

# LES PME FACE À LA CRISE AGIR ET PRÉPARER LA REPRISE

Paroles d'entrepreneurs PME, fournisseurs de la distribution



## EDITO

*Dominique Amirault, Président de la FEEF*

Aujourd'hui, les Entrepreneurs PME souffrent et souhaitent qu'on leur fasse confiance pour une reprise économique rapide !

La crise a provoqué, dans un premier temps, une désorganisation de la production et de la logistique, une baisse de la productivité chez les PME, donc des surcoûts. Beaucoup de PME connaissent également une baisse non négligeable de leur chiffre d'affaires et des difficultés de trésorerie.

Par leur agilité, les PME ont pu s'adapter très vite pour réorganiser la production et assurer la continuité de leur activité. Cela a pu se faire en premier lieu grâce à la dimension humaine de la PME et à la mobilisation des équipes.

Les PME, forces motrices en termes de création de richesses et d'emplois dans les territoires, sont une des clés majeures pour réussir la relance économique. Leurs spécificités devront être prises en compte. Cela passe en particulier par le respect des délais de paiement, un moratoire sur les pénalités logistiques, la relance de la dynamique commerciale et la liberté du tarif de l'industriel. Sans oublier de donner une vraie prime au local et à la fabrication industrielle française !

## SUJETS ABORDÉS :

Agroalimentaire, Approvisionnement, Chiffre d'affaires, Collaborateurs, Confinement  
Consommation, Digitalisation, Distribution  
Fabricants non alimentaires, Filières  
Gaspillage, Local, Logistique, Masques  
Partenariats, Pénurie, Prime Production  
Relation client, Réorganisation, RHD, RSE  
Savoir-faire, Sécurité sanitaire, Solidarité  
Gestion des stocks, Télétravail,  
Transparence, Trésorerie

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Alpina Savoie

## JEAN-PHILIPPE LEFRANÇOIS, DIRECTEUR GÉNÉRAL D'ALPINA SAVOIE SEMOULIER PASTIER À CHAMBÉRY (73)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Jean-Philippe Lefrançois :** Pour faire face la crise sanitaire et répondre à la demande accrue de pâtes, couscous et polenta, Alpina Savoie a pris des mesures afin d'assurer la continuité des approvisionnements des grandes et moyennes surfaces, tout en limitant les risques de contamination. Pour répondre à la croissance de la demande, l'entreprise a tout d'abord puisé dans ses stocks, ça n'est plus suffisant. Nous avons donc dû nous adapter pour produire plus, tout en renforçant les mesures sanitaires (prises de température à l'entrée des ateliers, masques, distances etc.) Cela a été possible grâce à nos collaborateurs dont je salue le dévouement et l'implication, ils ont su de mobiliser fortement pour répondre à cette situation exceptionnelle. **Ensemble, nous devons continuer à nous adapter, au jour le jour**, et rester agile dans les prochaines semaines.

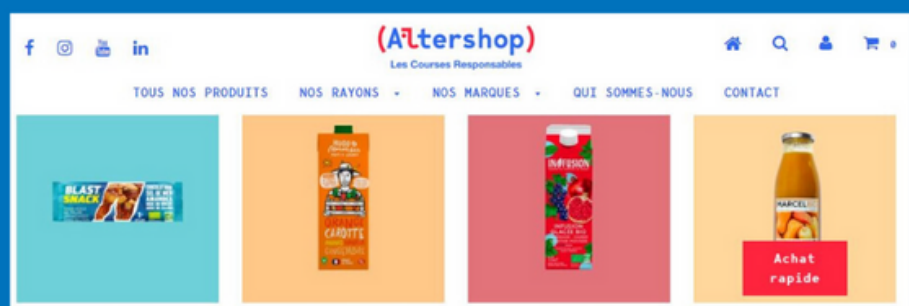
**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Jean-Philippe Lefrançois :** Nous n'avons pas de problèmes d'approvisionnements majeurs chez Alpina Savoie, **nos matières premières viennent majoritairement de France et sont sécurisées** (fonctionnement en filières françaises, contrats avec les organismes stockeurs et les agriculteurs etc.), idem pour les emballages, fabriqués en Rhône-Alpes. Côté production, nous nous sommes mis en flux poussés sur les gammes les plus demandées afin de produire plus et plus efficacement. Côté logistique, pour améliorer les flux, nous avons demandé à nos clients de passer commande de palettes complètes pour éviter le picking qui ferait perdre trop de temps. En matière de transport, l'entreprise a dû ouvrir ses cahiers des charges à de nouveaux partenaires pour pallier au manque de disponibilités. Des solutions ont été trouvées pour pouvoir approvisionner les magasins, y compris à l'étranger.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Jean-Philippe Lefrançois :** C'est encore difficile à dire, nous sommes pour le moment concentrés à produire, pour répondre aux besoins de nos clients distributeurs et des consommateurs, dans les meilleures conditions pour la santé de nos collaborateurs.

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Alterfood

## ALEXIS VAILLANT, CEO D'ALTERFOOD

### CRÉATION DE MARQUES ALIMENTAIRES NATURELLES ET BIO SUR LES MARCHÉS DU SNACKING, DE LA BOISSON, DE L'ÉPICERIE FINE AINSI QUE DE L'ÉPICERIE SALÉ À PARIS (75)

#### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Alexis Vaillant :** Alterfood a lancé l'Altershop ([www.altershop.fr](http://www.altershop.fr)), son premier site de e-commerce et qui va permettre de rendre accessibles nos tops produits à tous les français. Notre volonté étant de pouvoir proposer des produits sains, naturels, et traçables pendant cette période de crise, nous avons réalisé l'Altershop en moins de 5 jours. Aussi, et ce jusqu'à la fin du confinement, **10% du montant de nos ventes seront reversés à la Fondation Hôpitaux de Paris Hôpitaux de France.** En complément, Alterfood a renforcé son partenariat avec la Fondation Hôpitaux de Paris Hôpitaux de France pour fournir des produits alimentaires bénéfiques pour la santé afin d'améliorer le quotidien du personnel soignant et lancé un appel aux PME. Alterfood a donc répondu à cet appel et encouragé d'autres PME à rejoindre ce mouvement solidaire à travers le hashtag #SolidariteHopitaux. Cela va permettre de recenser les besoins des hôpitaux et les offres des entreprises qui peuvent aider.

#### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Alexis Vaillant :** La fermeture des cafés, bars et restaurants va très probablement nous impacter fortement ; de même notre transporteur a vu son activité réduite et son équipe avec. Cela peut amener des changements en termes logistique et donc amener une réorganisation jour par jour en fonction de notre activité. L'impact d'une telle crise, surtout pour une PME, a déjà un **impact sur la trésorerie** d'Alterfood : perte de 50% de CA avec une perte de plus de 100 000 euros par semaine.

#### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Alexis Vaillant :** Cette crise va certainement **éveiller les consciences et modifier notre manière de consommer.** Elle va faire émerger des tendances qui se sont renforcées ses dernières années, à commencer par le bio et la recherche de produits sains, mais aussi consolider des tendances plus récentes comme la mouvance locavore et la volonté de réutiliser pour moins gaspiller. On pressent également **un changement pour les circuits de distribution avec une forte mise en avant du digital.** Cette crise va certainement amener les Français à repenser fortement leur manière de consommer et Alterfood veut être là pour les accompagner dans cette transition.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Bernard Jarnoux Crêpier

## HERVÉ CORBIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE BERNARD JARNOUX CRÊPIER FABRICATION DE CREPES ET GAULETTES À GARNIR ET GARNIES À LAMBALLE (22)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Hervé Corbin :** Les premières mesures mises en place ont été le renforcement des mesures de sécurité et d'adaptation des mesures d'hygiène pour que nos salariés se sentent protégés et travaillent dans un environnement serein. Parallèlement nous avons mis en télétravail les services supports quand cela était possible. **Nos ventes ont été différemment impactées suivant les familles de produits.** Le consommateur s'est naturellement dirigé vers les produits simples. Les volumes de ces derniers ont donc fortement augmenté. Nous avons adapté l'outil de production et restons flexibles face à ces nouvelles habitudes de consommation. Nous essayons de rester réactifs et agiles dans nos prises de décisions pour montrer notre implication auprès de nos salariés

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Hervé Corbin :** Nous n'avons pas eu de problème d'approvisionnement car nos fournisseurs sont en très grandes majorités des PME proches de chez nous. Nos transporteurs ont été également présents pour assurer la logistique. Nous mettons tout en œuvre pour servir au mieux l'ensemble de nos clients. Nous avons par contre **des investissements de production qui se retrouvent retardés et qui vont impacter notre capacité à accompagner notre croissance.**

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Hervé Corbin :** Tout dépendra de la durée de cette crise à l'issue de laquelle les comportements des consommateurs et de nos clients pourraient changer. Cela aura forcément des conséquences pour nous. Là aussi nous devons être à l'écoute afin d'**adapter notre offre.**

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Borde

## ALAIN BORDE, PRÉSIDENT DE BORDE SPÉCIALISTE DU CHAMPIGNON SAUVAGE À SAUGUES (14)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Alain Borde** : Nous avons encouragé le télétravail pour tout ce qui est des supports administratifs tout en exigeant en permanence la présence physique d'une personne par service. Nous avons fait en sorte que le personnel qui travail en production se croisent le moins possible en aménageant des heures d'arrivée différentes sur le site par atelier et en fixant les moments de pause de chaque atelier sur des plages horaires différentes. Nous avons mis à disposition du personnel des masques, du gel hydroalcoolique et des gants. Nous avons mis en place une procédure spécifique de nettoyage des points de contact habituels : poignées de porte, claviers... Nous avons interdit toute visite du site par des personnes extérieures dans un 1er temps. Mesures que nous avons petit à petit desserrées afin de pouvoir permettre des interventions nécessaires de la part de prestataires extérieurs avec mis en place de questionnaire et port d'équipement obligatoire.

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Alain Borde** : Notre usine ne s'est pas arrêté de produire. **Le plus gros problème est la baisse d'activité, notamment celle réalisée auprès de la RHF.** Une certaine angoisse était perceptible auprès de certaines personnes dans l'usine la 1ère semaine. **Certaines personnes ne comprenaient pas pourquoi nous n'étions pas arrêtés.** Il a fallu faire une mise au point. Cette angoisse s'est dissipée peu à peu. A ce jour il m'est difficile de connaître exactement les incidences de cette crise sur notre activité qui est plutôt tournée vers des produits festifs surtout consommés en fin d'année ?

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Alain Borde** : Difficile à savoir. Je ne doute pas que les mauvaises habitudes reprennent vite le dessus. En interne cette situation a fait surgir certaine méfiance entre les personnes, et par la même le vrai visage de certains, je ne suis pas sûr que cela renforce la bonne ambiance à terme. **L'après permettra peut-être de remettre en avant la fabrication française** même si elle est plus chère, mais bon je pense que le prix reviendra vite le cœur du sujet ! **L'après sera certainement une modification de l'offre de distribution avec la mise en place de nouveau mode de commercialisation des produits** ou du moins des modes de commercialisation qui était en train de faire surface et qui verront sûrement leur attrait renforcé. Avec quelle conséquence pour nos entreprises qui ne sont pas toujours adaptées pour ce type de distribution ?

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Briochin

## PHILIPPE ALLIO, PDG DE BRIOCHIN FABRICATION DE PRODUITS D'ENTRETIEN ET D'HYGIÈNE À SAINT BRIEUC (22) ET SAINT MALO (35)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Philippe Allio :** Toutes les mesures de protection sont prises (fermeture du réfectoire, des salles de pause et des vestiaires, séparation des équipes de production (2X8) pour éviter tout croisement, rappel perpétuel et affichage des bonnes pratiques, interdiction aux chauffeurs de rentrer dans l'entrepôt, distribution de Solution hydro-alcoolique dont nous démarrons la production face à l'appel à l'aide des hôpitaux et soignants locaux. **Nous livrons gracieusement les produits aux soignants locaux** (mais aussi à la Gendarmerie) et cela a aussi boosté le moral des équipes en interne. **Nous sommes tous mobilisés à 100% pour contribuer et soutenir ceux qui sont en première ligne et je suis très fier de mes équipes qui font face.** Le siège social est fermé et nous concentrons nos efforts dans l'usine, là où tout se joue.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Philippe Allio :** Approvisionnements très tendus avec une incertitude à chaque livraison, **organisation interne difficile et nous devons travailler en mode dégradé que nous réajustons chaque jour selon l'effectif et les matières disponibles**, il faut être très, très souple et s'adapter toutes les heures. Nous devons faire des choix et accepter certaines ruptures. Baisse de l'offre de transport et augmentation massive et brutale de prix des livraisons (certains profitent de la situation mais nous nous en souviendrons post crise), tension sur la trésorerie. Tout ce qui est hors GSA et export Asie a stoppé 100 % des commandes. Pour la GSA, nos clients jouent le jeu et sont compréhensifs face à cette situation et nous demandons qu'il n'y ait pas de pénalités sur les retards et manquements de livraison.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise**

**Philippe Allio :** Oui, nous devons réadapter l'entreprise et repartir d'une page blanche, **nous réinventer, sans avoir peur et en refusant les dogmes et les recettes dépassées.** Ce sont ceux qui s'adapteront vite au changement sociétal, au sens large, qui seront les acteurs de demain. **Tout est à construire, à repenser, à oser.** Le challenge sera difficile mais passionnant. **Pour la relation commerciale, nous espérons que les négociations 2021 seront à la hauteur de l'enjeu national, il ne s'agit plus de répartir la valeur ajoutée mais de sauver notre industrie. Nous espérons aussi que l'ensemble des distributeurs fera une place majeure aux PME et ETI Françaises dans leurs rayons et réduirons la part des importations à bas prix.** C'était déjà le cas, fort heureusement, pour trois distributeurs. Il faudrait que ce soit la norme car autrement tout le monde sera lourdement perdant, y compris les distributeurs. **Collectivement, nous devons inventer une relation commerciale responsable et citoyenne et ne plus s'arrêter sur une vision financière court-termiste,** sans prise en compte des conséquences pour la collectivité. Les consommateurs ne nous le pardonneraient pas et ils auraient raison. Nous avons des contacts extraordinaires avec des distributeurs qui sont venus apporter leurs soutiens (y compris par un paiement comptant) ou simplement prendre des nouvelles. Je tenais au nom de tous les collaborateurs à les remercier;

