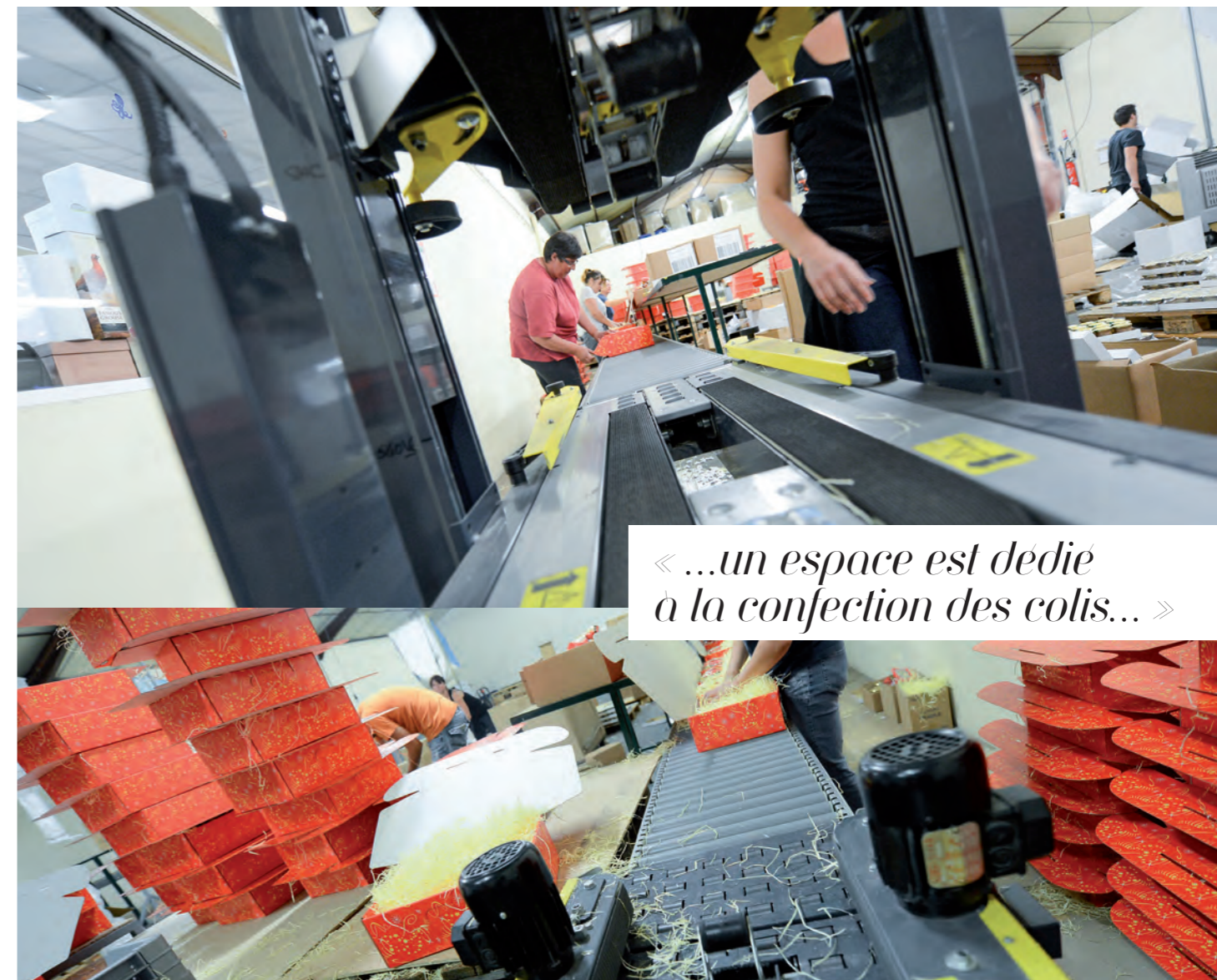




LES FLEURONS DE LOMAGNE : UNE HISTOIRE FAMILIALE

LA SOCIÉTÉ BAPTISÉE LES FLEURONS DE LOMAGNE EST NÉE DU PROJET DE VOULOIR DÉMOCRATISER LA CUISINE GERMOISE PAR LE BIAIS DE PRODUCTEURS GARANTS DE SON ASPECT QUALITATIF HAUTEMENT SYMBOLIQUE. A L'ORIGINE DE CE SPÉCIALISTE DE COLIS GASTRONOMIQUES, UNE HISTOIRE FAMILIALE ET UNE ENVIE DE PRÉSERVER LA CULTURE DU TERROIR.

