



BISCUITERIE JEANNETTE 1850



Une belle aventure humaine qui se poursuit
avec un outil de production modernisé



GEORGES VIANA,
PRÉSIDENT DE LA BISCUITERIE
JEANNETTE

UN NOUVEAU DÉPART POUR JEANNETTE

L'histoire de la Biscuiterie Jeannette est intimement mêlée à celle de Caen, depuis sa création en 1850. Il y a une trentaine d'années, l'entreprise normande tournait à plein régime, avec plus de 300 salariés. Depuis la fin des années 80, le plus ancien biscuitier caennais a vécu les évolutions industrielles successives, ponctuée de rachats et de liquidations. L'usine a bien failli disparaître... mais elle n'avait pas dit son dernier mot. 2013/2014 ont été des années compliquées, marquées par la liquidation judiciaire de l'entreprise suivie de l'occupation des locaux par une vingtaine de salariés. L'équipe a choisi de s'investir complètement pour sauver ses madeleines auxquelles elle est profondément attachée. Il faut dire que la majeure partie d'entre eux connaissent bien l'historique de l'entreprise. Certains œuvrent au sein de l'usine depuis quarante ans !

Georges Viana est l'un de ceux qui a suivi le combat des "Jeannette" occupant l'usine. Il a été sensible à l'attachement des salariés pour leur entreprise, leur motivation, leur histoire. Ancien cadre de Suez Environnement, entrepreneur expérimenté en redressements d'entreprises et de grands projets en difficultés, Il souhaite redonner ses lettres de noblesse au savoir-faire artisanal de la biscuiterie. Avec la reprise inespérée de l'activité et de la marque à la barre du Tribunal de commerce, 2015 voit enfin la relance de Jeannette 1850. L'objectif est de capitaliser sur le côté traditionnel et qualitatif de la marque en réalisant semi-industriellement des produits artisanaux. On privilégie des saveurs authentiques, aussi bien en France que sur le marché des produits alimentaires français de luxe en très forte croissance à l'étranger. L'entreprise continue à recevoir des témoignages d'encouragements chaque jour.

"NOUS N'UTILISONS PAS DE CONSERVATEURS ARTIFICIELS, CELA PERMET DE CONSERVER LA FRAÎCHEUR DE LA MADELEINE."

Même dans les plus hautes instances, l'histoire de la Biscuiterie Jeannette a suscité l'engouement. Laurence Dumont vice-présidente à l'Assemblée Nationale, députée du Calvados, a souhaité faire partager l'incroyable destin de cette entreprise et son parcours atypique. « Il y a un historique et de l'affectif, Laurence a toujours été là pour nous encourager et promouvoir la marque. Nous n'aurions jamais pensé que nos madeleines seraient allées jusqu'à l'Elysée ! » explique Claire, chef de produits. Chez Jeannette 1850, le maître mot c'est la polyvalence. Toute la presse en parle, sa notoriété s'étend sur le territoire et déclenche, au lendemain de leur visite à l'Assemblée Nationale, 600 commandes ! En mars, un reportage relatant l'historique de l'entreprise a été diffusé à la télévision. Là aussi, les retours positifs ne se sont pas fait attendre.

UN SITE DE PRODUCTION FLAMBANT NEUF

Depuis 2015, le site de production flambant neuf situé dans la zone industrielle de Démouville près de Caen, s'étend sur une surface de 1 000 m². Plus de 40 000 euros ont été investis dans l'achat de matériel, notamment un premier four (Polin). Les fonds recueillis (voir encadré) ont été utilisés pour l'achat de matériel nécessaire à la production des madeleines, deux batteurs, des moules, une machine Flowpak (pour la mise en sachet unitaire des madeleines). La gourmandise est née des parfums d'enfance... lorsque l'on entre dans l'atelier, les premières madeleines Jeannette sortant du four sont déjà une promesse de plaisir, en nous offrant un avant-goût de saveurs inédites. Le site fonctionne en journée. Marie-Claire Marie, gère l'atelier de production. La première équipe de pesée et du pétrin arrive à 6h. Ici, nous sommes sur un processus semi-



BISCUITERIE
Jeannette
1850

LES MADELEINES JEANNETTE,
165 ANS DE SAVOIR-FAIRE

× 1850 : Création de l'entreprise dirigée par la Maison pâtisserie Mollier, berceau de Jeannette, située dans le centre de Caen. Celle-ci remporte même la médaille d'argent à l'occasion de l'Exposition universelle de Paris en 1900.

