser aux enjeux de la propriété industrielle, aux méthodes de management de projets, de l'aider à la définition des coûts, des moyens humains à mettre en œuvre ainsi que de les aider à réfléchir à la manière dont seront répartis les résultats / les bénéfices du projet entre les partenaires.

Au-delà du cœur de métier d'ingénierie de projets d'innovation collaborative, Valorial déploie d'autres services à l'attention de ses adhérents :

- En amont, Valorial propose des outils de veille afin que chaque adhérent puisse anticiper les évolutions des marchés alimentaires ainsi que celles des technologies et plus largement des connaissances. Complémentairement, le pôle déploie des actions de sensibilisation auprès des entreprises pour les inciter à déployer en leur sein une culture de l'innovation.
- En aval, Valorial accompagne ses adhérents dans le passage à la phase de valorisation économique (Participation à des salons, relais médiatique, valorisation des innovations dans la communication du pôle,...).

L'ensemble de la chaîne de services est schématisé ci-dessous. Observons que les missions de Valorial sont de mener une innovation jusqu'à sa mise sur le marché, c'est-à-dire de lui donner sa pleine valeur.



Valorial travaille dans les thématiques suivantes en vue de créer l'aliment de demain :

- Qualité & Sécurité des aliments ;
- Nutrition santé animale & humaine ;
- Ingrédients fonctionnels ;
- Technologies innovantes ;
- Usages & marketing alimentaire.

avec une approche transversale en développement durable.

Valorial est ancré dans le grand Ouest (Bretagne, Pays de la Loire et Basse-Normandie) et est aussi ouvert sur le monde avec un réseau de coopérations à l'international au sein du super-cluster F2C Innovation, lancé en 2009 avec Vitagora (Dijon) et Agrimip Sud Ouest Innovation (Toulouse) et élargi en 2013 à Aquimer (Boulogne-sur-Mer). Valorial est par ailleurs membre du réseau international WoFIN (World Food Innovation Network, créée en 2010) qui rassemble 15 clusters de 11 pays.

## VALORIAL EN CHIFFRES

---

Valorial œuvre dans le 1<sup>er</sup> bassin agroalimentaire d'Europe qui produit 35 milliards d'€ de chiffre d'affaires, dont 6 milliards d'euros à l'export. Le Grand Ouest compte :

- 700 entreprises agroalimentaires de plus de 20 salariés, qui représentent 130 000 emplois directs,
- plus de 2 000 chercheurs et 30 organismes de formation supérieure dans les thématiques du pôle.

Valorial, c'est :

- 270 adhérents (entreprises, organismes de recherche et de formation), dont les 2/3 d'industriels ;
- 278 projets collaboratifs innovants, labellisés, depuis la création de Valorial ;
- 70 % des projets d'innovation ont obtenu un co-financement public ;
  - o 19 projets d'innovation ont été retenus sur les 29 présentés au FUI (Fonds Unique Interministériel) depuis 2006, soit un taux de réussite de 65 %.
  - o 2 plateformes mutualisées d'innovation (Centre Culinaire Contemporain et Philolao) ;
- 1 500 industriels et chercheurs impliqués dans les projets d'innovation ;
- 426 M€ investis en R&D ;
- 80 projets pour lesquels la phase de R&D est achevée.

---

## DE L'USINE À PROJETS, À L'USINE DE CROISSANCE

---

### VALORIAL A BIEN GRANDI ET SE PROJETTE SUR LES 5 ANS À VENIR

---

Au cours de l'année 2012, l'État français a mené une évaluation de sa politique nationale des pôles de compétitivité assortie notamment d'un audit approfondi de chacun des 71 pôles de compétitivité. Outre le fait que les auditeurs ont estimé que cette politique était suffisamment pertinente pour qu'elle soit reconduite, Valorial a fait l'objet d'une appréciation très positive confirmant son statut de pôle référent de l'agroalimentaire en France.

