

Innovation dans le secteur agroalimentaire

Compte-rendu de la journée d'échanges
et des visites de terrain à Ellezelles
23 janvier 2015



Avec
le soutien de la



Wallonie



Fonds européen agricole pour le développement rural :
l'Europe investit dans les zones rurales.

1. Contexte

Dans le cadre de son groupe de travail « Innovation », le Réseau wallon de Développement Rural s'est intéressé plus particulièrement au secteur de l'agroalimentaire.

Le secteur agro-alimentaire est un pilier du secteur industriel belge et wallon tant sur le plan sociétal qu'économique. Avec un chiffre d'affaire représentant 16% du secteur de l'industrie, ce secteur est l'un des plus gros employeurs en Wallonie.

Néanmoins, face aux défis économiques, alimentaires, sanitaires et climatiques actuels liés notamment à la disparition des exploitations agricoles, la volatilité des prix des matières premières, la disponibilité des denrées alimentaires, la diminution de la consommation belge ou encore l'augmentation de la concurrence internationale, de plus en plus d'entreprises agro-alimentaires doivent fermer leurs portes.

Réel moteur de croissance, l'innovation¹ constitue un levier pour répondre à ces défis que rencontre le secteur. Elle est un facteur clé du maintien de la compétitivité, de la pérennisation des entreprises et des emplois en rendant le secteur plus concurrentiel et résilient. Conscient de cet état de fait, le secteur agro-alimentaire travaille en étroite collaboration avec les centres de recherche, les secteurs technologiques et les acteurs de l'innovation.

Au niveau européen, le PEI (Partenariat Européen pour l'Innovation) a été mis en place pour favoriser l'émergence de l'innovation, moteur de croissance et de productivité pour le développement d'une agriculture compétitive et durable, en renforçant les synergies entre agriculteurs, entreprises et chercheurs et en articulant au mieux les mesures et dispositifs existants en cohérence avec la PAC et Horizon 2020 (fonds pour la recherche et l'innovation).

En Wallonie, des outils et dispositifs variés d'accompagnement, de financement ont été mis en œuvre pour soutenir les acteurs wallons et faire émerger l'innovation : les pôles de compétitivité et notamment Wagralim, pôle agro-alimentaire, des coachs innovation comme Innovatech asbl, les Intercommunales de développement économique, Creative Wallonia (observatoire des tendances, Cowallonia, Diagnostic innovation, Boost up, Nest up,...), les Centre Européens pour l'Entreprise et l'Innovation, Agence pour l'Entreprise et l'Innovation (bourses d'innovation, chèques technologiques,...), le réseau LIEU, ... Mais, comment mieux articuler les mesures et dispositifs de soutien à l'innovation? Comment améliorer leur efficacité et leur efficacité pour répondre aux besoins des acteurs?

C'est pour analyser le dispositif de soutien wallon et recueillir les témoignages d'entreprises agro-alimentaires innovantes que le RwDR a réuni Wagralim, Innovatech, IDETA et des inventeurs autour des questions suivantes :

- Quels sont les facteurs déclencheurs de l'innovation et/ou de la création d'une entreprise innovante?
- Quelles sont les étapes clés et moments stratégiques pour faire émerger et mener à bien cette innovation?
- Quels sont les freins à l'innovation? Les leviers pour y répondre?

¹ Qu'entend-t-on par innovation ? « L'innovation, c'est **la mise en œuvre d'un produit (bien ou service), d'un processus nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures** ».

- A quels moments où un accompagnement/un partenariat est-il utile et nécessaire?
- Quels types d'accompagnements/partenariats sont les plus utiles? Et, lesquels sont les moins satisfaisants ? Lesquels restent à construire?

Ce document reprend le compte-rendu de cette rencontre.

2. Wagralim : Pôle de compétitivité de l'Agro-industrie

François Héroufosse, gestionnaire du Pôle

Françoise Bodson, chargée de projet durabilité du Pôle



Wagralim est l'un des 6 pôles de compétitivité wallons. Il se consacre au secteur de l'agro-industrie. Avec ses 200 membres et partenaires régionaux, Wagralim constitue un réseau que l'on peut qualifier « de l'innovation ». Le pôle mène diverses actions

pour soutenir l'innovation : la mise en réseau des membres et des partenaires potentiels, le lancement de projets collaboratifs d'innovation mobilisant des partenariats diversifiés (entreprises, chercheurs, secteurs divers,...), l'identification des défis des entreprises agro-alimentaires et la recherche d'opportunités, la formation et l'information des membres, l'accès à un réseau d'experts, un soutien au positionnement des membres sur le marché international, ...

Le Pôle travaille sur 4 axes stratégiques :

- Les emballages
- L'efficacité
- Les filières durables
- La nutrition

Afin de les servir au mieux, le Pôle identifie les besoins de ses membres : réactivité, croissance, progrès, conquête de nouveaux marchés, augmentation du chiffre d'affaires, maîtrise des coûts, maintien du positionnement sur le marché, développement de collaborations et partenariats, ...

Dans ce cadre, l'innovation apparaît comme une réponse potentielle aux défis des entreprises. Wagralim la définit comme la « création d'un avantage concurrentiel par un nouveau produit, procédé, moyen d'organisation, méthode de commercialisation ou initiative visant à la réduction de l'impact des activités sur l'environnement ». Elle se différencie de la création d'idée ou de l'invention et peut-être de différents types au sein de l'agro-industrie - de produits, de procédés, commerciale, environnementale ou encore organisationnelle.