Par Laura CHARRIER - Crédits photos Julien DOMEC



« ...un espace est dédié à la confection des colis... »

Bernard Liot, chevronné au milieu bancaire dans lequel il avait en charge des entreprises, et farouchement attiré par le commerce, eut l'ambition de créer un concept en adéquation avec ses aspirations professionnelles et son appétence personnelle pour le monde culinaire et la convivialité. Profondément charmé par le Gers et ses produits réputés mais pourtant méconnus, il a mûri le projet de leur conférer une notoriété non plus seulement locale mais nationale. Son fils et la femme de ce dernier Cécile rejoignirent aussitôt l'aventure. Originaires de Châteauroux, ils s'implantèrent à Miradoux, avec l'idée première de monter une petite conserverie. Dès lors le 15 septembre 1994, l'entreprise fut bâtie, alors qu'anecdotiquement le milieu cinématographique s'engouait quelques mois plus tard pour ce

même environnement rural, dans *Le bonheur est dans le pré*. Au départ ils avaient pour dessein de travailler avec des prestataires, de fonder une petite structure de 7, 8 personnes et d'y faire leurs produits avec leurs éleveurs et un cuisinier, tout en ayant trois pôles: administratif, gestion, et commercial tenus respectivement par Cécile, Bernard et Régis Liot. Père et fils firent du lobbying pour débiter la vente de leurs produits, une trentaine, à base de canard ainsi que quelques vins. Tous deux faisaient des animations, des expositions mais c'est en visitant une entreprise cliente du groupe bancaire pour lequel Bernard Liot travaillait précédemment et dont le CE faisait des colis que leur vint l'idée d'en faire de même. C'est ainsi qu'ils se spécialisèrent dans les cadeaux gastronomiques. S'ensuivit une série d'événements

qui modifia de manière bénéfique leur projet, comme la rencontre de la coopérative Gersica basée à Fleurance et spécialisée dans l'agriculture et la production de foies gras, melons et ails. Elle leur loua un bâtiment qu'elle détenait à Lectoure le long d'un axe national, d'une surface de 900 m² mettant ainsi à disposition de la société l'espace nécessaire à son bon développement. Grâce au déploiement d'une véritable force de vente, sous l'impulsion de deux commerciaux Serge et David, les Fleurons de Lomagne confectionnèrent leurs premiers colis en 1995 et l'étoffe de leur catalogue est vite apparue comme une évidence. La deuxième année sept commerciaux étaient sur le terrain assurant le succès des compositions culinaires gersoises. En novembre 1996 ils furent propriétaires des locaux, et

agrandirent considérablement leur surface. Ils commencèrent à investir dans l'aménagement des locaux pour pouvoir disposer de deux chaînes de production attenantes aux services administratifs. L'équipe se familiarisa avec les rouages d'une société détenant d'une structure importante. L'entrepôt est depuis divisé en plusieurs points centraux, un espace est dédié à la confection des colis, et deux autres servent de stockage à la marchandise, l'un pour les produits gastronomiques et l'autre pour tout ce qui a trait aux contenants. L'entreprise possède aujourd'hui 5600 m² de bâtiment.

Marqueur
d'une halte
gastronomique



Credit photo : Michel Carasso

Des points de vente à l'image de leur enseigne

2003, signe la notoriété de la société avec l'émergence de la première boutique à Lectoure, issue de la volonté d'avoir une vitrine à l'image des Fleurons de Lomagne. Suivirent les magasins de Condom en 2005, Agen en 2008 et enfin Moissac dernier en date, ouvert depuis 2011. Ces espaces ont permis la diversification, la désaisonnalisation des rentrées monétaires et ont surtout accordé une visibilité sans précédent à l'entreprise, l'amenant sur le terrain des particuliers tandis que les

entreprises faisaient office de clients uniques grâce à la prospection. Marqueurs d'une halte gastronomique, les magasins sont constitués de surfaces bien prédéfinies. Ainsi, une cave, une partie épicerie fine avec du café du thé des aromates, des conserves, une vitrine réfrigérée avec tous les produits frais, un secteur dédié à la confiserie et les paniers pré-composés se côtoient, représentant fidèlement les divers services proposés par les Fleurons de Lomagne. Les magasins permettent de capturer des petites PME, des artisans, des professions libérales. Ces quatre points de vente assurent une proximité

avec les acheteurs privés, participent de la notoriété de la marque et autorisent la vente à l'unité même si la partie «cadeau» reste considérable par rapport à l'approvisionnement personnel. Chaque boutique développe une démarche commerciale propre en lien avec son contexte environnemental.