× 1925 : Arrivée de Lucien Jeannette qui rachète en 1927, celle qui deviendra la « Biscuiterie Moderne du Calvados ». En 1926 il lance la production de madeleines.

× 1951/1985 : Lucien Jeannette a 51 ans lorsqu'il décide de céder sa biscuiterie aux frères Vinchon, Raymond et Jean. Le développement est considérable, l'entreprise passe de 15 salariés en 1950 à 240 en 1985. L'usine, riche de 7 lignes de production fabrique 7000 tonnes de pâtisseries par an. 10% de cette production est destinée à l'export. L'expansion de la Biscuiterie Jeannette interpelle de grandes multinationales.

× 1986 : Rachat (Gringoire-Brossard) La gamme de produits se diversifie mais la concurrence européenne est forte. Les années 90 sont difficiles pour la biscuiterie, la société s'engage dans un long combat pour conserver son outil de production et son savoir-faire. Des repreneurs interviennent mais malheureusement sans succès.

× Fin 2013 : Liquidation judiciaire.

× Février 2015 : Reprise de l'entreprise par Georges Viana. En avril, il signe un bail pour la location d'un nouveau site de production à Démouville à la périphérie de Caen. Afin de relancer la production de madeleines, des investissements ont été réalisés dans une nouvelle ligne de production plus moderne.

× Septembre 2015 : les premières madeleines sortent du four à l'occasion de la Foire de Caen !

www.jeannette1850.com



LA RELANCE DE JEANNETTE 1850, PATRIMOINE NORMAND

× En 2013, suite à l'annonce de la liquidation de l'entreprise et la vente aux enchères du matériel de l'usine, durant presque un an, les salariés décident de relancer l'activité de production. Seuls, ils remettent les fours en activité, en produisant pour vendre les madeleines sur les marchés, qui s'arrachent comme des petits pains. Leur histoire est médiatisée et des personnes s'intéressent à l'entreprise, présentent des projets de reprise.

× Le 24 novembre 2014, le Juge Commissaire du tribunal de Commerce de Caen, accorde à Georges Viana la marque "Biscuiterie Jeannette depuis 1850".

× Mais le parcours n'a pas été sans obstacle : au départ, le chef d'entreprise se heurte à la difficulté de trouver auprès des banques les aides financières nécessaires au redémarrage de l'activité. Aussi, via une plateforme de financement participatif, Bulb in Town, en 2014, il décide de lancer un appel pour soutenir le projet de relance de l'activité avec un objectif de 50 000 euros. Cette première phase avait pour objectif le recueil de dons avec contrepartie "des euros contre des madeleines".
« Plus de 2 000 personnes ont contribué et 100 000 euros ont été récoltés, ce qui a un vrai sens pour nous : cela a vraiment lancé le projet et prouvé aux banques que les gens étaient attachés à un patrimoine qu'ils ne voulaient pas perdre. » Des partenaires et entreprises de la région ont également soutenu le projet. Lors de la deuxième phase, 150 personnes, petits ou gros contributeurs, ont décidé de rentrer au capital de Jeannette. L'entreprise réussit à lever 300 000 euros, avec 150 actionnaires et des participations allant jusqu'à 100 000 euros.

