

Innovation
Ecotrophélia
sur le podium
de l'agroalimentaire



Visite
Les patrons
chinois séduits
par les PME du
département
P 10



Sortir
Pernes:
à la rencontre
des métiers
d'art
P 15

Le magazine de l'économie

N° 3714 du 22 octobre 2015 - 0,65€

# Vaucluse Hebdo



Implanté dans le Vaucluse et la Drôme, le leader français s'impose sur le marché mondial de l'agroalimentaire

### Charles & Alice: une ma



Valeur ajoutée, innovation et plaisir sont les trois mots-clés à la base d'un succès qui, depuis 2011, ne cesse de se reconfirmer année après année (+ 41 % de croissance volume) pour le groupe Charles & Alice. (Photo : vue aérienne du site de production implanté dans la Drôme)

## rque qui porte ses fruits



En chiffres

• Chiffre d'affaires 135 M€

Effectifs :380 salariés

Croissance

+32,3% depuis le rapprochement entre Hero France et Charles Faraud en 2010 Implanté dans le Vaucluse et la Drôme, le leader des desserts aux fruits et de la compote bio est un acteur clé dans l'agroalimentaire français. La marque novatrice a élargi son champ d'action à l'export visant notamment la Chine et l'Inde...

près avoir pris les commandes de la conserverie Charles Faraud (restauration hors foyer), à Monteux en 2007, puis celles de la société Hero France (grande distribution) basée à Allex (Drôme) en 2010, le Pdg du groupe, Thierry Goubault, a mis en formule l'union des deux entités en développant une nouvelle marque commune «Charles & Alice». Depuis cette union, le couple fait vraiment la paire tant il est vrai que la combinaison des deux sites de production porte... ses fruits.

Certes, l'entreprise évolue sur un marché porteur : les ventes de compotes + 2,4 % en 2014 dont 3,6% au rayon frais. Et depuis peu, celui des desserts élaborés, avec ses mousses de fruits. C'est dans ce contexte (très favorable) que depuis le rapprochement entre Charles Faraud et Hero France, la marque a progressé de +32,3% Une stratégie payante basée sur la qualité des produits, l'originalité de ses recettes, qui, l'an dernier, s'est concrétisée pour la marque, avec une progression à double chiffre : +11,6% en volume et + 9,1% en valeur au rayon frais.

Progression et innovation vont de pair

A l'instar de 2014, Charles & Alice a pour objectif d'apporter toujours plus d'innovations en matière de goût et de texture pour le rayon frais, à travers notamment l'enrichissement de sa gamme phare «sans sucres ajoutés», qui fête ses 15 ans d'existence.



Thierry Goubault a su imposer sa marque sur le marché français des desserts de fruits. Après avoir repris la conserverie provençale Charles Faraud en 2007, dont il a doublé le chiffre d'affaires, l'entrepreneur a pris les commandes du groupe Hero France

#### ENTREPRISES D'ICI

Le secret de cette réussite pouvant paraître arrogant pour certains...? «Un travail permanent se réalisant à travers l'innovation, souligne Thierry Goubault. On peut générer de la croissance avec des gammes en continuant d'innover avec de nouvelles recettes. Et puis il y a l'innovation de rupture où il s'agit de créer non pas de nouvelles recettes, mais de nouveaux concepts», pour doper le marché des desserts aux fruits.

Des concepts tels que le lancement d'une grande première en janvier dernier : les Mousses de Fruits. Bel exemple d'une «innovation rupturiste». Qui se traduit par une offre inexistante au rayon frais composée à 70% de fruits et 20% de crème.

Pour l'enseigne, ces Mousses de Fruits sont la cerise sur le gâteau. Un must en la matière carles autres références concurrentes ne comportent, sur les mousses, que 10 % de fruits. «Le développement de ces produits (framboises, pommescitrons, poires et abricots), a nécessité trois ans de travail et la mise en place d'une nouvelle ligne de production sur le site d'Allex dans la Drôme.» Ce qui a permis la création de 21 emplois.

#### Cap sur l'export

Si les Mousses de Fruits incarnent l'esprit novateur du groupe, ce dernier ambitionne également de faire recette en dehors des frontières de l'Hexagone. Après les USA, l'Europe et le Maghreb, le groupe Charles La marque développe depuis 2010 une gamme Bio, élaborée à partir de fruits 100 % français notamment produit sur les terres vauclusiennes

L'ensemble se positionne comme le 3ème acteur national des desserts de fruits en grande distribution. Charles & Alice est une marque à prénoms. Elles sont une minorité et trustent au milieu de la jungle des marques. Les marques à prénom sont devenues des effets de mode et signe à la fois d'authenticité et de savoir-faire

& Alice a élargi sa stratégie à l'export en ajoutant à son «carnet d'adresses» les pays de l'ASEAN (association des nations de l'Asie du Sud-Est), l'Inde, et la Chine. Les jeunes adultes Chinois sont de plus en plus obèses. En 1980, 5%

des enfants chinois étaient en surpoids. Pour l'heure ce taux a quintuplé.

C'est la rançon du succès économique et d'une transition nutritive qui s'est faite à un rythme prodigieux durant trente années de réformes et d'ouverture, à mesure que les Chinois se sont enrichis et ont «mondialisé» leur assiette.

Au vu de ce fléau, l'objectif de Charles & Alice est de produire et de vendre des compotes en gourdes individuelles destinées aux enfants, et en particulier les compotes sans sucre ajouté. A la question, quel premier bilan dresser à propos de la Chine? «Pour la Chine comme pour les États-Unis, cela fait un peu plus d'un an que nous sommes investis sur ces marchés à forts potentiels. Je pense qu'il faut attendre encore (2016-2017) pour réellement voir les premiers résultats», conclut Thierry Goubault, un businessman qui peut déguster les fruits de sa réussite. Et il y a de quoi...

### M. Goubault : «le Bio, un axe important de notre stratégie»

La gamme Charles & Alice Bio est labellisée «Origine France Garantie» depuis 2012, dans le but de jouer la transparence touchant la traçabilité française des produits. Organisme réputé, Bureau Veritas Certification a octroyé ce label à l'issue d'un audit qui est renouvelé annuellement. Pour la marque, être bio c'est prioriser la production locale. «C'est très important d'être au plus proche des producteurs en particulier les producteurs de pommes, souligne Thierry Goubault. Entre le Vaucluse et la Drôme,

on a la chance d'être dans une région fruitière.» L'engagement de Charles & Alice dans le Bio s'est entre autres concrétisé par un partenariat avec trois arboriculteurs de la région Paca. Huit hectares de pommes Bio ont été plantés et la marque s'est engagée à acheter la totalité de leurs récoltes. 300 tonnes de pommes Bio sont utilisées pour la fabrication des desserts Charles & Alice Bio. «La gamme bio constitue 25% de notre chiffre d'affaires. On va développer ce mode de production qui représente un faible pourcentage du marché global de l'alimentaire», mentionne en substance Thierry Goubault.

TF