



BUSINESS STRATÉGIE

Biofuture Engagée pour le meilleur



Joli parcours du combattant bio pour cette TPE. Biofuture, avec sa gamme d'huiles sur-mesure **QuinteSens**, fait bouger les lignes du marché de l'huile et innove avec une gamme sur-mesure répondant aux besoins spécifiques des bébés, des femmes enceintes et des seniors. Le plus : c'est la seule entreprise en Europe à garantir des huiles riches en DHA certifié AB. Entretien avec Sébastien Loctin, fondateur de Biofuture. **PAR CATHERINE BATTEUX**



L'huiler bio traditionnel Biopress produit les huiles de Biofuture sur la base d'un cahier des charges exclusif. Il assure le conditionnement dans un atelier dédié sous atmosphère protectrice inauguré en 2012.

Biofuture a la réputation d'une entreprise pugnace et engagée. Comment est née votre gamme d'huiles bio QuinteSens ?

Si nos produits sont aussi engagés, c'est qu'ils sont portés par une histoire professionnelle et personnelle. J'ai réalisé une grande partie de ma carrière dans l'industrie oléagineuse, chez Lesieur pendant 10 ans et en filière agricole durant 3 ans. J'ai donc appris très tôt qu'huile et nutrition, autrement dit alimentation équilibrée et forme, sont indissociables. Comme le dit l'adage populaire, il y a le "mauvais gras", trop saturé, qui favorise les pathologies tels que l'obésité, de risques cardio-vasculaires, de mémoire. Et il y a le "bon gras", comme les Omega 3 et 6, qui est source de bienfaits.

Quand je suis devenu papa, ces problèmes ont pris un nouveau sens. Je suis devenu très vigilant sur l'équilibre

alimentaire de ma fille. Hors de question de la priver de matières grasses puisqu'il s'agit de la première source d'énergie des Bébés. Vigilance en revanche sur la qualité des graisses consommées, afin de lui garantir un apport optimal d'Omega 3, 6, 9 et de vitamine E. Je suis donc, comme beaucoup de jeunes parents, passé à une alimentation biologique. Mais aucune huile pour bébé n'existait alors, j'élaborais dans ma cuisine mes propres mélanges d'huiles. Avec, je l'avoue, le sentiment frustrant de ne jamais atteindre la formulation idéale qui permette de lui apporter la juste proportion de nutriments essentiels à sa croissance moteur et surtout cérébrale.

C'est là que vous avez créé votre propre huile spécifique aux jeunes enfants ?

Je voulais d'abord m'assurer que ce qui m'apparaissait comme du bon sens était un sentiment légitime et fondé. Je me suis donc rapproché d'un ami nutritionniste à qui j'ai demandé "si les bébés avaient véritablement des besoins nutritionnels spécifiques ou si j'exagérais le rôle des corps gras à cet âge de la vie". Sa réponse ne laissait planer aucun doute. Il m'a confirmé, qu'effectivement, les bébés ont des besoins particuliers et que les lipides jouent un rôle majeur sur la construction de leur fondation physiologique. Il m'a également appris qu'il existait des ANC, apports nutritionnels conseillés, spécifiques aux enfants, définis dans le cadre du Programme national nutrition santé (PNNS).

Mais, alors, pourquoi personne n'a pensé à faire ce type d'huile ?

C'est exactement ce que je lui ai demandé.

Et sa réponse est éclairante : tout simplement parce que l'industrie huilière est engagée depuis 50 ans dans une approche de producteurs et non de consommateurs. Autrement dit, ce sont les différentes politiques agricoles qui ont conditionné notre consommation d'huile. Jusque dans les années 60, on a privilégié l'arachide en provenance du Sénégal parce que c'était une ancienne colonie française bénéficiant de tarifs préférentiels à l'importation. Dans les années 70, l'Europe a relancé les subventions sur le tournesol. C'est là qu'est arrivé Unilever avec Fruit d'Or surfant sur l'idée d'une huile légère. Pendant 20 ans, le tournesol était le principal le seul oléagineux dans nos assiettes. Et dans les années 90, nouveau changement de la PAC : l'Europe décide de relancer la culture de l'olivier et subventionne sa culture notamment l'Espagne, la Grèce et l'Italie. Avec, à la clé, des campagnes de communication sur les bienfaits santé en faisant l'amalgame entre le régime crétois et l'huile d'olive. On l'a parée de vertus un peu abusives d'un point de vue nutritionnel (elle ne contient pas d'Oméga 3, peu d'Oméga 6, pas de Gamma-Linolénique, insuffisamment de Vitamine E). Tous les industriels du marché ont alors investi ce segment. Et on a mis de l'olive dans les assiettes des Français, au Nord comme au Sud.

En soit, il n'y a pas de mauvaise huile. Le seul bémol, c'est de privilégier des monocultures ou des mono-consommations. Car, comme il n'y a pas d'huile parfaite, on génère des déséquilibres nutritionnels. Et, à l'arrivée, le bilan lipidique est inquiétant en France : nous consommons beaucoup trop de graisses saturées et d'Oméga 6

alors que nous sommes en déficit d'Omega 3 et de DHA. C'est un bilan que l'on a clairement encouragé d'un point de vue économique et qui fait fi de tout équilibre nutritionnel basé sur la diversité, la proximité et la qualité des ingrédients.

Comment avez-vous réagi?