Un développement majeur pour une légitimité affichée

La force de l'entreprise est sans conteste sa structure commerciale qui fractionne la France en neuf zones culturellement et

gastronomiquement diversifiées, lui donnant une reconnaissance nationale. Aujourd'hui les Fleurons fêtent leurs 18 ans d'existence et se galvanisent d'un taux de fidélité conséquent. La société emploie 42 salariés permanents à l'année: 9 commerciaux, 13 personnes en boutique, 20 sur le site de Lectoure, et une soixantaine de saisonniers dans les mois intensifs du quatrième trimestre. Malgré l'accroissement de sa sphère salariale, l'enseigne entretient toujours des relations à taille humaine, perpétuant ainsi la dimension familiale, qui fut la source de sa création.



« Les Fleurons de Lomagne vivent le jour sur une idée simple, proposer et faire connaître les produits de notre région à tous les gourmets »

Régis Liot,

aujourd'hui directeur, explique: «Notre ambition actuelle n'est pas nécessairement d'agrandir la structure mais de maintenir notre niveau d'activité tout en poursuivant l'idée de répandre notre passion de la gastronomie gersoise en rendant visible le savoir-faire des producteurs» Les Fleurons de Lomagne, coliseurs, collaborent avec une centaine de fournisseurs: des viticulteurs, cuisiniers, chocolatiers, conserveurs, réputés pour leur technicité et leurs produits hautement qualitatifs. Ils élaborent conjointement de nouvelles recettes permettant à leur catalogue d'être régulièrement renouvelé. Le spécialiste de cadeaux gastronomiques commercialise 240 000 coffrets sur toute

la France et compte approximativement 750 clients, à la fois des CE et des municipalités, qui relèvent d'un travail de prospection et/ou d'une réponse à un appel d'offres. L'activité colis, qui ciblait à ses débuts uniquement les CE, se développe depuis cinq ans dans les mairies, preuve en est: la présence des commerciaux depuis 2008 au Salon des Maires qui se déroule Porte de Versailles. Une expansion indispensable car les entreprises optent de plus en plus pour des chèques cadeaux. Le chiffre d'affaires est constitué à 82% de colis, eux-mêmes répartis à 75% pour les CE et 25% des mairies, le restant est composé à 18% de clientèle particulière.

La région parisienne et le sud-est sont aujourd'hui les deux secteurs géographiques majeurs grâce à leur potentiel et à leur antériorité commerciale. «Au niveau des boutiques nous faisons du travail à la façon, c'est-à-dire qu'il y a autant de compositions différentes que de clients. Nous vendons tant des produits que des services. Les Fleurons ont en quelque sorte remplacé le fleuriste, les gens viennent faire leurs compositions pour offrir à leurs hôtes ou en cas d'événements particuliers» ajoute Régis Liot.



LES FLEURONS DE LOMAGNE ET SES FOURNISSEURS : UNE AVENTURE HUMAINE.
QUATRE PRODUCTEURS MAJEURS PARTICIPENT AU SUCCÈS DES FLEURONS DE LOMAGNE, CHACUN AYANT SA SPÉCIALITÉ, ILS SE COMPLÈTENT GRACIEUSEMENT SUR LE PLAN GASTRONOMIQUE. ZOOM SUR CE QUATUOR GERSOIS QUI AGRÉMENTE LES COLIS ET RAYONS DES BOUTIQUES D'AGEN, CONDOM, LECTOURE ET MOISSAC.

Créateur du « Carat » de melon Michel GLOSEK



GLOSEK GOURMET C'EST L'HISTOIRE D'UNE ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT. CETTE SOCIÉTÉ FAIT DE LA MISE AU POINT ET DE LA FABRICATION DE SPÉCIALITÉS GASTRONOMIQUES EN CONSERVE, SA PRIORITÉ.

Si au départ, le procédé concernait majoritairement des desserts originaux comme les crêpes Suzette à l'Armagnac, les cannelés à l'Armagnac, les babas à la créole, il s'étend aujourd'hui à d'autres domaines.

Les Fleurons de Lomagne sont chaque année un test grandeur nature pour les innovations de Michel Glosek tant sur l'activité colis que sur la gamme boutique. Tous deux entretiennent des relations privilégiées tant sur le plan professionnel qu'humain.