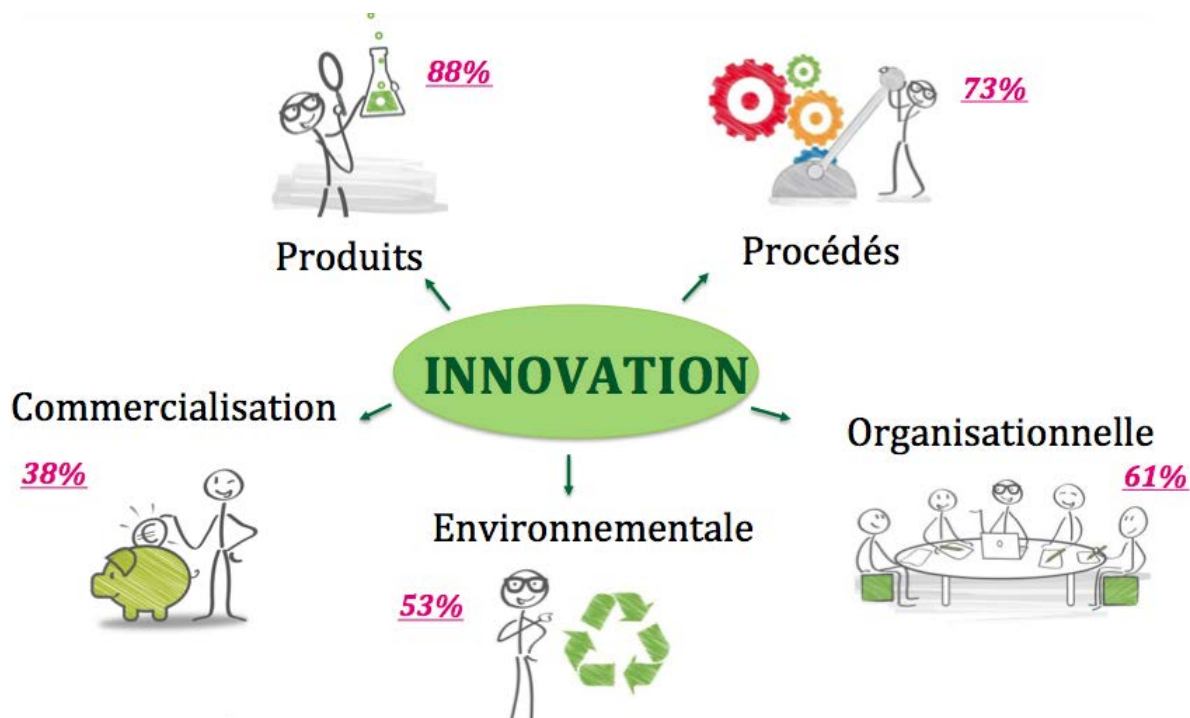


Figure 1. L'innovation dans les entreprises agro-alimentaires dépasse le cadre technologique. La proportion d'entreprises ayant innové en 2013 par rapport à l'ensemble des entreprises reprises dans une enquête réalisée par Wagralim est exprimée en %.

Les entreprises agro-alimentaires la mettent œuvre pour optimiser les coûts de production, la qualité de leurs produits (organoleptique, nutritive, sécurité, santé,...), la durabilité et l'environnement, le design et le marketing, ou encore mieux répondre aux attentes des consommateurs. De plus en plus, les entreprises essaient également de renforcer leur lien avec l'agriculture, l'amont de la filière, et se spécialisent dans des produits qui apportent une valeur ajoutée en matière de durabilité.

En particulier, le Pôle Wagralim s'attache à développer la « durabilité du système agroalimentaire wallon ». A l'initiative de 4 fédérations professionnelles (FEVIA, FWA, APFACA et Comeos), le projet d'inscrire l'ensemble du système agricole et alimentaire wallon dans une croissance plus durable a été lancé. Ce projet est prévu en 3 volets : analyse du système, développement d'une stratégie et communication vers le grand public.

Pour plus d'informations :

- ✓ Le document de présentation en ligne : <http://www.reseau-pwdr.be/présentation/innovation-agroalimentaire-wagralim.aspx>
- ✓ Le site web du Pôle Wagralim : www.wagralim.be

3. Table ronde



3.1. WagraLim

Cf. Point 2.

3.2. Innovatech ASBL, *Isabelle Radoux, coach innovation*



InnovaTech est une ASBL composée d'une vingtaine de coachs innovation aux compétences variées, située à Gosselies. Son objectif principal est d'augmenter le nombre d'innovations technologiques en Wallonie afin de rendre les entreprises wallonnes plus innovantes et compétitives.

Ses missions :

- Informer et sensibiliser à l'importance de l'innovation technologique
- Accompagner les innovations technologiques de l'idée à la commercialisation ou à la mise en œuvre d'un nouveau process
- Introduire le porteur de projet dans le réseau de l'innovation

Innovatech est active sur toute la Wallonie et fournit des prestations gratuites (excepté pour certains types de formation) puisqu'elle est financée entièrement par le Fonds Social Européen et par la Wallonie.

Innovatech travaille selon une approche globale, cohérente, multidisciplinaire (conseillers techniques, juristes et journalistes) et multisectorielle. Les coachs innovation, mis à disposition des entreprises, réalisent des accompagnements ponctuels ou sur la durée du projet en intervenant à toutes les étapes du projet d'innovation : retenir la bonne idée, évaluer la faisabilité du projet, développer le produit/process, industrialiser et lancer, mettre en lumière.

L'accompagnement est toujours adapté aux besoins de l'entreprise puisqu'il débute par un diagnostic à 360°C. De nombreux outils et méthodes adaptés sont mis à disposition du porteur de projet ou de l'entreprise, au cas par cas. Un projet sera différent s'il est porté par une personne ou une entreprise, s'il est individuel ou collectif.

L'étape la plus importante en matière d'accompagnement est l'amont du projet c'est à dire la conception, retenir la bonne idée et identifier son potentiel de faisabilité. Les décisions prises à cette étape ont l'impact le plus important sur le développement du projet et doivent être bien analysées et réfléchies.

Innovatech et les coachs en général apportent également un regard externe, neutre et confidentiel au projet.

Par ailleurs, Innovatech est au sein d'un réseau d'accompagnateur de l'innovation, de partenaires, centres de recherche, entreprises et favorise les collaborations

Quelques clés pour accompagner des porteurs de projets innovants:

- Adaptation : actions collectives ou actions individuelles en fonction de l'objectif
- Pragmatisme :
 - Méthodes agiles (outil adapté / petits pas par petits pas / itérations)
 - Implication des clients
- Fonctionnement en réseau entre accompagnateurs (pour exploiter au mieux la complémentarité des métiers et se spécialiser)
- Importance des méthodes mais surtout de l'humain : gérer des projets c'est gérer des hommes, c'est convaincre, mobiliser, impliquer → Importance de la relation de confiance

Pour plus d'informations :

- ✓ Le document de présentation en ligne :
<http://www.reseau-pwdr.be/présentation/innovation-agroalimentaire-innovatech.aspx>
- ✓ Le site web d'Innovatech : <http://www.innovatech.be/fr>

3.3. IDETA - Intercommunale de Développement Economique de Tournai et Ath,

Thierry Van Kerm, chargé de missions économiques



IDETA joue le rôle de guichet d'entreprise pour les TPE et PME. Elle guide, soutien et oriente les porteurs de projets pour la création d'une activité, son développement, son maintien ou encore sa réorientation.

En particulier, IDETA joue plusieurs rôles:

- Mise à disposition via la location ou l'achat d'infrastructures (bureau, hall relais, ...)
- Mise en relation avec les Centres de recherche, les Universités, les autres acteurs tels qu'Innovatech, les CEEI, Wagralim, PiCarré (Protection intellectuelle), la DGO6, des entreprises et fournisseurs, ...
- Accompagnement au différentes étapes d'un projet: modèle économique, plan financier, montage de dossiers, financements public et privé, mise sur le marché et suivi.