Les fondamentaux de Valorial sont solides : le pôle a atteint une taille critique au regard du territoire qu'il couvre, des projets d'innovation collaborative qu'il a accompagné et des réseaux qu'il a su tisser dans l'ouest, en France et à l'international.

Sur ces bilans, l'État en lien avec les collectivités territoriales, a défini une nouvelle politique nationale des pôles de compétitivité. Elle consolide les missions originelles des pôles mais leur demandent d'évoluer de « l'usine à projets » vers « l'usine à produits ». Autrement dit, d'établir un continuum encore plus intime entre la phase de R&D et le développement économique.

Valorial n'a eu aucun mal à répondre à cette nouvelle demande. En effet, historiquement les projets d'innovation labellisés par le pôle sont pour l'essentiel des projets d'innovation portés par des acteurs économiques et pour lesquels la vocation business était pleinement intégrée. 2 projets d'innovation sur 3 labellisés et financés sur les 3 dernières années sont des projets d'innovation « industriels compétitifs ».

### LA NOUVELLE FEUILLE DE ROUTE DE VALORIAL

---

Au cours de l'année 2013, Valorial a donc construit une nouvelle feuille de route stratégique pour la période 2013-2018, recensant ses nouvelles ambitions, ses objectifs ainsi que les moyens à mettre en œuvre seul ou en lien avec les acteurs de l'innovation et du développement économique de son écosystème.

Cette élaboration s'est naturellement imprégnée du contexte économique des filières industrielles de l'agroalimentaire dans l'ouest, des difficultés rencontrées mais aussi des opportunités qui s'offrent aux uns et aux autres. Valorial agit dans un des tout premiers bassins agroalimentaires européens qui doit faire face à un affaiblissement des rentabilités et à une concurrence extérieure toujours plus féroce.

Les enjeux de l'industrie agroalimentaire du Grand Ouest Français sont donc de trouver des leviers de compétitivité et des nouveaux relais de croissance, notamment à l'export. L'innovation collaborative est sans conteste l'un de ces leviers du futur développement de notre économie agroalimentaire. Valorial entend en être le porte drapeau.

## **L'AMBITION DE VALORIAL : 300 ADHÉRENTS EN 2015**

---

L'ambition de Valorial est de parfaire son ancrage territorial sur les trois régions de l'ouest de la France de telle sorte que le pôle soit reconnu comme le pôle de compétitivité agroalimentaire leader en France en « répandant le réflexe Valorial ». Valorial s'est donné comme objectif de faire croître ses adhésions de 10 % sur les 3 prochaines années, pour atteindre et dépasser la barre symbolique des 300 adhérents en 2015.

## **300 MILLIONS D'EUROS DE NOUVEAUX PROJETS D'INNOVATION POUR 300 MILLIONS D'EUROS DE VALEUR AJOUTÉE SUPPLÉMENTAIRE**

---

Au cours du mois de novembre 2013, Valorial signera avec l'État et les collectivités territoriales, un Contrat de Performance dans lequel le pôle s'engage pour la labellisation de 180 projets d'innovation collaborative sur la période 2013-2018. Tout en gardant la diversité des projets innovants allant de la recherche au compétitif, Valorial accordera une place prépondérante aux projets proches du marché. Cet accompagnement se fera avec l'appui des structures historiquement partenaires du pôle dans le montage de ces projets d'innovation (centres d'innovation technologiques) et aussi par des coopérations renforcées avec les technopoles et d'autres partenaires.

Ces projets d'innovation représenteront un effort de R&D de 300 millions d'euros, partiellement financés par les pouvoirs publics (Etat – FUI, BPI, Investissements d'avenir et Collectivités territoriales dans le cadre de leur futur SRDEI et des politiques européennes).

De par la dynamique créée par ces projets d'innovation, les attendus en terme de retombées économiques à horizon 2018 sont les suivants :

- Croissance de la valeur ajoutée de l'agroalimentaire de l'Ouest de la France de 1 % par an, soit 300 millions d'euros de valeur ajoutée supplémentaire créée ;
- Développement du chiffre d'affaires à l'export de 150 millions d'euros ;
- Maintien des effectifs salariés.

