Food'Europe a ouvert ses portes

Spécialisée dans le conseil et la distribution de produits culinaires haut de gamme, Food'Europe a vu le jour en octobre 2012 en Seine-et-Marne. Elle mise largement sur les produits franciliens.

Quand on arrive en tant qu'énième distributeur indépendant, il faut jouer l'identité, l'originalité, la niche… Mais il faut aussi quelques locomotives, dont la volaille. En plus des restaurateurs indépendants, nous fournissons également la restauration commerciale et collective », explique Michel Pichot, expert des réseaux commerciaux au sein de grands groupes alimentaires et cofondateur de Food'Europe. Son associée, Nathalie Bonny, a, quant à elle, développé une expertise dans le domaine des viandes à cuisson basse température au sein de l'entreprise familiale Bonny.

Le duo a créé Food'Europe l'année dernière, en s'appuyant sur un savoir-faire issu de la cuisson de viande à basse température et sur un réseau attentif aux produits locaux. Leur expertise mise en commun, ils ont aujourd'hui une centaine de clients : *« Nous avons monté notre savoir-faire de l'entrée au dessert. Nous transformons et vendons des produits dont nous assurons la livraison. Nous jouons la carte de l'Ile-de-France, mais nous avons des mets importés d'ailleurs, comme la tomate farcie qui vient de Turquie. »*

Ainsi, Food'Europe propose entre 300 et 350 produits, frais ou surgelés, et maintenant une gamme d'épicerie fine. *« Les produits locaux, c'est assez récent, c'est depuis quatre mois. Nous atteignons 800 000 à 1 M€ de chiffre d'affaires dont 10 % sont issus des producteur locaux »*, indique le cofondateur.

Nathalie Bonny et Philippe Pichot se sont d'abord adressés aux restaurateurs indépendants, car les circuits de décision sont extrêmement courts. Récemment, l'entreprise a obtenu de gros contrats comme Elior ou d'autres grands comptes comme Disney. Pour ces grandes entités, le délai de référencement d'un produit est très long.

« Pour amorcer notre démarrage, il fallait impérativement passer par les indépendants, de part leur circuit court de décision. Il faut les saluer, car ils prennent les risques et n'emportent pas toujours la timbale. C'est un monde qui souffre », regrette Philippe Pichot.

L'entreprise de Seine-et-Marne s'adresse aux clients types qui ont envie de se concentrer sur la gestion de leur établissement et *« pas forcément écumer les marchés dès 4 h du matin. »* Food'Europe est ainsi capable de livrer toute l'Ile-de-France et ne confie à personne sa logistique.

Food'Europe a été choisi par le Cervia, en tant que *« Talent Ile-de-France »*, car elle propose des produits locaux et des services. C'est une plateforme de regroupement des producteurs qui assure une livraison des produits au quotidien. Il s'agit de se rapprocher des producteurs : la bière Rabourdin, les viandes (cuisson basse tempérarute) Bonny, des volailles d'Auvray, la ferme des quinze arpents et aussi la ferme de Grignon.

Organisée par le Cervia, *« Les semaines du manger local Paris Ile-de-France »* se sont tenus du 14 au 29 septembre à Paris et dans toute l'Ile-de-France. Ces « semaines » investissent région capitale avec de nombreuses animations, à travers 115 points de vente et 50 restaurants, et notamment sur les nouvelles berges de Seine récemment inaugurées.

Il s'agit, cette année encore, de favoriser la reconnaissance des produits, des métiers et des savoir-faire en lien avec les secteurs agricoles et alimentaires de la région. C'est l'ensemble des professionnels, à l'instar des créateurs de Food'Europe, qui sont ainsi représentés. ■

M.R