Sa démarche quasi scientifique est corrélée à l'ambition de valoriser un savoir-faire, et par là même de créer un nouveau produit du terroir. L'objet de toutes les attentions de ce « chercheur », ingénieur de formation, est le melon, et notamment celui provenant de Lectoure, véritable gage de qualité et mondialement réputé.

Depuis quatre ans ce produit est source de toutes ses recherches. La gastronomie gersoise reste figée à quelques produits du terroir qui ont fait sa réputation ancestrale, mais le projet de Michel Glosek en étroite collaboration avec un centre de recherche lyonnais est de développer un nouvel aliment qui deviendra aussi incontournable dans l'inconscient collectif lié à la région que le sont le foie gras, le canard etc.

La spécificité du melon, constitué d'eau et de sucre, est qu'il ne se transforme a priori pas et se conserve difficilement. Seul moyen pour sa conservation : remplacer l'eau des cellules par des sirops de sucre, intervention capable d'assurer sa stabilité à température ambiante. Dans son laboratoire, qui associe savamment artisanat et innovation, une matière culinaire, novatrice, goûteuse, et esthétique nommée le « Carat », a été créée. Il en a fait un produit d'excellence par son procédé de transformation, unique, capable de conserver le melon.

Le carat de melon de Lectoure c'est avant tout une saveur et une texture jusqu'alors méconnues. Idéal

pour accompagner un foie gras, un saumon fumé et du jambon, il est commercialisé depuis trois quatre ans mais Michel Glosek travaille toujours dessus pour l'améliorer et qu'il soit le plus cohérent possible avec l'image qu'il en avait au démarrage de sa réflexion de chimiste.

Le melon subit un processus de transformation d'une durée de 14 jours au terme duquel il attendra une forme stabilisée qui lui confèrera cet aspect translucide.

Preuve de son succès, plus de 60 000 carats ont été vendus la première année par les Fleurons de Lomagne. Michel Glosek est à la tête d'une entité spécialisée dans le melon. La possibilité de transformer et de conserver le melon sert de base à la spécialisation verticale voulue par l'entreprise, c'est-à-dire la déclinaison d'un produit en plusieurs autres dérivés. Par cette découverte technique, la voie des « possibles » est ouverte. Ce spécialiste compte bien développer d'autres gammes à base de melon de Lectoure comme des pâtes de fruits, des calissons, etc.

Pellehaut la passion du vin

PELLEHAUT EST LE PREMIER FOURNISSEUR VITICOLE TOUTES APPELLATIONS CONFONDUES DES FLEURONS DE LOMAGNE ET PARTICIPE À SA RENOMMÉE.

Ces derniers ont d'ailleurs connu les débuts de sa commercialisation et ont tout de suite cru à la qualité et à la diversité de ce domaine tant sur l'activité boutique que colis.

Situé à plus de 180m d'altitude sur les coteaux du château de Pellehaut construit au XVIII^e siècle, le vignoble tire profit d'une exposition idéale. L'ensoleillement est maximal tandis que la pluviosité estivale est relativement faible.

Les mosaïques représentant la vigne sur le site de la villa gallo romaine de Séviac laissent présager de sa présence à Pellehaut au temps des Romains. Aujourd'hui le domaine s'étend sur 550 hectares dont 200 réservés aux vignes.

L'exploitation agricole est gérée par deux frères, Martin et Mathieu BERAUT qui perpétuent un savoir-faire familial existant depuis trois siècles.

Les vignes se déploient sur les croupes, tandis que les bas-fonds sont consacrés à l'élevage bovin et aux cultures céréalières. Cette disposition géographique est essentielle pour la qualité du vin puisque les litières des blondes d'Aquitaine associées aux marcs de raisins sont vectrices d'un compost de premier choix pour les vignes, limitant ainsi l'utilisation d'engrais de synthèse.

La complémentarité des différentes activités, le maintien de l'équilibre organique, et des méthodes ancestrales tout en instaurant une rigueur scientifique nécessaire à la production qualitative et novatrice sont d'ailleurs les lignes directrices suivies par le domaine Pellehaut.

Le château qui fait face aux Pyrénées se situe dans la Ténarèze, en bordure du Bas-Armagnac ce qui lui confère une variété de terroirs, ainsi :
> Les argilo-calcaires accueillent les cépages rouges et les Chardonnay
> Les boulbènes, des terres sablo argileuses sur une sous-couche calcaire, offrent des vins blancs d'une finesse aromatique rare
> Les boulbènes légères (mélange d'argile et de sable avec une proportion majeure de sable) sont reconnues pour produire des Armagnacs renommés.