## LES RÉALISATIONS DE 2013 EN PHASE AVEC LES PRÉVISIONS : L'EXEMPLE DES PROJETS RETENUS AU FUI (FONDS UNIQUE INTERMINISTÉRIEL)

---

En mars et en octobre 2013, « Meatic », « mVolio », « SymBio2 », « Remus » et « Protalsafe » sont les 5 projets d'innovation de R&D collaboratifs, labellisés par Valorial, lauréats du 15<sup>e</sup> et du 16<sup>ième</sup> appel à projets d'innovations du FUI (Fonds Unique Interministériel).

**Ces 5 projets représentent un budget total de 25,7 M€, une levée de fonds publics de 9 M€, et des retombées économiques estimées à + 170 M€ de C.A. annuel prévisionnel dès 3 ans après la fin des projets d'innovation.**

Ces projets d'innovation de R&D collaboratifs montrent le dynamisme d'une filière agroalimentaire toujours plus innovante et sont parfaitement emblématiques de la complémentarité des sujets, à la fois pragmatiques et futuristes, sur lesquels travaille Valorial, dès aujourd'hui et pour demain : amélioration de produits de grande consommation, développement de technologies high-tech et innovation durable, ouverture aux univers de savoirs et de connaissances connexes à l'agroalimentaire.

---

## DES EXEMPLES QUI PROUVENT QUE L'INNOVATION EST FACTEUR DE BUSINESS

---

Seront exposés ici deux types d'actions conduites par Valorial qui mènent à créer du business.

- En premier lieu, cinq exemples d'innovations issus de projets labellisés par le pôle, ayant fait l'objet d'un soutien financier des pouvoirs publics et pour lesquels la phase de R&D est achevée. Les entreprises porteuses de ces projets d'innovation entrent dans une phase de déploiement commercial et estiment détenir un vrai potentiel d'activité pour créer de la valeur ajoutée ;
- En second lieu, un exemple d'échanges internationaux organisés par Valorial qui ont pour effet de produire un flux commercial à l'export au profit d'entreprises agroalimentaires françaises.

### 5 EXEMPLES D'INNOVATIONS FACTEURS DE BUSINESS

---

Cinq innovations qui ont donné de la valeur ajoutée aux entreprises qui les ont conduites, sont présentées ici à titre d'exemples parmi les 80 projets d'innovations qui ont été mis sur le marché grâce aux réseaux de compétences et aux financements réunis par Valorial.



## UN KIT DE DÉTECTION DE VIRUS

Il s'agit d'un kit pour évaluer le risque de contamination virale associé à l'utilisation d'épices et d'herbes aromatiques dans les produits élaborés.

**Date de labellisation : septembre 2009**

**Durée du projet d'innovation: 24 mois**

**Porteurs : CEERAM, Entreprise privée d'expertise et de recherche sur les agents microbiens (44), et ADRIA Normandie, Institut Technique Agro-Industriel (14)**

**Budget : 281 504 €**

**Financeurs : Conseils régionaux Bretagne, Pays de la Loire, Basse-Normandie, Conseil Général du Finistère, Quimper Communauté**

**Axe thématique : Qualité & sécurité des aliments**

### Enjeux & objectif :

L'objectif de ce projet d'innovation est d'analyser la filière des épices et herbes aromatiques afin de mieux connaître ces ingrédients très utilisés dans l'industrie agroalimentaire et d'évaluer ainsi le risque de contamination virale associé.

### Retombées & perspectives :

Ce projet d'innovation a permis de sensibiliser une trentaine d'entreprises du grand Ouest au risque viral en agroalimentaire.

Ces résultats pourront leur permettre de mettre à jour leur plan HACCP en intégrant une sensibilisation au danger viral et diminuer les risques sanitaires liés à l'utilisation des épices et herbes aromatiques.