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Conserves Stéphane

## CÉDRIC COLLET, DIRECTEUR COMMERCIAL DE CONSERVES STÉPHAN FILIALE DU GROUPE LE GRAËT : FABRICATION DE CONSERVES DE VIANDES À GUINGAMP (22)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Cédric Collet :** La 1ère Priorité pour nous, et tout de suite, c'était **la sécurité de nos collaborateurs** (70 salariés) et de nos partenaires. Nous avons immédiatement saisi l'enjeu et mis tout en œuvre pour poursuivre l'activité avec la sécurité au centre de nos préoccupations. Nous avons effectué des aménagements importants dans notre atelier à Guingamp (Côtes d'Armor) et dans l'organisation du travail de notre personnel administratif. La seconde priorité était de **faire face à l'afflux de commandes** (+50% pour certains clients) lié à cette crise. Nous avons mis en place un suivi quotidien avec nos clients par la transmission des états de stocks et le suivi des commandes avec un report de livraison si besoin. Malgré ce contexte très difficile et sans précédent, nous avons réussi jusqu'ici à honorer les commandes de nos clients. Sur le plan social et à l'initiative du Groupe Le Graët, nous avons également **mis en place une prime mensuelle de continuité d'activité pour l'ensemble de nos salariés**. Cette prime sera versée pendant toute la période de confinement.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Cédric Collet :** Les commandes de plats cuisinés et de conserves de viandes restent soutenues. L'usine fait face à moins de 10% d'absentéisme du personnel de production. Grâce au recours à l'intérim et à un personnel qualifié, nous arrivons à maintenir le niveau de production ; et **nos relations privilégiées avec nos partenaires fournisseurs et transporteurs nous ont permis de répondre favorablement à ces commandes**. Au niveau de l'organisation Commerciale, nous avons mis en place du télétravail pour les équipes commerciales qui assurent une communication continue et fluide avec nos clients afin d'entretenir la relation commerciale. Notre trésorerie n'est pas impactée à ce jour.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Cédric Collet :** Face à cette crise sans précédent, **nous espérons que nos clients se souviendront longtemps de l'investissement humain des salariés** qui a permis de livrer l'intégralité des commandes. Notre objectif est de consolider notre partenariat commercial et de continuer à nous développer en nous appuyant sur nos forces et d'asseoir notre stratégie de « premium » : une attention soutenue portée au bien-être et à la sécurité de nos salariés, le recours à des matières en très grande majorité françaises, et en circuit-court. Des produits sains premium labellisés, gourmands et de terroir, (Label Rouge, VPF, Bio, IGP, Clean Label) **une relation de partenariat avec nos prestataires**, notamment les transporteurs. La crise a plutôt renforcé notre conviction que ces valeurs étaient les bonnes car elles nous ont permis jusqu'à aujourd'hui de faire face à la crise sans trop subir d'impacts négatifs. C'est le socle de notre démarche RSE. L'inconnu pour nous, comme pour d'autres, sera l'ampleur et la durée de la crise économique à venir et son impact sur le pouvoir d'achat. Mais quoi qu'il arrive nous sommes convaincus, **grâce à nos équipes, que nous serons en mesure de répondre** à ces nouvelles problématiques...

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Celtigel

## CHRISTOPHE DELACOTTE, DIRECTEUR COMMERCIAL DE CELTIGEL FILIALE DU GROUPE LE GRAËT : FABRICATION DE PLATS CUISINÉS SURGELÉS A PLÉLO (22)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Christophe Delacotte :** En dépit des difficultés, CELTIGEL répond présent au-delà des engagements. **Nous avons augmenté nos capacités de production et bouleversé nos plannings pour répondre à la hausse des commandes** à chaque fois que c'était possible. Nous avons également dû renforcer nos équipes (heures supplémentaires, Intérimaires...) pour faire face à l'absentéisme et à l'augmentation de l'activité. L'énergie déployée nous permet d'assurer un taux de service remarquable malgré le contexte. Les différents plans d'actions mis en place chez CELTIGEL : Notre priorité a été de mettre en œuvre toutes les mesures permettant à nos salariés de venir travailler en sécurité. Nous avons intensifié le nettoyage de nos installations et des points contacts, mis en œuvre les mesures « barrières » et équipés nos salariés de protections lorsqu'ils ne pouvaient pas respecter les règles de distanciation. Nous avons donné les moyens de télétravailler, dès lors que les missions pouvaient être réalisées à distance. Réunion chaque début de semaine avec R&D, Achat, planification, indus, commerce pour faire le point sur la visibilité dispo matières premières/ ingrédients / Emballages / Cartons de regroupement => Risque de rupture. Nous avons gardé la planification à 3 semaines mais avec réadaptation possible chaque semaine en fonction de l'évolution ou les risques de ruptures. Appel chaque semaine de l'ensemble de nos clients (acheteurs) pour faire le point des stocks produits finis et prévisions. Appel par la R&D des services R&D et qualité de nos clients afin d'anticiper les changements d'ingrédients (versus cahier des charges) en fonction des ruptures potentielles. Priorisation de fabrication en fonction des formats les plus vendus sur la période (formats familiaux privilégiés).

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Christophe Delacotte :** Hausse de certaines matières premières dues à des changements de fournisseurs pour palier aux ruptures. Réduction (80%) de la fabrication de produits destinés au réseau RHF. **Hausse des coûts logistiques** (des camions repartent à vide) Ruptures de matières premières / Risque de ruptures emballages. Organisation production / Logistique : Décalages ou annulations de développements en cours avec certains de nos clients. Sur le plan de la trésorerie le fait de faire partie du Groupe Le Groupe Le Graët, un groupe familial en bonne santé est rassurant pour nos fournisseurs, nos clients mais aussi pour l'ensemble du personnel de l'entreprise.

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Christophe Delacotte :** Nous ne mesurons pas encore l'impact économique de cette crise. Une prise de conscience sur le consommé local est d'ores et déjà dans les esprits. Il y aura forcément un avant et un après crise, **nos clients privilégieront certainement l'origine France pour leurs recettes, la question en suspend est à quel prix ?** La conscience du consommé local est bien dans les esprits, le prix à payer l'est beaucoup moins, les relations commerciales risquent donc de se tendre. Quel sera le pouvoir d'achat des consommateurs ? Chômage en inévitablement en progression, entreprises, artisans, commerçants en difficulté dans différents domaines, cela ne favorisera pas non plus la reprise. **Pour Celtigel, le fait d'avoir une filière pêche France intégrée est évidemment un atout**, une réponse aux attentes de nos clients et donc par conséquent de nos consommateurs. La certification OFG pour une gamme de notre catalogue l'est aussi. **Le sourcing matière évoluera forcément, nous aurons besoin de l'ensemble des acteurs**, et notamment de nos partenaires distributeurs sur le plan économique mais aussi pour bien communiquer auprès des consommateurs.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Fromagerie Milleret

## THIERRY MARTIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA FROMAGERIE MILLERET FABRICATION DE FROMAGES À CHARGENNE (70)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Thierry Martin :** Pour lutter contre l'épidémie de COVID-19, la fromagerie Milleret a adapté l'activité de l'ensemble du personnel. **La présence sur site a été réduite au minimum**, pour la fabrication de nos fromages. Nous avons également mis en place le **télétravail** sur tous les services où cela est possible. **Nos 2 camionnettes continuent de sillonner les routes environnantes afin de vous apporter un service de ravitaillement à domicile et un peu de lien social durant cette période de confinement.** Nous remercions encore les employés de la fromagerie pour leur engagement !

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Thierry Martin :** Les difficultés que nous rencontrons sont de deux ordres :

**Risque de rupture sur les approvisionnements d'emballage** d'ici quelques jours (cartons)

**Manque d'effectif** pour travailler (pour l'instant ça fonctionne encore)

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Thierry Martin :** Difficile à dire, mais on constate un transfert de la consommation sur les drives au détriment des points de vente. Est-ce que cela sera pérenne ?

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Funky Veggie

## ADRIEN DECASTILLE, CO-FONDATEUR DE FUNKY VEGGIE DES PRODUITS GOURMANDS, 100% NATURELS ET DÉCALÉS À MONTMAGNY (95)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Adrien Decastille :** Dans ce contexte de remise en question globale, notre mission est plus que jamais importante : accompagner les consommateurs vers une alimentation plus naturelle, plus végétale, à la fois meilleure pour soi et pour la planète — et ce, grâce à des produits qui font du bien à tous les niveaux et qui sont gourmands avant tout. Nous avons donc choisi de **redoubler d'efforts pour être aux côtés de notre communauté** : sur Instagram auprès de nos plus de 60k followers, nous avons lancé le challenge #MakeTheWorldFunky pour proposer du contenu adapté à cette période de confinement. Live recettes, astuces cuisine et bien-être, sessions de méditation... La « Funky communauté » est plus que jamais soudée ! **Nous avons également fait le choix d'apporter notre aide aux plus démunis**, en faisant le don de plus de 5 000 produits à différentes associations, dont les Restos du Coeur, Yes we Camp, Ernest... On constate une vraie solidarité émerger avec beaucoup de sociétés qui se mobilisent pour soutenir les soignants et les hôpitaux dans ces moments difficiles. Il nous a aussi semblé important de continuer d'aider les plus démunis pour ne pas qu'ils soient oubliés avec l'actualité.

