

## AlpBioEco

# Feuille de route régionale

Auvergne Rhône Alpes (France) – BM: **Snack de noix**



## CONTENT

INTRODUCTION .....	3
METHODE .....	3
DESCRIPTION DU BUSINESS MODELE : SNACK DE NOIX .....	5
DESCRIPTION DU PRODUIT .....	5
OPPORTUNITES D’AFFAIRES ET MARKETING .....	6
OBSTACLES A LA MISE EN ŒUVRE .....	6
INFORMATIONS SUPPLEMENTAIRES ET CONTACTS.....	6
STATUS QUO.....	7
STRATEGIE EUROPEENNE ET FRANCAISE EN BIOECONOMIE.....	7
Eléments sur la stratégie européenne en bioéconomie .....	7
Eléments sur la stratégie française en bioéconomie .....	7
Avis du conseil consultatif régional sur la stratégie en bioéconomie de la Région Auvergne- Rhône-Alpes .....	8
MATIERES PREMIERES.....	8
Y a-t-il suffisamment de matières premières pour mettre en œuvre le business modèle? Y a-t-il suffisamment de producteurs de matières premières ?.....	8
Ressources et disponibilité des matières premières.....	8
Quelles sont les entreprises ayant besoin de matière première ? Existe-t-il une forte concurrence ? .....	9
Y a-t-il des producteurs intéressés dans la région par le business modèle ?.....	9
RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT .....	9
De la R&D est-elle nécessaire pour lancer le business modèle?.....	9
Quelles institutions mènent des recherches / analyses sur ce business modèle? Des experts sont-ils présents au niveau régional / national? .....	10
De nouveaux business modèles à développer .....	10
FINANCEMENT ET CADRE JURIDIQUE .....	10
Quels sont les financements possibles en région ?.....	10
Quel type de financement est disponible? Pour soutenir le lancement du business modèle ? Pour financer la R&D? Pour soutenir la création de start-ups ? .....	11
BILAN .....	12
LIGNES DIRECTRICES POUR LES PARTIES PRENANTES.....	13
FORCES REGIONALES.....	13
RECOMMANDATIONS DU CONSEIL CONSULTATIF RÉGIONAL SUR LA MISE EN ŒUVRE DU BM .....	13
LIGNES DIRECTRICES POUR LES PME.....	14

## INTRODUCTION

Ces lignes directrices s'adressent aux PME et aux parties prenantes (se réfère aux: clusters, instituts de recherche, chambres)

Les écosystèmes des Alpes sont exposés aux problèmes environnementaux causés par les activités économiques et le changement climatique. De plus, les entreprises agricoles, les producteurs et les fabricants des Alpes sont confrontés à une concurrence féroce sur le marché mondial. Il existe un énorme potentiel de croissance écologique et de création de lieux de travail grâce au développement d'une bioéconomie durable. L'utilisation innovante et la valeur des ressources régionales renforcent les entreprises régionales. Actuellement, tout le potentiel bioéconomique n'est pas valorisé. De nombreuses chaînes d'approvisionnement dans la région alpine ne sont pas suffisamment connectées. De nombreux déchets et sous-produits ne sont pas utilisés, ils sont simplement jetés ou compostés au lieu de les réutiliser pour développer de nouveaux produits recyclables.

En outre, il y a un manque de politiques et de stratégies cohérentes pour soutenir les chaînes d'approvisionnement d'origine biologique. C'est précisément là qu'intervient le projet AlpBioEco: il favorise un développement territorial du secteur agricole par des méthodes innovantes, surtout l'innovation pour les petites et moyennes entreprises et renforce l'économie et la coopération dans les régions alpines.

L'objectif global d'AlpBioEco est de favoriser une économie durable et de soutenir les marchés et la compétitivité d'une bioéconomie dans les régions alpines. Il se concentre sur les chaînes d'approvisionnement alimentaires et de plantes biosourcés. Le projet travaille sur les noix, les pommes et les plantes. AlpBioEco s'appuie sur le concept d'innovation ouverte pour développer des business modèles appropriés pour différentes régions.

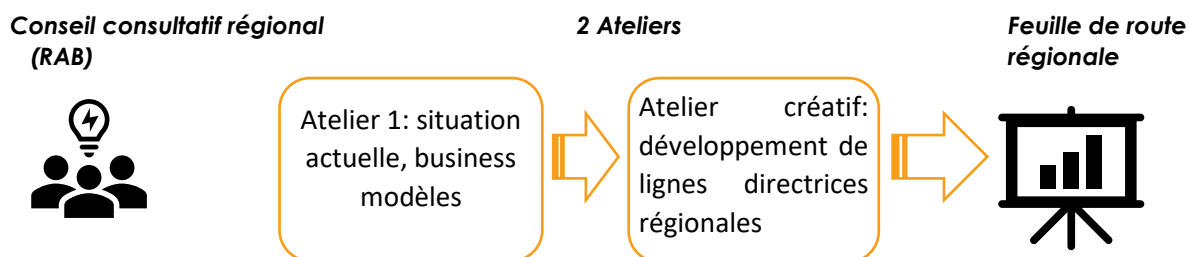
Le guide suivant devrait accélérer la mise en œuvre de ces business modèles et le développement de la bio-économie en Auvergne Rhône Alpes. Le guide fournit des recommandations claires aux décideurs impliqués dans la politique et l'économie comme les différentes chambres, clusters et instituts de recherche. D'autre part, le guide s'adresse également à tous les producteurs et entreprises à la recherche de marché et de développement économique.