➤ *Reportage
http://pluzz.francetv.fr/videos/13h15_le_dimanche_137264977.html



UN RAYONNEMENT PLUS GRAND AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LA BOUTIQUE

Le siège social de l'entreprise se situe non loin de l'usine, à Colombelles (14). La structure permet d'y organiser des rendez-vous et réunions. Georges Viana y a son bureau, comme la responsable des ressources humaines, la responsable production et Claire, qui, en tant que chef de produits, s'occupe de tout l'aspect commercial. Autre point important, le magasin qui jouxte l'usine, géré par deux personnes. « Le lancement officiel de l'entreprise s'est fait en septembre 2015, pour la foire de Caen. C'était très fort, y compris au niveau de la cohésion du groupe. Toute l'équipe mettait la main à la pâte pour mettre en boîte les madeleines et être prêts le jour J ! Tout est parti très vite, nous ne pouvions plus fournir, et les personnes venaient frapper aux portes de l'usine pour demander des produits ! Nous avons tant de demandes que nous avons, plus tôt que prévu, commencé la vente directe via le magasin et notre site Internet. »



⊙ Depuis 2015, le site de production flambant neuf situé dans la zone industrielle de Démouville près de Caen, s'étend sur une surface de 1 000 m²

Dans la boutique, une grande vitre permet de voir l'atelier de production ; on peut apercevoir la sortie des madeleines du four. « De nombreux clients demandent à visiter l'usine mais nous ne pouvons y répondre favorablement, notamment pour des raisons liées à l'hygiène. Cependant, nous allons commencer à accueillir sur réservation des groupes en magasin pour expliquer l'histoire de Jeannette 1850 et proposer des dégustations ».

Le site Internet www.jeannette1850.com reçoit énormément de commandes, cela permet de toucher davantage de monde sur le plan national... voire au-delà... « Nous avons même reçu des invitations pour commercialiser nos produits aux États-Unis, en Irlande et en Chine. Pour l'instant, nous gérons les commandes en France, mais pour la suite bien sûr que l'export fait partie de nos objectifs ! » Aujourd'hui, lorsque l'on regarde la carte de France de toutes les commandes, on peut voir que le succès de la petite madeleine s'étend sur tout le territoire.



REDONNER SES LETTRES DE NOBLESSE À UN SAVOIR-FAIRE ARTISANAL

Pour relancer la fameuse madeleine en forme de coquille Saint-Jacques comme à son origine, Georges Viana a la volonté de repositionner l'entreprise sur son cœur de métier, en choisissant clairement la qualité et la montée en gamme des produits. Ainsi des recettes sont remises au goût du jour avec des matières premières nobles. Jeannette privilégie les fournisseurs locaux, et le « Made in France » : exemple, le beurre AOP d'Isigny, la farine de la Minoterie des Bois Olives située dans la Manche, les œufs fournis par un producteur du Calvados, le sucre... « La vanille vient de Tahiti, le chocolat de Cluizel (dans l'Eure)... Le cours de certaines matières premières varie certes, mais nous tenons à conserver cette qualité de produit. » Côté packaging, on mise sur un design digne d'une collection haute couture, avec une très belle boîte luxe (venant d'Able Packaging un fournisseur alsacien) et les étiquettes de chez Phenix Etiquettes (situé près de Caen). Les emballages sont signés Philippe Parc, meilleur ouvrier de France, pâtissier et champion du monde de desserts touché par l'histoire de l'entreprise et qui a contribué bénévolement à la renaissance de l'entreprise caennaise.



⊙ Claire Noël, chef de produit



"LES EMBALLAGES SONT
SIGNÉS PHILIPPE PARC,
MEILLEUR OUVRIER
DE FRANCE, PÂTISSIER
ET CHAMPION DU MONDE
DE DESSERTS."