Ce constat m'a convaincu de concevoir la meilleure huile du monde pour les tout-petits. Je me suis rapproché de l'Iterg, l'Institut des corps gras situé à Bordeaux. Nous avons monté un petit comité d'expert avec un cabinet de nutritionnistes à Paris, une naturopathe et un œnologue de l'huile. Nous nous sommes demandés s'il existait d'autres catégories de populations exposées à des besoins nutritionnels bien spécifiques. C'est de là qu'est venue l'idée de formuler, également, des huiles alimentaires à destination des femmes enceintes et allaitantes et des personnes de plus de 50 ans. Toutes nos huiles sont produites en sous-traitance chez Biopress, un huilier bio traditionnel basé dans le Sud-Ouest, sur la base d'un cahier des charges exclusif Biofuture. Les graines bio de colza et tournesol sont pressées sur site. Les huiles bio de cameline, de bourrache, de germe de blé et d'olive proviennent de sous-traitants français. Quant aux huiles de poissons sauvages, naturellement riches en DHA, elles nous sont fournies par Polaris, un des spécialistes français des lipides nutritionnels issus de la mer, certifié "Friends of the sea". Elles sont extraites des co-produits (tête, queue...) de la pêche, à partir d'espèces de thon non protégée. Il n'y a donc pas de pêche dédiée à la production d'huile. Enfin, ces huiles sont désodorisées et purifiées dans le respect du cahier des charges AB afin de garantir qu'il n'y ait aucune trace de pesticides ou de métaux lourds.

Vous avez donc été certifié AB?

Oui. Mais ça a été long et compliqué! Pour être certifié AB, il faut que le produit soit bio à 95%. Les 5% restants non bio doivent correspondre à des ingrédients qui n'existent pas en bio mais dont l'industrie a besoin. Nos formules étaient en moyenne composées à 96% d'huiles bio et à 4% d'huiles marines sauvages donc non bio, mais 100% naturelles. Le caractère "sauvage" de ces huiles ne leur permettait pas d'être inscrites sur la liste des ingrédients autorisés. Ecocert nous a donc refusé la certification. Nous l'avons vécu comme

une véritable injustice. Et une incohérence pour le consommateur à qui nous proposons pourtant un aliment beaucoup plus sain et naturel que beaucoup de produits certifiés.

Nous nous sommes alors demandés s'il fallait que nous retirions les huiles marines de nos formules. Cela générerait 3 bénéfices immédiats: une baisse de notre prix d'achat parce que ces huiles actives sont très chères; l'obtention du logo AB; et des économies en communication puisque nous n'avions plus à éduquer le consommateur sur les bienfaits du DHA sachant, qu'à l'époque, il n'y avait pas d'allégations autorisées. Notre engagement qualité l'a emporté sur l'opportunité économique: nous avons conservé dans nos formules ce merveilleux Oméga 3 marin qu'est le DHA.

Les conséquences ont dû être importantes...

Oui, à double titre! Au niveau économique donc, mais, surtout, au niveau commercial. Comme nous n'avions pu obtenir cette certification AB, les portes du circuit de distribution bio se sont automatiquement fermées. Il nous a donc fallu rebondir rapidement en grande distribution, conscient qu'il ne s'agissait pas du circuit le plus aisé ni surtout le plus légitime pour nos huiles qui s'adressent, tout d'abord, à des populations sensibles au rôle de l'alimentation sur la santé. Et puis, il faut beaucoup de moyens pour visiter les enseignes et assurer à nos innovations un minimum de

visibilité dans des rayons surchargés et face à des consommateurs pressés.

Parallèlement, en collaboration avec Ecocert, nous avons décidé de mener une action auprès du ministère de l'Agriculture et de la Pêche, afin de défendre le bien fondé d'une certification. Nous avons déposé une demande de dérogation en mars 2012, en pleine campagne présidentielle. Nous avons conscience de gravir les premiers versants de l'Everest. Nous nous sommes d'ailleurs posé la question de tout arrêter. Finalement, après 8 mois de travail, nous avons reçu le sésame espéré: une dérogation officielle du ministère de l'Agriculture qui nous confirmait que nos huiles pouvaient être certifiées AB. Depuis février 2013, nous sommes le premier produit en Europe qui contient du DHA à être certifié en AB.

Donc, vous allez pouvoir être distribué en circuit bio?

Cela fait partie des grandes réflexions. Il y a un énorme clivage entre GMS et distribution bio. Certaines entreprises proposent deux marques distinctes pour chaque réseau. Mais c'est beaucoup trop lourd à gérer pour une TPE. Il faudra, probablement, faire un choix. Il y a une part de risque que je suis prêt à assumer si j'ai la conviction d'agir dans l'intérêt du produit, des clients et des consommateurs.

Les enfants, les femmes enceintes, les seniors... Et les autres? N'ont-ils pas droit à une huile correspondant à leurs besoins spécifiques?

Il y a deux manières d'aborder le marché. Formuler un produit qui convienne à une moyenne, donc à tout le monde. Ou partir de la démarche inverse qui consiste à identifier les besoins particuliers de chacun pour y apporter une réponse sur-mesure. Dans cette approche, la catégorie de population la plus difficile à travailler est celle des 20/50 ans. Nous y réfléchissons depuis 1 an avec la volonté de proposer une huile différente, qui réponde à une véritable problématique propre à cette période de la vie. Nous travaillons également sur un ensemble de produits qui, pour l'heure, restent confidentiels. Notre objectif est de développer une gamme qui couvre tous les moments de la vie. C'est en alliant le savoir-faire de l'homme à ce que la nature a de meilleur que nous tirerons la quintessence de cette belle relation. ■

Nous sommes à la frontière entre le complément alimentaire et l'huile de table.