## METHODE

Afin de développer un guide pour toutes les régions du projet, qui se concentre spécifiquement sur ces modèles commerciaux, des conseils consultatifs régionaux (RAB en anglais) pour chacune des 10 régions ont été créés. Le RAB est composé d'experts de différents domaines (politique, économie, développement régional, agriculture, production alimentaire, approvisionnement alimentaire, représentants d'intérêts). Tous ces experts apportent leur expertise et travaillent ensemble à une mise en œuvre réussie du business modèle. Le RAB connecte de manière dynamique toutes les parties prenantes concernées d'une région afin de créer et de favoriser de nouvelles chaînes de valeurs et de nouvelles opportunités qui n'avaient pas été prises en compte auparavant. Le RAB se compose des parties prenantes les plus importantes du secteur de la bioéconomie au sein d'une région et fournit donc également un réseau qui est important pour les futures plates-formes / projets / recommandations.

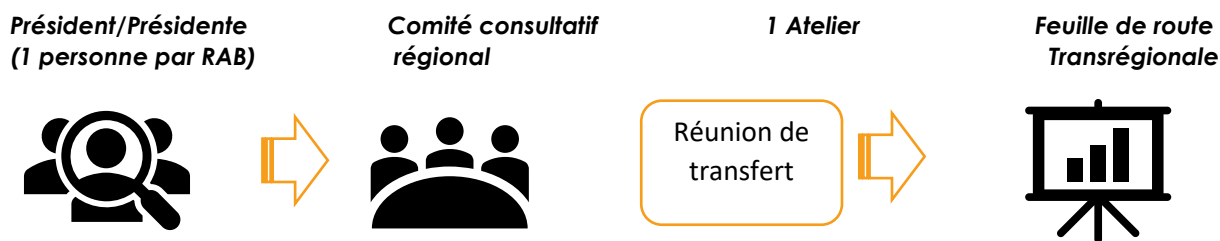
La première étape a consisté à collecter des informations sur une région et à montrer la situation actuelle. Cela a été fait par le RAB dans différents ateliers sous la supervision d'un partenaire du projet AlpBioEco. La deuxième étape a consisté à développer une vision commune sur la manière d'élaborer des recommandations politiques basées sur le projet. Cela a été réalisé dans un deuxième temps avec des méthodes créatives comme par exemple: Lego Serious Play®, Mural Tool

ou PESTEL. En raison de la situation sanitaire actuelle (Covid 19), toutes les réunions ont eu lieu en ligne ou un mix en petit comité présentiel et en ligne.



*Déroulement du processus de développement des lignes directrices régionales*

Un(e) président(e) a été nommé(e) pour chaque RAB. Ce président / présidente est chargé(e) de présenter et de discuter les recommandations élaborées lors d'une réunion internationale, appelée « réunion de transfert ».



*Étapes de développement de la feuille de route transrégionale*

### Membres du comité consultatif régionale en Auvergne-Rhône alpes (France)

Rôle	Nom	Business/ Organisation	Secteur	Echelle
Présidente	Aurélie D'ASSIGNIES	Very Foody	PME	Regionale, Nationale
Membre RAB	Claire REVOL-BUISSON	Région Auvergne Rhône Alpes	Autorité publique	Regionale
Membre RAB	Sylvie MIGUET	Région Auvergne Rhône Alpes	Autorité publique	Regionale
Membre RAB	Ghislain BOUVET	Chambre d'agriculture Isère	Autorité publique	Locale, Regionale
Membre RAB	Stéphane DUPRE	SENURA	Centre d'expérimentation	Regionale
Membre RAB	Nathalie GROULARD	CING	Syndicat professionnel	Regionale
Membre RAB	Séverine BELLE	Moulin	PME	Locale, Regionale
Membre RAB	Ludovic BELLE	Walnut farmer	PME	Locale, Regionale
Membre RAB	Martine BOUSSIER	Alimentec	Technopôle	Internationale
Membre RAB	Clément DIOT	Innov' Alliance	Pôle de compétitivité	Internationale

## DESCRIPTION DU BUSINESS MODELE : SNACK DE NOIX

### DESCRIPTION DU PRODUIT

Les snacks de noix sont des collations soufflées ou des additifs soufflés principalement à base d'amidon, par ex. gâteau pressé aux pommes de terre, au blé ou au maïs et aux noix. Les snacks peuvent varier en taille et en forme: sous forme de petits granulés, ils peuvent faire partie des céréales du petit-déjeuner.

En tant que snack plus gros, similaires aux snacks curly bien connus, les snacks aux noix pourraient être une collation à servir avec un apéritif, lors d'événements professionnels ou à la maison comme une alternative plus saine et locale aux chips de pommes de terre.

Les snacks de noix peuvent être produits de deux manières:

- Une option consiste à utiliser des extrudats d'amidon déjà fabriqués qui sont ensuite enrobés d'huile, d'épices et de tourteau de noix.
- La deuxième option consiste à inclure le tourteau de noix dans la masse d'extrudat, puis à transformer la masse en extrudats soufflés, de sorte que l'extrudat d'amidon contienne également du tourteau de noix.



Figure 1- Prototypes de snacks de noix, dégustation à Ravensburg, Allemagne.

Pour les petites entreprises, la première option semble plus intéressante car elle nécessite moins de développement, moins de savoir-faire technologique et des investissements plus modestes dans les installations de production.