Dix-neuf personnes œuvrent quotidiennement à la qualité de la production et au conditionnement des vins et Armagnacs. Pour ce faire, ils effectuent un suivi permanent du vignoble en contrôlant :
> Les rendements (enherbement des vignes et fertilisation organique à base de compost adaptée aux besoins de chaque parcelle)
> Les ravageurs en s'appuyant sur une station météorologique informatisée et en enregistrant toutes les opérations au vignoble pour limiter le nombre de traitements.
> La maturation de mi-août jusqu'à fin octobre.

Les baies sont prélevées et les jus analysés dans le laboratoire du domaine pour que chaque parcelle soit vendangée à maturité optimale.

La récolte est en grande partie nocturne afin d'éviter que les rayons du soleil ne réchauffent les pellicules des baies, sources du potentiel aromatique sensible à la chaleur et à l'oxydation conjuguées.

Le processus de récolte et le chai constituent une part majeure de l'investissement avec l'objectif de préserver les arômes des raisins, en ce sens: la vendange triée à la vigne est protégée par le gaz carbonique récupéré des fermentations effectuées à basse température en cuves thermo régulées, le pressurage pneumatique est fait sans trituration, un inertage des jus par gaz inerte est pratiqué tout au long de la vinification, les vins sont conservés à moins de 8°C dans des cuves isothermes, et régulièrement contrôlés. L'emploi des sulfites est limité, avec un taux minimal inférieur de 30 à 50% à la limite maximum autorisée.

Grande importance est donnée aux barriques qui élèvent les vins rouges, les Chardonnay, Gros-Manseng et Armagnacs. Les eaux-de-vie de Pellehaut élaborées grâce à deux cépages l'ugni-blanc et à la folle blanche, sont fines et douces grâce à la proximité géographique du Bas-Armagnac, au procédé de vinification, au choix de

distillation et d'élevage. Les vins ne sont distillés qu'après un élevage soigneux sur lies avec des batonnages réguliers. L'Armagnac doit son originalité à son alambic traditionnel armagnacais qui fonctionne en continue avec une chaudière à bois.



Credits photos : Domaine de Pellehaut

Credits photos : Domaine de Pellehaut

GLOSEK GOURMET
Z.I. Biopole
32500 Fleurance

DOMAINE DE PELLEHAUT
32250 Montréal du Gers

MAISON TÊTE

spécialiste du foie gras



Gérard TÊTE

SOUCIEUX DE PROPOSER DES PLATS DE QUALITÉ GÉRARD TÊTE, SPÉCIALISTE DU FOIE GRAS ET DES PLATS CUISINÉS, SÉLECTIONNE RIGOREUSEMENT SES PRODUITS.

Le choix des canards est primordial, c'est la raison pour laquelle il accorde une part conséquente de son temps à rechercher les meilleurs élevages locaux et donne de l'importance à la sélection parentale. Issus de souches traditionnelles, les canards sont élevés en pleine liberté durant 3-4 mois suivant un développement long et naturel. La production dépend de trois gaveurs et de deux éleveurs, quelque 300 canards entrent chaque semaine dans les cuisines du créateur du concept.

Les éléments utilisés par le chef dans l'élaboration de ses recettes sont tous issus d'une agriculture raisonnée.

Il fait de la traçabilité c'est-à-dire de la maîtrise de l'origine de ses produits une priorité, c'est la raison pour laquelle il privilégie les matières premières produites dans le département gersois. Il est le seul à gérer 100 % de sa production, du transport au vivant, en passant par l'élevage et l'abattage. Chaque gaveur est producteur de maïs garantissant ainsi la certification non OGM. Dans cette optique les plats

cuisinés sont dépourvus de colorant, additif ou conservateur. L'équipe de la Maison Tête veille à travailler dans un environnement aux dernières normes sanitaires et environnementales européennes. Les contrôles gustatifs et bactériologiques réguliers assurent une dimension hautement qualitative. La traçabilité ne s'arrête pas aux producteurs. En effet, la Maison Tête équipée en haute technologie s'appuie sur un programme capable de relever les températures des différentes pièces et des aliments, grâce à une puce implantée dans un produit témoin. Les Fleurons de Lomagne profitent également de cet atout, car ses vitrines réfrigérées en sont équipées pour s'assurer des bonnes conditions contextuelles.