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Adrien Decastille :** Au delà des difficultés d'organisation rencontrées par toutes les sociétés de notre secteur (télétravail, arrêt des visites des commerciaux, difficultés d'approvisionnement, etc.), **notre principal problème est l'arrêt (ou le ralentissement important) des commandes de plusieurs de nos clients enseignes de Grande Distribution** (qui tournent pourtant à plein régime). En effet, **nos produits n'étant pas des produits de premières nécessités**, les petites TPE comme les nôtres ne sont pas la priorité des enseignes alors même que nous sommes les plus vulnérables ! Nous avons besoin que les entrepreneurs et la FEEF fassent pression sur ces enseignes afin que des mesures soient mises en place rapidement pour que cela évolue.

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise

**Adrien Decastille :** Il y aura, c'est certain, un avant / après en ce qui concerne les prises de conscience : cette crise nous fait réaliser qu'on doit s'orienter vers des modes de vie et de consommation plus durables, plus responsables. Je suis également convaincu qu'elle permettra la **mise en place d'actions concrètes de la part des enseignes GD afin que les TPE/PME françaises (et engagées!) puissent avoir une place encore plus importante dans leurs assortiments et leurs stratégies** : c'est avec nous que se fera la croissance !

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Juste Pressé

## ALEXIA CHASSAGNE, PRÉSIDENTE DE JUSTE PRESSÉ JUS FRAIS PRESSÉS À FROID AVEC DES FRUITS ET LÉGUMES À NEUILLY SUR SEINE (92)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

Alexia Chassagne :

- 1- Une communication continue et fluide** : une réunion formelle par semaine par téléphone (lundi matin) avec toute l'équipe (nous sommes 6;-) et une disponibilité de chacun des membres du comité de direction permanente. Par ailleurs Olivier notre directeur commercial appelle ses « gars » presque tous les jours pour vérifier que « tout va bien ». Vérification auprès de nos fournisseurs que tous se portaient bien et demande sur organisation du travail pour adapter nos commandes. Echange quasi quotidien avec eux.
- 2- Transparence et responsabilité** : nous avons présentés le dispositif de l'activité partielle à nos salariés (vendeurs) et leur avons demandé de réfléchir entre eux au % à déposer. En effet ils peuvent réaliser des relances par téléphone, nous voulions être JUSTES dans notre démarche. Ils nous ont indiqué que le travail administratif représenterait 50% de leur temps dans les 2 semaines de confinement, nous avons donc déposé une demande pour 50% au dispositif d'activité partielle. La société compensera la perte de salaire due à l'activité partielle afin que leurs salaires bruts restent identiques. Nous avons maintenu la prime qu'ils devaient avoir fin mars.
- 3- Préserver le cash!!! Le nerf de la guerre** : Nous avons appelé nos banquiers pour faire décaler les échéances d'emprunt bancaires de quelques mois, et travaillé un nouveau plan de trésorerie pour demander une augmentation de nos lignes de crédit. Nous avons décalé nos prélèvements URSSAF et AGIRC/ARRCO et demandé un moratoire sur les prélèvements de voiture de société. Nous avons demandé un remboursement de TVA (nous étions créateur). Nous avons aussi relancé nos clients pour qu'ils soient plus rapides sur leurs paiements en retard. Nous avons appelé nos investisseurs (nous avons une levée de fonds prévue fin mars....) pour les informer de notre plan et s'assurer qu'ils nous suivraient, ce qui nous ont confirmé. Merci à eux (HFC, LD) !
- 4- Adapter notre portefeuille pour réduire la complexité** : nous produisons les 20/80 seulement pour limiter le travail de la distribution. Les références non prioritaires en stock sont offertes pour des initiatives humanitaires (dons au personnels hospitaliers, personnes fragiles)
- 5- Préparer l'avenir** : nos vendeurs travaillent dorénavant et déjà sur leur plan de tournée de sortie de confinement et nous travaillons pour assurer la meilleure sortie de crise possible tout en passant du temps sur les projets moyens termes et la croissance future.

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

Alexia Chassagne :

- 1- Trésorerie...** une TPE en plein développement qui voit sa levée de fonds décalée... autant vous dire que ce n'est pas de tout repos !
- 2- Approvisionnements...** Le confinement ne permet pas des approvisionnements aussi fluides que nous le souhaiterions. Nous nous adaptons...
- 3- Clients** : Nous avons dû hausser un peu le ton avec un client qui avaient suspendu les commandes mais grâce à la FEEF, la situation est revenue très rapidement à la normale
- 4- Hausse du transport...** no comment

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise

**Alexia Chassagne** : Une équipe Encore plus motivée ! La société a déjà connu une période difficile au moment de la reprise au tribunal en 2017, et à ce moment là nous n'y sommes arrivés que grâce à l'investissement (et pour certains aux sacrifices) de l'équipe ; cette nouvelle crise ne va faire que renforcer notre solidarité et notre cohésion. **Nous avons toujours misé sur des valeurs humaines fondamentales à nos yeux: bien-être au travail, soutien, partage, transparence, responsabilité et cela ne sera que renforcé à la sortie de cette crise** au vue des décisions que nous avons prises avec et pour eux. L'implication va être encore plus forte. **Des relations renforcées avec nos partenaires** : Nous espérons que cette crise aura fait prendre conscience à nos clients : 1) Qu'ils peuvent compter sur nous 2) Qu'il faut continuer à aider les TPE à se développer (comme certains le font déjà) et ne pas les considérer comme des grands groupes, nous sommes fiables mais nous sommes fragiles 3) Que certaines mesures prises pendant la crise (paiement comptant) devraient être prorogées pour assouplir la trésorerie des TPE Regroupement de TPE/PME : La crise des transporteurs a montré que nous avons beaucoup d'intérêt commun et que travailler ensemble pourrait constituer un élément d'économie sur des postes tel que le transport. A ce titre la FEEF qui nous a soutenu dans la « dénonciation » de ces pratiques a un vrai rôle pour nous fédérer et nous permettre d'être une vraie force comme le sont les TPE/ PME en Allemagne; Plus largement et à titre personnel, je pense qu'il y a deux façons de regarder les événements de la vie, on peut les subir ou y participer. Nous avons choisi la seconde et ce depuis longtemps! Nous profitons de cette période pour remettre à plat notre modèle et réfléchir à l'avenir, je suis certaine que nous sortirons de cette crise plus forts, plus combattifs et encore plus passionnés de nos produits qu'avant. Soyez prêts, on arrive :-)!!!