In the project, we produced several types of walnut flips with different starches, oils and flavours. As a base, we used extrudates made from oats (pellets and pillows) and millet. By coating these three extrudate types with different spices, oils and amounts of walnut press cake, we produced over twelve varieties in two stages, such as walnut-chili, walnut-paprika, walnut-herbs or also walnut-vanilla-cinnamon.

Dans le cadre du projet, nous avons produit plusieurs types de snacks de noix avec différents amidons, huiles et saveurs. Comme base, nous avons utilisé des extrudats à base d'avoine et de millet. En enrobant ces trois types d'extrudats avec différentes épices, huiles et quantités de tourteau de noix, nous avons produit plus de douze variétés en deux étapes, telles que noix-piment, noix-paprika, noix-herbes ou encore noix-vanille-cannelle.

Les snacks salés préférés étaient ceux à base d'huile de noix, de tourteaux de noix, de paprika et de sel. La version sucrée préférée était faite avec de l'huile de noix, de tourteaux de noix, du sucre et de la cannelle.

## OPPORTUNITES D’AFFAIRES ET MARKETING

Le business modèle suscite un intérêt considérable de la part des détaillants régionaux, des producteurs de noix et des propriétaires de moulins à huile, car il s'agit d'un produit innovant et qui pourrait ajouter une valeur supplémentaire à la production d'huile de noix. Il offre la possibilité aux huileries de transformer le tourteau de noix, qui est souvent utilisé pour l'alimentation animale voir même jeté. Pour les détaillants, il semble être un substitut régional intéressant et plus sain que les snacks conventionnels. Pourtant, les opportunités commerciales et marketing pour les snacks de noix nécessitent encore des recherches, aucune étude de marché détaillée n'ayant eu lieu. Les snacks pourraient être produits et vendus directement par les huileries. En outre, la production et la vente de snacks de noix pourraient également être intéressantes pour les fabricants de biscuits apéritifs - ils ont les connaissances pertinentes et l'équipement technologique nécessaire. Cependant, le caractère régional de ce produit rend difficile sa production, son placement sur le marché et le développement d'une stratégie de marketing appropriée.

La vente directe apparaît donc comme l'option préférable. Une stratégie de marketing réussie nécessite une bonne « narration » pour mettre en évidence l'origine régionale, les caractéristiques liées à la santé et la préservation du patrimoine culturel régional des noyers. La vente doit être réalisée dans les lieux de vie du consommateur. Via les fermes, les marchés fermiers, les détaillants régionaux, les supermarchés, les cinémas, les écoles, les universités, les cafétérias ou les services de restauration et entreprises similaires.

## OBSTACLES A LA MISE EN ŒUVRE

L'absence d'étude de marché détaillée est le premier obstacle. À ce jour, il n'est pas clair si et dans quelles circonstances ce produit réussirait sur le marché. En outre, pour mettre en œuvre ce modèle d'entreprise, des investissements dans le développement produit et d'équipement sont nécessaires. De même, les prototypes du produit doivent encore être améliorés. Comme toutes les autres matières premières naturelles, les variations de qualité du tourteau de noix sont un défi à relever. De nombreux moulins à huile transforment les noix de différents propriétaires, ne connaissant pas les variétés apportées ou le traitement antérieur des noix. Cela augmente le besoin d'une bonne gestion de la qualité et de la flexibilité dans la production. Etant donné que le goût et la composition du tourteau de noix peut varier considérablement d'un lot à l'autre, la gestion de la qualité et la reproduction d'un goût similaire sont difficiles. De plus, le produit lui-même peut être sensible en termes de distribution et de durée de conservation en raison des graisses qu'il contient encore après transformation.

## INFORMATIONS SUPPLEMENTAIRES ET CONTACTS

Vous pouvez trouver des informations supplémentaires sur le business modèle des snacks de noix → [ici](#).

Si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur ce business modèle ou sur nos activités de recherche associées, vous pouvez contacter les partenaires du projet AlpBioEco suivants en Allemagne:

→ Amis de la Terre Allemagne, Association régionale Bodensee-Oberschwaben / Bund für Umwelt und Naturschutz, Regionalverband Bodensee-Oberschwaben, BUND, Ulfried Miller:  
[ulfried.miller@bund.net](mailto:ulfried.miller@bund.net) | [www.bund-bodensee-oberschwaben.net](http://www.bund-bodensee-oberschwaben.net)

→ Ville de Sigmaringen, Anna Bäuerle:  
[alpbioeco@sigmaringen.de](mailto:alpbioeco@sigmaringen.de) | [www.sigmaringen.de](http://www.sigmaringen.de)

Pour le développement de ce business modèle, nous avons travaillé avec la société allemande suivante:

→ Sinne & Sensorik, Cornelia Ptach:  
[cornelia@ptach.de](mailto:cornelia@ptach.de) | [www.ptach.de](http://www.ptach.de)



## STATUS QUO

### STRATEGIE EUROPEENNE ET FRANCAISE EN BIOECONOMIE

#### Éléments sur la stratégie européenne en bioéconomie

Le texte ci-dessous est issu du [rapport](#) d'étudiants de l'université Hohenheim qui ont effectué des recherches et des analyses sur la stratégie en bioéconomie de l'UE et les stratégies nationales en bioéconomie des cinq pays d'AlpBioEco : l'Autriche, la France, l'Allemagne, l'Italie et la Slovénie.