Les résultats obtenus ont permis de développer une méthode d'extraction standardisée des virus à partir des épices et aromates ainsi que la mise au point par le CEERAM d'un kit de détection sur épices spécifiques au virus de l'Hépatite E, commercialisé depuis juin 2011 en France et à l'international.

Le CEERAM a également développé de nouveaux kits s'adaptant à d'autres secteurs économiques.

Grâce à cette innovation, l'ADRIA Normandie est un partenaire de choix auprès des industriels souhaitant intégrer ces nouvelles données et entreprendre une démarche d'amélioration des risques sanitaires liés à leurs produits.

Distinguée récemment par le « Food Safety Innovation Award » remis par l'International Association for Food Protection (IAFP), le CEERAM gagne en même temps la reconnaissance du marché américain. L'expertise de Ceeram a, par exemple, été sollicitée par l'Australie pour identifier une souche d'hépatite A provenant de tomates séchées d'origine turque.

### CEERAM

**CA 2012 : 800 000 €**

**CA prévisionnel 2013 : 1,3 M€, dont 65 % à l'exportation  
+ 62,5 % de CA grâce à ces kits de détection**

**Objectif horizon 2015 : 2,5 M€**

**Effectif : 8 personnes.**



## LE SAUCISSON SEC HÉNAFF

Mise au point d'une gamme de saucissons secs caractérisée par une fermentation lente et aromatique :

**Date de labellisation : 2010**

**Durée du projet d'innovation : 18 mois**

**Porteur : Hénaff (29)**

**Budget : 238 582 €**

**Financeurs : Conseil Régional de Bretagne, Conseil Général d'Ille et Vilaine, Rennes Métropole**

**Axe thématique : Technologies innovantes**

**Appui au montage de projet :Zoopôle Développement**

### Enjeux & objectif :

En vue de son développement stratégique, l'entreprise Hénaff a ciblé un axe de développement prometteur au travers de la mise au point d'une gamme de charcuterie sèche issue de la fermentation lente et aromatique de matières premières provenant d'un abattoir situé sur le même site.

C'est une nouvelle stratégie de diversification pour Hénaff, qui aborde l'univers de la charcuterie sèche en complément des secteurs de la conserve et des produits frais.

L'ensemble des gras et maigre constitutifs est issu des porcs d'un même élevage, permettant ainsi une traçabilité fine et un message fort auprès des consommateurs.

Ce saucisson sec supérieur contient plus de viande et moins de gras que la moyenne du marché. La recette prévoit 20 % de plus de viande mise en oeuvre que la moyenne du marché, un taux de protéines de 38 % (contre 26 à 29 %) pour une teneur en matières grasses de 28 % (en dessous de la moyenne).

### Retombées & perspectives :

Ce projet d'innovation vise les grandes et moyennes surfaces disposant de saucissons secs et des salamis en libre service, et représentant un marché de 587 000 €.

Il a été un des éléments qui a permis la création d'un poste de chef de projet en R&D en avril 2011.

En cas de succès du produit auprès des consommateurs, la création d'une trentaine d'emplois pourra être envisagée dans les prochaines années.

Sur le plan technologique, ce projet a permis à l'entreprise d'acquérir un nouveau savoir-faire.

Après 3 ans de R&D, le saucisson sec Hénaff est présent en rayons depuis le 15 octobre 2013.

Il est distribué en GMS en Finistère avant un déploiement au niveau régional.