IDETA accompagne donc les porteurs à toutes les étapes du projet de la conception de l'idée à la mise sur le marché. L'étape la plus importante en matière d'accompagnement est l'amont du projet avec la définition d'un modèle économique pertinent, correspondant à des besoins identifiés. Il est

important de se positionner dès le départ pour gagner du temps, diminuer les risques et ouvrir de nouvelles perspectives. Thierry Van Kerm affirme « *Venez nous voir dès que possible !* ». Le choix d'un modèle économique en amont va très fortement influencer la direction dans la laquelle le projet va évoluer et les coûts qu'il va engendrer. Travailler en amont est donc le meilleur moyen pour apporter des innovations peu coûteuses à un projet.

En matière d'outils et méthodes, une méthodologie efficace en matière d'innovation est le Business Model Canvas, outil d'analyse et de développement de stratégie d'entreprise permettant de décrire, conceptualiser, évaluer, inventer et réorienter un modèle entrepreneurial ou managérial (pour plus d'informations : <http://businessmodelgeneration.com>).

L'innovation ouverte, c'est à dire la collaboration pour le co-développement d'un projet d'innovation, est également pointée comme « une bonne pratique » en matière d'innovation. Dans ce cas, les notions de protection de l'innovation ne doivent pas être oubliées.

IDETA déconseille le développement de projet d'innovation en vase clos, sans interactions avec l'extérieur, avec d'autres personnes, entreprises ou structures. Il ne faut pas non rester concentré sur le produit sans prendre en compte le contexte qui l'entoure. Le risque de se retrouver en fin de projet avec une innovation non exploitable est réel.

Un élément qui a été souligné à plusieurs reprises est que les services fournis par IDETA et les autres acteurs de l'innovation (ou de financement) sont accessibles à tous types d'entreprises.

Lorsqu'une petite entreprise a besoin d'aide, que doit-elle faire ? La demander ! Dans le pire des cas, vous obtiendrez un refus. IDETA peut vous conseiller et vous aider à réaliser vos dossiers de candidature.

«Même les plus petites entreprises peuvent répondre à un appel à projets des pôles de compétitivité »

Pour plus d'informations :

- ✓ Le document de présentation en ligne : <http://www.reseau-pwdr.be/présentation/innovation-agroalimentaire-faciliter-la-r%C3%A9ussite-de-linnovation.aspx>
- ✓ Lien vers le projet « Fast to Market » : <http://www.fast-to-market.eu>
- ✓ Le site web d'IDETA : <http://www.ideta.be>

3.4. ProteiFood, Pierre Olivier, Président Directeur, inventeur



De la naissance d'une idée à la création de ProteiFood

En 2011

- Printemps
 - Découverte soufflage aux micro-ondes des croûtes de Parmesan et extension aux fromages à pâtes cuites
 - Accompagnement par Innovatech (Isabelle Radoux) et mise en relation avec le CARAH
- Automne
 - Bourse de pré-activité (<http://as-e.be/outil/bourse-de-preactivite>) obtenue auprès de l'Agence de Stimulation Economique (ASE) pour le Projet « Croosty »
 - Recherches avec le CARAH à Ath (Centre pour l'Agronomie et l'Agro-Industrie de la Province de Hainaut)

En 2012

- Janvier
 - Dépôt de demande de brevet Croosty
- Printemps
 - Idée de fabrication de croûtes de fromage
 - Idée d'enrobage de grains de caillé avec alginate (polysaccharide issu des algues brunes qui forme des gels stables) et de fabrication de popcorns de fromage : PopCheese
- Automne
 - Tests enrobage avec hydrocolloïdes de différents types de croûtes réalisés à l'Institut Meurice et financés via des Chèques Technologiques de l'Agence de stimulation technologique (AST) (pour plus d'informations : <http://www.ct.innovons.be/>)

En 2013

- Hiver
 - 3 mois de recherche et de mise au point par l'Institut Meurice du PopCheese sur base de cottage-cheese et d'un mélange d'hydrocolloïdes (financés par des chèques technologiques)
- Printemps
 - Dépôt de demande de brevet PopCheese le 27 mars avec subsides brevet de la Région Wallonne
- Eté
 - Rencontre avec Ingredia (via IDETA), coopérative laitière du Nord Pas de Calais. Elle réalise le cracking du lait pour en retirer de la caséine (protéine du lait) et une vingtaine d'autres protéines. Ces protéines servent de base pour réaliser des fromages reconstitués tel que le Babybel. Idée : « S'ils savent faire du fromage, ils savent faire des croûtes ! »
 - NDA (Non Disclosure Agreement) signés avec 2 industriels
- Automne – Hiver

- Réalisation du Croosty 2 chez Ingredia sur base de protéines de lait

En 2014

- Printemps
 - Développement de PopMilk
- Eté
 - Création de la SA ProteiFood (Enghien)
- Automne
 - Contrat FIRST Entreprise de la Région Wallonne, qui permet d'engager un chercheur pour mener une recherche et d'assurer sa formation par le biais d'un stage au sein d'une structure de recherche (<http://recherche-technologie.wallonie.be>). Le contrat est réalisé avec la Faculté Agronomique de Gembloux avec engagement d'un chercheur.

En 2015

- Janvier
 - Dépôt de demande de brevet
 - Recherche bibliographiques et analyse des potentialités de valorisation des inventions réalisées.

« Qu'est-ce qui
aurait pu gripper
la machine ?
Moi. »

Quand on souhaite lancer une entreprise innovante, il faut être proactif. Les possibilités de conseils et de soutien financier sont nombreuses en Wallonie et accessibles à tous. Cependant, il faut aller les demander et prendre ce que l'on nous donne. « Aide-toi et la Wallonie t'aidera », tel est le dicton de Pierre Olivier. Pour sa part, il a utilisé la bourse de préactivité, a fait appel à IDETA et Innovatech, s'est associé à des centres de recherche tels que le CARAH ou l'université de Gembloux, a recherché des partenaires industriels, ... Mais il insiste sur le fait que c'est au porteur de projet, à l'inventeur, d'être maître de son destin et de déployer l'énergie et la ténacité nécessaire pour atteindre son objectif. Il reste l'élément principal qui permet au processus d'évoluer et d'avancer. Par ailleurs, il précise qu'il faut être ouvert à mobiliser ses propres fonds, tel qu'il l'a fait en vendant sa résidence secondaire et en réinvestissant l'argent dans ses recherches.

Par ailleurs, Pierre Olivier confirme également que mener une réflexion sur le modèle économique le plus adapté avant d'affiner un produit que l'on estime innovant apporte de la valeur ajoutée.

3.5. Brasserie des Légendes, Pierre Delcoigne, directeur



En décembre 2006, la Brasserie des Géants, transmise à Pierre Delcoigne, a repris la brasserie située à Ellezelles qu'il nomma la Brasserie des Légendes (en regard du folklore local : le Sabbat des Sorcières d'Ellezelles). En 2011, une annexe à la Brasserie des Légendes fût construite afin de diversifier l'activité vers la restauration et la dégustation : le Chaudron des Légendes. En 2014, les deux sites réunissaient 23 personnes pour la fabrication de la bière et sa commercialisation.