L'analyse réalisée par les étudiants de Hohenheim compare les stratégies en bioéconomie de cinq pays européens en se concentrant sur la chaîne de valeur alimentaire, la valorisation des co-produits, la collaboration des parties prenantes et la promotion des perspectives d'éco-innovation. L'analyse permet de conclure que le fondement de la motivation politique des différents pays pour promouvoir le développement de la bioéconomie diffère selon les ressources disponibles, la spécialisation économique et le développement social du pays. Comme tous les pays font partie de l'UE, ils ont de nombreuses actions communes et similaires. Tous les pays se concentrent principalement sur le développement rural et l'utilisation durable des ressources.

La stratégie de bioéconomie de l'UE sert de moteur et conduit tous les autres pays vers la bioéconomie. Les stratégies autrichienne et italienne sont structurées de manière holistique et prennent en compte de nombreux aspects de la bioéconomie. Concernant la stratégie allemande elle se concentre davantage sur la recherche et l'industrialisation de la bioéconomie. La stratégie de bioéconomie de la France établit les conditions-cadres du développement de la bioéconomie dans le pays. La Slovénie quant à elle n'a pas de stratégie de bioéconomie dédiée mais ses actions sont proches de celles des autres pays. Dans toutes les stratégies, la connaissance est considérée comme un moteur clé vers une bioéconomie durable. La connaissance est la base de la recherche, de l'innovation et du développement, ce qui est nécessaire pour mettre en œuvre et optimiser les chaînes de valeur biosourcées de manière collaborative et donc également la clé d'une bioéconomie réussie.

Source: extrait et adapté de « Comparaison des stratégies en bioéconomie de pays européens dans le cadre du projet AlpBioEco », Université de Hohenheim, p38

#### Éléments sur la stratégie française en bioéconomie

La stratégie en bioéconomie dédiée à la France a été publiée en 2017 et s'intitule « Une stratégie bioéconomique pour la France ». Le ministère responsable est le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. D'autres ministères comme le ministère de l'Économie, le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche scientifique et de l'Innovation, le ministère de la Cohésion territoriale et le ministère du Développement écologique et du développement de la solidarité sont également concernés. La stratégie est disponible sur le site Web du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et peut être téléchargée gratuitement. Le plan d'action consécutif a été publié un an plus tard en 2018 et indique les politiques que la France souhaite mettre en œuvre pour faire face à certains problèmes actuels de l'économie actuelle. Toutes ces politiques sont prévues entre 2018 et 2020. Le plan d'action a donc une durée plutôt courte par rapport à d'autres plans d'action d'autres pays. Les domaines d'intervention importants de la stratégie sont l'extension des connaissances, la promotion de la bioéconomie, la création de conditions permettant à l'offre de répondre à la demande, la production durable de biomasse et l'élimination des obstacles qui pourraient entraver le développement d'une bioéconomie.

Source: extrait et adapté de « Comparaison des stratégies en bioéconomies de pays européens dans le cadre du projet AlpBioEco », Université de Hohenheim, p11

## Avis du conseil consultatif régional sur la stratégie en bioéconomie de la Région Auvergne-Rhône-Alpes

La Région Auvergne-Rhône-Alpes a voté en Assemblée Plénière le 17 novembre 2016 un plan régional de développement de l'agriculture biologique dans le cadre de la bioéconomie.

Les objectifs sont de :

- Faire de la Région une région de premier plan de production en agriculture biologique, reconnue comme exemplaire en termes de production de qualité;
- Augmenter le nombre de producteurs de 30% d'ici 2021 pour répondre à un marché en croissance rapide;
- Renforcer la compétitivité des fermes biologiques pour les aider à devenir plus viables, rentables et efficaces;
- Soutenir les acteurs en aval, les transformateurs et les distributeurs en les aidant à conquérir des parts de marché sur les matières premières régionales, tout en sécurisant les revenus des agriculteurs biologiques;
- Simplifier les politiques publiques régionales au profit des exploitations agricoles et des entreprises.

## MATIERES PREMIERES

Y a-t-il suffisamment de matières premières pour mettre en œuvre le business modèle? Y a-t-il suffisamment de producteurs de matières premières ?

Il y a suffisamment de volumes de noix régional pour obtenir assez de tourteaux de noix. La seule préoccupation concernerait les noix biologiques, les volumes pourraient ne pas être assez importants pour répondre à la demande.

Quelques chiffres issus d'un moulin à noix de la région Auvergne-Rhône Alpes:

- 33 tonnes de volume global de noix
- 30 tonnes de noix fraîches / séchées
- Coquille de noix: pour chauffer, sécher les noix + utilisation possible pour le sablage
- Tourteaux de noix:
  - 1,6 tonne pour l'alimentation animale (40% de protéines),
  - 300kg en conventionnel,
  - 44kg pour l'alimentation humaine = farine de noix (sans gluten)
- Huile de noix pour les cosmétiques (baume, savon, huile de soin, shampoing
- Farine de noix: déodorant bio
- Brou de noix (15t): teinture

### Ressources et disponibilité des matières premières

Premièrement, la quantité de noix disponibles varie d'une saison à l'autre. Par conséquent, il est difficile de prédire si les quantités de noix seront suffisamment importantes pour couvrir la demande des moulins.

Deuxièmement, la constance des matières premières est un élément clé pour la faisabilité du business modèle. C'est le problème le plus important. La qualité du tourteau de noix peut varier selon les fournisseurs de noix. Le tourteau de noix peut être issu de variétés de noix avec des goûts différents. De plus, le stockage des noix n'est pas le même entre tous les fournisseurs de noix. Par conséquent, les snacks de noix peuvent changer d'un lot à l'autre.

