

NÉGOCE ET CONDITIONNEMENT DE FRUITS ET LÉGUMES À VILLENEUVE-D'ASCQ

Demex veut doubler de taille dans les cinq ans

► Olivier DUCUING

Le groupe de négoce et conditionnement de fruits et légumes de Villeneuve-d'Ascq a adopté son plan de développement d'ici à 2015. Les objectifs de son président Christophe Desmettre sont ambitieux, par les temps qui courent, mais réalistes. De 105 personnes aujourd'hui pour un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros en 2008, Demex devrait au moins doubler à l'horizon de cinq ans.

Investir 8 millions d'euros et prévoir un doublement d'activité dans les cinq ans n'est pas courant par les temps qui courent. C'est pourtant le pari de Christophe Desmettre, créateur de la société Demex, en 1991. Société de négoce et de conditionnement de fruits et légumes, Demex est montée en puissance avant que Christophe Desmettre ne la vende à des Japonais. Mais cinq ans plus tard, le dirigeant lillois rachète sa clause de non-concurrence ainsi que le nom de Demex, et reconstitue *ex nihilo* un nouveau groupe. Et ça marche : repartie de zéro en 2003, Demex a développé des activités variées dans le domaine de l'endive (société Prymex), de la pomme de terre (Campéol), ou de légumes comme les oignons, les échalotes ou les aulx. L'ensemble pèse déjà 85 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 25% à l'export pour un effectif de 104 salariés aujourd'hui. Le cap des 100 millions est déjà fixé pour 2009.

"Génétiqument exportateur". Le groupe, basé à Villeneuve-

d'Ascq, n'entend pas en rester là. Christophe Desmettre vient de présenter à l'ensemble de ses salariés un plan stratégique à l'horizon 2015. Objectif : se hisser parmi le top 50 du secteur des fruits et légumes en Europe. Cette ambition passe par une croissance tous azimuts, fondée sur un modèle dit hollandais. Christophe Desmettre identifie une nouvelle diversification qu'il va confier à un cadre à travers une nouvelle filiale dont ce dernier prend la direction et une part du capital. C'est ce principe qui vient d'être mis en œuvre pour créer une nouvelle activité de négoce de produits pondéreux, en juillet dernier, sous le nom d'Agromex. Et d'autres filiales vont suivre à court terme. Demex entend spécialiser une société sur la filière bio dès 2009, une autre doit suivre sur les légumes anciens et les cucurbitacées. Il va aussi lancer une activité de snacking, pour contrer la concurrence accrue des produits élaborés face aux fruits et légumes frais. Exemple : il pourra s'agir de développer des florettes de chou-fleur ou des endives à l'unité, en tout cas des produits

prêts à consommer ou à cuisiner. L'autre perspective forte du groupe est de porter ses efforts à l'international. L'export représente déjà 25% de l'activité, et l'objectif affiché est d'arriver à la moitié des ventes en 2015. *"Le marché national est extrêmement bataillé. A l'export on a moins ces contraintes-là, avec d'autres schémas de concurrence et de bassins d'approvisionnement. La difficulté est de trouver les hommes"*, souligne le dirigeant de Demex, qui se présente comme *"génétiqument exportateur"*. *"Tout le monde parle les langues étrangères chez nous, nous avons même plusieurs de nos cadres qui parlent cinq langues."*

A cette ambition commerciale s'ajoute un pari industriel lourd. Campeol, filiale de Demex dédiée à la pomme de terre, va investir 8 millions d'euros dans sept nouvelles lignes de conditionnement ultramodernes dans son usine de Carvin. Ces équipements permettront à la société de proposer une offre unique en France, et une capacité à répondre à un éventail très large de demandes des clients, tout en sécurisant au maximum la chaîne du froid. L'investissement sera opérationnel en juillet prochain.

L'ensemble des développements de Demex pourrait être accéléré grâce à une levée de fonds prochaine au niveau de la holding de tête. Christophe Desmettre souhaite limiter à 3 ou 3,5 millions d'euros cet apport, même s'il a déjà reçu des offres supérieures. *"Nous allons plus que doubler dans les cinq ans qui viennent, par croissance, créations et acquisitions. Cela suppose des capitaux."* Cette croissance attendue devrait s'accompagner de la création d'au moins 70 emplois, portant à plus de 170 les effectifs de Demex.

Marges fructueuses pour les distributeurs. Le kilogramme moyen de pommes de terre est vendu livré chez le client aux environs de 24 centimes (prix 2008), prix moyen du marché dans toute l'Europe. Mais le prix de vente au consommateur final en magasin est plus souvent proche de l'euro au kg. L'endive est vendue livrée autour de 80 centimes le kg, tandis que le consommateur la trouve rarement à moins de 2,50 € le kg dans son commerce. Le secteur des fruits et légumes est stratégique pour la grande distribution qui y réalise 40% de ses marges. ■

Demex 2003-2008 en chiffres

Prymex (endives) :	Demex consolidé :
19 M€ - 41,7 M€	33 M€ - 84,4 M€,
Pouliquen (oignons, aulx...) :	dont export 7% en 2004 -
2,6 M€ - 12,3 M€	25% en 2008
Campéol (pommes de terre) :	Tonnage : 46 000 - 128 000 t
2,1 M€ - 16 M€	Effectifs : 63 - 104