Lorsqu'ils ont voulu créer le deuxième site de production à Ellezelles, il a fallu faire preuve de ténacité et de motivation. « *100% de motivation ne suffit pas, c'est plutôt 200 ou 300%* ». Les banques ne trouvaient pas le projet suffisamment innovant pour être soutenu. Pourtant, aujourd'hui la brasserie Quintine et sa taverne existent bien et le marché de la bière est florissant. Les brasseries ont vu augmenter leur chiffre d'affaire de 60% au cours des dernières années. Il y a d'ailleurs de nombreuses micro-brasseries qui voient le jour à l'heure actuelle.

La brasserie travaille également à son impact environnemental et son ancrage dans la région. Notamment, elle s'approvisionne en orge brassicole à la ferme Beauregard, ferme familiale de la famille Delcoigne, qui cultive 60 ha d'orge brassicole et alimente les 2 brasseries (1/3 des besoins couverts). Le maltage de l'orge est, quant à lui, réalisé à Beloeil.

En matière d'innovation, il y a des petits projets qui se réalisent plutôt en interne et ne nécessitent pas d'aide spécifique des structures wallonnes de soutien à l'innovation:

- passage au photovoltaïque ;
- mise en œuvre d'un système de récupération thermique (appel à un architecte, un spécialiste en chauffage et à l'équipe) : récupération de la chaleur produite lors du processus de fabrication couplé à une production solaire (54m²) ont permis une diminution de 40% de la consommation en énergie fossile ;
- création de partenariats avec les artisans de la région et travail en circuit-court (association avec agriculteurs) ;
- ...

Il y a également des plus gros projets, qui nécessitent un investissement en temps plus important, la participation à des réunions et conférences, ...mais qui apportent des innovations de plus grande ampleur :

- **Le Projet 3 POD – Action Design** a permis à la Brasserie de s'associer avec un designer pour créer une image innovante et marketing à ses bières et augmenter sa visibilité. La Brasserie a travaillé avec IDETA et La Maison de l'Entreprise (CEEI) pour accéder à ce programme européen Interreg IVa. Dans ce cadre, la brasserie a reçu un soutien en matière d'information, de conseil, d'accompagnement pour l'élaboration du cahier des charges et la recherche d'un partenaire designer (Ex-Nihilo) et de soutien financier. Pierre Delcoigne est très satisfait de cette collaboration qui lui a permis de donner une identité à l'entreprise (logo, charte graphique, ...) et de développer la marque Goliath.
- **Le projet FIRST « YEASTPRO »** vise à développer des nouvelles boissons fonctionnelles aux levures probiotiques. Il est réalisé en collaboration avec l'Institut Meurice qui mobilise un chercheur à temps plein, la Haute Ecole Lucia de Brouckère et Artechno, spécialiste de la levure qui réalise les mise au point pilote et participe aux essais industriels. C'est l'Institut Meurice qui a monté le projet et fait la recherche de partenaires. C'est parce qu'il se connaissaient que l'institut s'est adressé à la brasserie pour participer au projet. La brasserie est très enthousiaste par rapport à ce projet. Les gros avantages des projets FIRST sont leur valeur ajoutée pour l'innovation, leur taille réduite mieux adaptée à une petite entreprise et l'apport financier qui en découle.
- La brasserie s'est également associée à d'autres entreprises dans le cadre d'un projet du Pôle Wagrallim « **Walaid** » qui visait plusieurs objectifs dont notamment la récupération de molécules intéressantes produites durant la confection de la bière. En tant que petite entreprise, encore non mature puisque créée trop récemment, la brasserie n'as pas pu tirer une grande valeur ajoutée dans ce projet. La principale raison est le grand nombre de

partenaires et d'objectifs divergents qui n'ont finalement pas rencontré les attentes prioritaires de la brasserie.

Pour plus d'informations :

- ✓ Le document de présentation en ligne : <http://www.reseau-pwdr.be/présentation/innovation-agroalimentaire-brasserie-des-legendes.aspx>
- ✓ Le site web de la Brasserie des Légendes : <http://www.brasseriesdeslegendes.be/accueil/>

3.6. NNT sprl, Michel Willems, co-fondateur



A NEW GENERATION OF PRALINES... WITH LIQUID INSIDE

Alors que sa fille en faisant de la cuisine a découvert par hasard le processus de création d'une praline pouvant contenir un liquide non sucré, Michel Willems a décidé d'utiliser cette découverte et de s'associer avec un chocolatier, Pascal Bedeur, pour mettre au point cette praline et la commercialiser. C'est finalement par une technique d'essai/erreur réalisée dans le « laboratoire » du chocolatier que l'innovation a vu le jour.

Néanmoins, l'innovation naît le plus souvent du croisement et de l'échange d'idées permettant de donner un autre regard à un projet. C'est pourquoi, les deux associés sont partis à la recherche de partenaires. Après s'être fait refuser la bourse de préactivité de l'ASE, ils se sont rendus chez Wagrallim qui, plutôt orienté sur la mise en réseau et les gros projets de recherche, les a renvoyé chez Innovatech pour un accompagnement spécifique et personnalisé. Ils ont alors été mis en contact avec la Faculté de Gembloux où, l'échange de connaissances, notamment sur les caractéristiques du beurre de cacao, leur a permis de finaliser le processus. Avec le soutien de PiCarré, partenaire de Innovatech en matière de protection intellectuelle, une demande de brevet pour ces pralines à contenant liquide a été déposée en 2012 et acceptée. Cela n'était pas simple puisque des grosses boîtes comme Ferrero avaient déjà déposés des brevets il y a plusieurs années, qui restent inutilisés, et qui les ont obligé à préciser leur propre brevet. Cela a représenté un coût considérable. Aujourd'hui, les pralines sont donc à présent commercialisées par la société NNT sprl qui profite de la notoriété de son chocolatier.

La persévérance, Michel Willems la met également en avant en précisant qu'il ne faut pas se décourager. Lorsque l'on souhaite développer un projet innovant, beaucoup de personnes, organismes et structures ne vous suivront pas pour la simple raison que c'est un projet nouveau, inconnu et que les risques sont plus importants. C'est à vous de continuer à croire en votre projet et vous mobiliser pour le faire évoluer.

Pour plus d'informations :

- ✓ Le site web de NNT sprl: <http://www.nnt-pralines.be>
- ✓ Le site web de la chocolaterie Pascal Bedeur : www.lesatelierschocolatpascalbedeur.be

3.7. Cosucra, Jacques Crahay, Président Directeur



A l'origine Cosucra était une fabrique de sucre. Aujourd'hui, elle ne travaille plus la betterave. La stratégie de Cosucra depuis toutes ces années a été d'innover en diversifiant ses productions plutôt que de toujours chercher à croître.