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# L'Arbre Vert

## MARCO PETRELLI, PRÉSIDENT DE NOVAMEX PRODUITS D'ENTRETIEN ET D'HYGIÈNE-BEAUTÉ À TAILLADES (84)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Marco Petrelli :** Nos premières actions ont été de sécuriser et préserver la santé de nos collaborateurs (près de 100 au total) : au siège, sur le site de production mais aussi les commerciaux sur le terrain. Chaque jour, nous adaptons notre organisation afin de poursuivre notre activité le plus efficacement possible. Dès que possible, le télétravail a été mis en place pour la plupart des services administratifs, marketing, IT et achats. Sur le site de fabrication et au siège, les équipes mobilisées présentes assurent la continuité de notre activité, c'est-à-dire le fonctionnement physique de l'entreprise : poursuivre les achats, fabriquer les produits d'entretien et d'hygiène, les contrôler, mais aussi enregistrer, préparer et expédier les commandes croissantes. **Nous nous sommes tenus à la plus grande transparence sur la gestion de la crise : nous avons donné la priorité à la communication en interne et la communication avec nos clients de la grande distribution.** Nous reportons un certain nombre d'opérations spéciales prévues, nous nous adaptons à de nouvelles règles logistiques, nous priorisons les livraisons sur les 20/80 avec des potentielles ruptures. Notre objectif très clair est de répondre au besoins fondamentaux d'entretien et d'hygiène dans un moment où il faut laisser tomber tout ce qui est superflu. Nous répondons aussi présents sur le volet de la solidarité par la **mise à disposition de produits, nous privilégions les hôpitaux pour la donation de produits de première nécessité.**

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Marco Petrelli :** **PRODUCTION et ORGANISATION INTERNE :** Nous avons dû prioriser l'activité avec une double problématique : maintenir la production avec de nouvelles contraintes et une demande massive en terme de produits d'hygiène, mais aussi des ressources humaines de moins en moins nombreuses sur site (mise en confinement de personnes à risque, etc.). **CLIENTS :** Au niveau de la grande distribution, nous avons été contraints de rationaliser les volumes et donc les commandes pour satisfaire au mieux nos clients. Les opérations spéciales prévues nécessitant de la manutention supplémentaire ont été annulées. Nous nous adaptons aussi pour répondre à leur demande avec un changement d'organisation logistique. **APPROVISIONNEMENTS / TRANSPORTS :** Nous sommes face à un contexte de **pénurie croissante de matières premières, d'emballages et de services logistiques.** Néanmoins, nous œuvrons en étroite collaboration avec nos fournisseurs et pour l'instant nous parvenons à répondre aux demandes de nos clients en France et à l'étranger.

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Marco Petrelli :** Oui, sans doute. Il y a aura probablement une période d'adaptation à un contexte nouveau, avant que les choses reviennent plus ou moins à la normale. Les pays européens, et pas que, devront gérer une situation différente avec des impacts sur les différents secteurs de la société et de l'économie. **On aura appris à vivre et travailler sans bouger, à exploiter la force du digital et à focaliser ses besoins sur ce qui est plus essentiel.** Enfin, j'ai le sentiment qu'on sera dans un monde plus solidaire.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Le Monde des Crêpes

## BÉATRICE JARNOUX, DIRECTRICE GÉNÉRALE, LE MONDE DES CREPES FABRICATION DE CREPES ET GALETTES POUR LA RESTAURATION À LAMBALLE (22)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Béatrice Jarnoux :** Les premières mesures mises en place ont été le renforcement des mesures de sécurité et d'adaptation des mesures d'hygiène pour que nos salariés se sentent protégés et travaillent dans un environnement serein. Parallèlement nous avons mis en télétravail les services supports pour lesquels cela était possible. **Nos clients ont été très fortement impactés (RHD) et nos ventes ont donc baissé très subitement.** Nous restons néanmoins au contact de nos clients pour un redémarrage que nous espérons rapide et dans les meilleures conditions. Nous sommes sur une activité surgelée qui nous permet de remonter nos stocks de produits finis

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Béatrice Jarnoux :** Nous avons dû adapter l'organisation de nos équipes et revoir à la baisse nos capacités de production journalières. **Le télétravail est nouveau pour la majorité de nos collaborateurs** et les rituels doivent s'installer progressivement pour garder notre dynamique. Nous nous projetons dès à présent sur l'après crise et mettons en place les outils de financements adéquats pour la surmonter.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Béatrice Jarnoux :** Grâce à nos nombreux clients répartis dans de nombreux pays, nous pensions être protégés... Mais **une crise de cette ampleur ne doit pas nous faire douter sur nos fondamentaux qui sont solides.** Nous devons simplement encore ouvrir nos produits à de nouvelles cibles clients. Notre clientèle nous fait confiance et nous saurons nous adapter aux nouvelles attentes.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Les Délices de la Mer

## ANTOINE TINCQ, DIRECTEUR COMMERCIAL, LES DELICES DE LA MER FILIALE DU GROUPE LE GRAËT : FABRICATION DE CONSERVES MARITIMES DE LÉGUMES ET SAUCES À PLÉLO (22)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Antoine Tincq :** La Priorité pour nous, et tout de suite, c'était la sécurité de nos collaborateurs (38 salariés) et de nos partenaires. Nous avons immédiatement saisi l'enjeu et tout a été mis en œuvre pour poursuivre l'activité avec la sécurité au centre de l'échiquier. Nous avons effectué des aménagements importants dans notre atelier de Plélo (Côtes d'Armor) et dans l'organisation de nos personnels administratifs. La seconde priorité c'était de pouvoir servir le client en quantité et en qualité : les premières semaines furent consacrées à la gestion opérationnelle « basique » de notre activité soit : produire, livrer, facturer en toute sécurité. Une période durant laquelle **nous avons également beaucoup échangé avec nos clients pour faire face aux nombreuses problématiques** car honnêtement personne n'était prêt à un tel chambardement. Depuis une petite semaine, **nous rentrons maintenant dans une « routine de confinement »**. Notre **personnel est exemplaire** et nous essayons tout doucement de reprendre un lien commercial de développement avec nos partenaires pour pouvoir préparer les fêtes de fin d'année 2020, qui pour nous PME seront déterminantes. Sur le plan social et à l'initiative du Groupe Le Graët, nous avons également mis en place une prime mensuelle de continuité d'activité à l'ensemble de nos salariés. Cette prime sera versée pendant toute la période de confinement.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Antoine Tincq :** D'un point de vue économique, nous sommes durement touchés par cette crise. Sur le Mois d'Avril nous prévoyons un recul de Chiffre d'Affaires d'environ 40%. **La restauration commerciale indépendante que nous touchons via nos distributeurs est une activité quasiment à l'arrêt**, elle représente en temps normal 20 % de notre chiffre d'affaires. En GMS MDD nous budgétions une baisse de nos ventes de plus de 25 %, due majoritairement à la suspension temporaire de certains codes. Quant à notre activité à Marque propre régionale « L'Ile Bleue », elle est aussi quasiment à l'arrêt, nos commerciaux ne pouvant se rendre en points de vente. Nous sommes une conserverie principalement axée sur la fabrication de Soupe de poissons et de bisque de Crustacés, deux activités qui souffrent aussi bien à l'amont qu'à l'aval, n'étant pas des produits 20/80. Notre activité de fabrication de Sauces d'accompagnement est moins touchée par la baisse des volumes. **Nos mix de marge sont également déséquilibrés par l'accroissement des ventes des produits 20/80** et le choix de nos clients de suspendre temporairement les codes plus « Premium » pour faciliter la gestion des flux en entrepôt. **Comme pour beaucoup de PME, c'est la double peine car nous vendons moins et ce que nous vendons est moins valorisé.** Au-delà du volet économique, nous évoluons dans un contexte où tout est plus difficile. **Il nous faut concilier agilité, engagement et pragmatisme pour faire face aux problématiques induites par cette crise.** Pour exemple, la planification des productions est un véritable casse-tête, aura-t-on la matière ? aura-t-on le personnel ? Aura-t-on les emballages ? La supply Chain est moins fluide, il faut s'adapter en permanence pour pouvoir servir nos clients au mieux. Sur le plan de la trésorerie le fait de faire partie du Groupe Le Groupe Le Graët, un groupe familial en bonne santé, est forcément quelque chose de rassurant.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Antoine Tincq :** A très court terme, c'est un coup dur, un coup d'arrêt, mais dans les grandes lignes notre stratégie d'entreprise ne sera pas impactée par cette crise. Nous pouvons même dire qu'elle renforce certaines de nos certitudes, de nos objectifs et de nos engagements pris : **être partie prenante de la filière pêche Française (nous possédons des ateliers de mareyage sur toutes la côte Bretonne qui nous fournissent quotidiennement en poissons et coquillages), s'inscrire dans une démarche RSE, développer nos partenariats avec nos distributeurs autour de produits sains, nourriciers et Français.** L'inconnu pour nous, comme pour d'autres, sera l'ampleur et la durée de la crise économique à venir et son impact sur le pouvoir d'achat. Mais quoi qu'il arrive nous sommes convaincus, grâce à nos équipes, que nous serons en mesure de répondre à ces nouvelles problématiques.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Maison Prunier