**Hénaff**

**CA 2012 : 42,6 M€**

**Effectif : 217 salariés**



## SLIMPRO®, UN INGRÉDIENT MINCEUR D'ORIGINE MARINE 100 % NATUREL

L'innovation Slimpro®, un ingrédient minceur de la Compagnie des Pêches Saint-Malo Santé

Date de labellisation : novembre 2007 - Durée du projet d'innovation: 30 mois

Porteurs : Compagnie des Pêches Saint Malo Santé (35), fournisseur d'ingrédients à vocation santé

Budget : 782 432 €

Financeurs : Conseil régional de Bretagne, Conseils généraux d'Ille et Vilaine et du Finistère, Saint-Malo Agglomération

Axe thématique : Nutrition santé animale & humaine

Appui au montage de projet : CRITT Santé Bretagne



### Enjeux & objectif :

L'objectif de ce projet d'innovation était de répondre à certains enjeux de santé publique que sont la lutte contre l'obésité et le maintien de la santé osseuse. L'actif Slimpro® est né de l'idée de valoriser la protéine de merlan bleu, qui est d'autant plus intéressante qu'elle est extraite du filet c'est-à-dire la partie la plus noble du poisson et aussi la plus qualitative d'un point de vue nutritionnel. Il s'avère que les peptides obtenus par hydrolysat enzymatique ont des propriétés permettant d'accélérer la sensation de satiété et donc de favoriser la perte de poids.

### Retombées & perspectives :

Les résultats obtenus dans le cadre de ce projet ont permis le dépôt de 3 brevets (dont un co-déposé public-privé),

Plusieurs tests *in vitro* ont à ce jour été menés dont certains ont fait l'objet de publications au sein de revues scientifiques de renom (notamment Food Chemistry, Volume 111, Issue 4, 15 December 2008). Ainsi, il a été démontré que, *in vitro*, sur des cellules mimant l'activité des cellules intestinales, Slimpro® a stimulé la sécrétion des hormones satiétogènes CCK et GLP-1.

Une étude clinique a d'ailleurs confirmé ces résultats prometteurs qui vont faire l'objet d'une publication à paraître prochainement.

L'entreprise a signé un 1er accord commercial en juin 2012 avec Nutraceuticals pour la distribution de son actif d'origine marine Slimpro® sur le continent américain pour une durée de 3 ans.

À ce jour, les nouvelles sont prometteuses puisqu'une 1ère commande vient d'être finalisée et un site web dédié à la marque vient d'être mis en ligne : [www.slimpro.eu](http://www.slimpro.eu)

L'entreprise a signé en juillet 2013 un 2nd accord commercial pour la distribution de son ingrédient avec l'espagnol Select Botanical pour couvrir l'ensemble de la péninsule ibérique.

Les produits dans lesquels vont pouvoir s'intégrer l'actif sont de différentes formes : gélule, gel liquide ou boisson. La société a par exemple développé divers concepts produits : thé citron, boisson fruits rouges, smoothie vanille-coco.

De plus, Slimpro® bénéficie d'une traçabilité totale de l'obtention de la matière première (zone de pêche) à son extraction.

D'autres ingrédients visant la santé osseuse ou encore le syndrome métabolique sont en cours de développement et devraient être lancés prochainement sur le marché.

CA 2012 : 14 K€

CA prévisionnel 2013 : 40 K€

Effectif : 2 salariés

## LES APÉRI MOUSSE

---

L'innovation consiste en la mise au point d'une gamme de mousses de légumes sans conservateur destinées à une consommation froide.

**Date de labellisation : novembre 2010**

**Durée du projet d'innovation : 18 mois**

**Porteur : Traiteur de la Touques (61)**

**Budget : 265 945 €**

**Financeurs : Conseils Régionaux de Basse-Normandie, de Bretagne, et des Pays de la Loire**

**Axe thématique : Technologies innovantes**

**Appui au montage de projet : Valorial**

### Enjeux & objectif :

Ce projet d'innovation industriel, porté par Traiteur de la Touques, avait pour but de développer une gamme de mousse de légumes : un produit inexistant sur le marché offrant une nouvelle possibilité aux clients de consommer des légumes.

Pour trouver des solutions aux problématiques de foisonnement et à la nécessité de créer un emballage adapté, la société s'est entourée d'Adria Développement et d'Europlastiques.

### Retombées & perspectives :

Ce projet d'innovation a abouti à la création de 4 recettes de mousse à base de légumes (70 % minimum), proposées pour une consommation à l'apéritif, avec une durée de vie de 19 jours : les Apéri Mousse.

