Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Andrée Brunetti le 4 avril 2024

Avignon, capitale de la Naturalité pendant deux jours



C'est quoi, la naturalité ? Un concept qui signifie mettre en valeur des solutions innovantes pour des produits plus sûrs, des procédés de production plus vertueux et des technologies plus propres. Avec un mix entre innovation technologique et sociétale, transition écologique et environnementale. Dans trois secteurs : l'alimentation, la cosmétique et la santé. Le Palais des papes a accueilli la 2e édition des Journées de la naturalité ces mercredi 3 et jeudi 4 avril.

Une manifestation organisée par Innov'Alliance qui a successivement succédé au 'Pôle Compétitivité Fruits & légumes', créé par Yves Bayon de Noyer, le fondateur d'Agis en Zone de Courtine, aujourd'hui maire du Thor, qui ensuite est devenu 'Terralia' (Pôle européen alimentation, bien-être et naturalité), puis 'Pôle Pass' (Parfums, Arômes, Senteurs, Saveurs). « Nous avons deux marqueurs, le végétal et la naturalité pour bâtir l'avenir de notre écosystème, la durabilité des ressources et leur production éco-

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Andrée Brunetti le 4 avril 2024

performante », explique Jean-François Gonidec, le président d'Innov'Alliance.

Avec l'INRAE, ses laboratoires, son Centre de Recherches au Domaine Saint-Paul à Montfavet, son bâtiment « Abeilles » dédié à la santé des pollinisateurs, son 'Cœur de Centre' mais aussi ses centaines de scientifiques et chercheurs qui travaillent sur l'agroécologie, l'adaptation aux changements climatiques, les ressources en eau, les risques naturels et la nutrition humaine. Avec les écoles ISEMA et ISARA pour les ingénieurs agronomes et experts en naturalité, ses lycées agricoles, Avignon est forcément le cœur battant d'un immense écosystème innovant basé sur la nature.

C'est ainsi qu'ont été lancées ces Journées de la Naturalité il y a deux ans. Pour le grand public, le concept de « naturalité » signifie à 86% qu'un produit est constitué d'ingrédients qui ne sont pas nocifs, à 78% qu'ils sont efficaces et à 66% éthiques. « En 4 ans, la préoccupation d'éthique environnementale a grimpé de 40%, c'est dire l'attente des consom'acteurs avec un trio de tête, pour l'alimentation, la cosmétique et les produits ménagers », explique Jean-François Gonidec.

Il est vrai que des produits comme L'arbre vert aux Taillades, entre Cavaillon et Robion sont plébiscités par les défenseurs des normes environnementales. Le public ne veut plus d'additifs, de conservateurs, de colorants artificiels, de pesticides, de produits qui viennent de l'autre bout de la planète avec le bilan carbone négatif que cela induit. D'après une enquête, 89% des consommateurs font confiance aux produits de beauté naturels, qui n'irritent pas la peau, qui sont sourcés dans des pays où les travailleurs bénéficient de normes sociales. Bref, ils préconisent un cercle vertueux, une économie circulaire avec des entreprises labellisées « RSE », moins de gaspillage d'eau et d'électricité, où on recycle et on réutilise en toute transparence sans gaspiller les ressources.

Une table ronde a ensuite réuni plusieurs partenaires dont Jean-Charles Lhommet pour le Groupe L'Occitane. Basée à Manosque (04) avec un autre site à Lagorce (07), cette entreprise a été créée en 1976 par Olivier Baussan. Passionné de botanique, il commence par distiller de l'huile de romarin avec son vieil alambic, puis passe à la lavande. La marque a de nombreux produits phares comme la crème pour les mains au karité du Burkina-Faso, l'huile de douche aux amandes ou la crème à l'immortelle de Corse. Aujourd'hui, on dénombre environ 10 000 salariés dans le monde entier. « Nous apportons des solutions de bien-être » explique Jean-Charles Lhommet, ancien ingénieur agronome qui a aussi bourlingué au Tchad et à Madagascar avec des ONG (organisations non gouvernementales) avant de se retrouver dans les Alpes-de-Haute-Provence.

« Nous avons besoin, pour être crédibles et légitimes, de raconter une histoire authentique, donc être ancrés dans un territoire, au milieu des plantes qui ont une traçabilité. Nous devons avoir des relations écoresponsables et éthiques avec les agriculteurs qui nous approvisionnent. Ce sont eux qui prennent tous les risques, donc nous devons leur assurer des débouchés, des revenus décents dans un environnement non pollué. Nos lavandes sont 100% 'Made in Provence', elles sont reconnues par l'UNESCO comme un Patrimoine Immatériel, elles font partie de notre vie, de nos paysages, de notre territoire, de nos parfums, elles ne sont absolument pas délocalisables. »

Autre intervenante dans le débat, ce mercredi 3 avril, au Centre des Congrès du Palais des Papes :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Andrée Brunetti le 4 avril 2024

Isabelle Socquet, docteur en pharmacie et responsable de la communication scientifique et médicale d'Arkopharma à Carros, dans les Alpes-Maritimes. « Nous sommes environ 700 sur ce site, près du fleuve Var avec la production, les services de recherche et développement et d'expédition. Nous avons une expertise pharmaceutique depuis plus de 40 ans et nous utilisons environ 300 tonnes de plantes sèches de 120 espèces différentes par an. 40% sont bio et viennent de France, 50% d'Europe. » Parmi les produits les plus connus de la marque : 'Forcapil' contre la chute des cheveux, des gélules pour la souplesse articulaire, 'Arkorelax Sommeil fort 8h' avec de la mélatonine, pour faciliter l'endormissement et la relaxation, 'Arkorelax' à base de dopamine et sérotonine, pour le moral, l'équilibre mental et la réduction de la fatigue. « Aujourd'hui, avec la crise et l'inflation, les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour des produits français, mais, en contrepartie, ils nous demandent qu'ils soient réellement efficaces, qu'ils agissent vite et intensément. Nous avons aussi un label 'Green impact label' une sorte de nutriscore qui prouve notre engagement en faveur du sociétal et de l'environnemental. » Chiffre d'affaires d'Arkopharma : 250M€.