En 1985, en raison d'un besoin de croissance de l'entreprise, d'un besoin d'évolution, des recherches qui visaient à utiliser leur process sur une autre matière première non réglementée, dans ce cas-ci, la chicorée leur a permis de produire du sirop de fructose. Ils vendaient donc leurs produits sur un marché similaire à celui du sucre qui était très profitable à l'époque.

Fin des années 80, il était nécessaire d'innover. L'entreprise devait investir dans une nouvelle activité. Ils se sont concentrés sur création d'un nouveau produit en partenariat avec la sucrerie Couplet, d'une « innovation de rupture » : une nouvelle industrie dans le but de réaliser le cracking du pois protéagineux. Cosucra a développé un marché radicalement nouveau à l'époque qui est aujourd'hui indispensable à la survie de l'entreprise. Néanmoins, l'erreur qu'ils ont commises dans cette démarche était de vouloir innover sur tous les fronts (organisationnelle, marché, produit, ...) avec pour conséquence une période de développement de 15 ans avant l'industrialisation et la commercialisation. En 2014, une deuxième usine a été ouverte à côté de la première pour alimenter le marché américain.

Cosucra est une grande entreprise de 200 personnes mais, sur le marché mondial, elle reste une « petite goutte dans l'océan ». A chaque innovation mise sur le marché, il faut très peu de temps à d'autres entreprises, souvent chinoises, de mettre un produit identique sur le marché (pour la protéine de pois, en 18 mois après la diffusion du produit, 8 entreprises chinoises le produisaient également). La concurrence mondiale est très importante. C'est donc par une innovation constante que l'entreprise assure sa pérennisation. Elle possède donc un département de recherche et développement (R&D) dont la mission est de créer de nouveaux produits, de leur trouver une application en vérifiant leur adéquation avec un marché en continuel changement.

« L'innovation est une condition de survie de l'entreprise ».

De plus l'entreprise, constituée d'un seul site de production, fournit 40 pays différents. Elle doit donc s'adapter à 40 réglementations différentes, 40 cultures différentes, méthodes de vente, ... C'est un facteur supplémentaire complexe à gérer et auquel il faut faire face.

Finalement, Jacques Crahay affirme que l'innovation ne se trouve plus là où on l'attend. Il n'est plus possible de mener des projets créatifs et innovants avec l'organisation humaine telle qu'elle existe aujourd'hui. L'innovation aujourd'hui serait plutôt d'ordre managériale : nouveaux modes d'organisation, nouveaux modes de travail ensemble, ... C'est une innovation où le management tel qu'on le connaît disparaît pour laisser la place à l'humain. Le mode d'organisation actuel de l'entreprise est très hiérarchisé et non adapté au contexte actuel, non prévu pour affronter les défis de demain.

L'aspect humain est très important aujourd'hui et est mal considéré. Les postes et fonction ne sont pas créées en fonction des personnes et les tâches sont trop divisées. C'est comme cela qu'un expert qui ne possède pas forcément les compétences personnelles nécessaires se retrouve manager au dépend de lui-même et de l'entreprise puisqu'il ne possède plus le temps nécessaire pour faire ce qui lui convient réellement. Il n'est reconnu que pour ce qu'on lui a attribué. Dans ce cadre, les jeunes

générations, les « Y », apportent une dimension innovante à l'emploi : celle d'inscrire son travail dans un projet qui fait sens et impacte positivement le monde, qui répond à ses valeurs personnelles et contribue à son développement personnel. Leur motivation à travailler est différente. C'est cette dimension sociale qu'il faut intégrer au processus d'innovation de l'entreprise afin de laisser à chaque acteur de l'entreprise la possibilité d'exprimer ses idées créatives.

Par ailleurs, les industries agro-alimentaires souffrent aujourd'hui d'une image négative auprès des consommateurs. C'est lié à la non-considération de cet aspect « social » par les entreprises. Elles doivent réagir et évoluer, innover, pour lutter contre cela : développer des politiques de RSE qui répondent un peu au même genre de préoccupations; s'inscrire dans le territoire en développant notamment des collaborations locales avec les agriculteurs ; ... Dans ce cadre, on peut se poser cette question : quel est l'avenir de notre agriculture vis-à-vis de l'industrie alimentaire ?

Pour plus d'informations :

- ✓ Le site web de Cosucra : <http://www.cosucra.com>

3.8. Graines de curieux, Eddy Montignies, co-fondateur



« Graines de curieux » est un label commercial de l'entreprise « Land, Farm & Men » qui vise le développement d'une agriculture bio, locale et « dans son temps ». Graines de curieux recouvre aujourd'hui, la production de graines de quinoa et d'huile de caméline belges et bio.



Les premières motivations pour la création de Graines de curieux étaient agronomiques : élargir les rotations en agriculture biologique et trouver des débouchés commerciaux pour les cultures bio. Plusieurs raisons ont permis aux 3 co-fondateurs de l'entreprise de s'orienter vers la production de quinoa : la rencontre de 3 personnes dont un mémorant qui travaillait sur la production de quinoa sous nos climats, la visite d'expériences étrangères, l'expérimentation en interne. Ils décidèrent de se lancer dans l'aventure de la production de cette culture contemporaine destinée à l'alimentation humaine. Le 23 avril 2014, un test « grandeur nature » de 13 ha de quinoa a été réalisé afin de tester la culture. Le test a très bien fonctionné.

Dans le lancement de l'activité, quelques difficultés ont été rencontrées :

- Ils ont souffert d'un manque de pro-activité et de créativité du monde institutionnel. Ils ont été peu soutenus dans leurs démarches. En effet, la culture de quinoa n'ayant pas encore été envisagée à l'échelle wallonne, les administrations et centres de recherches ne souhaitaient pas prendre de risques, au dépend de leurs missions.
- La recherche de financement n'a pas été aisée. Après un premier refus, la demande d'une bourse de préactivité a finalement été obtenue.
- Quel serait leur impact sur les productions du Sud ?
- Quelle quantité de quinoa mettre en culture pour le lancement ? Quelle rentabilité ? Quelle possibilité de vente ? Une analyse de la taille critique du projet a du être réalisée. Le risque a finalement été pris.
- La problématique qui s'est posée ensuite a été de savoir où vendre ce type de produit sans entrer en concurrence avec la vente de légumes.