## LÉONARD PRUNIER, PRÉSIDENT DE MAISON PRUNIER CHARCUTERIE FAMILIALE BASÉE À CONNERRÉ (72)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Léonard Prunier :** L'entreprise s'adapte comme elle peut à ce nouveau monde. **Après une activité intense la semaine dernière, cette semaine est beaucoup plus contrastée avec les produits LS et FE toujours en forte croissance et les produits coupe à la baisse.** Par rapport à la crise, nos principales actions sont les suivantes : Diffusion des mesures barrières et adaptation des postes principalement sur la règle des 1 m, Transmission d'une note d'information aux collaborateurs intitulée « Déclaration sur notre responsabilité envers la nation ». Réunion quotidienne d'adaptation des planning.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Léonard Prunier :** Aujourd'hui, la complexité provient de la **difficulté dans nos approvisionnements notamment des emballages et des films.** Et bien entendu, la difficulté aussi de **savoir ce que l'on doit fabriquer.** Un autre enjeu est d'avoir des règles claires fixées par le gouvernement. Un sujet de préoccupation qui monte pour nos collaborateurs très investis est la gestion des cours des enfants à la maison : pour un certains nombre, c'est la double journée en rentrant à la maison. **Une grande satisfaction est l'engagement de nos collaborateurs, leur réactivité et leur créativité** (ce dont je ne doutais pas).

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Léonard Prunier :** Il y aura un après cette crise surement avec une **évolution dans les modes de consommation** (peut être le grand retour de l'hypermarché), dans la gestion de nos approvisionnements.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Natuopera

## GEOFFROY BLONDEL DE JOIGNY, CO-FONDATEUR DE NATUOPERA PRODUITS DPH À BOULOGNE (92)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Geoffroy Blondel de Joigny : La protection des salariés :** en 1 journée départ de 28 salariés chez eux avec leurs outils de travail + mis en place d'une nouvelle organisation de travail

**La protection des Parties prenantes :** s'assurer que les personnes dans les usines/entrepôts sont protégés, que nos usines sont saines et donc nos marchandises sûres

**Une communication régulière et transparente** auprès des clients BtoB et BtoC sur les actualités du moment (rupture, confinement ....)

La mise en place de **COFIL** (Communication, Achats&Supply, Commercial, Marketing et Financier) très réguliers pour être flexibles sur les décisions à prendre selon l'évolution de la situation

Le **stockage massif** de plusieurs mois de produits finis et semi finis.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Geoffroy Blondel de Joigny :**

**Production/Approvisionnements :** entre les productions qui s'accroissent, les MP qui s'amenuisent, les équipes industrielles qui diminuent, la situation est complexe et évolue quasiment toutes les demi-journées.

**Clients :** ces derniers sont débordés et ont du mal à être joints

**Trésorerie :** Point quotidien à suivre. S'assurer que nos Fournisseurs et Partenaires le sont et s'assurer aussi que c'est le cas pour nous.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Geoffroy Blondel de Joigny :** Bien évidemment, il y aura un avant/après. **Les relations (au sein des salariés des PME et aussi avec les Fournisseurs/Partenaires/Distributeurs) deviennent de plus en plus humaines**, on prend des nouvelles des uns et des autres. Ce qui n'était que des formules de politesse est devenu une vraie marque d'intérêt, d'écoute attentive. **La façon de faire change, fini les règles trop normées et place à la simplicité** (ex : il n'est pas rare d'avoir un acheteur à 23h au téléphone). La situation est subie par tous et préoccupante, il y a donc un sentiment de solidarité fort. Nous sommes tous au même niveau, dans le même bateau. **Nous ressentons une réelle écoute et solidarité avec nos partenaires.** Je suis persuadé (et j'espère) que cela perdurera.

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



SEULS NOUS POUVONS FAIRE TROP PEU, ENSEMBLE NOUS POUVONS FAIRE BEAUCOUP !

SEULS NOUS POUVONS FAIRE TROP PEU, ENSEMBLE

# Poree-Havlik

## FRANCK DEKEYSER, PRÉSIDENT DE POREE-HAVLIK CONCEPTION ET FABRICATION D'ARTICLES DE PUÉRICULTURE À GUÉRET (23)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Franck Dekeyser :** EQUIPES : Nous avons dès le 16 mars, défini l'organisation pour permettre à l'entreprise de maintenir le lien avec nos clients tout en protégeant nos collaborateurs. Activité partielle, Télétravail, activité avec sécurisation (logistique). PRODUCTION : Après quelques jours, en observant la pénurie de masques, **nous avons relancé avec l'accord de nos couturières, la fabrication de masques en tissu.** Elles ont été exceptionnelles ! Tout s'est fait très vite, validation AFNOR – DGA et nous avons expédié plusieurs dizaines de milliers de masques. LOGISTIQUE : Notre plate-forme a maintenu son activité, les équipes sur place ont bravé la peur de l'inconnu concernant le COVID-19 pour permettre à l'entreprise de maintenir les livraisons de nos clients (surtout les clients WEB au départ) et ainsi limiter au maximum la perte de CA. [...] PRESERVER LA TRÉSORERIE : nous avons pris les mesures nécessaires au maintien d'une trésorerie suffisante. **Nous avons fait un PGE, limité car il va falloir le rembourser à court ou moyen terme,** afin de continuer à régler nos sous-traitants et les maintenir à flot sans prendre de risque pour notre propre société. COMMUNIQUER : Nous avons maintenu la communication avec nos clients. **Présenter les collections 2021 à distance plutôt que physiquement,** développer des supports que nous n'utilisons pas : nos clients se sont aussi adaptés à cette situation (visioconférence avec les acheteurs, partage We Transfer)... Espérons que ces dispositions seront bénéfiques pour les référencement 2021.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Franck Dekeyser :** Nous avons subi **une forte baisse de CA sur avril** et je pense que le mois de mai sera similaire. Notre trésorerie est affaiblie, c'est le nerf de la guerre et nous prenons des décisions quotidiennement pour la protéger au maximum. Nous devons maintenir toutes les précautions pour sécuriser nos collaborateurs : **il faut être agile pour se procurer des gels hydroalcooliques, des lingettes, des gants dans une période de pénurie... mais nous y parvenons !** Face à la baisse de la demande, il a fallu prévenir nos sous-traitants de réduire les productions prévues, mais il a aussi fallu assurer la réception des produits en approche d'Asie, s'organiser suite aux fermetures de nos fournisseurs en Pologne, en Turquie, en Espagne tous touchés par cette crise sanitaire . Nous allons avoir besoin de plusieurs semaines pour **reconstituer nos stocks de permanents** en espérant que nos clients ne nous pénaliseront pas à court terme pour des ruptures ou des retards.

