

La start-up à suivre : Idées de Saison, des soupes bio et solidaires made in Nord de la France



La production annuelle des soupes bio et solidaires d'Idées de Saison. L'objectif multiplier ses ventes par cinq

Qui ?

Spécialiste de l'entrepreneuriat social, le groupe Vitamine T accompagne des personnes au chômage en vue de leur insertion professionnelle. Dans cet objectif,

il a créé une quinzaine de filiales dans des secteurs aussi divers que la propreté, l'entretien des espaces verts, le recyclage de déchets ou encore le maraîchage **bio**. Ces entités permettent aux salariés de se former afin de trouver un emploi durable. La dernière-née, Idées de saison, transforme des légumes pour en faire des soupes bios vendues en bocaux. Au total, le groupe présent sur les territoires des Hauts-de-France, d'Ile-de-France et de Champagne-Ardenne compte 2 900 salariés dont 1 900 sont en parcours d'insertion. Pour un chiffre d'affaires de 55 millions d'euros.

Quoi ?

Idées de Saison vend des soupes, des gaspachos, du houmous, des tartinades, des confits et des vinaigrettes. Elle utilise une partie des récoltes des Serres de Prés et de la Ferme des Jésuites (filiales de Vitamine T) qui ont une activité de maraîchage bio. Les bocaux sont commercialisés sous deux marques. La première, Idées de saison, destinée essentiellement aux grandes surfaces, se trouve dans les rayons d'**Auchan** de Villeneuve d'Ascq, Englos et Viry, dans le réseau Simply Market, au sein d'épiceries fines et de boutiques spécialisées de la région, comme BBG. Elle travaille également avec le réseau La Ruche Qui dit Oui. La seconde marque, Le Potager de Babette, s'affiche dans les réseaux Label Vie, Biocoop, La Vie Claire et les Partisans du Goût.

Et demain ?

Idées de saison va construire, à Villeneuve d'Ascq, sa propre conserverie solidaire pour proposer des nouveaux métiers support (aide-cuisinier, aide-légumier) aux salariés en insertion. Jusqu'à présent, sa production était confiée au laboratoire bio agréé Adrianor. La marque travaille aussi à être référencée chez d'autres enseignes, au plan national. Si sa commercialisation annuelle atteint 20 000 bocaux, Idées de saison veut se développer fortement en 2017 afin de conforter son projet de laboratoire intégré. Son objectif : multiplier ses ventes par 5.