

Ecopresse - L'Orée des Mas  
Avenue du Golf - 34670 Baillargues  
Tél. : 04 99 13 76 50 - Fax : 04 99 13 76 51

RÉDACTION - Tél. : 04 99 13 76 56  
Fax : 04 99 13 76 51 - redaction@objectif-lr.com

Directeur de la publication :

Jean-Claude Gallo

Rédactrice en chef :

Gwenaëlle Guerlavais - guerlavais@objectif-lr.com

Rédaction : Anthony Rey, Bertrand Tardiveau, Idelette Fritsch.

Ont collaboré à ce numéro : Yann Kerveno, Ysis Percoq, APEI, Anne-Isabelle Six, Yann Fernandez.

Correcteur :

Thierry Klajman - http://thierry.klajman.free.fr/

Conception graphique :

François Brumas - studio@objectif-lr.com

Photographes :

Christine Caville, Édouard Hannoteaux.

Dessinateurs :

Balik

Gestion / Administration :

Annabelle de Jesus - adejesus@objectif-lr.com

Assistante de direction :

Céline Salse - csalse@objectif-lr.com

PUBLICITÉ

Directeur commercial :

Frank Buchin

Tél. : 04 99 13 37 68 - fbuchin@objectif-lr.com

Responsable du développement :

Claudie Villalba

Tél. : 04 99 13 76 54 - cvillalba@objectif-lr.com

Chargés de clientèle :

Alexandre Braditch

Tél. : 04 99 13 76 55 - abraditch@objectif-lr.com

Publicité extra-locale Les Échos-Médias :

51, rue Vivienne, 75002 Paris.

Directeur de publicité : Charles d'Augustin,

Tél. : 01 40 13 18 18.

Abonnement :

Annabelle De Jesus

Tél. : 04 99 13 37 69 - adejesus@objectif-lr.com

Promotion des ventes :

Maud Trabaud

Tél. : 04 99 13 76 58 - mtrabaud@objectif-lr.com

Impression :

Suivi : Impressions (Messigny-et-Ventoux, 21)

Imprimé en Europe

Diffusion :

Prestalis - dépôt légal 4<sup>e</sup> trimestre 2010

La rédaction n'est pas responsable des documents qu'elle n'a pas commandés

Ce numéro comporte deux encarts jetés - Forum de la création d'entreprise - et - Partenaires des Grands Prix - Objectif Languedoc-Roussillon est une publication du Groupe Ecopresse qui édite également - Le Top Économique -, - Vent Sud - et - Méridien MAG -. Principal associé : JCG Médias, SARL au capital de 367 000 euros.



Ecopresse RCS : 423 910 165 Montpellier.  
Commission Paritaire n° 0912 77894. n° ISSN : 1293-433X.



Les défis du nouveau président de Région

10



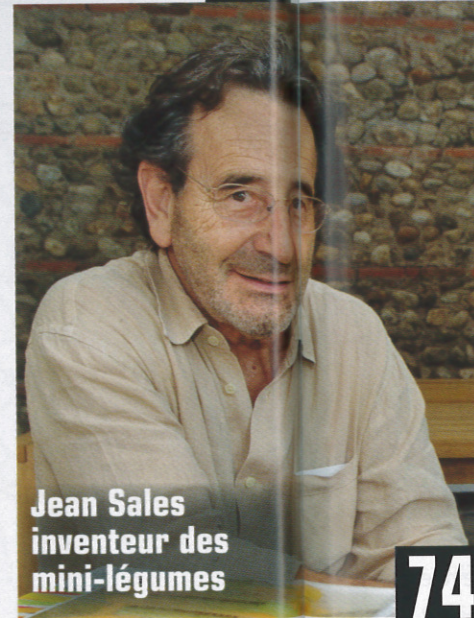
Smurfit Kappa emballe les grands

64



Ana Athayde (Spotter), Grand Prix 2010

28



Jean Sales inventeur des mini-légumes

74



Construction durable et rénovation dans le bâtiment

82

## P.4/ACTUALITÉ

L'info des entreprises et des décideurs.

## P.10/À LA UNE

À 56 ans, Christian Bourquin accède à son rêve politique : devenir président de Région.

p.14 - Les défis qu'il devra relever.

p.16 - Le lourd héritage économique.

p.18 - Les projets qu'il pourrait arrêter ou relancer.

p.21 - Et un nouvel éclairage sur Georges Frêche avec le réalisateur Yves Jeuland et la première épouse de l'homme politique.

## P.27/LES GRANDS PRIX

Les lauréats 2010 se dévoilent. Qui est le décideur régional ?

## P.47/QUE SONT-ILS DEVENUS ?

Pour cette 5<sup>e</sup> édition, retour sur les 32 anciens gagnants des Grands Prix Objectif.

## P.63/CHRONIQUE

L'étude de Nicolas Bouzou sur les carences de la région.

## P.64/GRAND ANGLE

Smurfit Kappa, la cartonnerie de Gallargues-le-Montueux (Gard), qui emballe les grands.

