

Nutrisens

CRÉATION : 2011 (regroupement de participations détenues par Evolem-actionnaire majoritaire)

Produits adaptés à des besoins nutritionnels spécifiques.

CA : 53 Me (après l'acquisition)

TROIS SITES de production : Beaune, Autun, Loudun.

EFFECTIF : 222 salariés

EXPORT : 13 % (20 % avant l'acquisition)

OBJECTIFS :

- atteindre un CA de 200 Me sous cinq ans,
- croître sur les marchés européens limitrophes (Allemagne et Royaume-Uni),
- investir d'autres segments.

Georges Devesa dirige Nutrisens, qui en moins de cinq ans est devenu un acteur majeur des produits nutritionnels cuisinés à l'intention des seniors.



Nutrisens: le credo "goût et efficacité nutritionnelle"

Nutrisens, le leader de l'alimentation adaptée aux seniors vient de racheter Les Repas Santé, spécialiste des produits mixés. Interview de Georges Devesa, directeur général.

Pourquoi avez-vous racheté Les Repas Santé ?

Nutrisens est un groupe spécialisé dans la nutrition avec comme point de force l'alimentation pour les seniors et pour les patients en établissements de soins et de santé (hôpitaux, cliniques, maisons de retraite). Notre gamme de produits compte essentiellement des ingrédients santé, des compléments nutritionnels oraux et des solutions d'hydratation pour la dysphagie, c'est-à-dire les fausses routes. Nous bâtissons notre assortiment sur deux piliers : la qualité gustative, -c'est le cœur de la problématique-, et l'efficacité nutritionnelle. Les Repas Santé a exactement le même credo. Cette société propose les gammes de plats cuisinés mixés et hachés pour personnes dénutries les plus complètes du marché. De notre côté, nous sommes les leaders sur les solutions sous forme liquide. D'où une forte complémentarité.

Votre cible est-elle nécessairement en institution ?

Nous privilégions des circuits de commercialisation où la prescription est importante. Nos gammes sont

déployées dans une diversité de circuits spécialisés, mais nous nous adressons toujours à un patient ou un résident à travers le conseil d'un spécialiste. Nous servons aussi des personnes chez elles via les structures d'aide à domicile mais aussi via la vente par Internet. Là encore, la vente ne se fait pas directement, mais à travers la famille, l'infirmier ou l'aide-soignant. Je ne suis pas sûr que demain, on trouvera nos produits en libre-service... Cela sera peut-être après-demain. Le vieillissement de la population fait qu'il y aura un besoin.

Qu'est ce qui caractérise vos innovations ?

À chaque fois, notre credo est : ce n'est pas parce que le produit est efficace nutritionnellement qu'il ne doit pas être bon. Le produit qui a reçu le prix Innovation Nutrition à Serbotel 2013 est emblématique de notre savoir-faire. Il fallait trouver un produit facilement consommé par résidents qui dînent vers 19 heures et petit-déjeunent vers 7 heures, ce qui fait environ 12 heures sans manger, un trop long délai pour les personnes dénutries. En collaboration avec un



Le bonbon de chocolat HC source de protéines et de fibres est un chocolat fourré qui permet d'augmenter l'apport énergétique.



Ce pain brioche est le premier complément nutritionnel oral, riche en protéines, vitamines et minéraux, sous cette forme. Son créateur Cérélab a noué un partenariat avec l'industriel 365 Matins et Nutrisens.

des meilleurs chocolatiers français, nous avons proposé un bonbon en chocolat enrichi qui peut être laissée sur la table de chevet toute la nuit. C'est aussi l'exemple du pain brioché, une révolution santé qui permet d'entrer dans les repas de manière transparente. Lancé en mai 2014, il est en plein déploiement.

Comment vous adaptez-vous aux contraintes économiques ?

C'est toujours paradoxal. Nous avons de hauts standards qualitatifs et sécuritaires, mais nous devons aussi faire face à des budgets alloués à la nutrition santé de moins en moins importants. Nous travaillons beaucoup sur les gains de productivité et la rationalisation. D'où l'intérêt de maîtriser nos outils de production. D'autant que nous sommes sur des marchés de niche, pour lesquels les volumes sont trop petits pour être sous-traités.

Quelles sont les prochaines étapes pour Nutrisens ?

A court terme, il s'agit de réussir le mariage entre les deux équipes. Nous avons une vraie complémentarité, sans doublon. Pour la suite, nous souhaitons progresser en croissance organique et gagner de nouveaux clients, tout en restant ouvert à des opportunités de croissance externe, en France et à l'international.

PROPOS RECUEILLIS PAR PIERRE CHRISTEN