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Franck Dekeyser :** Nous avons la chance d'avoir encore un outil de production pour nos matelas et nos fauteuils pour bébé en Creuse. Nous avons engagé une étude pour **produire à nouveau en France des produits que nous avons délocalisé.** Aujourd'hui, le poids du Chiffre d'affaires de notre société produit en France est de 25% (100% en 2003 !), nous sommes prêts à tenter cette aventure dans le sens inverse de celui que nous avons dû suivre ces 15 dernières années sous la pression d'une demande de produits de moins en moins chers. Nous espérons que quelques clients en BtoB nous suivent...

LES PME FOURNISSEURS DE LA  
DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Promofroid

## PIERRE DE CHAMERLAT, DIRECTEUR DE PROMOFROID ENTREPRISE DE LOCATION DE MATÉRIELS FROIDS ET SURGELÉS À TOULOUSE (31)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Pierre de Chamerrat :** La 1ère action a été de mesurer l'impact immédiat et à moyen terme du confinement pour notre entreprise. Nous travaillons principalement avec les super et hypermarchés du grand sud-ouest. L'effet immédiat de la crise a été l'annulation des opérations programmées entre mi mars et fin avril. Le second effet de la crise est de **retarder la mise en place en magasin des opérations promotionnelles estivales**. Coup dur pour nous quand on sait que cela représente 50% de notre CA ! La 2ème action a été de décider de poursuivre notre activité – même au ralenti, pour 3 raisons : **Assurer le service client en toute circonstance pour ne pas occasionner de rupture** (SAV, livraison/reprise des matériels...), **Garder une dynamique en interne** : motiver ses collaborateurs et préparer déjà le redémarrage ! Profiter de ce temps « hors du temps » pour faire autre chose : traiter des sujets de fond (réorganisation des entrepôts, mise à jour des procédures,...) et ne pas rester « auto-centré » en menant **des actions solidaires**. La 3ème action a été bien sûr de se préserver et préserver notre entourage du COVID19 : mise en place d'un Plan de Continuité d'Activité (PCA) en collaboration avec la médecine du travail, roulement des équipes...

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Pierre de Chamerrat :** Le 1è problème est une baisse du CA, qui va engendrer **demain des soucis de trésorerie**, sans compter les éventuels impayés à venir...Le 2ème problème est la **désorganisation brutale de notre travail quotidien** : un rythme de travail erratique, des flux logistiques moins rentables, la difficulté de prendre des décisions par manque de visibilité...Le 3ème problème est la fermeture de certains fournisseurs qui bloque ou retarde notre approvisionnement de marchandises (pièces détachées,...).

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Pierre de Chamerrat :** Un grand OUI...et je souhaite que cette crise remette quelques pendules à l'heure. C'est une bonne occasion de remettre en cause nos propres entreprises : après tout, c'est bien la 1ère mission d'un « dirigeant », et les PME/TPE peuvent montrer l'exemple car c'est déjà dans leurs gênes ! D' une part, j'ai beaucoup de respect pour la mission d'acheteur (en tant que DG, je suis forcément un acheteur) mais **le temps du rapport de force court-termiste client/fournisseur est derrière nous**, n'en déplaise aux mauvaises habitudes ! D'autre part, **la solidarité sera nécessaire pour que toute la chaîne de valeur autour de la grande distribution alimentaire se relève vite et fort**. Enfin, la situation actuelle est déjà **un plébiscite pour 3 valeurs fortes : l'engagement, la qualité et la proximité**. Ce sont les acteurs les plus solidaires, agiles et proches de leurs clients et de leurs fournisseurs qui s'en sortiront le mieux. La démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) est pour moi le concentré de tout cela !

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Pur Natur

## CÉDRIC D'HALLUIN, DIRECTEUR COMMERCIAL DE PUR NATUR PRODUCTION DE FROMAGES AOP ET DE PRODUITS LAITIERS ULTRA FRAIS BIO À SELLES (70)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Cédric d'Halluin :** La priorité a été mise sur la sécurité de nos équipes sur le site. Le télétravail est impossible pour la grande majorité des salariés de notre laiterie. Donc les gestes et attitudes de bases ont très vite été adoptés : information concernant les gestes barrière sur chaque lieu stratégique du site, éviter de se faire croiser les différents « postes », communication permanente avec le Responsable de site sur les droits et sur la santé de chacun. Nous avons finalement réussi à obtenir des masques. A l'inverse nous avons fourni des EPI à l'Hôpital de Vesoul : charlottes, surblouses, surchaussures. **Nous nous sommes rendu compte lors de cette crise que nous manquons d'informations et de connexion avec tous les organismes d'état ou interprofessionnels qui pouvaient venir en soutien des PME.** Nous nous sommes donc adjoint les services d'une aide extérieure à temps partagé sur ces thématiques (adhérent du réseau Bras Droit des Dirigeants).

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Cédric d'Halluin :** Tout d'abord, il a fallu **veiller à pénaliser le moins possible nos salariés en termes de revenus.** De façon spontanée, beaucoup d'entre eux ont opté pour les solutions de RTT ou de récupération pour éviter le chômage partiel. Nous avons quand même demandé auprès de la Direccte de notre région une autorisation préalable de recours à l'activité partielle pour quelques centaines d'heures. Un 2ème écueil a été **l'arrêt brutal des débouchés pour notre gamme de Fromages AOP (Munsters) qui est essentiellement à destination du circuit de Restauration Hors Domicile qui a été touché de plein fouet par cette crise.** Malgré des initiatives locales intéressantes (Intermarché notamment), nous avons dû **opter pour la solution des Dons Alimentaires auprès de différentes associations caritatives.** Nous avons été dans cette démarche par l'Association SOLAAL qui globalise les demandes partout en France et qui organise la logistique. Au-delà de la satisfaction de ne pas avoir à « détruire » le fruit du travail de nos équipes, nous participons à la solidarité nationale et sur le plan économique nous réduisons le manque à gagner par de la défiscalisation propre à ce type de dons. Heureusement notre activité « Yaourt Bio » à destination de la GMS continue à fonctionner de façon « quasi » normale. Néanmoins **des référencement qui étaient en cours de réalisation ont été reportés.** C'est un manque à gagner non négligeable. Nous activons aussi tous les leviers pour que la « facture » économique soit la moins salée possible : suspendre les paiements dits obligatoires, optimiser les aides nationales ou régionales aux PME, raccourcir les délais de paiements de nos clients...

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Cédric d'Halluin :** Sans aucun doute... Des phénomènes de fond vont se renforcer et des retournements de situation vont avoir lieu. Industriels et Commerçants devront tenir compte de l'impact de cette crise sur notre chef à tous (el Jefe comme l'appelle Mercadona en Espagne) : le consommateur. **Pour partie et par la Force des choses, les Françaises et Français ont remis leur tablier pour cuisiner, ont redonné de l'importance au « goût » et au « faire soi-même » et du coup ont cherché des ingrédients nouveaux,** pratiques d'utilisation, sains. Ils ont découvert le côté pratique du Drive et du e-Commerce en général, ont repris des repas en famille à la maison, ont joué la carte de la Solidarité en consommant local via les circuits courts, ont pris conscience du poids énorme de leurs déchets (collectés à moindre fréquence) et de la recyclabilité ou non des emballages, ont redonné du crédit aux acteurs de la Grande Distribution, ont découvert de nouveaux produits, de nouvelles marques car les leurs étaient en rupture. Etant encore récents sur le marché, notre stratégie d'Entreprise et de Marque Pur Natur, va assurément tenir compte de ces phénomènes marquants. Nous profitons de ce temps « forcé » de réflexion pour **préparer l'avenir en termes de gamme et de communication.** Et en tant qu'employeurs, nous avons certainement remis l'accent et le **focus sur le bien-être de nos ressources humaines,** nous nous sommes aussi rendu compte que le télétravail moins pollueur pouvait aussi être efficace et source de valeur ajoutée, que des aides étaient à disposition des PME même en dehors des temps de crise, que faire partie de réseaux interprofessionnels était un vrai plus en temps de doute, qu'il était **dangereux de miser sur un seul canal de distribution,** qu'il y avait des failles dans notre solidité financière et que des solutions devaient être trouvées en anticipation avec nos partenaires : banques, assurances, conseils juridiques, fournisseurs. Et puis j'ose croire que **les nombreux exemples de solidarité entre acteurs de la Grande Distribution et PME ne resteront pas anecdotiques.**