Enfin, le tourteau de noix est souvent considéré comme un déchet. Il est nécessaire de changer la perception de ce coproduit et de montrer tout le potentiel de valorisation. Par exemple le tourteau de noix est plein de protéines et a des valeurs nutritionnelles élevées.



### Quelles sont les entreprises ayant besoin de matière première ? Existe-t-il une forte concurrence ?

Aujourd'hui, le tourteau de noix est principalement utilisé pour nourrir les animaux. Les moulins n'en tirent pas des revenus importants. En valorisant le tourteau de noix pour la consommation humaine, sa valeur ajoutée serait valorisée et sa rentabilité augmentée. Par conséquent, jusqu'à présent, il n'y a pas de concurrence forte sur le tourteau de noix. Peut-être plus tard si le potentiel du tourteau de noix est démontré pour la consommation humaine.

### Y a-t-il des producteurs intéressés dans la région par le business modèle ?

- [5 sans](#)
- [Bjorg](#)
- Une start-up à St-Étienne, Basal Nutrition, produit des prémélanges de pâtisserie à base de farine de céréales. Leur prémélange est utilisé pour faire des gâteaux.

### Comment intéresser les consommateurs et / ou les revendeurs par ce produit ?

Pour les consommateurs, les snacks de noix sont clairement un produit répondant à la tendance du snacking. En outre, il correspond bien à une demande des consommateurs pour des produits locaux, naturels et sains.

De plus en plus d'agriculteurs transforment eux-mêmes leurs noix. Les snacks de noix sont donc une des possibilités de transformer les noix et de valoriser un coproduit (tourteau de noix) issu de la transformation des noix.

De plus, des études de marché et consommateur sont nécessaires pour attirer les entreprises. Pour mettre en œuvre ce business modèle, certains prototypes doivent d'abord être réalisés avec une start-up par exemple. Ensuite, les consommateurs pourraient essayer le produit et donner des premiers retours. Des informations sur les valeurs nutritionnelles sont également attendues pour aller plus loin dans la mise en œuvre du business modèle. Revendiquer les bienfaits pour la santé du produit est une chose, pouvoir les présenter via des études ou tests consommateur en est une autre. [Alimentec](#) mène actuellement un projet similaire à AlpBioEco concernant les tourteaux de noix. D'ici juin 2021, d'autres résultats seront disponibles. Plus précisément, une enquête est en cours et montrera quelques pistes pour valoriser le tourteau de noix.

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter Martine BOUSSIER du technopôle Alimentec, [mboussier@alimentec.com](mailto:mboussier@alimentec.com)

## RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

### De la R&D est-elle nécessaire pour lancer le business modèle?

À partir du business modèle d'origine, les snacks de noix sont fabriqués par le processus d'extrusion. Cependant, ce processus ne correspond pas aux exigences des produits haut de gamme, de nouvelles méthodes alternatives pourraient être utilisées.

Une autre solution pourrait être de produire un cracker ou un cookie au lieu d'un snack. Dans ce cas, pas besoin de processus d'extrusion. Le processus d'extrusion consiste à comprimer la matière alimentaire pour obtenir le produit final. Manipuler les aliments de cette manière n'est pas conforme aux exigences de qualité d'un produit haut de gamme.

Dans les moulins, de nouveaux équipements doivent être prévus pour produire de la farine de noix et les cookies ou crackers. Lors du développement du produit final, l'achat de matériel ou la gestion de nouveaux processus seront des étapes nécessaires.

### Quelles institutions mènent des recherches / analyses sur ce business modèle? Des experts sont-ils présents au niveau régional / national?

[Alimentec](#) est un technopole réalisant une étude liée aux tourteaux de noix. Ils ont rassemblé de nombreux acteurs du domaine de la noix. Voici les activités qu'ils effectuent dans le cadre du projet sur les tourteaux de noix:

- Sondage sur l'opinion des utilisateurs potentiels du produit
- La valeur nutritionnelle du produit
- Processus pour ajouter de la valeur aux tourteaux de noix
- Processus de transformation du tourteau de noix
- Tests sur des utilisateurs potentiels

L'étude réalisée sur le tourteau de noix se terminera en juin 2021. Le projet AlpBioEco via Innov'Alliance est en contact avec Alimentec et sera tenu informé des résultats obtenus.

A côté d'Alimentec, il existe d'autres organisations au niveau régional comme la SENURA ou la Chambre d'agriculture du département de l'Isère. La SENURA est un centre expérimental dédié aux études sur la noix. Ils travaillent principalement sur les cultures de noix et les améliorations qui peuvent être apportées. La Chambre d'agriculture suit les producteurs de noix dans leurs besoins et essaie de trouver des solutions avec eux.

Par ailleurs, l'Institut de recherche Paul Bocuse à Lyon travaille sur les valeurs nutritionnelles et est en contact direct avec des panels de consommateurs. Toujours à Lyon, l'ISARA est une école d'ingénieurs agroalimentaires qui peut aider à réaliser certaines études techniques ou économiques en région Auvergne-Rhône Alpes.

Le pôle Innov'Alliance connecte tous les acteurs précédents au sein d'un réseau commun. Le pôle aide ses membres à rechercher des partenaires, soutient la réalisation de projets, oriente la recherche de financement, réalise des études de marché, des études sensorielles, accompagne à la définition de la stratégie de marché...

