

Les entreprises iséroises jouent la carte de la proximité, de l'authenticité et de la qualité.

INDUSTRIE ALIMENTAIRE : LE CHOIX DE L'ISÈRE

L'industrie agroalimentaire est en pleine mutation. Face aux nouvelles attentes des consommateurs, la qualité, l'authenticité et la proximité sont au cœur des préoccupations.

C'est le tout premier secteur industriel de France : une force économique qui fait notre fierté dans le monde et continue de créer des emplois. Territoire agricole ayant une tradition d'innovation industrielle, l'Isère contribue à cette richesse nationale avec plusieurs fleurons comme Teisseire ou Aoste et des produits emblématiques comme la noix de Grenoble, le bleu du Vercors-Sassenage ou encore le saint-marcellin... Pourtant, l'Association nationale de l'industrie alimentaire (Ania) ne masque pas ses inquiétudes : sur fond de guerre des prix et de scandales à répétition les marges des producteurs fondent et les consommateurs perdent confiance — lasagnes à la viande de cheval, œufs au fipronil, glaces gonflées à l'air... — alors qu'il y a une réelle appétence pour retrouver le bon goût d'antan et le plaisir du bien-manger. En témoignent le succès des réseaux de vente directe de produits fermiers, des Amap (associations pour le maintien d'une agriculture paysanne) et autres commerces « locavores ».

LE CHOIX DE LA QUALITÉ

Cette quête d'authenticité est aussi celle de nombreuses entreprises iséroises. À l'instar de la Turbine à saveurs, à Bourgoin-Jallieu, dont le PDG Florent Martin joue à fond la carte de la qualité et de la proximité avec ses glaces artisanales : « Les noix de l'AOC de Grenoble sont deux fois plus chères que les noix de Moldavie. Mais il en faut trois fois moins pour obtenir la même intensité en saveur ! On fabrique de vrais aliments avec des fruits et du lait de la région, sans poudre de perlimpinin. » Distribuée par 300 supermarchés de la région, cette PME familiale de dix salariés, qui propose 100 parfums de glaces différents, a vu son chiffre d'affaires multiplié par quatre en cinq ans.



Le groupe François Cholat, meunier à Morestel, fournit en farine 300 boulangers en France.

Autre exemple, Mottes Viandes à La Mure (15 salariés pour 1,7 million d'euros de chiffre d'affaires). Ses caillettes, murçons, rissoles et autres tourtes à la viande (ou aux légumes), vendus sous la marque Christian Boudes, sont tous fabriqués à la main, à partir de viandes régionales sélectionnées. « On connaît nos éleveurs. Et depuis deux ans, nous avons éliminé tous les colorants et conservateurs artificiels », explique le PDG Laurent Jonnet. Pour lui, il faut aussi éduquer le consommateur : « Nos saucisses ne sont plus roses mais grises, la couleur du porc cuit ! Et si nos chipolatas sont 30 % plus chères que des industrielles, on en mange moins, car elles ont du goût et rassasient davantage. »

Enfin, et dans un autre secteur, le groupe François Cholat, meunier à Morestel depuis six générations (190 salariés pour

70 millions d'euros de chiffre d'affaires) a adopté depuis fort longtemps la même démarche. « Nous travaillons depuis vingt ans sur la provenance de nos blés et le respect des traditions propres à chaque région. C'est un argument de vente pour nos 300 clients boulangers », explique Christelle Butty, chargée de communication du groupe. Elle rappelle aussi la devise de l'entreprise : le respect de la nature, des traditions et des hommes. « La terre, c'est ce qui nous nourrit. Il nous faut la respecter si l'on veut continuer à l'exploiter durablement. »

Par Véronique Granger

de photos sur www.iseremag.fr