Après réception de la matière première, les locaux du chef servent à la transformation qualitative du produit. C'est dans le respect des méthodes de fabrication artisanale que sont élaborées toutes les découpes, cuissons, préparations gastronomiques. Si le foie gras, le confit de canard, le cassoulet sont désormais des incontournables, le chef élabore de nombreuses expérimentations culinaires susceptibles de devenir des produits phares des tables

de demain. Par ailleurs, preuve des préoccupations écologiques de Gérard Tête : tous les déchets sont triés, recyclés et les emballages papier utilisés sont biodégradables.

La collaboration de Gérard Tête et des Fleurons de Lomagne a permis à la structure artisanale de celui-ci une évolution conséquente et a donné aux coliseurs une gamme hautement qualitative tant sur le frais que sur les produits transformés dans le respect de la fabrication traditionnelle.

Depuis quelques mois une nouvelle figure est associée à la Maison Tête, celle de Pierre Garros reprenneur de l'entreprise. Ils collaborent tous deux pendant trois ans, afin que ce dernier puisse s'imprégner de tout le savoir-faire nécessaire pour développer commercialement la structure. Pierre Garros qui maintient totalement les relations avec les Fleurons de Lomagne, a pour ambition de perpétuer la maîtrise culinaire du chef cuisinier, de s'inspirer de l'histoire de la maison, et de la rendre plus visible sur le plan national et notamment sur Paris.

MAISON TÊTE
Zone Artisanale Jamon
32130 Valence sur Baise



Guinguet

MAISON GUINGUET
«Les cavales» 47120 Duras

fournisseur quasi exclusif de chocolats des Fleurons de Lomagne

FIGURE INCONTOURNABLE DES PLAISIRS GOURMANDS, LA MAISON ENTAMA SON ASCENSION SUR LE CHEMIN CULINAIRE DÈS 1950 AVEC SON CRÉATEUR PIERRE GUINGUET, QUI DÉBUTA COMME COURTIER EN VENDANT SES PRUNEAUX D'AGEN À DURAS, DANS LE LOT-ET-GARONNE.

En 1972, Maryse et Jean rejoignirent l'entreprise qui se spécialisa dans la production et dans la transformation. Puis sous l'impulsion de Patricia et Sabine, dernières arrivées, une chocolaterie artisanale s'est finalement inscrite dans l'histoire Guinguet depuis 1989-1990. Elle accorde une grande importance à la qualité de son chocolat qu'elle préfère à 70% de cacao, plutôt amer et qu'elle reçoit de toutes parts du monde en faisant le choix de l'origine et de la perfection : Équateur, Pérou,

Costa Rica, Ghana, Côte d'Ivoire. Les chocolats de couverture haut de gamme ont une teneur minimale de 66 % de cacao pour le chocolat noir et de 38% pour la couverture lactée. La maison bénéficie d'un emplacement adéquat puisqu'elle se situe dans le Sud-Ouest de la France entre Agen, capitale du pruneau, et Bordeaux. Ce terroir offre des exigences climatiques optimales pour la culture et la survie des pruniers. L'entreprise convoite idéalement entre les sphères de l'artisanat et de l'industriel. Elle est donc capable d'assurer une production massive grâce à des machines ultra développées sans omettre son savoir-faire ancestral qui s'exerce dans la constitution des recettes et dans l'intervention manuelle finale. La maison qui excelle

dans la transformation des pruneaux, réalise toutes les étapes de cette dernière : de la cuisson, au triage en passant par le séchage et la réhumidification. La structure productive de pruneaux côtoie une partie chocolaterie attenante et une boutique réservée à la vente des différentes gourmandises. Le pruneau et le chocolat s'entremêlent se rejoignant dans une création atypique : celle du fruit dénoyauté moelleux à souhait et enrobé de tous types de chocolat. C'est en jouant savamment avec la température que le chocolat se révèle si brillant, lisse et subtilement parfait. Un laboratoire est d'ailleurs entièrement dédié à l'enrobage, de pruneaux ou autres dérivés fruitiers comme l'écorce d'orange tandis qu'un autre préfère le chocolat praliné. Dans ce dernier on y travaille tout

ce qui est «poudré comme les fameuses muscatines, ces pralinés amandes et noisettes au sucre cuit avec de la crêpe dentelle et enrobé de chocolat au lait. Un espace est également spécialement conçu pour les fourrages faits maison, en une seule opération le moule de chocolat se voit revêtir un cœur fondant de fruit de la passion, framboise, un délice pour les papilles. La maison Guinguet est exigeante sur les matières premières, toujours à la recherche de nouvelles saveurs et de conditionnements tous aussi surprenants. **Pour ces raisons Guinguet est le fournisseur presque exclusif des Fleurons de Lomagne avec une cinquantaine de références chocolats. Ils développent même de nouveaux produits en partenariat.**