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Sabarot

## GUILLAUME MARTIN, RESPONSABLE SÉCURITÉ ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTATION

LÉGUMES SECS, CÉRÉALES, GRAINES, CHAMPIGNONS, ESCARGOTS ET FRUITS  
ROUGES À CHASPUZAC (43)

**FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?**

**Guillaume Martin :** Nous avons déclenché notre plan de continuité d'entreprise avec les scénarios pandémie, indisponibilité de personnes clefs, blocage des transports, défaillance de prestataires critiques. Nous avons vérifié par missions les Délais Maximum d'Interruption Admissible afin de cibler au mieux la priorité de nos actions. Une réunion de crise a été mise en place pour évaluer l'efficacité des actions prises, la tournure actuelle de la crise et les problèmes et opportunités à venir. Nous avons anticipé la crise via l'achat de lotions hydroalcoolique, savon nettoyant désinfectant. La signalétique pour le rappel des règles d'hygiène et des gestes barrières a été ajoutée avec les documents des autorités et les nôtres. Des points de désinfection à toutes les entrées de bâtiment ont été ajoutés. Nous avons mis en place des tournées de désinfection des équipements manipulés régulièrement par divers employés. Nous avons organisé des espaces administratifs et collectifs pour augmenter les distances et réduire les possibles contacts. Une note à l'intention des clients a été rédigée pour les informer de nos mesures et de la continuité de notre activité. L'organisation des ateliers et de la production et les approvisionnements ont été organisés pour soutenir les lignes définies comme prioritaires, organisation en 3X8. Nous recourons massivement au télétravail. Nous avons supprimé des réunions, visites et interventions non justifiées par une urgence.

**FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?**

**Guillaume Martin :** Les employés sont parfois anxieux à cause de certaines publications fausses ou erronées données par certaines chaînes d'infos ou relayées par Facebook. L'afflux de commandes. La baisse de volumes sur des approvisionnements import

**FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?**

**Guillaume Martin :** Cela va majoritairement dépendre de la longueur de la crise et de ses conséquences humaines et économiques.

## LES PME FOURNISSEURS DE LA DISTRIBUTION FACE A LA CRISE



# Sainte Lucie

## ALEXANDRA LATTAIGNANT, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE SAINTE LUCIE FABRICATION, CONDITIONNEMENT, DISTRIBUTION D'AIDES AUX DESSERTS, POIVRES, HERBES, ÉPICES À GOUVIEUX & CREIL (60)

### FEEF : Quelles actions avez-vous mises en œuvre face à la crise ?

**Alexandra Lattaignant** : Plus de 200 mesures ont été mises en place. En voici quelques unes : mise en place de la gestion de crise dès le 26/02; affichage et communication sur l'ensemble des gestes barrières dès le 27/02; mise en quarantaine des commerciaux de retour de salons internationaux; annulation des réunions avec nos commerciaux; quarantaine des produits en provenance d'Italie; mesures spéciales prises pour les caristes en lien avec les transporteurs; déplacement de lignes de production pour garantir la distanciation; réorganisation de la logistique pour garantir la distance et le non croisement dans les allées; généralisation du télétravail; changement des horaires de travail; sollicitation de toutes les équipes pour que chacun apporte son idée de mesure à mettre en place; présence des dirigeants au quotidien sur site et dans les usines le plus souvent possible; mise à disposition de masques en tissus (fabriqués par le personnel ou bénévoles); courrier régulier à l'ensemble de nos parties prenantes leur indiquant notre situation à date; mise en place des dispositifs de report de paiement...

### FEEF : Quels sont les problèmes majeurs que vous rencontrez ?

**Alexandra Lattaignant** : En interne, la gestion humaine est très compliquée : gérer les inquiétudes, les peurs paniques. Entre les AT pour garde d'enfants, les AT pour personnes à risque ou télétravail pour personnes à risque, les AT pour maladie, la production est amputée de personnes cruciales. Il faut s'adapter. La plupart de nos postes (hors production et logistique) sont hybrides entre le télétravaillable et le non télétravaillable mais nous avons dû mettre en place le télétravail. Il reste peu de personnes sur site dans les bureaux. Côté activité : nos clients de la GMS ont bloqué l'accès (tout ou partiellement) à nos merchandisers qui prennent les commandes en magasin et gèrent le réassort. Le volume d'activité baisse, c'est inquiétant. Les approvisionnements fonctionnent correctement pour l'instant (en dehors des CAT fermés et quelques fournisseurs à la marge). Côté financier : nous avons mis en place ce qu'il fallait au niveau de la trésorerie. Nous n'avons pas de chômage partiel à date. Côté responsabilité : nous mettons tout qui nous est demandé réglementairement et bien au-delà.

### FEEF : Selon vous, y'aura-t-il un avant et un après cette crise ?

**Alexandra Lattaignant** : Oui il y aura un avant et un après. Au niveau de l'entreprise, **les équipes reconnaissent déjà ce que nous avons mis en place depuis le début et reconnaissent notre esprit combatif mais surtout collaboratif.** Je pense que ça va souder encore plus les équipes, si nous surmontons cette épreuve sans cas grave. **Cette crise nous oblige à avancer très vite sur les outils de télétravail et à développer le digital,** sur la communication et le partage d'information. Dans les relations commerciales : notre communication régulière et notre présence au quotidien, rassure sur notre fiabilité, notre réactivité et notre sérieux. Je pense que les clients y seront sensibles.

## La FEEF remercie ses adhérents pour leurs témoignages.



La FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) représente les Entrepreneurs PME des territoires, fournisseurs alimentaires et non-alimentaires de la grande consommation. Cela correspond à 20 000 entreprises françaises, 100 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 250 000 emplois répartis dans nos régions. Véritable vivier d'entreprises stratégiques pour la croissance et la compétitivité, il s'agit d'entreprises implantées industriellement en France qui ne délocalisent pas, innovent, vitalisent les territoires et dont le modèle de développement économique se caractérise par une vision de long terme.

Contact presse : Virginie Feuillebois - [vfeuillebois@feef.org](mailto:vfeuillebois@feef.org)

[www.feef.org](http://www.feef.org)



Associer performance économique et développement responsable, tel est l'engagement des PME récompensées par le Label PME+. Ce label, porté par la FEEF, est inspiré de la norme ISO 26000, avec un audit effectué par un prestataire indépendant Ecocert Environnement. Les entreprises labellisées font l'objet d'un contrôle annuel et s'engagent dans une démarche de progrès et d'amélioration continue. La communauté PME+ compte 136 entreprises françaises indépendantes. Grâce au logo PME+ visible sur les produits, les consommateurs peuvent reconnaître et privilégier, au moment de leur achat, des entreprises françaises

qui s'investissent dans la préservation de l'emploi local, en faveur de l'humain et de la protection de l'environnement. Le label est soutenu par les grandes enseignes de la distribution qui privilégient un approvisionnement et une consommation responsables.

PME+ c'est 136 entreprises, 23 000 produits, 19 000 salariés, 235 sites de production

Contact presse : Virginie Feuillebois - [vfeuillebois@feef.org](mailto:vfeuillebois@feef.org)

[www.label-pmeplus.fr](http://www.label-pmeplus.fr)