

FABRICANTS



## Salés Sucrés décline les saveurs surgelées

Le fournisseur de pâtisseries, de plats cuisinés et de produits snacking revoit son organisation logistique à travers la création d'une plate-forme.

L'occasion d'en savoir un peu plus sur cet acteur promis à un bel avenir sur le marché du surgelé.

**Salés Sucrés**, c'est avant tout une griffe, avec derrière, plusieurs outils de production et un dirigeant qui compte près de 25 ans d'expérience dans le secteur de la restauration. Fervent partisan de la technologie du surgelé, Thierry Lescanne s'était déjà fait remarquer en 1988 avec la création d'Assemblage, une PME qui avait atteint un chiffre d'affaires de trois millions d'euros, avant son acquisition par le groupe Vilgrain en 1993.

Deux années plus tard, à la tête de la holding Partenaire, il débute l'aventure Salés Sucrés en acquérant la société Pistache. 1998 voit sa prise de participation dans Mer et Gastronomie (totalement reprise en 2004). Enfin, l'année 2002 marque la création d'un troisième outil, Tartines & Compagnie. Aujourd'hui, l'ensemble, fédéré sous la bannière Salés Sucrés, réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros, pour un volume d'environ 1700 tonnes. La production se répartit entre la pâtisserie (50%), les plats cuisinés (45%) et le snacking (5%), majoritairement à l'état surgelé. L'entreprise cultive une image associant qualité artisanale et savoir-faire industriel, en s'illustrant sur une très vaste répertoire de produits de niche. « *En restauration, la réponse des grands industriels n'est pas toujours satisfaisante, pour la raison que leurs recettes sont standardisées et les poids des portions pas toujours adaptés. En outre, les process industriels à grande échelle limitent les possibilités d'innovation et les cycles de vente courts* » souligne Thierry Lescanne.

L'offre du fabricant s'adresse tout particulièrement aux circuits chaînés de la restauration commerciale, de l'hôtellerie et du catering : « *Notre organisation répond en fait à leurs besoins de produits élaborés et sur-mesure. En outre, la gestion des cartes de restaurants, de plus en plus centralisée, constitue pour nous un bon levier commercial, dans la mesure où le moindre référencement concerne ici l'ensemble des points de vente* », commente le dirigeant et le fabricant parle ici avec expérience, sachant que Salés Sucrés poursuivrait aujourd'hui des contrats avec 13 des 20 premiers acteurs du marché de la restauration commerciale.



## Réorganisation logistique

Cette année, le fabricant remet totalement à plat son organisation logistique, avec la construction d'une plate-forme, implantée à Champigny Sur Marne (94). « *Jusqu'alors, chaque site avait son propre stockage, ses préparateurs de commandes et ses véhicules de livraison, multipliant d'autant les risques d'erreur de livraison. Pour accompagner notre développement, nous devons revoir notre organisation en profondeur* » explique Thierry Lescanne. La nouvelle structure, dont les travaux ont débuté en mai, devrait être opérationnelle dans le courant du mois d' octobre. Elle sera composée d'une chambre négative de 10 000 m<sup>3</sup>, avec gestion dynamique des palettes et d'une chambre positive de 1 300 m<sup>3</sup>. Représentant un investissement d' environ 2,5 millions d'euros, elle va permettre au fabricant de regrouper et fédérer l'ensemble des produits issus de ses trois sites de production, qui de leur côté seront progressivement spécialisés par famille de produits : Pistache dans les pâtisseries, Mer et Gastronomie dans les plats cuisinés, enfin Tartines et Compagnie pour les produits snacking. « *Nous livrerons désormais nos clients en une fois et avec une facture unique. En d'autres termes, nous fournirons une qualité de service davantage en adéquation avec les exigences de nos clients tout en rationalisant nos propres coûts logistiques* », souligne le président, précisant au passage que la plate-forme aurait également vocation à « fédérer » des gammes de produits complémentaires fournies par des fabricants sous traitants.

## Ouverture aux marchés grand public

Le fabricant propose 2 nouvelles collections par an (printemps-été, automne-hiver), avec de nombreuses recettes sortant des sentiers battus. En marge du gros de son activité, concentrée sur le marché de la restauration, le fabricant a trouvé de nouveaux débouchés depuis peu sur les secteurs de la grande distribution et des circuits spécialisés. « *Nous avons constaté que les volumes, les marges et les délais de règlement y étaient bien souvent meilleurs qu'en restauration !* » , analyse Thierry Lescanne, en ajoutant qu' à travers le développement de MDD plus qualitatives , de nombreuses enseignes privilégient aujourd'hui la largeur de gamme, donnant ainsi des opportunités intéressantes pour des produits de niche , justement le domaine de prédilection de la société Salés Sucrés.