Pierre GARROS



Une structure organisée et flexible

LE DÉVELOPPEMENT DES FLEURONS DE LOMAGNE EST AVANT TOUT DÙ À LA COMPÉTENCE DE SON ÉQUIPE QUI SE RÉPARTIT EN PLUSIEURS SERVICES FONCTIONNELS GARANTS DU SUCCÈS DE L'ENSEIGNE, CAR SI SA RÉUSSITE EST LIÉE À UN CONCEPT NOVATEUR ELLE EST ÉGALEMENT ASSURÉE PAR SON ORGANISATION INTERNE QUI VEILLE MÉTICULEUSEMENT À CE QUE L'IMAGE QUALITATIVE GERSOISE DU COLISEUR SOIT RESPECTÉE.

DIRECTION



La direction est aujourd'hui entre les mains de Régis Liot, le fils de Bernard Liot, il est épaulé en cela par Cécile son épouse en charge de la comptabilité et du social et par Eric Lagarde directeur commercial. Il est en recherche constante

de nouveaux fournisseurs et s'assure du respect des lignes «éditoriales» des Fleurons de Lomagne et de la cohérence des produits avec le projet initial qui a fait leur succès: celui de faire connaître la gastronomie du Gers, tant celle qui s'apparente à la

cuisine traditionnelle qu'une nouvelle plus moderne et novatrice mais toujours respectueuse des produits locaux.

Oscillant entre la volonté de répandre un savoir-faire et celle d'intégrer des éléments culinaires gascons novateurs, Régis Liot étoffe le catalogue des produits de l'entreprise, en étroite collaboration avec les producteurs.

Donner une dimension nationale à l'entreprise est un enjeu considérable, c'est la raison pour laquelle, avec la concertation de son équipe, il s'est attelé à multiplier les canaux de diffusion.

L'existence d'un site internet, et des diverses boutiques, ainsi que la part croissante accordée au développement communicationnel et marketing modernise

l'entreprise sans omettre la sphère traditionnelle. L'embauche de Nadège, chargée de communication et marketing est un pas de plus dans cette direction.

Se baser sur une technicité et de produits ancestraux n'est donc pas synonyme d'immobilisme. Par ailleurs, les possibilités d'achat se sont amplifiées, ainsi, un possible acquéreur a le choix de se rendre en boutique (notamment pour les locaux), ou bien de passer commande via le site web, rendant ainsi accessible au plus grand nombre les services proposés par les Fleurons.

C'est dans cette optique de diffusion en vue de rendre accessible la gastronomie gersoise que le gérant acte son travail, aidé des autres services.

GESTION COMMERCIALE & DEVIS



Ce service est incontournable car toutes les étapes du processus antérieur à l'achat y gravitent. Il est composé de cinq personnes réparties entre les comités d'entreprise pris en charge par Gérald et Virginie et les appels d'offre



pour les Mairies gérés par Sandrine, Virginie et Eliane. De son côté, Hélène assure le suivi commercial, la gestion des plannings et le traitement de toutes les commandes passées à l'entreprise.

SERVICE ACHAT & PRODUCTION



Sophie au service production réalise des inventaires des produits en stock, se charge des étiquettes et des questions de douane. Elle supervise la production c'est-à-dire les flux de cadeaux gastronomiques et ordonne l'agencement du planning, vérifiant qu'il soit bien respecté. Une partie du recrutement des saisonniers est effectuée par cette dernière, une soixantaine sont employés d'octobre à



décembre, période pendant laquelle l'activité est à son point culminant, l'entreprise réalisant 90% de son chiffre d'affaires. Delphine quant à elle gère la partie achat et le suivi des produits fournisseurs. Elle crée des précommandes, et établit des fiches techniques pour chacun des producteurs partenaires des Fleurons de Lomagne.