Les expériences positives et facteurs de réussite :

- Marketing moderne : ils souhaitent également dépasser l'image « ancestrale » de la nappe à carreaux représentant la ruralité. C'est pourquoi ils ont créé un logo assez moderne.
- Nécessité de mettre en place des mécanismes pour augmenter la visibilité de l'entreprise : visites, télé locale, relais dans le milieu institutionnel, ... Plus la visibilité augmente, plus cela intéressera des journalistes qui communiquent à plus large échelle comme la RTBF ou RTL-TVI qui ont finalement rappeler Land Farm & Men pour communiquer sur leur démarches. Ils ont pu bénéficier d'un très bon retour des médias.
- Très grand dynamisme et entraide dans le secteur privé.
- Au vu de la difficulté de trouver des financements, mise en place un système de paiement anticipé de la production par promesses de vente avant la récolte. Les clients intéressés pouvaient payer leurs marchandises à l'avance et recevaient 1,5% de remise si le paiement était anticipé. Ça incite les acheteurs à payer plus vite et ça apporte des liquidités à l'entreprise. Tout le monde sans exception a payé de manière anticipée.
- Les banques les ont finalement soutenus.

Aujourd'hui, Graines de curieux se dirige vers la production d'huile de Caméline. Un projet en partenariat avec Wagralim et le CRA-W est en cours. Pour la nouvelle saison de culture, ils envisagent d'augmenter nettement la surface cultivée de quinoa en regard du franc succès de l'année précédente. Ils souhaitent également élargir la gamme des produits qu'ils produisent et commercialisent, diversifier leurs activités, pour diminuer les risques de faillite.

Pour plus d'informations :

- ✓ Le document de présentation en ligne :
<http://www.reseau-pwdr.be/présentation/innovation-agroalimentaire-graines-de-curieux.aspx>
- ✓ Site internet Land, Farm & Men : <http://landfarmandmen.be>
- ✓ Page Facebook de Graines de curieux:
<https://fr-fr.facebook.com/grainescurieux>

3.9. Considérations et questions des participants à la table-ronde

Comment une entreprise comme Land, Farm & Men (Graines de curieux) peut-elle devenir membre de Wagralim ?

Le pôle fonctionne avec un système de cotisations. La cotisation donne accès aux services du Pôle.

Comment bénéficiaire du soutien/de l'accompagnement d'Innovatech ?

Innovatech reçoit un subside de la Wallonie. Ses services sont donc offerts pour autant que l'entreprise soit une TPE ou PME de max. 250 personnes, située en Wallonie et souhaite développer un produit, un procédé ou un service innovant technologiquement. Seuls les cycles de formation sont non subsidiés. Ils coûtent entre 600 et 700€. Cela permet de renforcer l'engagement des participants à la formation.

En matière d'accompagnement à l'innovation, n'y a-t-il pas une différence entre les TPE, petites PME et les plus grosses entreprises ?

La différence ne se situe pas à ce niveau. C'est plutôt une différence en terme de maturité et d'expérience de l'entreprise dans son chemin vers l'innovation.

Chez Wagralim par exemple, une petite entreprise bénéficiera du réseau qui favorisera les rencontres et le développement de partenariats. Si l'entreprise a besoin d'un accompagnement plus suivi aux différentes étapes de l'évolution de son projet, elle sera envoyée chez Innovatech ou dans son agence de développement économique régionale comme IDETA pour la région Tournai, Ath.

Il faut néanmoins prendre en compte que les organismes subsidiés par la Wallonie doivent répondre aux définitions européennes des différents types d'entreprises. Innovatech appuie les TPE et PME de max 250 personnes.

IDETA quand à elle accompagne des porteurs de projets, des TPE et PME (de 5 à 100 personnes en moyenne).

La limite de l'accompagnement se manifeste également dans la capacité des accompagnateurs à accueillir un nouveau projet. Innovatech travaille actuellement sur 200 projets alors qu'ils ne sont que 20 conseillers.

Les brevets sont-ils forcément une bonne chose ?

Attention, les brevets ne doivent pas constituer la finalité, le but final à atteindre! Les brevets sont un des moyens de se protéger et ils constituent un coût. Parfois ne pas faire de brevet, c'est mieux. Le brevet est une description du processus de production. Or, une petite entreprise, TPE/PME, n'a pas les moyens d'attaquer une grande entreprise qui aurait copié le brevet...Il faut mettre en œuvre une véritable stratégie de protection qui prend tous les paramètres en compte.

Lorsqu'un inventeur travaille sur son invention, de quoi va-t-il vivre ? Quels sont les mécanismes qui existent pour le soutenir ?

Un inventeur est perpétuellement en train de courir pour concrétiser son idée. Pourtant, dans les structures qui sont sensées l'aider, tout le monde reste assis. Pendant qu'il court, l'inventeur n'est pas couvert. Alors devrait-il arrêter de courir ? Non, car c'est aussi ça qui le garde motivé et qui fait que des inventions voient le jour portées par lui-même, qui prend le projet à cœur. Il faut néanmoins trouver un juste milieu entre cette pression que l'on laisse sur les épaules des porteurs de projet sans soutien et ce besoin de rester dans une dynamique.

Des projets de partenariats peuvent financer partiellement des gens pour travailler sur une innovation et venir en aide à un porteur. S'il y avait une bourse à l'inventeur, elle exploserait. Il y a une différence entre un inventeur et un entrepreneur.

On pourrait imaginer que le grand public paye des impôts qui seraient renvoyés vers le privé lors de la commercialisation d'une invention. Mais c'est délicat. Il ne faut pas prendre tout en charge. Le moteur d'un entrepreneur/inventeur est sa passion pour son activité. Il ne faut pas casser cela.

Est-ce que tout le monde peut devenir un inventeur ?

Tout le monde est créatif. Ce n'est pas le fait de quelques uns. Ce qu'il faut c'est un entrepreneur qui met en œuvre les idées. C'est différent. La Wallonie a besoin d'entrepreneurs.

Les médias comme outil d'amélioration de la visibilité ?

Les médias sont demandeurs de belles histoires. Il faut absolument les utiliser. Si un journal dit qu'une innovation « est bien », le public suit. C'est une vague sur laquelle il faut surfer. Cependant, on ne contrôle pas toujours tout ce qui se dit.

Innovation organisationnelle : que faut-il faire ?

Il faut entreprendre une révolution culturelle. La pyramide des âges n'est pas favorable et difficile à modifier. Les jeunes générations sont prêtes à relever le défi mais il ne faut pas s'adapter à elle il faut lancer une véritable révolution.

La facilité de la mise en œuvre dépend notamment de la taille de l'entreprise. Une petite entreprise éprouvera moins de difficulté de mettre en place de nouveaux processus organisationnels qu'une grande.

Néanmoins, la question de la gestion et de l'implication du personnel reste importante tant dans les petites que les grosses entreprises. Par exemple, La Brasserie des Légendes qui emploie 23 personnes dont la moyenne d'âge est 30 ans, essaie d'être à l'écoute de son personnel. Dernièrement, un barman a manifesté son envie de travailler également dans le marketing, tel qu'il l'a toujours souhaité. Un arrangement qui combine ses deux fonctions a pu être trouvé.