Enfin, VeryFoody est une PME spécialisée dans la fabrication d'ingrédients à partir de sources biosourcées nouvelles ou sous-exploitées. La PME pourrait être pertinente pour trouver de nouvelles façons de produire une collation saine à partir de tourteaux de noix. Ils formulent des produits avec à valeurs nutritionnelles élevées pour les industries alimentaires. Pour ce faire, ils réalisent de nombreux tests, accordent une grande importance à la préservation des propriétés culinaires d'un produit et formulent des ingrédients selon les exigences « clean label ».

### De nouveaux business modèles à développer

L'atelier a réuni différents acteurs de la noix de la région Auvergne-Rhône Alpes. Le processus d'extrusion n'est pas considéré comme conforme aux exigences des produits haut de gamme. Réaliser des crackers ou cookies pourrait être une solution car ces produits ne nécessitent pas d'être extrudés. Ils peuvent avoir un score nutritionnel plus élevé.

Transformer le tourteau de noix en farine ou l'utiliser directement comme ingrédient pourrait être des pistes de valorisation. Éviter le processus d'extrusion semble être le point de départ pour vendre un produit haut de gamme et être aligné sur les besoins des consommateurs (produit naturel, respectueux de l'environnement, présentant une haute valeur nutritionnelle...).

## FINANCEMENT ET CADRE JURIDIQUE

### Quels sont les financements possibles en région ?

La Région Auvergne-Rhône-Alpes avec ses départements et le FEADER lancera début janvier 2021 un appel à propositions « Soutien aux industries agro-alimentaires » dans le cadre de la mesure 4.22 du FEADER. L'appel soutiendra les industries agro-alimentaires dans leurs investissements liés à la transformation, au conditionnement et au stockage des matières premières agricoles et à la

commercialisation sur site. La Direction de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire de la Région Auvergne-Rhône-Alpes est le guichet unique pour cet appel.

### Quel type de financement est disponible? Pour soutenir le lancement du business modèle ? Pour financer la R&D? Pour soutenir la création de start-ups ?

Il existe de nombreuses solutions pour accompagner les entreprises, à la fois dans leurs projets de R&D et d'innovation mais aussi pour leur développement, leur industrialisation, leurs projets d'investissement... au niveau national et régional.

Exemples de dispositifs de soutien de la R&D :

- CREDIT IMPOT RECHERCHE : crédit d'impôt de 30% des dépenses de R&D - Recherche fondamentale, recherche appliquée et développement expérimental.
- CREDIT IMPOT INNOVATION : 20 % des dépenses nécessaires à la conception et/ou à la réalisation de prototypes ou d'installations pilotes d'un produit nouveau
- Soutien des projets collaboratifs : PSPC national, PSPC régional, R&D booster, PIA Filière
- Soutien des projets des PME et start-up : Diag Innovation, Bourse French Tech, Aide à la faisabilité, Concours I-Nov, PIA régional...
- Dispositif de soutien des projets collaboratifs, en lien avec la recherche : R&D booster
- Soutien des projets d'innovation individuels : PIA 3 régionalisé

Autres dispositifs :

- Fonds régionaux de soutien aux entreprises : accompagnement au développement des entreprises sous différentes formes, notamment soutien aux investissements, levée de fonds, prêts d'honneur...
- Plan de relance national comportant des mesures spécifiques en agro-alimentaire
- Dispositifs de soutien aux entreprises de BPI France

## BILAN

Le comité consultatif est composé de personnes de différentes disciplines et ayant des expériences professionnelles variées, ce tableau donne un bon aperçu de la situation actuelle dans la région en ce qui concerne le business modèle des snacks de noix.

Le terme "bien doté / non problématique" définit les éléments déjà présents en région et qui favorisent la mise en œuvre du business modèle.

Le terme « peu doté / problématique » indique tous les domaines dans lesquels des changements doivent être apportés pour que le business modèle puisse être mis en œuvre.

	Bien doté/ non problématique	Satisfaisant	Moyen	Peu doté/ problématique
Matière première en région		✓		
Producteurs de matière première en région		✓		
Marché et consommateur			✓	
Produits concurrentiels				✓
Distributeur et commerçant		✓		
Partenaire de projet intéressé		✓		
Industriels/transformateurs intéressés par le BM			✓	
Institutions de recherche en lien avec le BM		✓		
Experts nationaux		✓		
Experts internationaux		✓		
Cadre légal		✓		
Climat des affaires (parties prenantes / région / compétences)		✓		
Financement régional	✓			
Financement national		✓		
Financement international			✓	
Financement de la recherche		✓		
Financement pour développer un projet		✓		
Maturité du marché / promotion marketing			✓	
Autres financements possibles			✓	

## LIGNES DIRECTRICES POUR LES PARTIES PRENANTES

À qui s'adressent les lignes directrices: Pôles, Institutions de recherche, Chambres, Région

### FORCES REGIONALES

La noix de Grenoble est un atout fort pour la région Auvergne-Rhône Alpes. Cultivés dans la vallée de l'Isère, les noyers bénéficient d'un climat relativement humide et venteux. Les vergers sont situés entre plaines et collines. Ils bénéficient de la fraîcheur d'un climat alpin parfaitement adapté pour les noix. Ces conditions climatiques, associées au savoir-faire des producteurs, ont fait de la noix de Grenoble une production phare de la région depuis des siècles.

### RECOMMANDATIONS DU CONSEIL CONSULTATIF RÉGIONAL SUR LA MISE EN ŒUVRE DU BM

Aujourd'hui, au niveau régional, il n'y a pas encore d'étude de marché. Par conséquent, il est difficile de positionner le produit en termes de concurrence, de prix, de canaux de distribution, etc.