Cette nouvelle gamme a remporté, en octobre 2012, un Grand Prix SIAL Innovation et un Trophée Agroalimentaire de Normandie pour son concept innovant et ses recettes moins riches en matière grasse, en sel et en protéine, que les références à dipper déjà existantes.

Elle est référencée depuis janvier 2013 dans les magasins Intermarché.

Cette réussite porte ainsi le "Valorial Inside" au plus haut niveau de l'innovation agroalimentaire mondiale ! Une reconnaissance que le pôle est heureux de partager avec Traiteur de la Touques, dirigée par Sandrine Demoles, et les équipes impliquées dans son développement.

Un bel exemple de l'efficacité de l'usine à produits Valorial !

**Traiteur de la Touques**

**CA généré : 30,4 M€**

**Effectif : 105 salariés**

**CA Apérimousse (janvier-mai 2013) : 25 K€**



## LE CENTRE CULINAIRE CONTEMPORAIN, À RENNES

Ce projet d'innovation retenu au 2e appel à projets du Fonds Unique Interministériel (FUI) « Plateformes mutualisées d'innovation » a donné lieu à la création d'une plateforme d'innovation en ingénierie et marketing culinaires, unique en Europe.

**Date de labellisation : mars 2010**

**Durée du projet : en continu**

**Porteur : Association Plateforme d'ingénierie Culinaire – Rennes (35)**

**Budget : 8,1 M€ (fonctionnement sur 4 ans + immobilier)**

**Financeurs : Etat, Conseil Régional de Bretagne, Conseil Général d'Ille et Vilaine, Rennes Métropole**

**Axe thématique : Technologies innovantes**

**Appui au montage de projet : Valorial**

### Enjeux & objectif :

L'objectif du projet Novacook était de créer une plateforme d'innovation mutualisée dédiée à l'innovation en gastronomie et en usages alimentaires.

Imaginé comme un laboratoire d'usage et de co-création dans ces domaines, cet outil est destiné aux professionnels et aux experts du secteur, ainsi qu'aux « consomm'acteurs ».

Il permet aujourd'hui de créer de nouvelles recettes ou de nouveaux produits, de disposer d'outils pour les tester, ainsi que d'expérimenter des pratiques innovantes via de nouvelles expériences gastronomiques et alimentaires.

### Retombées & perspectives :

Après 1 an et demi de travaux, le Centre Culinaire Contemporain a été inauguré le 21 juin 2013 à Rennes. C'est un bâtiment design et « augmenté » de 3 500 m<sup>2</sup>, conçu dans une démarche HQE et labellisé BBC.

Les principales priorités pour cette jeune structure sont celles affichées lors du dépôt du projet au FUI en juin 2010 :

- Renforcer les capacités d'innovation des « filières du manger »
- Mettre les usages culinaires au cœur du process d'innovation
- Faire circuler les idées et co-créer
- Inventer un nouveau genre de plateforme d'innovation

Une équipe pluridisciplinaire de 20 spécialistes (chef cuisiniers, ingénieurs R&D, experts en analyse sensorielle, sociologues, experts en marketing/innovation et en communication...) adossée à des experts associés est aujourd'hui à pied d'œuvre pour développer ce panel de services.

Avec plus de 150 partenaires, cet outil unique en Europe permet à ses utilisateurs de co-créer, tester, mettre en marché de nouveaux produits ou services.

Le Centre Culinaire Contemporain est aussi un lieu original pour se régaler en cuisine avec son école Gault & Millau, ou à table avec son restaurant d'essai, son comptoir des saveurs et ses 2 restaurants d'applications.

**CA 2012 : 1,6 M€**

**CA prévisionnel 2013 : 2,4 M€**

**Effectif : 9 personnes en 2012 / 20 en 2013**



## DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX QUI N'AURAIENT JAMAIS EU LIEU SANS VALORIAL

---

### Le contexte

Le 10 octobre 2013, à l'ambassade de France à Tokyo, KBCC, un cluster japonais « Kyushu Bio Cluster Conference », a signé deux accords de coopération.

