



Les Grés d'Or
Prix de la FeeF
PME - Grande Distribution

14^e édition
26 septembre
2012

Lauréats 2012

« Plus de 50 % du chiffre d'affaires des enseignes de la grande distribution est réalisé avec les PME. Ces ignorées du CAC 40 sont des réservoirs de différenciation et d'innovation ».

Ancrées dans le territoire, non délocalisables, les PME comme les points de vente de la distribution génèrent l'essentiel des emplois nationaux.

Les emplois sont nos emplettes, elles nourrissent la croissance.

Pour soutenir ce mouvement, les Grés d'Or de la FEEF consacrent des partenariats exemplaires :
« Quand le talent des PME rencontre l'audace des grandes Enseignes ».

Dix PME sont lauréates de cette édition 2012.

Prix Spécial
du Jury



Développement
International



Développement Durable



Espoir



Innovation



Développement Régional





Biofuture

Pour son partenariat avec CORA

Président : Sébastien Loctin

CA 2011 : 0,3 M€

Tél : 04 13 57 03 90 - www.quintesens-bio.com

Parrainé par GSI France

Imaginez une huile de table spécialement conçue pour apporter aux femmes enceintes et allaitantes les éléments nutritionnels indispensables pour porter puis allaiter leur bébé, tout en prenant soin d'elles. On l'appellerait « Symbiose ».

Imaginez maintenant une deuxième huile qui, elle, contiendrait les nutriments essentiels pour accompagner en bonne et due forme la croissance des jeunes enfants tout en ouvrant les portes du Goût. On l'appellerait « Initiation ».



Imaginez enfin une troisième huile capable d'entretenir le capital forme des plus de 50 ans et garder intact leur appétit de vie tout en optimisant la protection de leur système immunitaire. On l'appellerait « Plénitude ».

Imaginez donc une gamme d'huiles alimentaires végétales bios sur mesure, dites « Instants Nutrition », formulées pour répondre aux besoins spécifiques de 3 populations reconnues sensibles sur le plan alimentaire.

Une telle offre n'existait pas hier encore, mais c'est désormais chose faite. Son nom : « Quintesens ». Et derrière cette « première » mondiale, une jeune PME du Midi de la France : Biofuture. « Nous sommes partis d'un constat simple, explique Sébastien Loctin, Pdg et co-inventeur du concept Quintesens avec son ami Christophe Basile. À savoir que si l'huile est un produit essentiel pour la santé, chacun de nous a des besoins nutritionnels qui évoluent avec l'âge. En adaptant sa composition aux attentes spécifiques de certaines catégories de consommateurs, nous optimisons du même coup les bienfaits inhérents à l'huile. »

Cela ne s'est pas fait tout seul. Neuf mois de R & D, trois formules déposées, un cahier des charges drastique, un consulting de haut niveau (les nutritionnistes du cabinet Prunelle, les experts de l'Institut National des Corps Gras, les spécialistes de Polaris, n°1 de l'ingénierie des lipides nutritionnels) et au final 3 huiles aux bénéfices incontestables prouvés scientifiquement, sans omettre le choix du format 50 cl et le pack résolument distinctif : rien n'a été laissé au hasard ! Quintesens donc, la bien-nommée, est définitivement née. En août 2011, les premières bouteilles sortent d'ailleurs des lignes de production.

Restait dès lors à savoir vendre cette idée hors normes : « La vocation de BioFuture étant de démocratiser le "bien manger", le déploiement en GMS nous a paru incontournable », poursuit Sébastien Loctin. Il pense tout naturellement

Le rayon des huiles alimentaires est-il saturé ?

« Non ! », nous dit BioFuture, qui propose ses huiles actives sur mesure...

Avec sa gamme Quintesens ciblée seniors, femmes enceintes et jeunes enfants, lancée en 2011, la jeune entreprise est dans une stratégie de niche et bouscule l'offre classique du rayon...

Ce faisant elle obtient la reconnaissance de ses pairs ! L'audace est récompensée et l'enseigne Cora est séduite.

aux enseignes de centre-ville, la cible, la réalité et le positionnement prix des huiles Instants Nutrition semblent presque taillés à leur image. Pourtant, rien n'est simple : « Avec



une telle innovation, nous pensions décrocher aisément des rendez-vous. Nous avons été naïfs... », admet-il a posteriori. On lui parle alors des « Monsieur PME » en poste dans les grandes enseignes, de leur capacité d'écoute, de leur souhait d'ouvrir les assortiments aux offres de petites entreprises pour peu qu'elles soient complémentaires et de grande qualité. Le portrait craché de Quintesens ! Il fonce et tout se débloque. Notamment chez Cora où Alain Pardon sera le premier à lui accorder un entretien physique.

Sous son impulsion, la suite se fait à la vitesse V : la participation au Salon de la Différenciation Cora (septembre 2011), la rencontre avec les acheteurs, les chefs de file et autres managers, les premiers référencements dans plusieurs dizaines de magasins dont une trentaine d'hypermarchés Cora (fin novembre 2011). Les 3 huiles Quintesens partent cette fois pour de bon à la rencontre de leur public. Pour Sébastien Loctin, l'expérience Cora a été en tout cas une révélation : « J'ai trouvé chez Alain Pardon ce que je n'avais pas touché du doigt jusqu'alors : de la courtoisie, de la disponibilité, de la transparence. Cora donne un authentique contenu au mot "différenciation", à la prise de risque et à la volonté de laisser du temps au produit. »

L'implication de l'enseigne va même jusqu'à conseiller des correctifs sur le packaging (nouveau look dès cette rentrée 2012), à monter des opérations de communication au côté de BioFuture, à réfléchir à la juste implantation merchandising.

Un partenariat au sens le plus riche du terme qui donne le vrai coup de starter à une gamme Quintesens désormais labellisée AB et qui devrait logiquement séduire bien d'autres enseignes, à commencer par celles de proximité.