Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

Jérémie Hountondji créé Naé, des produits simples comme la joie et la santé !

Jérémie Hountondji a fondé la marque Naé, alimentation et boissons végétales bio, en mars 2020. Ce cadre supérieur jusqu'alors investi dans la finance, verra son cheminement bouleversé suite à un problème de santé. Ce créatif hyper actif se tourne alors vers la cuisine qu'il conçoit simple mais raffinée, colorée mais poétique. Il est accompagné par le Réseau Entreprendre Rhône Durance dont il est l'un des lauréats.

Là où tout commence

L'idée ? Elle naîtra de la dégustation d'une boisson à base d'Hibiscus qu'il travaillera avec son père, ingénieur agronome. En effet, la boisson est particulièrement appréciée dans le secteur des produits alimentaires ethniques. Accompagné par le réseau Entreprendre Rhône-Durance, il développe une gamme de boissons, sa distribution et très bientôt des desserts végétaux au rayon frais.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

Une affaire de famille

Chez les Hountondji l'entrepreneuriat est le terrain de jeu très sérieux des membres de cette famille Guadeloupéenne. C'est ainsi que Jérémie, aujourd'hui âgé de 35 ans, s'est lancé dans l'aventure à la suite d'échanges avec son père, ingénieur agronome en Guadeloupe et ancien chercheur à l'Inra (Institut national de recherche agronomique) également à la tête de plusieurs entreprises dont une d'horticulture et une autre de boissons à base de fleurs d'Hibiscus.

'La mal a dit'

«Du jour au lendemain, sans aucun signe annonciateur, alors que je travaillais, je suis tombé malade, relate Jérémie Hountondji. A ce moment je me suis dit qu'il y avait urgence à créer une entreprise. Pourquoi ? Pour avoir accompli quelque chose de concret dans ma vie et ça ne supportait pas d'attendre. C'est ainsi que j'ai créé 'Naé', une entreprise à consonance féminine en référence à mon enfance antillaise auprès d'une mère 'fanm poto-mitan', c'est-à-dire d'une mère pilier du foyer.»

Travail & santé

«A cette époque, je travaillais dans la finance, pour la banque Edmond de Rothschild, particulièrement dans la gestion d'actifs. Auparavant ? J'avais obtenu un master de mathématiques financières, complété par une formation en Economie sociale et solidaire… Et puis la santé m'a fait défaut. Je ne sais pas ce qui s'est passé. Peut-être le stress… Lorsque surgit un obstacle, quelle que soit sa nature, j'ai tendance à le voir comme une opportunité. J'ai tout de suite pensé à l'alimentation pour me nourrir, désormais, différemment. Je suis devenu très créatif et entreprenant. J'ai commencé à créer des plats.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

Synchronicités

«Il se trouve que, dans le même temps, mon père m'a demandé de goûter la boisson qu'il avait concoctée, à base d'Hibiscus. Je lui ai dit : «Je suis sûr que cela marcherait en France !» C'est ainsi que j'ai créé Naé, en mars 2019, via un actionnariat familial. Tout est parti de la fleur d'Hibiscus, puis la boisson, conçue en 2020 a évolué, notamment lorsque nous avons décidé de la gazéifier tout en la destinant au marché Afro-Antillais qui en raffole. En 2020, nous avons vendu 36 000 bouteilles de 75cl. Notre atout face aux concurrents ? Avoir su stabiliser la couleur rose-pourpre de la fleur d'Hibiscus et conçu son concentré d'infusion ce qui n'a pas été une mince affaire. Comment nous travaillons ? En mêlant nos compétences ! Mon père est le chercheur, le découvreur de solutions, je suis l'alchimiste qui combine les éléments, réalise des goûts et en conçoit le potentiel commercial. Notre intention ? Élaborer des produits simples et goûteux où la complexité n'a sa place que dans le process de fabrication, nous nous employons aussi à inventer de nouvelles filières et tendons vers le zéro déchet.»