## P.70/DÉVELOPPEMENT DURABLE

Au Domaine d'O, à Montpellier, une charte écocitoyenne tente depuis un an de changer les habitudes de chacun. À la tête de cette révolution verte, un Anglais, Christopher Crimes.

## P.72/REPÈRES

L'ostréiculture, en pleine période de fêtes. Le point sur l'activité conchylicole avec Denis Regler.

## P.74/INNOVATION

Jean Sales s'est imposé sur le marché de la grande gastronomie en inventant

des mini-légumes. Ses produits ont déjà conquis une vingtaine de pays.

## P.77/ZOOM

Plus de 30 000 visiteurs sont attendus au salon Energaia. Le point sur les dernières tendances des énergies renouvelables.

## P.82/ENQUÊTE

Construction durable et rénovation énergétique. Le monde du bâtiment face aux enjeux de la loi du Grenelle II de l'environnement.

## P.92/COMMUNICATION

L'actualité de la com' et des médias.

## P.94/GASTRONOMIE

Pierre Augé, le « Top Chef » de Béziers (34).

## P.96/VITICULTURE

« Garyofilatum », la renaissance d'un vin du Moyen Âge.

## P.98/HIGH TECH

Les dernières tendances.

## P.100/AUTOMOBILE

La S60, une Volvo d'enfer.

## P.102/SORTIR

Agenda culturel : les expos et sorties.

## P.104/ENTRE NOUS

Kito de Pavant, navigateur au long cours.



Retrouvez le prochain numéro d'Objectif Languedoc-Roussillon en kiosque dès le 28 janvier 2011

ABONNEZ-VOUS AU MAGAZINE EN PAGE 59 OU SUR [www.objectif-lr.com](http://www.objectif-lr.com)

# édito



Depuis le décès brutal de Georges Frêche tout a été écrit ou presque sur sa vie, son œuvre, ses qualités, ses excès, ses dérapages, son ambition pour le Languedoc-Roussillon depuis son accession à la présidence de la Région. Et bon nombre parmi les éditorialistes, la classe politique régionale et nationale de louer, à juste titre, le travail accompli à Montpellier et entrepris à la Région. Après le temps de l'émotion, de la tristesse, chacun ressent le vide laissé par cette disparition et sait aujourd'hui qu'une page est définitivement tournée, que les choses ne seront plus jamais pareilles. À la Région tout d'abord Christian Bourquin qui vient d'endosser le costume de Frêche aura à relever plusieurs défis. Il devra savoir recevoir les coups, les beaux et les bas. Il devra ensuite assurer la transition et c'est vraisemblablement là que tout le monde l'attend. Il devra compter et opérer avec le PS. De nouvelles échéances électorales vont arriver et le fréchisme est bel et bien mort avec Frêche ! En endossant son costume le nouvel homme fort de la Région devra faire preuve de la vision pour continuer le travail accompli par son mentor sans pour autant le singer. Il devra savoir gouverner avec l'ensemble des collectivités territoriales mais aussi avec l'État et l'Europe. Il devra ainsi créer l'adhésion et le consensus là où Frêche imposait ses idées à la hussarde. L'élu catalan devra enfin composer avec l'ensemble des décideurs économiques et des chefs d'entreprises de la région. Les Français ont toujours tendance à surestimer le poids du politique mais ce sont bel et bien les entreprises qui créent l'emploi et la richesse. Frêche avait l'art de communiquer sur les chiffres et il adorait les classements. Mais la réalité est bien là : les chiffres du chômage et le PIB par habitant figurent parmi les plus mauvais de France ! Notre Région se situe dans les tréfonds des classements des régions d'Europe même si la capitale régionale jouit d'une excellente image et sait être attractive. Georges Frêche avait les défauts de ses qualités. Des dossiers bloqués du simple fait de ses humeurs vont pouvoir se débloquent : l'extension de la grande Agglo à Montpellier, les relations délétères avec André Vézinhel, président du Conseil général de l'Hérault. Déjà, Jean-Pierre Moure candidat au perchoir communautaire(\*) a fait savoir qu'il était enclin « à la normalisation des échanges », idem pour le projet de villages des marques « plus à l'ordre du jour ». On vous l'a dit, les choses ne seront plus pareilles... Gageons que le Languedoc-Roussillon y gagnera !

## Le fréchisme est mort avec lui !

Jean-Claude Gallo  
Directeur de la publication

(\*) À l'heure où nous bouclons ce numéro, les résultats à l'élection du président de l'Agglo de Montpellier où s'affrontent Jean-Pierre Moure et Hélène Mandroux ne sont pas encore connus.

# Jean Sales, créateur de mini-légumes

© Christine Caville



**Il s'est imposé sur le marché de la grande gastronomie en inventant des mini-légumes, aussi bons que beaux.**

**À Perpignan, Jean Sales a transformé l'exploitation agricole familiale en PME performante. Ses produits ont déjà conquis une vingtaine de pays. Et très prochainement, le consommateur pourra les trouver dans les épiceries fines, comme Hédiard et Fauchon.**

**E**n agriculture, sans doute plus qu'ailleurs, l'innovation est indispensable au maintien des entreprises sur leurs marchés. Mais, à la différence de l'industrie, les champs d'actions y sont moins étendus. L'innovation se fait soit en aval, côté distributeurs qui peuvent jouer sur le marketing, soit en amont, côté producteurs avec, par exemple, de nouvelles variétés végétales. Le premier cas est plus fréquent que le second...

