

LE DESSIN D'ALEX

## VALS LE NETTOYEUR



L'ÉDITORIAL DE JEAN-MARC CHEVAUCHÉ

## Le nouveau monde



La symphonie d'Anton Dvorak qui détruit les tympanes des ouvriers, des paysans et bientôt des fonctionnaires de pays contaminés par l'impérieuse nécessité de s'adapter n'est pas une musique champêtre. C'est un mouvement puissant, irréversible, qui balaie tout sur son passage. Les éleveurs, les producteurs français, une fois de plus, en supportent le bruit. Ils n'en finissent plus de mourir, dans les campagnes. Frères qui souvent s'ignorent, d'ouvriers dans la même déshérence, à qui on a fermé leurs usines ; les paysans n'ont plus que leurs mains pour essuyer leurs yeux. Endettés jusqu'à l'os, contraints de cumuler les emplois et les productions, esclaves des vendeurs de pesticides qui les rendent malades les premiers ; malheureux cobayes de labos préoccupés par la rentabilité immédiate, les paysans à la française sont détruits.

Pour qu'un agriculteur vive de son travail désormais, il devra s'industrialiser, se transformer en salarié de grands groupes,

ou mourir. La population laborieuse, qui consomme et partage avec le paysan des soucis d'emploi au moins égaux, veut, elle, manger du bon, produit en circuits courts, sans pesticides. Dès lors, puisque ce monde ne se remettra jamais en cause de lui-même, il n'y a qu'une certitude. Aujourd'hui, plus qu'hier et moins que demain, le pauvre planétaire mangera des produits bourrés de saletés, peu ou pas vitaminés et dépourvus de goût. Mais ça rapportera. Même pas aux paysans, uniquement à quelques investisseurs qui auront choisi la terre comme dernier terrain de jeux.

Le danger des colères, c'est le repli sur le passé. On ne peut pas se dire « C'était mieux avant » en regrettant l'après-guerre. On ne peut pas puisque le temps d'avant a conduit à celui d'aujourd'hui. Inutile, dans ces conditions, de ne faire, au mieux, que gagner du temps. Il est indispensable de changer le logiciel des échanges de la planète. Pour enfin, bâtir à notre profit humain, un autre nouveau monde.

# Le sans gluten made in Picardie

**ÉCONOMIE** Voici 25 ans, Bruno Pierre créait à Compiègne la première entreprise de produits sans gluten. Il est désormais deuxième sur ce marché avec ABCD Nutrition, à Roye.

Cookies, pain, biscottes... dans l'usine de Bruno Pierre à Roye (est de la Somme), les ouvriers confectionnent en petites séries des classiques de la nourriture française version sans gluten. « Il y a 20 ans, on a commencé en faisant le strict minimum, des pâtes, des biscuits secs et du pain, désormais, on suit les tendances du mass market et pour certains produits, on ne voit plus la différence avec un produit traditionnel », se satisfait Bruno Pierre, devant les ouvriers boulangers qui pétrissent le pain.

Lorsqu'il débute dans l'Oise en 1990 avec sa première entreprise ValpiForm, depuis rachetée par Gerblé (groupe Nutrition et Santé), il était seul sur le marché. « Tout le monde se demandait ce que c'était cette niche de niche de niche pour laquelle il n'existait aucun réseau de distribution », se souvient-il.

## + 30 % de chiffre d'affaires chaque année

« Fou furieux de recherche et de développement », cet ingénieur agroalimentaire de formation, raconte s'être lancé dans le sans gluten après avoir rencontré un enfant malade coeliaque : « Il était obligé d'importer du pain en conserve d'Angleterre, car il n'y avait aucune fabrication française, vous imaginez ? », s'étonne-t-il encore devant sa ligne de production de cookies du même aspect que les gâteaux traditionnels.

Au départ, explique-t-il, « notre



Les produits de Bruno Pierre ne sont vendus en grande distribution que depuis sept ans. (Photo AFP)

« Il y a 20 ans, tout le monde se demandait ce que c'était cette niche de niche sans aucun réseau de distribution »

Bruno Pierre

clientèle était exclusivement des malades coeliaques (1% de la population), puis sont venus les personnes allergiques, et désormais, vous avez des personnes qui digèrent simplement mieux l'alimentation sans gluten », soit maintenant environ la moitié de ses clients.

Le chiffre d'affaires d'ABCD Nu-

trition a suivi cet élargissement du marché : il augmente d'environ 30 % chaque année depuis la création de l'entreprise, atteignant 22 millions d'euros en 2015, pour un effectif de 135 personnes.

Même s'il affirme qu'il s'agira toujours « d'un marché de niche », il y a, selon lui, un « changement dans la consommation qui est com-

## Un nouveau site en 2017... et des emplois

Avec ces coûts de recherche et développement plus importants, des matières premières plus chères et des séries plus petites, les prix d'ABCD Nutrition sont 2,4 fois plus élevés qu'un produit classique. N'empêche : deux de ses trois usines picardes (Novillers dans l'Oise et Moreuil dans la Somme) sont saturées et le site de Roye doit tourner en trois huit depuis septembre. Un nouveau site de production dans la région est donc en projet pour 2017, ce qui entraînerait « plus du doublement » de la masse salariale, soit plus de 135 emplois en perspective.

plètement durable. Le côté effet de mode, représente seulement 5 % de nos consommateurs. Nous allons les perdre, mais c'est minime », explique-t-il. « Il y a 5 ans, personne n'en parlait, maintenant il n'y a plus un grand distributeur qui ignore le sujet et tous les magasins spécialisés ont des rayons très larges dans l'offre sans gluten », appuie l'entrepreneur.

Désormais, 40 % de sa production s'écoule en magasin spécialisé (avec sa marque Viadélise), 40 % en grande et moyenne surface (avec sa marque Céliane), et 20 % à l'export (Europe et Maghreb).