4. Visite de la Brasserie des Légendes – production de la Quintine



La Brasserie produit 12000 L bière/semaine selon un processus de fabrication « bière spéciale de haute fermentation ». Elle ne produit pas de pils. La garde est longue pour stabiliser le produit. La bière est ensuite refermentée en bouteille. La levure ne se dégrade pas dans la bouteille, elle reste active. Les bouteilles peuvent être conservées longtemps, jusqu'à 10 à 15 ans.

La chaîne de production de la Quintine mobilise 5 personnes (contrairement à la brasserie de Ath qui en mobilise 10). La capsuleuse à la capacité de produire 7000 bouteilles fermées/heure.

Uniquement pour la Quintine, 30.000 bouteilles sont produites/semaine et 1.200.000 bouteilles/an.

En terme de poids tout au long de la chaîne, 1 personne mobilise 10 tonnes/jour. A Ath, c'est plutôt 15 tonnes/jour.



En matière d'innovation, la brasserie a travaillé avec un architecte et un chauffagiste pour mettre en place un prototype de récupération d'énergie avec ballons tampons. Quand le moût passe de 100°C à 20°C, il y a une utilisation de 6.000 à 8.000 L d'eau qui ressort à 70°C. Cette eau à 70°C est stockée dans des ballons tampons qui stockent la chaleur. Ils sont également reliés à des panneaux solaires. Cette eau chaude permet de chauffer la chambre « chaude », la taverne et l'eau de la laveuse à bouteilles qui travaille à 40-50 °C. Cela représente une économie de 25.000 à 30.000 L de mazout par an. Un système informatique permettant le contrôle des installations à distance a été installé.

Pour plus d'informations :

- ✓ Le site web de la Brasserie : <http://www.brasseriesdeslegendes.be/accueil/>

5. Visite de la chocolaterie bio et équitable Belvas



Fondée en 1985, Belvas a toujours souhaité se démarquer en utilisant des produits de qualité. C'est en 2005, lorsqu'elle est reprise par Thierry Noesen, qu'elle débute une phase plus novatrice vers le développement d'une économie durable : matières premières issues du commerce équitable (Max Havelaar) et certifiées par FLO (Fairtrade Labeling Organisation), produits biologiques certifiés par Certisys et enfin, atelier écologique aux procédés de fabrication adaptés et couplés à différents systèmes énergétiques : utilisation de panneaux solaires, système de récupération de chaleur,... L'atelier est d'ailleurs certifié EMAS depuis 2011.

Un chocolat équitable est un chocolat qui contient au minimum 51% de produits équitables, uniquement pour les ingrédients principaux. Par exemple, le cacao est équitable mais le lait et le sucre ne le sont pas car ils sont achetés localement. Un produit est biologique s'il contient au maximum 3% de produits non issus de l'agriculture biologique et en cohérence avec la liste des produits autorisés. Les fèves de cacao biologiques sont achetées en Amérique Latine (monopole de la fève biologique), là où sont réunies les meilleures variétés de cacao. En particulier, le Pérou s'est spécialisé dernièrement en culture de cacao biologique sur décision de l'Etat et est devenu le leader mondial. Les cultures doivent être garanties sans pesticides depuis minimum 3 ans.

Selon Thierry Noesen, innover dans le chocolat, c'est sortir des « habitudes belges » et ouvrir l'univers du chocolat à des gammes plus larges et à des processus de fabrication innovants : création de cosmétiques à base de fève de cacao, allongement de la durée de conchage, création de

nouveaux mélanges de fèves d'origines variées, suppression de l'huile de palme (pour des raisons de process), ... L'innovation apparaît également dans la manipulation des ingrédients en relation avec la demande du client : réalisation de pralines sans gluten, sans lactose, réduites en sucre ou sans sucre, au sirop d'agave, au sucre de fleur de coco qui apporte un petit goût particulier ... Dans ce cadre, Belvas collabore beaucoup avec l'université de Gembloux Agro-Bio Tech qui lui a permis de supprimer les graisses hydrogénées de ses produits et de produire une crème fraîche de longue conservation pour laquelle l'entreprise a déposé un brevet.



Pour plus d'informations :

- ✓ Le site web de Belvas : <http://www.belvas.be/>
- ✓ Vidéo de présentation : http://www.rtf.be/video/detail_belvas-une-chocolaterie-belge-durable?id=1898294&gclid=Cj0KEQIA6ounBRCq0LKBJKGgysEBEiQAZmpvA4mfr80aidZgdAf3oTikchQc7ehOYuTyqceQYcayUHUaAlhc8P8HAQ

6. Quelques éléments de réflexion

L'innovation revêt de nombreuses facettes : de produits, de processus, organisationnelle, managériale ou encore de rupture, itérative, ouverte, ... Dans un contexte actuel difficile de diminution des ressources, volatilité des prix des matières premières, concurrence internationale, exigences des consommateurs..., son émergence, sa mise en œuvre, constitue une condition de survie pour les entreprises et indépendants. Ceux-ci doivent mettre en place des stratégies d'innovation efficaces répondant à leurs besoins.

C'est pourquoi des spécialistes de l'innovation viennent en soutien à ces acteurs. L'accompagnement doit répondre à leurs besoins et être adapté au cas par cas. Il peut être de deux types : individuel (porteur de projet) ou collectif (entreprise) ce qui aboutira à des projets totalement différents. Il y a également divers modes d'accompagnement en fonction de la demande : d'une part, une entreprise (ou le porteur de projet) peut avoir besoin d'une analyse et d'un coaching personnalisé avec un plan d'actions spécifique - elle se dirigera plutôt vers des acteurs comme Innovatech ou IDETA ; d'autre part, une entreprise qui souhaite développer son réseau professionnel, établir de nouveaux partenariats, s'investir dans des projets de plus grande ampleur ayant des retombées individuelles et collectives s'adressera plutôt à son pôle de compétitivité, Wagralim pour le secteur agro-alimentaire. Vu la diversité des types d'accompagnement et des acteurs, afin de toujours mieux répondre à la demande des bénéficiaires et conserver une dynamique régionale en matière d'accompagnement à l'innovation, les structures doivent s'inscrire dans un réseau local et régional de l'innovation et renforcer leurs liens.

Comme affirmé par de nombreux intervenants, il ressort qu'une bonne démarche d'innovation commence par une réflexion poussée en amont du projet. Il ne faut pas se focaliser sur le produit de

l'innovation mais bien sur les bases qui permettront de la construire : quels sont les besoins de l'entreprise/du porteur de projet ? Quelles sont ses ressources humaines et financières ? Qu'est-ce qui la motive ? Quelles sont les perspectives ? Une fois la direction donnée, le projet évoluera progressivement jusqu'à la concrétisation de l'idée en innovation. Une dernière étape clé reste son lancement. La communication autour du projet est importante et déterminera en partie sa capacité à entrer sur le marché. La mobilisation des médias à l'échelle régionale ou nationale apporte une réelle plus-value en matière de visibilité mais aussi d'opportunités de collaborations.

