



ENTRETIEN. « Nos carnets de commandes sont pleins » : à Vire, le succès de La Normandise

Intouchable, La Normandise, entreprise spécialisée dans la production d'aliments pour chiens et chats, poursuit son ascension malgré la crise sanitaire, sur son site de Vire (Calvados). Elle fait le pari du made in France et ambitionne de produire ses produits sous sa propre marque.

Entretien avec Jean-Charles Duquesne, directeur général de La Normandise.

En mars 2020, vous expliquiez dans nos colonnes que le Covid-19 avait « zéro effet » sur votre activité. Comment a évolué la situation ?

Par rapport à nos confrères industriels, on est à la limite de l'outrage car nous allons très bien. Au pire du confinement, on a eu 15 % d'absentéisme dans l'entreprise. Vingt secondes, on a pensé à fermer l'usine parce qu'il y avait une grosse pression qui venait de partout, nous poussant à arrêter et à nous confiner. Puis, on a vite oublié l'idée.

Nos clients des secteurs spécialisés (animaleries, vétérinaires...) étaient fermés. Nous avons donc arrêté les productions pour ce domaine. Cela nous a permis d'avoir des capacités pour tout le circuit de la grande distribution. La demande était importante, les gens se sont tournés vers les grandes surfaces pour leurs animaux.

Justement, vous indiquiez que la crise sanitaire avait modifié nos manières de consommer. Cela a-t-il profité à votre entreprise ?

Oui, car les gens ont fait du stock, pour eux mais également pour leurs chiens et chats. Par contre, cette tendance s'est défaite progressivement. Les vacances estivales ont renormalisé les commandes.

Avez-vous continué à exporter vos produits à l'étranger ?

Oui, on s'est focalisé sur l'espace Schengen, majoritairement l'Italie et l'Espagne, avec les 85 % de main-d'œuvre qu'il nous restait. On a fait des grandes séries de certains produits et on a rationalisé tous les assortiments. Les grandes surfaces ont joué le jeu, ce qui nous a permis de faire, avec 15 % d'effectif en moins, 20 % de pièces en plus.

En revanche, on a arrêté d'exporter dans tous les pays « exotiques » car les douanes et les ports étaient fermés. Ça ne servait à rien de produire pour saturer des entrepôts logistiques qui l'étaient déjà.

Comment avez-vous réorganisé votre activité côté salariés ?

Les administratifs ont eu accès au télétravail mais tous les opérateurs sur ligne, qui représentent 90 % de notre main-d'œuvre, étaient sur place. Quelques salariés ont été testés positifs au Covid-19, nous avons essayé de retracer les cas. Un sens unique a été instauré pour la circulation dans l'usine. Mais il ne faut pas oublier que l'on est dans l'agroalimentaire, les règles sanitaires sont déjà très strictes sur nos sites.

Les industries subissent toujours la crise. Ce n'est pas votre cas. Quels sont vos projets pour l'avenir ?



[Visualiser l'article](#)

On a fait 112 millions de chiffre d'affaires en 2019, on va finir cette année 2020 à 122 millions d'euros. Nos carnets de commandes sont pleins donc on poursuit notre développement, le recrutement et notre montée en gamme.

On a essayé de mettre sur papier ce qu'on envisage pour les dix prochaines années. Travailler pour les autres c'est bien, mais travailler pour soi c'est mieux. On souhaite vendre nos produits sous notre propre marque. Concernant la fabrication, la « French cuisine » a le vent en poupe à l'étranger même pour les chats et les chiens. On développe des friandises pour chats pour l'Égypte et on a gagné des parts de marché au Mexique.

Du bio dans les assiettes de nos animaux, c'est l'avenir selon vous ?

Le bio continue sa croissance mais ce n'est pas le produit le plus fort de notre gamme. Les consommateurs sont en attente de produits naturels, plus que bio. Il y a un décrochage à cause du prix. Ça coûte cher car la matière première est 30 % plus chère pour nous.

Ce qui fonctionne, c'est le made in France. Les clients sont prêts à payer un produit 2 % à 3 % plus cher pour un produit estampillé d'un drapeau français. Il y a aussi un retour vers des produits moins transformés comme la terrine et la pâtée traditionnelle. Il y a moins d'additifs et les gens le voient.

Repères

- 1992.** Première production de barquettes rue René-Châtel, derrière la gare de Vire.
- 1995.** Nouvelle usine de conditionnement de 3 000 m² sur la zone industrielle du Maupas (site actuel).
- 1998.** La production rejoint le conditionnement sur le site actuel de près de 10 000 m².
- 2004.** Première production biologique sous certification.
- 2005.** Triplement de la production de pochons.
- 2006.** Création du site logistique sur la zone de la Lande à La Papillonnière, grand de 6 000 m².
- 2008.** Création de la holding familiale, la deuxième génération s'engage.
- 2014.** Création de nouvelles lignes de pochons pour le grand export (hors Europe).
- 2017.** Extension finale du site du Maupas +.
- 2018.** Doublement du site logistique.
- 2019.** Création de lignes pochons dédiées aux alicaments et aux produits hors Europe.

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 706



[Visualiser l'article](#)



Ce robot aux multiples bras organise les cartons qui seront stockés dans des conteneurs, direction le Mexique.

Ouest-France

0kHZwsoGi3l-e6lpTXEn1jL.TckmzbpIR0X_wX4rE5S5AkZHy5z00zeDy7vqzw1KWBdDq2MPftfOJfFkmQLIDjBBTkeOwNFNNxkorXYg3UYIUZTix