- l'un, avec F2C Innovation, l'union des pôles de compétitivité agroalimentaires Français, qui identifiait quatre axes de coopération prioritaires, dont le premier est de promouvoir le projet fonctionnel Lin – Omega 3 au Japon ;
- l'autre, avec Bleu-Blanc-Cœur, qui prévoit de confier la marque Bleu-Blanc-Cœur à l'association KBCC pour son développement au Japon.

Ces accords s'inscrivent selon les Japonais dans une logique de sauvegarde de leur agriculture.

En effet, les accords de la zone de libre-échange « Pacifique » regroupent une dizaine de pays riverains, dont le Japon, les USA, la Nouvelle Zélande, l'Australie, le Chili, ...

L'agriculture Japonaise est particulièrement fragile avec une surface agricole de moins de 3 ha par exploitation. Le gouvernement Japonais a annoncé qu'il continuerait à protéger 5 secteurs prioritaires de son agriculture (Riz, Blé, Sucre, Viande et lait), mais il a commencé à céder. Si le lait de Nouvelle-Zélande ou la viande des États Unis arrivent sur leur territoire, les paysans japonais sont... morts. Un exemple : le prix du lait au Japon est 1 € / litre, contre 0,2 € en Nouvelle-Zélande, etc....

Pour les dirigeants de l'économie Japonaise, **il n'y aura pas de valeur ajoutée dans la production, mais dans la transformation des produits agricoles.** C'est dans ce cadre qu'ils ont rencontré et travaillé avec les quatre pôles de compétitivité agroalimentaires Français depuis 2009.

En visite à Valorial, ils ont identifié Bleu-Blanc-Cœur qui œuvre en faveur d'une agriculture santé, comme une possibilité forte à exploiter pour deux raisons :

- 1- La différenciation et la spécificité : Une agriculture originale, qui existe ni en Nouvelle-Zélande, ni en Malaisie, ni aux USA, etc, porteuse d'une vraie valeur ajoutée dans la transformation plus que dans la production.
- 2- Une compréhension grande du consommateur Japonais pour le lien entre Nutrition et Santé.

### Rien n'aurait été possible sans Valorial

L'historique ci-après montre que des ventes de produits Bleu-Blanc-Cœur au Japon n'auraient jamais eu lieu sans Valorial.

**En 2011**, lors d'un voyage au Japon, une délégation Valorial / F2C Innovation comprenait deux entreprises membres du réseau Bleu-Blanc-Cœur (Copri de Ploudalmézeau-29 et Earl Myabi à Étrelles-35). C'est le rôle de Valorial d'identifier les besoins de ses entreprises et de leur procurer des contacts, en l'occurrence avec KBCC.

**En 2012**, suite à ce voyage, la directrice de Bleu-Blanc-Cœur a effectué un voyage au Japon avec Copri et avec l'appui de Valorial pour renforcer les liens avec KBCC

**À la suite de ce voyage**, les Japonais de KBCC sont revenus en France en novembre 2012, ils ont rencontré des adhérents de Bleu-Blanc-Cœur, des chercheurs de l'INRA et des politiques du Conseil Régional Bretagne

Des essais ont alors été mis en place dans les Instituts techniques agricoles Japonais pour valider la qualité nutritionnelle des produits Bleu-Blanc-Cœur (en lait, oeufs, notamment).

En mars 2013, Bleu-Blanc-Cœur s'est à nouveau rendu au Japon dans le cadre du Foodex (salon international agroalimentaire) et a rencontré sur place les membres de KBCC.

En octobre 2013, après la signature du MoU avec F2c, KBCC a signé un accord avec Bleu-Blanc-Cœur qui prévoit un transfert de la marque Bleu-Blanc-Cœur au Japon et sa gestion par KBCC pour développer une agriculture Japonaise à vocation santé démarquée et protégée des importations de produits agri/agro dans la zone d'échanges « Pacifique ».