La distribution

«Comment vendre la boisson ? Elle a, naturellement, un positionnement ethnique. Pour la vendre en France, il est plus adroit de mettre en avant ses propriétés gustatives au goût framboisé. Notre propos ? C'est une boisson très gourmande et fruitée. Nous avons organisé des dégustations dans les magasins bio. 80% des gens ont pensé au Cassis. Notre boisson contient du sucre mais nous avons élaboré des gammes comportant de 50 à 100% de stévia -herbe aromatique au pouvoir sucrant déjà travaillée en Afrique depuis plus de 15 ans et édulcorant naturel- qui se marie très bien avec la fleur d'Hibiscus. La boisson sortira en version boisson plate, gazeuse et Rooibos (arbuste au goût fruité sans théine). Ce qui

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

déclenche l'achat ? La couleur puis le goût.»

La fleur d'Hibiscus Sabdariffa

«Les propriétés de la fleur d'Hibiscus ? Elles sont pléthore mais il ne s'agit que d'allégations. Ce serait un antiseptique urinaire et diurétique, qui remédierait aux douleurs menstruelles, ce serait aussi un laxatif doux, un antibactérien, anti-inflammatoire et antalgique, un hypotenseur, un antispasmodique, enfin ce serait un cholagogue qui faciliterait l'évacuation de la bile. La racine est, quant à elle, serait utilisée pour calmer la toux, dégager les voies respiratoires, lutter contre l'hypertension et le cholestérol sous forme de jus, infusions et tisanes. Cependant nous ne faisons pas état de ces commentaires qui sont actuellement soumis à l'étude scientifique depuis 2009. Par ailleurs, les fleurs, tout à fait comestibles, sont très utilisées par les chefs comme Mory Sacko, Hélène Darroze, Anne-Sophie Pic.»

Que voulais-je raconter avec Naé ?

«Travailler l'Hibiscus c'est bien mais quelle histoire voulais-je raconter avec Naé ? J'avais évolué dans différentes structures sociétales et entrepreneuriales, étudié le management et éprouvais l'envie de le faire évoluer… Je me suis rendu compte que j'étais séduit par -une société matriarcale. La différence entre une société patriarcale et matriarcale ? Le père est très présent, parfois directif auprès des salariés, il souhaite diriger tandis que la mère accompagne, soutient, elle est le pilier de la famille qu'elle aide à se développer. D'ailleurs la fleur d'Hibiscus, production paysanne, est souvent cueillie et assemblée par les femmes.»

Un business model très ancré dans notre révolution sociétale

«Actuellement ? Je travaille mon business model en intégrant les externalités négatives –effluents, déchets- pour les inclure dans mon prix et trouver des solutions. Nous visons la neutralité carbone avec Planète urgence, Ong (Organisation non-gouvernementale) qui plante des arbres pour faire de la compensation carbone, également, notre électricité –au Marché d'intérêt national d'Avignon- est 100% renouvelable. En termes de produits, je m'intéresse aussi à la Tagète Limoni, dont les fleurs et les feuilles délivrent une saveur citronnée du fruit de la passion. Le plus important ? Essayer de comprendre le consommateur. Pour le moment ? 98% du chiffre d'affaires se fait à l'export aux Antilles, notamment lors des fêtes de fin d'année, ce qui faisait une vente de 570 bouteilles de 75cl, soit une palette par jour !»

Et demain ?

«Naé ? Ce sont des boissons à base de fleurs et aussi, très bientôt, des desserts végétaux qui ne contiendront ni texturant ni gélifiants, seront aromatisés et vendus au rayon frais. Tout reposera sur notre procédé de fabrication sans aucun additif. Nous travaillons pour cela avec le Critt (Centre régional d'innovation et de transfert de technologie) et avons été subventionné, par la BPI (Banque publique d'investissement). Nous serons les premiers en France à déposer un tel brevet. Pourquoi se creuser autant la tête ? Pour innover et mieux mettre en valeur son produit car c'est en le travaillant qu'on le connaît mieux. Et puis c'est aussi pour casser les codes du Vegan qui peut entraîner de graves