En dehors des structures d'accompagnement, les « innovateurs » développent des partenariats pour innover. Que ce soit en amont, lors du développement de l'idée, ou pendant la phase de développement, les partenariats inter-entreprises et avec la recherche sont toujours mentionnés comme source d'innovation : croisement de visions, échanges de connaissances, mutualisation de matériel, recherches spécifiques, ... Soit il s'agit d'un partenariat win-win, soit un centre de recherche est financé pour rechercher des solutions à des problèmes identifiés. En particulier, l'Institut Meurice est un collaborateur important de R&D dans le secteur agroalimentaire.

Finalement, dans le contexte actuel et en regard des défis futurs, l'innovation se situe surtout dans le changement des modes de fonctionnement et d'organisation des structures au sein même de l'entreprise. Les pratiques managériales traditionnelles ne favorisent pas l'émergence de l'innovation : le management procédurier freine la réactivité de l'entreprise, les principes de contrôle hiérarchiques déresponsabilisent les collaborateurs, la division des tâches freine la collaboration transversale, confier l'innovation à des experts empêche l'identification d'idées créatives qui pourraient être exprimées par n'importe quel salarié, ... Alors que l'innovation de rupture, radicalement nouvelle, est une condition de survie pour une entreprise, l'innovation managériale ouvre le champ aux idées créatives et à leur mise en œuvre, permettant à l'entreprise de se différencier, de surprendre, de s'adapter aux mutations permanentes de l'environnement mais aussi d'attirer et conserver des salariés engagés, soucieux de contribuer au développement de leur entreprise à long terme. On parle alors d'« intelligence humaine » de l'entreprise. Néanmoins, l'innovation managériale implique une modification des habitudes, une acceptation du changement et n'est donc pas simple. C'est pourquoi ce processus collectif intègre tous les acteurs de l'entreprise, pour favoriser les échanges, les partages et la construction pertinente et pérenne d'un nouveau mode de management. Alors même que certains outils comme la RSE, qui allie développement durable et innovation managériale, sont à portée des entreprises, que la société et les entreprises se dirigent vers des modes de fonctionnement plus collaboratifs, et que dans tous les domaines, l'aspect humain devient de plus en plus indispensable, quelles seront les actions des entreprises et des institutions pour mettre en œuvre le management de demain et faire face au changement?

7. Annexes: liste des participants

	Prénom	Nom	Structure/entreprise	Contact
1	Laetitia	André	SPW - DGO6/DRE	laetitia.andre@spw.wallonie.be
2	Edouard	Bauffe	Artem Mouscron	edouard@bauffe.net
3	Corinne	Billouez	Fondation Rurale de Wallonie	c.billouez@frw.be
4	Cédric	Bister	Réseau LIEU	bister.c@adisif.be
5	Françoise	Bodson	Wagralim	francoise.bodson@wagralim.be
6	Maryvonne	Carlier	Accueil Champêtre en Wallonie - DiversiFerm	maryvonne.carlier@fwa.be
7	Romano	Cavalière	Hainaut Développement Cellule Agroalimentaire et circuits courts	romano.cavaliere@hainaut-developpement.be
8	Louis-Philippe	Crahay	Danatel	g.sacre@danatel.be
9	Jacques	Crahay	Cosucra	j.crahay@cosucra.be
10	Thierry	Dandois	ProteiFood	thierry@proteifood.com
11	Alain	De Bruyn	CERGroupe	a.debruynd@cergrroupe.be
12	Pierre	Delcoigne	Brasserie des Légendes	delcoigne.pm@brasseriesdeslegendes.be
13	Xavier	Delmon	Cellule d'Animation du Réseau	x.delmon@reseau-pwdr.be
14	Jean-Louis	Dits	Brasserie à Vapeur	brasserie@vapeur.com
15	Régine	Dubruille	Fondation Rurale de Wallonie	r.dubruille@frw.be
16	Yann	Ducatteuw	UCM	yann.ducatteuw@ucm.be
17	Carole	Equeter	Carole Equeter Society	carole.e@carole-equeter.com
18	Anne	Gadisseur	Innovation & Développement	agadisseur@innovation-developpement.be
19	François	Gilbert de Cauwer	Land, Farm & Men sprl	francois.gilbert@landfarmandmen.be
20	Dorothee	Goffin	Smart Gastronomy Lab, GxABT	dorothee.goffin@ulg.ac.be
21	Lorraine	Guillaume	Cellule d'Animation du Réseau	l.guillaume@reseau-pwdr.be
22	Yannick	Habran	IDEA	yannick.habran@idea.be
23	François	Héroufosse	Wagralim	francois.heroufosse@wagralim.be
24	Baptiste	Hottekiet	Parc naturel du Pays des Collines	b.hottekiet@pnpc.be
25	Cécile	Hue	Administration Communale de Marchin	cecile.hue@marchin.be
26	Guillaume	Hulin	CEEI Héraclès	ghulin@heracles.be
27	Isabelle	Jaumotte	FWA	i.jaumotte@fwa.be
28	Charles-Edouard	Jolly	Centre de Référence des Circuits courts - AEI	cjo@as-e.be
29	Hugues	Labar	SPW - DGO6 - Direction des Réseaux d'Entreprises	hugues.labar@spw.wallonie.be
30	Sébastien	Legrain	Namur Capitale de la Bière et du Terroir	namur.biere@gmail.com
31	Martine	Mas	Le Forem	martine.mas@forem.be
32	Geoffrey	Merlot	GAL Culturalité en Hesbaye brabançonne	gm@culturalite.be
33	Régine	Meulenyser	La Ruche qui dit Oui! à Hennuyères	regine.laruche@gmail.com
34	Philippe	Michaux	Chemins d'un village	asbl.lechemindunvillage@skynet.be
35	Eddy	Montignies	Graines de curieux	eddymontignies@skynet.be
36	Pierre	Olivier	ProteiFood	pierre@proteifood.com
37	Isabelle	Olivier	ProteiFood	isabelle.olivier@scarlet.be
38	Claire	Pierson	ADL Ellezelles	claire.pierson@ellezelles.be
39	Isabelle	Radoux	InnovaTech asbl	isabelle.radoux@innovatech.be
40	Mathieu	Sartorius	Fondation Rurale de Wallonie	m.sartorius@frw.be
41	Marc	Schaus	Collège des Producteurs	marc.schaus@collegedesproducteurs.be
42	Jérémy	Smet	Athénée Royal Thomas Edison de Mouscron	jeremy.smet@gmail.com
43	Thierry	Van Kerm	Ideta	vankerm@ideta.be
44	Jean-Philippe	Vercaigne	DiversiFerm - Fromagerie du Carah	jpvercaigne@carah.be
45	Michel	Willems	NNT sprl	willemsm@skynet.be