Les 4 et 5 novembre 2013, une délégation de visiteurs Japonais du KBCC est en Bretagne pour découvrir plus en détail le fonctionnement de Bleu-Blanc-Cœur et identifier peut-être d'autres projets d'innovation Valorial porteurs de valeurs ajoutées pour eux.

Cette délégation comprend 13 personnes issues des industries du lait, des viandes, des œufs, du pain et de la nutrition animale, nouveaux adhérents de BBC – japon ainsi que des membres de KBCC et de la ville de Koshi

La ville de Koshi, au cœur du Japon agricole dans l'île de Kyushu, va signer avec la ville de Fougères un accord de « villes saines », qui prévoit une priorisation des politiques de soutien à une agriculture différenciée, et à la santé publique sous l'angle « prévention ».

### Un container par mois vers le Japon

L'accord de KBCC signé avec Bleu-Blanc-Cœur indique également la concession de la marque Bleu-Blanc-Cœur à KBCC. La commercialisation de produits japonais à la marque Bleu-Blanc-Cœur au Japon est d'ores et déjà complétée par un flux de produits Bleu-Blanc-Cœur exportés vers le Japon, pour une valeur de 150 000 euros environ.

En effet, depuis un an, un container par mois de produits transformés par RVE (Rohan Viande Élaboration, Crédin-56) est exporté vers le Japon. Il contient :

- de la volaille de Glon et de Gastronomes ;
- de la viande de porc provenant d'Abera (St Birce en Coglès-35), issu d'élevages de Porc Armor (Loudéac-22) et de Seretal (Javène-35).

Ces productions Bleu-Blanc-Cœur « made in Breizh/Valorial » se mettent en place pour « tester » le marché Japonais.

Notons que les projets d'innovations de Bleu-Blanc-Cœur ont été soutenus par Valorial depuis la création du pôle. Au point qu'il convient d'affirmer que le rayonnement de Bleu-Blanc-Cœur est lié aux apports de la recherche collaborative portés par Valorial.

[www.f2c-innovation.com](http://www.f2c-innovation.com)

[www.kyushu-bio.jp](http://www.kyushu-bio.jp)

[www.bleu-blanc-coeur.com](http://www.bleu-blanc-coeur.com)

---

## VENIR FOUILLER DANS LE PANIER DE VALORIAL

---

### OUI, MAIS TOUT RESTE À FAIRE POUR L'ENTREPRISE

---

Tout reste à faire en terme de business pour les industriels de l'agroalimentaire qui bénéficient de l'accompagnement de Valorial. Car pour eux, une nouvelle aventure commence.

Pour Valorial, c'est au contraire la fin d'une mission.

Valorial concourt à apporter tout ce dont ont besoin les entreprises de l'Ouest dans le cadre de ses missions.

En résumé :

- 1 - La montée en puissance d'un projet d'innovation grâce à la recherche collaborative et à la labellisation ;
- 2 - L'organisation de missions de découvertes économiques à l'étranger ;
- 3 - L'accompagnement de ses membres pour leur présenter les partenaires « académiques » ;
- 4 - Et... au final : Croissance et valeur ajoutée grâce à l'innovation collaborative.

### VENIR FOUILLER DANS LE PANIER DE VALORIAL

---

On le voit, ce que les Japonais viennent chercher à Rennes, c'est ce que Valorial propose au quotidien aux entreprises de l'Ouest, passer du stade de la production à celui de la différenciation.

Il est remarquable que les Japonais aient pu identifier les ressources de Valorial depuis... Kyushu et Tokyo. Il serait bon que les entreprises agroalimentaires de l'Ouest, dans un contexte difficile, identifient aussi les mêmes potentiels.

Il faut qu'ils viennent « fouiller dans le panier » de Valorial pour trouver l'innovation qui leur fera faire du business.