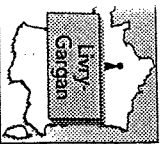


Les salades Sédipar à la conquête de la grande distribution

La PME de Seine-Saint-Denis vient de mettre au point une gamme de salades individuelles à 20 % « bio ».

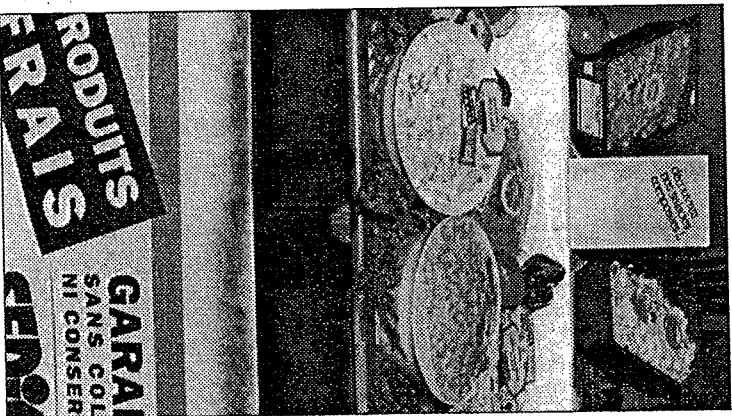
Grâce à cette innovation, elle espère être référencée dans la grande distribution.



TRENTE ANS, c'est l'âge de la maturité. Sédipar, petite société familiale de 40 millions de francs de chiffre d'affaires créée en 1967, est à un tournant de son histoire. Cette ME de Livry-Gargan (Seine-Saint-Denis), spécialisée dans la fabrication de salades composées la distribution de charcuterie, décide de miser sur les produits biologiques. Elle vient de mettre au point la gamme de trois salades « bio »

— céleri, carottes râpées et taboulé — prêtes à consommer dans des barquettes de 200 grammes. Garanties sans colorants ni conservateurs, ces produits frais doivent lui ouvrir les portes de la grande distribution en janvier 1998. « Jusqu'à aujourd'hui, 90 % de notre clientèle est constituée de bouchers-charcutiers de la région parisienne, explique Muriel Gerlach, directrice commerciale de Sédipar et fille du fondateur, *tout en maintenant notre réseau de détaillants, nous voulons que la grande distribution représente 10 % de notre activité dès l'année prochaine.* »

Contraintes de production. Sédipar a été l'une des premières à fabriquer des salades composées il y a trente ans. Elle propose une gamme de 45 recettes (salade du pêcheur au thon, aux moules râpées, ou quercinoise, avec des légumes...) qu'elle commercialise en même temps que 250 produits de charcuterie (saucissons d'Auvergne, pâtés de Bretagne et rillettes de la Sarthe...).



L'entreprise familiale vient de mettre au point une gamme de trois salades « bio » (céleri, carottes râpées et taboulé), prêtes à consommer dans des barquettes de 200 grammes.

Mais, aujourd'hui, l'entreprise doit innover pour se développer. « Le bio est une niche intéressante pour une PME, souligne Muriel Gerlach, *même s'il pose d'énormes contraintes.* » Sédipar a dû en effet complètement changer l'organisation du travail dans l'entreprise et investir 3 millions de francs afin d'obtenir, avec l'aide de la chambre de commerce de Bobigny, l'agrément européen pour son unité de production de Livry-Gargan. « Nous démarrons désormais chaque journée de production avec les produits biologiques, *car ils ne doivent absolument pas entrer en contact avec les autres* », précise encore la directrice commerciale.

Loi Robien. En plus de ces nouvelles salades bio, l'entreprise lance une gamme de barquettes-repas, chaque barquette comprenant une salade « traiteur », un fromage ou un dessert, le tout avec une fourchette et une serviette. Baptisé « Le couvert est mis »,

ce concept a été breveté il y a une quinzaine d'années par Gilbert Haar, le créateur de l'entreprise. Ce concept sera lui aussi vendu en grande surface, autour de 20 francs. « Nous misons sur le phénomène "snacking", explique Muriel Gerlach. *Les repas sont de plus en plus déstructurés. Il y a beaucoup de célibataires dans les villes qui veulent des produits rapidement préparés.* » La société, en discussion avec les grandes centrales pour obtenir des référencements, devra affronter sur ce concept la concurrence de poids lourds du secteur comme Martinet ou Fleury Michon.

Pour faire face aux nouveaux objectifs de production liés à ces innovations (45 millions de francs de chiffre d'affaires attendus en 1998), Sédipar applique depuis septembre la loi Robien. Les semaines dans l'entreprise vont de 32 heures à 40 heures en fonction de l'activité : déjà 4 emplois ont été créés pour des jeunes formés sur place.

DOMINIQUE CHAPUIS