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

déséquilibres écologiques comme c'est le cas avec l'huile de palme. Ce qui est le plus utilisé dans les desserts Vegan de l'industrie agroalimentaire ? Le soja, l'amande –qui reste très onéreuse- et la noix de coco. Je le crains, la noix de coco -en provenance d'Asie du Sud-Est- risque bien d'être la prochaine catastrophe écologique.» Une raison de plus pour cet entrepreneur responsable d'offrir des solutions Vegan (sans produits d'origine animale) simples, goûteuses et promesse d'innovation et de nouvelles filières agricoles.
contact@naefood.com et www.naefood.com

Le mot du parrain

Philippe Darcas des Ateliers Bio de Provence (Coquelicot de Provence), production de pâtes fraîches et raviolis bio à Carpentras employant une trentaine d'employés, est le parrain de Jérémie Hountondji. «Jérémie Hountondji et moi-même travaillons dans l'agroalimentaire ce qui nous permet d'échanger des idées et moi, de lui apporter un soutien bienveillant. Une fois par mois nous nous penchons sur la trésorerie, le suivi du plan de développement. Jérémie mène un projet ambitieux car il part d'une feuille blanche –ce n'est pas une reprise d'entreprise-, avec un produit, l'Hibiscus auquel il croit beaucoup. Ce garçon, très vif d'esprit, aux nombreuses idées qu'il développe est aussi très sage, en s'installant au Min d'Avignon, à un tarif intéressant, et en investissant, dernièrement, dans de nouvelles machines.»

Le défi ?

«Faire apprécier cette boisson pour créer une habitude de consommation –ré-achat- auprès du grand public, de la même manière que les gens qui achètent du soda en rachètent chaque semaine mais avec cette spécificité du bio. L'autre challenge ? Inscrire dans le temps ces nouveaux modes de consommation (bio et vegan), la donnée gustative étant très importante et c'est la raison pour laquelle je crois en la boisson de Jérémie. Son travail est en bonne voie : il connaît son marché, entre chez les grossistes, commence à remporter des succès. Ce genre de marché ? Le jour où ça décolle… ça décolle !»

Communauté

«Le réseau Entreprendre ? Il a un côté Boy scout puisqu'on paie une cotisation pour aider bénévolement des entrepreneurs à développer leur activité en local. On n'est pas non plus naïfs car il y a une vraie sélection qui commence par la présentation du projet et nous sommes là pour dire ce que nous pensons et le faisons. Nous en accompagnons certains, pour les autres, et c'est plus rare, lorsque nous trouvons le projet bancal, nous leur disons de ne pas 'cramer' leurs économies dans un projet qui n'est pas abouti. On ne peut pas être chefs d'entreprise à tout prix et faire n'importe quoi. On leur dit : 'Revenez nous voir lorsque vous aurez revu les points faibles que nous pointons du doigt'. Ce que permet le Réseau Entreprendre ? En premier lieu de rompre l'isolement.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 5 septembre 2026

Réseau Entreprendre Rhône Durance

Réseau Entreprendre Rhône Durance, créé à Avignon en 2003, regroupe 150 membres et lauréats, accordant des prêts d'honneur à des porteurs de projet à taux 0, sans garantie et à condition de créer 5 emplois à 3 ans, tout en assurant, pendant 3 an, l'accompagnement du lauréat par un chef d'entreprise avec des résultats significatifs car 82% des lauréats sont toujours en activité à 3 ans et créent, en moyenne, 13 emplois à 5 ans.

En 2020, le Réseau Entreprendre-Rhône-Durance a accompagné 11 entreprise lauréates : 6 créations, 3 reprises, 2 développement, soulevé 430 000€ de prêt d'honneur, soutient 43 lauréats en cours d'accompagnement, accueille 91 membres, 48 accompagnateurs et 110 emplois sauvegardés à 3 ans pour la promotion 2020.

Réseau Entreprendre compte 130 associations en France et à l'étranger, créé en 1986, il réunit 14 500 chefs d'entreprise bénévoles. Sa mission ? Faire réussir les créateurs, repreneurs, développeurs de futures PME/ETI (Petites, moyennes entreprises et entreprises de taille intermédiaire) par un accompagnement humain et financier réalisé par des chefs d'entreprise en activité pour créer de l'emploi durable.

Contact 04 90 86 45 59 rhonedurance@reseau-entreprendre.org & www.reseau-entreprendre.org/rhone-durance