



Actualités **Stratégie**

Pâtisserie artisanale à grande échelle

La Romainville lance une vaste offensive commerciale. Son but ? Ouvrir des magasins et toucher plus de clientèle, pour rentabiliser ses moyens de production.

DE LA PÂTISSERIE « CLASSIQUE » EN QUANTITÉS INDUSTRIELLES, tel est – en résumé – le profil de La Romainville. L'entreprise, fondée en 1949, est spécialisée dans les gâteaux festifs et familiaux de moyenne gamme. Au cœur du laboratoire géant de Clichy-sous-Bois (93), entremets, pièces montées, gâteaux à l'américaine et plateaux traiteur sucrés et salés sont confectionnés à la chaîne.

À l'assaut du territoire
« Notre clientèle populaire aime les parts généreuses à un prix abordable », indique Yves Hombieux, président de La Romainville. Grâce à nos

REPÈRES

- ‡ 25 magasins La Romainville et 4 magasins partenaires.
- ‡ 240 employés.
- ‡ Une centaine de références.
- ‡ 800 000 gâteaux produits par an (soit plus de 10 millions de parts individuelles).

méthodes, nos pâtisseries ont en moyenne 30 % moins chères qu'en boutique traditionnelle. » L'entreprise, qui s'est attachée ces dernières années à rationaliser ses coûts et à diversifier ses gammes, cherche aujourd'hui de nouveaux débouchés.



Ici, les gâteaux comptent 12 à 16 parts, à des prix oscillant entre 0,80 et 2 € (TTC) pour chaque convive.



L'identité de La Romainville vient d'être modernisée. Elle sera appliquée aux prochaines ouvertures.

Ainsi, l'enseigne s'est donné pour objectif d'atteindre au plus vite 50 points de vente. « Beaucoup de gens nous contactent, car ils souhaitent vendre nos produits », affirme Yves Hombieux. Nous leur proposons désormais un contrat de partenariat commercial, soit pour ouvrir un magasin à l'image de notre

enseigne, soit pour compléter leurs gammes, avec des conditions similaires à celles de nos magasins historiques. La logistique ne posera pas de problème, car les recettes sont étudiées pour être transportées, en froid ou en frais, comme elles le sont déjà vers les boutiques existantes. »

À l'abordage du web

En parallèle de cette politique d'expansion, La Romainville s'est offert, mi-avril, un site marchand destiné aux professionnels. Restaurants, collectivités et entreprises qui commandaient jusqu'ici leurs buffets dans les boutiques de l'enseigne peuvent limiter les frais (les prix sont plus bas) et la manutention (les livraisons se font en direct). Fin octobre, un autre portail, réservé aux particuliers cette fois, sera consacré aux commandes personnalisées. ♦

Trois questions à Yves Hombieux, président de La Romainville

*** Comment conjuguez-vous qualité et quantité ?** À La Romainville, tout est réalisé à la main, selon nos recettes traditionnelles. Nous n'utilisons que des matières premières brutes. Nos process sont optimisés grâce à un tapis roulant qui mène les produits d'un pâtissier à l'autre.

*** Pourquoi voulez-vous multiplier vos canaux de vente ?** Nous en avons la capacité : en augmentant les ventes, nous

accroîtrons le nombre de séries sans perturber la production. Et cela nous permettra de rationaliser encore davantage les coûts.



*** Quel serait l'intérêt pour un boulanger de devenir partenaire ?** Nos produits peuvent représenter un bon complément de gamme, d'autant plus que La Romainville est une marque populaire. En outre, nous proposons un accompagnement et la citation de son adresse dans notre liste de points de vente.

Cécile Rudloff