Le business model (BM) sur les snacks de noix peut être une nouvelle façon de valoriser les noix de Grenoble. Dans un schéma d'économie circulaire, tous les co-produits doivent être utilisés et valorisés. Cela peut être fait à travers ce BM. Le tourteau de noix est un coproduit issu de la production d'huile de noix. Par conséquent, tous les transformateurs de noix peuvent être concernés. De plus, comme de plus en plus de producteurs de noix deviennent également des transformateurs de noix, ils seront intéressés de savoir comment valoriser le tourteau de noix.

Le BM devrait être financé pour soutenir la chaîne de valeur de la noix grenobloise et son image d'exception. Par ailleurs, en gardant à l'esprit la stratégie de bioéconomie de la région Auvergne Rhône Alpes, le BM est un pas en avant vers le développement d'une économie circulaire dans la région. La région Auvergne Rhône Alpes peut elle-même contribuer au financement du BM à travers un programme de financement.

Le tourteau aux noix est souvent considéré comme un déchet. Il pourrait pourtant être une nouvelle opportunité. Ce coproduit regorge de protéines et présente des valeurs nutritionnelles élevées. Par conséquent, il semble être le produit idéal pour préparer des collations locales, saines et biologiques. Comme de plus en plus de consommateurs ont tendance à consommer des aliments en version snack, proposer un produit à fort bénéfice nutritionnel est pertinent. Les clients seront satisfaits de manger un produit haut de gamme répondant aux besoins nutritionnels tout en conservant un goût savoureux.

En parlant de collations, le business modèle original concerne les snacks de noix. En région Auvergne-Rhône-Alpes, le conseil consultatif régional a convenu que la technique d'extrusion utilisée pour la fabrication des snacks de noix n'est pas alignée avec les caractéristiques d'un produit haut de gamme. Par conséquent, faire des crackers ou des cookies semble plus adapté et répondre aux spécifications d'un produit de qualité supérieure (clean label).

Le tourteau de noix sera utilisé comme ingrédient principal pour faire des crackers ou des cookies. Une start-up / PME spécialisée dans le développement de nouveaux ingrédients pourrait mettre en œuvre le business modèle. Une étude de marché sur le potentiel du tourteau de noix est en cours et donnera des informations significatives sur de nouvelles voies de valorisation. Elle établira des lignes claires sur les besoins des consommateurs.

Tout au long de ce processus, les entreprises développeront leur savoir-faire et auront besoin de nouvelles aptitudes et compétences débouchant sur la création d'emplois.

## LIGNES DIRECTRICES POUR LES PME

Le Business Model (BM) des snacks de noix est une réelle opportunité pour les petites et moyennes entreprises (PME). Pour de nombreuses raisons, le BM peut aider les petites entreprises à trouver de nouvelles façons de valoriser leurs activités et d'aller plus loin dans leurs modèles d'affaires.

Le BM des snacks de noix est un bon moyen d'atteindre de nouveaux clients. Ce BM répond aux nouveaux besoins des clients tels que le snacking et une attente de produits locaux et sains. De plus en plus de producteurs de noix sont également des transformateurs de noix. Par conséquent, ce BM peut les aider à trouver de nouvelles façons de valoriser les coproduits issus de la transformation de la noix.

Pour mettre en œuvre le BM, les PME seront confrontées à certains obstacles.

Premièrement, la constance de la qualité du tourteau de noix peut être un problème car le produit varie beaucoup d'un lot à l'autre. De nombreux facteurs déterminent sa qualité et sa couleur (fournisseurs, transformation des noix, etc.).

Les coûts sont le deuxième point à garder à l'esprit. Développer une telle entreprise nécessitera de dépenser de l'argent en R&D et en équipement pour fabriquer des snacks de noix. La région Auvergne-Rhône-Alpes et d'autres fonds (voir section Financements et cadre juridique) peuvent contribuer à financer ces coûts.

A propos des snacks de noix, le comité consultatif régional ne considère pas les techniques d'extrusion comme alignées avec les exigences d'un produit haut de gamme. Par conséquent, développer un produit sous forme de cookie ou cracker, semble plus cohérent. Il sera conforme à l'image d'un produit premium et à ses valeurs: sain et de bon goût.

L'allégation santé peut ne pas être suffisante pour les clients, ils veulent aussi un produit à plus forte valeur ajoutée. Les cookies ou crackers seront fabriqués localement et à partir de tourteaux de noix issus de l'agriculture biologique par exemple. Ainsi, les clients achèteront un produit local, biologique et sain correspondant à la définition d'un produit premium.

Pour pouvoir toucher de nouveaux clients, un plan de communication doit être défini. Le plus important est d'établir une gamme de produits pour assurer la visibilité des produits. La création d'une marque peut aider à atteindre cet objectif.