ACTIVITÉ COMMERCIALE



Les commerciaux sont les figures indispensables à la renommée des Fleurons de Lomagne. Répartis sur neuf zones géographiques, ils s'arment de colis de démonstration et de plaquettes explicatives pour effectuer les visites au sein des entreprises. Sur les 240 000 colis annuels, il n'y a que la moitié qui sera reconduite l'année suivante, car le taux de fidélité des entreprises n'est pas une variable fixe. Les 50% restants seront en partie issus des nouvelles prospections et d'anciens clients. Pour proposer les produits disponibles chez les Fleurons, des dégustations composées de 25 aliments phares de la cuisine gersoise, sont organisées.



Ces présentations sont savamment mises en situation par les commerciaux qui élaborent également des idées de recettes afin que les clients puissent se projeter. C'est grâce à la prospection acharnée et à leur participation à des événements, notamment au Salon des Maires, qu'ils assurent la présence des Fleurons au sein des entreprises et municipalités. Eric Lagarde, directeur commercial, travaille à la sélection des produits avec Régis Liot et se charge du suivi des neuf commerciaux en circulation sur toute la France.

SERVICE LOGISTIQUE



Le service logistique est déterminant puisqu'il se confronte à la complexité du milieu saisonnier. Il est au cœur d'enjeux temporels primordiaux. Ce service est composé de trois personnes, Nicolas et Xavier pour la gestion du fret sur le quai ainsi que de Virginie qui effectue la planification de toutes les livraisons clients CE et Mairies. Sur le dernier trimestre de l'année, l'enseigne connaît un accroissement massif de la production et du nombre de salariés. Le service logistique fait donc face à deux rythmes d'activité différents. La première partie de l'année de janvier à septembre les commandes sont essentiellement faites pour les quatre magasins des Fleurons de Lomagne alors que la seconde moitié, qui est la plus courte et pourtant la plus intensive, elles sont presque exclusivement dédiées à l'activité colis à destination de CE et mairies. Deux personnes, Corinne



et Monique assurent la préparation des colis démonstration et dégustation à destination des commerciaux, pour qu'ils puissent mener à bien leurs visites. Nicolas et Xavier œuvrent à la réception de la marchandise dans les différents rayons des entrepôts et à l'expédition en bonne et due forme des commandes notamment entre les mois de janvier à septembre aux boutiques qui sont alimentées une fois par semaine. En fin d'année, ils continuent d'approvisionner Lectoure, Condom, Agen, et Moissac, tout en s'occupant, aidés de saisonniers, des envois groupés à destination des entreprises et municipalités. Un travail titanesque est réalisé sur cette période au sein de ce service décisif de la satisfaction client.

BOUTIQUES



Les treize conseillères en boutique, trois dans chacun des magasins hormis Lectoure qui compte quatre vendeuses, réalisent elles-mêmes les paniers gourmandes proposées à la vente. Elles choisissent les assortiments des colis de démonstration et sont à l'écoute de leur clientèle pour établir des propositions commerciales adéquates, en les menant vers des produits correspondant à leurs envies. Fabienne, à Lectoure, en

plus de ses fonctions de responsable de boutique, est détachée sur le siège de l'entreprise un jour par semaine pour travailler avec Isabelle sur le référencement de nouveaux produits et les protocoles de fonctionnement des boutiques. Isabelle de son côté coordonne tous les magasins sur les approvisionnements, la gestion des prix et veille à ce que les points de vente respectent l'image symbolique et les lignes



directrices des Fleurons de Lomagne. Dans les quatre espaces de distribution le merchandising est sensiblement similaire. Une base fixe de produits alimente les rayons mais certains varient en fonction des particularités et goûts des clients locaux. L'ensemble reste représentatif de la gastronomie locale.

LES ESPACES SE DIVISENT TOUJOURS DE LA MÊME MANIÈRE POUR CONSERVER

L'IDENTITÉ VISUELLE DE LA MARQUE

- > Une partie cave met à disposition les meilleurs cépages typiques de la région, des vins aux spiritueux
- > Une épicerie fine propose les produits en bocaux, conserves, et autres aromates
- > Un espace consacré à la confiserie offre tous les desserts et gourmandises
- > Des produits frais placés dans un endroit réfrigéré
- > Des paniers gourmandes garnissent l'espace

AGEN
125 boulevard de la République
47000 Agen
T. 05 53 48 26 64

CONDOM
Place Marre
32100 Condom
T. 05 62 68 20 95

LECTOURE
7 rue Nationale
32700 Lectoure
T. 05 62 68 53 62

MOISSAC
4 place Roger Delthil
82 200 Moissac
T. 05 63 95 37 78

OUVERTURE : du lundi au dimanche midi

www.fleuronsdelomagne.com