À Perpignan, Jean Sales fait donc un peu figure d'exception. Et ce, depuis presque 40 ans. Lorsqu'il reprend l'exploitation familiale, il s'inscrit tout d'abord dans la droite ligne du travail de jardinier entamé pas ses aïeux : l'agriculteur produit des endives, mais aussi des tomates, comme nombre de ses collègues. Sentant « le vent tourner », il fait partie des premiers à installer des abris froids, sorte de tunnels en plastique qui vont révolutionner le maraîchage dans toute la

## 20 pays à l'export

- L'entreprise Jean Sales exporte aujourd'hui ses productions dans une vingtaine de pays par le biais de 130 grossistes.
  - Le chiffre d'affaires annuel avoisine 5 M€.
  - Les différentes structures emploient une dizaine de cadres et une soixantaine de salariés à temps plein.
  - L'entreprises Sales Producteur a noué des partenariats avec 9 agriculteurs de l'agglomération de Perpignan, qui contribuent à la production des mini-légumes.
  - La gamme commercialisée est forte d'environ 80 produits.
- [www.salesproducteurs.fr](http://www.salesproducteurs.fr)

Jean Sales, et son fils Olivier, ont réussi à imposer leurs mini-légumes dans le monde de la gastronomie. Plus de 80 produits sont aujourd'hui disponibles.

France. « À partir de ce moment-là, ces outils nous ont permis d'investir dans la qualité des produits », explique Jean Sales. L'atelier endive tourne alors à plein régime. « C'est là que nous avons eu une vision : celle des mini-légumes, poursuit le producteur. On imaginait ces légumes, petits et jolis, qui pourraient être mis sur le bord de l'assiette. On a sans doute un peu extrapolé sur la petite carotte que l'on retrouve dans les petits pois en conserve... » C'est le début de l'aventure. Cela ne devait

être qu'une simple diversification au départ. C'est devenu progressivement l'unique activité de l'entreprise, aujourd'hui florissante. Avec son fils Olivier, aux commandes de la production et de la R&D, Jean Sales a conquis les grands restaurateurs dans le monde entier avec ses petits légumes, tous élaborés en interne.

## Pas des légumes "nains"

À l'exception de quelques produits, il ne s'agit pas de produits « nains » obtenus par la génétique, ni de variétés spécifiques, mais bien de jeunes légumes. Pour cela, il a fallu inventer les itinéraires culturaux afin de les faire venir, en quelque sorte, à maturité visuelle le plus tôt possible. Le projet a aussi nécessité un matériel adéquat développé pour grande partie dans l'atelier de l'entreprise, qui assure également la maintenance. Carottes, oignons, navets jusqu'au récent mini-fenouil, toute la gamme y passe pour partir à la conquête du monde. Les produits de l'entreprise sont distribués dans une vingtaine de pays par 130 grossistes dans les plus grands restaurants. C'est d'ailleurs le credo de Jean Sales : considérer le chef cuisinier non comme un client, mais comme un artiste. Une marque d'attention qui souligne le changement de position stratégique de l'entreprise. De fournisseurs, Jean Sales

et son fils sont devenus des partenaires, tentant de développer des produits *ad hoc*, mais aussi des emballages pour conserver les produits. « Les chefs sont des artistes et nous sommes des artisans à leur service. Nous vendons nos produits à la pièce et non au kilo », insiste encore Jean Sales. Et si l'innovation porte essentiellement sur les produits, la spécificité des mini-légumes impose des *process* nouveaux à chaque étage, comme sur l'organisation du travail.

## Pour des chefs artistes

« Nous essayons de faire en sorte d'être présents 52 semaines par an pour nos clients, c'est-à-dire de fournir nos produits toute l'année. C'est une question très compliquée que de parvenir à accorder ainsi des calendriers de production avec des produits que nous ne récoltons pas forcément au même âge », explique Jean Sales. Livrés seuls ou en assortiments (pot-au-feu, crudités, ratatouille, etc.) les mini-légumes des jardins de Perpignan vont maintenant partir à la conquête directe du consommateur, dans les épiceries fines que sont Hédiard et Fauchon sous la marque « Le petit producteur » avec un emballage dédié. Une jolie revanche de la persévérance. « Nous avons réussi parce que nous avons insisté et que nous avons pris le temps de faire mûrir cette idée. » Le reste s'écrit dans l'histoire d'une entreprise rondement menée. « Nous avons la volonté d'être les premiers, et pour cela, il nous faut continuer d'investir tout en minimisant les risques pour nos salariés et nos clients. » Des investissements qui passeront, ces prochains mois, par la reconstruction de la station de conditionnement pour la mettre en conformité avec les normes actuelles. ■

Yann Kerveno

**transferts** soutient l'innovation et le transfert de technologie