

## Compte Rendu – Succès story

---

### **Matthieu de Montferrand, Président du Club Hôtelier de l'Agglomération Nantaise**

Matthieu de Montferrand a entamé son intervention en nous expliquant son parcours. Il a débuté dans une école hôtelière pour ensuite partir vivre 13 ans à l'étranger en Europe, au Moyen Orient et en Chine. A la suite de cette expérience, il a eu l'occasion de retourner en France grâce à sa rencontre avec des investisseurs Nantais. Ce retour en France a été l'occasion pour lui de reprendre l'hôtel Le Chateaubriand, le Duquesne et le petit Duquesne. Il s'agit d'hôtels d'entrée de gamme, avec un positionnement en hôtellerie traditionnelle et familiale.

Selon lui, Nantes est un territoire d'accueil des nouveaux arrivants. Il s'agit également d'un territoire dynamique où il fait bon s'installer grâce à son pôle universitaire et son positionnement fort favorable au développement durable. La Loire-Atlantique se démarque grâce à son littoral mais aussi grâce à son patrimoine culturel de bonne qualité. Le dynamisme économique joue également un rôle important dans l'attractivité de la métropole. Selon Matthieu, « *Nous bénéficions d'un aéroport à dimension internationale qui est un point fort pour le développement du tourisme* ».

**Son projet futur :** Poursuivre le développement de son activité via la création de nouveaux hôtels à taille humaine.

### **Christophe LAVOIS – Produit en Pays de Retz**

Artisan Torrificateur –

Christophe LAVOIS explique qu'il fait partie de l'association Produit en Pays de Retz. Elle a été créée en 2013 avec pour objectif de « *faire connaître la qualité et la variété des produits du territoire du Pays de Retz et faciliter leur identification* ». Ce label regroupe des producteurs de la mer et de la terre ainsi que des restaurateurs et des distributeurs. Il nous explique que l'association regroupe actuellement 30 personnes et qu'elle atteindra les 50 adhérents durant l'année. Cette initiative leur permet de renforcer la coopération et d'avoir une réelle force collective. Par exemple, des actions communes sont organisées régulièrement. Tous les ans ils participent ensemble au Salon de l'Agriculture à Paris. Cela leur apporte une nouvelle visibilité au niveau des médias mais aussi davantage d'échanges avec les acteurs politiques.

Christophe LAVOIS nous raconte comment les artisans utilisent cette initiative pour proposer des visites de l'artisanat aux visiteurs du Pays de Retz. Cela crée un réel parcours de visite Produit en Pays de Retz !

**Son projet futur :** Volonté de créer un magasin de producteurs « Produit en Pays de Retz » à Pornic.

## **Benjamin BELLET – SARMANCE**

Benjamin BELLET est ensuite intervenu pour nous présenter SAMANCE. En 2011, Jérôme Bretaudeau, vigneron du Domaine de Bellevue, et Benjamin Bellet, alors directeur du développement international du Voyage à Nantes, se rencontrent pour la première fois autour de leur passion commune pour les vignes bio de Loire et l'œnotourisme. Ils créent SARMANCE il y a 4 ans et développent des cosmétiques biologiques à base de principes actifs concentrés dans les vignes bio de Loire. Ils découvrent sur le pampre de vignes bio, la présence de principes actifs antioxydants, et donc anti-âge, très efficaces en particulier à la période de la floraison. Benjamin BELLET nous explique qu'ils étaient les premiers à proposer des produits cosmétiques à base des vignes de Loire-Atlantique (30% des composants sont directement issus des vignes). Il nous présente ensuite l'importance accordé au choix de l'emballage afin de lutter contre le suremballage des produits. Selon lui, « *produire des produits biologiques signifie notamment lutter en faveur du développement durable* ».

Par ailleurs, la distribution des produits s'est développé rapidement. Benjamin BELLET nous raconte qu'ils devaient faire face à une demande importante des canaux de distribution. Ils ont dû élargir leurs réseaux de diffusion pour y faire face. Aujourd'hui, les produits sont distribués dans les magasins bio, en pharmacie, en parapharmacie et également dans les hôtels. Des formats spéciaux ont été conçus à destination des hôtels afin de faciliter les usages (bidons de recharge par exemple). Les partenaires sont principalement locaux mais ils travaillent également avec des gîtes et la cité du vin à Bordeaux. A Bordeaux cela raconte une histoire cohérente avec le territoire ! Les produits s'exportent notamment en Corse avec une adaptation spécifique au territoire. En Corse il a fallu travailler directement avec les cépages Corse pour répondre aux attentes des clients.

Selon Benjamin BELLET, « *ce qui fait sens aujourd'hui c'est de raconter une histoire autour de la destination* ». SARMANCE continue son développement et regroupe désormais 5 salariés. L'entreprise à pour objectif de s'implanter sur de nouveaux territoires tout en adaptant les produits aux spécificités des territoires.

**Son projet futur** : Benjamin BELLET nous explique qu'il souhaite développer des emballages recyclables et qu'il souhaite proposer un produit dans un an.

## **Françoise HAMEON - Vice-présidente Tourisme, Mer et Littoral au Département de Loire-Atlantique**

Françoise HAMEON clôture les échanges en remerciant tous les intervenants et les participants de cette belle édition !