Ce spécialiste des saveurs a joué un rôle clé dans l'élaboration de nouvelles recettes et insuffler une nouvelle vie à la madeleine Jeannette. C'est ainsi qu'en créant différents parfums pour la madeleine traditionnelle, la première fournée « test » et les madeleines sont commercialisées au début de l'été 2015. Georges Viana a fait appel aux talents des étudiants de l'IUT de Caen et du Havre pour une campagne de communication. Jeannette a eu aussi l'appui de La Biscuiterie de l'Abbaye qui a investi dans l'entreprise « c'est un support au niveau commercial, sur le plan de l'organisation, du processus de production... ils nous accordent du temps, et cela nous aide considérablement. »

Aujourd'hui, les madeleines sont donc destinées à la vente directe qui représente plus de 75 % du CA (site Internet et magasin, comités d'entreprises, hôtellerie restauration, collectivités, associations). L'épicerie fine est aussi concernée avec une vingtaine de boutiques dans la région et deux en Ile de France distribuant les fameuses spécialités normandes. « De nombreux clients se déplacent pour nous rencontrer, mais il faut un moyen de locomotion pour arriver jusqu'à nous. L'idéal serait d'avoir un point de vente en centre-ville à Caen, mais les loyers sont assez chers... »

"UN PRODUIT FRANÇAIS HAUT DE GAMME NE PEUT QUE FONCTIONNER À L'INTERNATIONAL, NOTAMMENT EN ASIE OU EN AMÉRIQUE DU NORD. MAIS NOUS DEVONS D'ABORD NOUS DÉVELOPPER DAVANTAGE SUR LE PLAN NATIONAL."



⊙ Environ 22 000 madeleines sont produites chaque jour

Depuis février 2016 on peut voir les madeleines Jeannette dans les rayons haut de gamme de distributeurs locaux (Leclerc, Super U, Intermarché).

LES GRANDS AXES DE DÉVELOPPEMENT

« C'est une façon de rendre davantage accessibles nos gammes. Elles correspondent à une tendance forte, les produits locaux et régionaux, un besoin de traçabilité, d'authenticité, pour le consommateur, permettant de connaître l'origine des produits... » On retrouve un produit authentique, qui a marqué plusieurs générations et laissé une empreinte très forte dans la région. Nombreuses sont les personnes qui redécouvrent avec plaisir la fameuse madeleine de leur enfance.

Parmi les grands axes de développement, l'entreprise vise l'export. « La demande existe, c'est l'un de nos objectifs à moyen terme. Un produit français haut de gamme ne peut que fonctionner à l'international, notamment en Asie ou en Amérique du Nord. Mais nous devons d'abord nous développer davantage sur le plan national. » Aujourd'hui, l'entreprise compte une vingtaine de références : la madeleine nature, produit phare de la Biscuiterie Jeannette, se décline aussi en différents parfums (vanille de Tahiti, amande, pistache, chocolat, agrumes...), d'autres plus inédits, comme la "Dona Rosa" à la rose de Damas, ou un assortiment "soleil levant" aux agrumes asiatiques : le Yuzu, le Combava, l'Amanatsu ou le Tangor du Japon.

La dernière innovation en date est la "Normande", une madeleine à la pomme. En février 2016, sont sorties les saveurs framboise, fraise, rose/framboise, gingembre, café, menthe/citron... « Nous sommes toujours à la recherche de nouveaux parfums. » Solène Cadic, la responsable production, effectue une recherche de matières premières avant de réaliser des tests. Là aussi, c'est un travail d'équipe. « Les tests suivis de dégustations sont réalisés régulièrement par Solène. Nous apprécions aussi d'organiser ces dégustations en magasin afin de recueillir les différents avis des clients ».



LE DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS AVEC DES SAVEURS INÉDITES

Il y a quelques mois, tout spécialement pour la foire de Caen, était proposé un assortiment de madeleines salées (céleri, poireau, tomate, olive) qui avait remporté un franc succès auprès du public.

« Nous travaillons la recette pour sortir très bientôt une nouvelle gamme salée. La Foire de Caen nous a permis de mieux cerner les saveurs recherchées : au départ nous avons proposé un produit au chocolat très amer, qui n'a pas eu le succès escompté, notamment auprès des enfants. Nous avons donc modifié le produit, et aujourd'hui cette madeleine est très appréciée de notre clientèle. Nous aimerions produire une gamme enrobée au chocolat, il nous manque la technique d'enrobage et sommes à la recherche d'une solution car nous avons beaucoup de demandes... » Avis aux fournisseurs du CFIA !

