

ENTRETIEN AVEC LE PRÉSIDENT



Comment se porte Mademoiselle Desserts un an après la création de ce nouveau nom ?

L'ensemble des sites porte désormais le même nom ce qui permet de fédérer les équipes autour d'une identité commune et de fluidifier la communication externe. Ce nom est instantanément devenu une référence sur le marché et a été accepté sans aucun souci par nos clients, puisqu'au-delà de notre évolution ces derniers constatent que notre passion et notre personnalité restent intactes !

En 2016 Mademoiselle Desserts a racheté 2 entreprises à l'étranger, construit 2 usines en Angleterre, généré 6% de croissance en France sur un marché très difficile. Donc c'était une très bonne année !

Comment le comportement du consommateur évolue-t-il ces dernières années ?

Les émissions de pâtisserie à la télévision font le buzz pourtant le marché de la pâtisserie fraîche en France est stable voire en légère baisse depuis plusieurs années. En revanche, les habitudes de consommation changent ainsi que les modes de fabrication. Par ailleurs la contrainte réglementaire évolue énormément : « Fait maison », étiquetage des Allergènes ou des valeurs nutritionnelles, et les tendances du « made in France » ou locavores. Le consommateur consomme moins mais plus souvent, du snacking par exemple. Il fait attention à sa santé et à son budget mais veut continuer de se faire plaisir. Les ventes de produits typés « anglo-saxons » (muffins, cookies, cheesecakes etc) se développent fortement. Les notions de naturalité ou « clean label » qui intègrent la réduction des additifs, se développent ainsi que les produits « sans » comme le sans gluten par exemple. L'acte d'achat devient Responsable avec des produits de saison ou la chasse au gaspillage. Nous sommes connus et reconnus pour avoir les produits les plus naturels et les plus « clean label » du marché. Nous tenons à tout fabriquer nous-mêmes. Nous utilisons quasi exclusivement des matières premières simples : du beurre, du sucre, de la farine, du chocolat... et nous fabriquons tout à la maison !

Quelles sont les initiatives prises par votre entreprise en matière de responsabilité sociétale ?

Nous avons construit une démarche RSE, structurée et dynamique, depuis 2009. Celle-ci est basée sur les principes de l'ISO 26000. Nous réalisons des diagnostics sur nos sites et la Responsable Développement Durable est qualifiée « Expert 3D » par l'AFNOR. Chaque année nous élaborons et communiquons notre rapport RSE. Ils sont tous disponibles sur notre site internet. Les hommes et les femmes sont au cœur de nos actions. Nous avons par exemple défini les valeurs du groupe et rédigé notre charte éthique avec un groupe représentatif de salariés. Tous les sites sont engagés dans une démarche de management de la Santé et la Sécurité au Travail, avec un site certifié OHSAS 18001.

Nous réalisons nous-mêmes nos bilans Gaz à Effet de Serre par exemple, grâce à un logiciel adapté, régulièrement mis à jour et qui nous permet de suivre les indicateurs environnementaux.

Nous avons également une démarche achats responsables qui est portée par la Direction des achats et partagée en interne ainsi qu'avec nos fournisseurs et prestataires. Nous réunissons nos principaux fournisseurs sur les sites afin d'échanger sur notre démarche Développement Durable et plus particulièrement sur nos actions en terme d'achats responsables : notre charte, notre politique et l'évaluation RSE de nos fournisseurs et prestataires.

Notre démarche est reconnue, nous participons à des collectifs d'entreprises (3D avec Coop de France, réseau Altère, ANIA etc.) et des ateliers d'échanges inter-entreprises. Et surtout notre démarche RSE est un facteur d'intégration des sociétés rachetées et de création d'une culture commune dans une entreprise en fort développement notamment international.

Didier Boudy