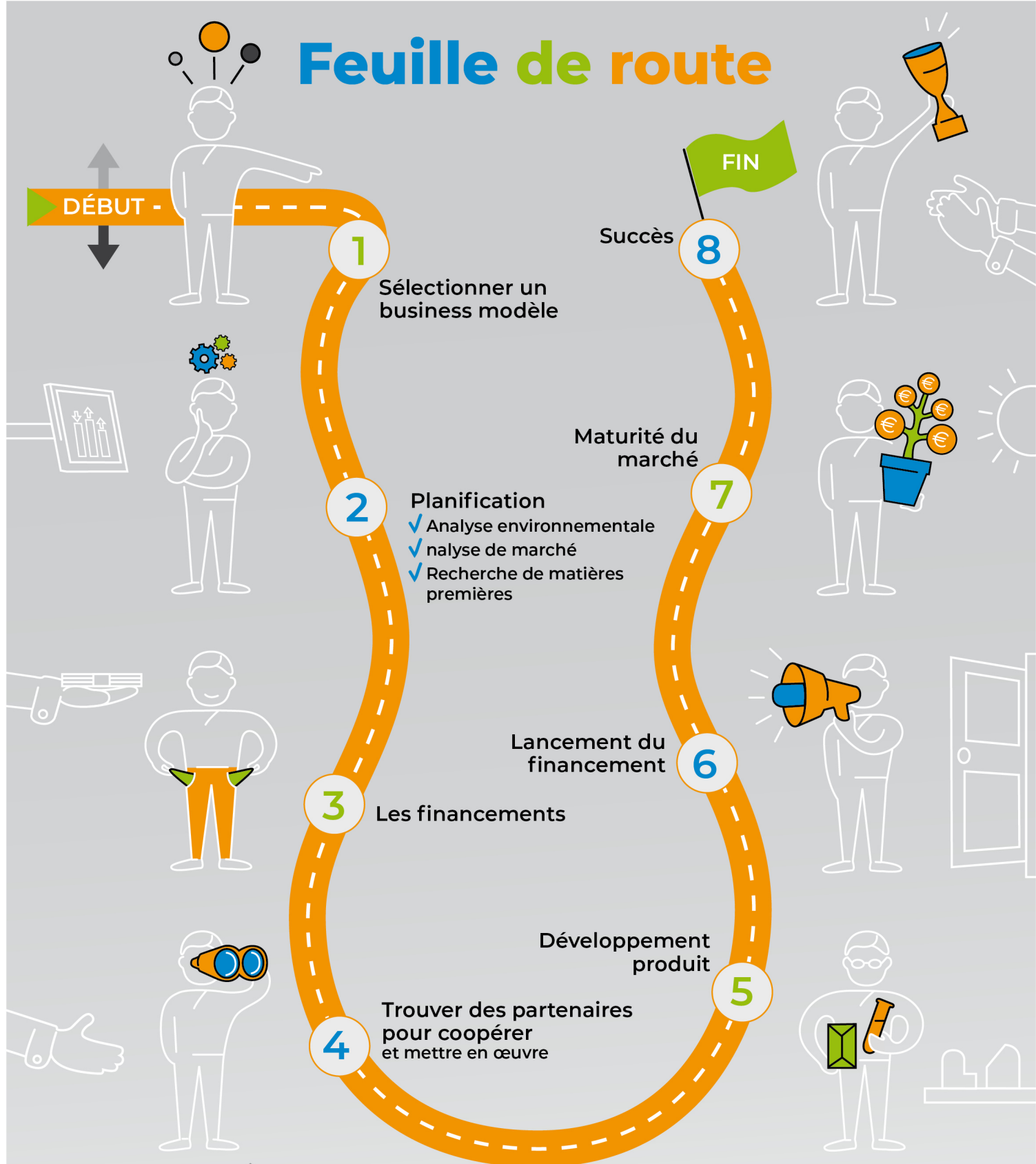
Outre les clients, la chaîne de valeur doit être organisée entre toutes les parties prenantes. Les moulins à huile jouent un rôle important car ils sont le principal producteur de tourteaux de noix. Ensuite, ils peuvent fabriquer leurs propres crackers / cookies ou demander aux industries agroalimentaires de les produire. Différentes solutions sont sur la liste, le choix se fera en fonction de l'expérience et du savoir-faire des moulins. Il dépendra également du prix auquel les moulins à huile pourront vendre les tourteaux de noix aux industries agroalimentaires.

Les PME intéressées pour développer ce BM doivent faire attention à la concurrence qui peut être féroce au niveau international. Les États-Unis et le Chili par exemple vendent des noix et celles de Grenoble ne sont parfois pas les plus compétitives. L'argument de vente « produit local » est ici essentiel. Les clients veulent un produit local / régional premium et les noix de Grenoble répondent à ce besoin.

Dernier point, le marché du snacking est compétitif. Il est nécessaire de positionner judicieusement le cookie ou cracker sur le marché afin de répondre aux nouvelles tendances du snacking sain et gourmand (produit local, bon pour la santé, promotion de l'économie circulaire).



# Feuille de route





## ABOUT US

You want to know more details about our project?



Please find more detailed documents on our homepage:  
[www.alpine-space.eu/alpbioeco](http://www.alpine-space.eu/alpbioeco)



Interested in the latest news?  
Subscribe to the newsletter on our website.

Follow us on:



AlpBioEco  
#AlpBioEco



AlpBioEco



YouTube AlpBioEco

Please  
contact us,  
we will be  
happy to  
advise you!

## CONTACT

Anna Bäuerle ||| Project coordination ||| EU Interreg Project AlpBioEco ||| [alpbioeco@sigmaringen.de](mailto:alpbioeco@sigmaringen.de)

## PROJECT PARTNERS



## PROJECT FUNDERS



EUROPEAN UNION

This project is co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) through the Interreg Alpine Space programme.  
Support from the European Union:  
1.820.666 €



Federal Ministry  
of the Interior, Building  
and Community

This project is funded by the "Federal Transnational Cooperation Programme" of the German Federal Ministry of the Interior, Building and Community