Et qu'en est-il du bio ? « Nous avons réalisé des tests pour une madeleine bio, nous y travaillons et recherchons des fournisseurs locaux en bio. Nous pensons aussi au sans gluten. Cela suppose une organisation différente avec un cahier des charges assez strict, ajoute Claire. Commercialement, dans nos objectifs de développement, nous aimerions avoir des points de vente un peu partout en France. En attendant, il faut procéder étape par étape. Les carnets de commandes se remplissent, mais il nous faut davantage de personnel, de matériel pour répondre à la demande. Nous dépendons aussi du soutien des banques pour pouvoir développer l'activité. Le combat des Jeannette continue, car il faut trouver des financements, un blocage dont peuvent souffrir, aujourd'hui, les petites entreprises comme la nôtre souhaitant être

"LE PARCOURS N'A PAS ÉTÉ FACILE MAIS NOUS COMMENÇONS À EN RÉCOLTER LES FRUITS, CELA NOUS LAISSE ENTREVOIR L'AVENIR AVEC OPTIMISME."



⊙ Dans la boutique où l'on peut découvrir toutes les gammes de madeleines Jeannette, une grande vitre permet de voir l'atelier de production

accompagnées ». Comme Georges Viana l'indiquait ré-cemment dans un reportage* consacré à l'histoire de Jeannette 1850, « Aujourd'hui, avec un peu plus de flexibilité, je pourrais peut-être embaucher une ou deux personnes supplémentaires. Par contre, avec un soutien des banques pour l'investissement dont nous avons besoin, ce n'est pas deux emplois que je pourrais créer, mais une vingtaine ou une trentaine ». Cependant, pour le chef d'entreprise aucun regret : « nous avons fait le bon choix. Et parce qu'il n'y a pas beaucoup d'entreprises qui se sont lancées ainsi, cela donne une part de rêve et d'espoir aux autres ».

UN MÉTIER, UN SAVOIR-FAIRE ET UNE PASSION QUI S'INSCRIVENT DANS LA DURÉE

Contribuer à sauver des emplois, re-développer tout le réseau commercial est un sacré challenge. « Je suis heureuse de contribuer à cette aventure, reprend Claire. Quand on voit l'historique, la polyvalence et la diversité, la réaction des gens qui nous appellent pour nous féliciter, nous encourager. Arrivée ici en août, j'ai vraiment souhaité faire partie de l'entreprise, c'est un peu notre bébé à tous ! » "Tous ensemble", est la phrase qui vient à l'esprit de la chef de produit pour parler de son entreprise : l'expression a pris tout son sens au moment où tout le monde s'est impliqué pour remonter la biscuiterie. « On ne lâche rien, contre vents et marée... Le parcours n'a pas été facile mais nous commençons à en récolter les fruits, cela nous laisse entrevoir l'avenir avec optimisme.

Le nouveau combat de Jeannette aujourd'hui, c'est de réussir à pérenniser l'activité en nous développant, avec du financement, plus de salariés, une augmentation de la production... Aujourd'hui il y a encore beaucoup à faire, mais quand on voit chaque jour l'énergie positive de tous, et que cela nous porte, n'est-ce pas déjà l'une des plus belles récompenses ? » Les critères d'un bon produit résident dans ses matières premières de qualité, il faut aussi qu'il soit beau : dans la madeleine Jeannette il y a tous ces ingrédients. La forme coquillage que tout le monde connaît est très caractéristique, historique, et représente pour beaucoup des saveurs d'enfance jamais oubliées... Elle est aussi pleine de passion venant de ceux qui la confectionnent. Si nous n'avons qu'un vœu à formuler, c'est que l'aventure se poursuive et se développe, alors souhaitons longue vie à Jeannette 1850 !

📍 Nathalie Hennebique