

GELPASS S'OUVRE VERS DE NOUVEAUX HORIZONS

C'est l'histoire d'un amoureux du végétal qui a choisi la voie de l'entrepreneuriat plutôt que celle de l'agriculture. Rencontre avec un chef d'entreprise passionné et passionnant, François Dequesne, fondateur et codirigeant de Gelpass.

Baptiste RÉGENT



© Gelpass

Dès 2003, l'industrialisation en propre de Gelpass débute avec l'acquisition de l'usine Francep, à Brive-la-Gaillarde, spécialiste du champignon forestier.

L'histoire débute en 1995. Fort d'une première expérience dans le monde des surgelés, François Dequesne crée Gelpass, société spécialisée dans le surgelé végétal. Il n'a alors que 25 ans. «Après mes études à l'Institut de Genech, j'aurais pu reprendre la ferme familiale, mais mon père me l'a déconseillé.» Aux côtés de son partenaire historique, Pasfrost, la société installée à Armentières livre des légumes surgelés aux industriels, notamment aux acteurs du marché de la baby food.

UNE DIVERSIFICATION DE L'ACTIVITÉ

En 2002, Vincent Sepieter entre au capi-

tal de la société. Et dès l'année suivante, l'industrialisation en propre de Gelpass débute avec l'acquisition de l'usine Francep, à Brive-la-Gaillarde, spécialiste du champignon forestier. «Le site produit pour les clients du groupe des accompagnements à base de légumes. Nous avons depuis investi 24 millions d'euros dans l'usine, qui emploie 60 collaborateurs.» Suivra, en 2008, le rachat de la société Garnier, à Mions en Auvergne-Rhône-Alpes, spécialisée dans le fruit élaboré surgelé, dont l'activité sera rapatriée sur l'usine de Brive-la-Gaillarde. À ce jour, Gelpass compte près de 200 clients, principalement en France, et com-



© Gelpass

Depuis son acquisition, 24 millions d'euros ont été investis dans l'usine Francep, qui emploie 60 collaborateurs.



François Dequesne n'a que 25 ans lorsqu'il fonde Gelpass, société spécialisée dans le surgelé végétal, en 1995.

mercialise 70 000 tonnes de légumes surgelés par an (40% en agroalimentaire, 30% en food service et 30% en distribution) pour un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros et 130 salariés.

Toutefois, la stratégie de croissance déployée par François Dequesne et Vincent Sepieter doit faire face à la stagnation du marché du surgelé végétal. «Le marché est concurrentiel et tout n'est pas rose pour nos clients. De ce fait, nous ne pouvons investir autant que nous le souhaitons.» La diversification en direction du frais et du séché s'est ainsi naturellement imposée à nos entrepreneurs. Et pour la mener à bien, Bpifrance est entrée au capital des holdings des entrepreneurs à hauteur de 22% en 2018... avec à la clé deux acquisitions en 2019. «Par l'intermédiaire de nos holding, nous avons repris la société Délivert, une usine de 5 000 m² et 50 salariés en Bretagne, qui transforme 3 500 tonnes par an de légumes, légumineuses, céréales et condiments. L'objectif est d'y produire des produits plus élaborés sur le marché du frais. En parallèle, nous avons acquis La Compagnie des produits sauvages, une entité de 8

En 2002, Vincent Sepieter entre au capital pour accompagner François Dequesne dans le développement de Gelpass.

salariés qui produit des champignons séchés. Nous allons y créer une gamme dédiée aux restaurateurs qui sera vendue en direct via un site marchand.» Et François Dequesne d'ajouter : «Notre stratégie est de consolider notre activité, tout en développant les filières agricoles en local autour de nouveaux produits.»

S'OUVRIRE VERS DE NOUVEAUX MARCHÉS

À l'avenir, l'histoire de Gelpass s'écrira également à l'international. C'est en tout cas l'ambition de ses dirigeants. «L'export représente 5% de notre chiffre d'affaires. Nous devrions être à 20%. Le marché français du végétal souffre, l'ouverture vers de nouveaux marchés – États-Unis, Chine, Moyen-Orient... – est donc un axe de croissance majeur pour l'entreprise.» En ce sens, l'entreprise multiplie sa présence sur les salons spécialisés aux quatre coins du monde. Quoi qu'il en soit, le développement de Gelpass se fera autour des valeurs inhérentes à l'histoire du groupe, que sont la sécurité alimentaire, la qualité produit et la satisfaction client, mais aussi et surtout en s'appuyant sur des équipes autant passionnées que François Dequesne et Vincent Sepieter. «Nous sommes des entrepreneurs, pas des financiers, sinon nous n'aurions jamais acquis l'usine Délivert par exemple. Nous y avons sauvé 50 emplois. Si ce n'est pas nous, les banques ne suivent pas ! Nous avons à cœur de développer des projets



avec des passionnés, de travailler avec des collaborateurs, des partenaires, des agriculteurs qui aiment leur métier. Si nous réussissons nos projets, c'est grâce à nos équipes. Vincent et moi sommes sur le terrain, nous allons chez les clients avec nos collaborateurs, nous mouillons la chemise chaque jour et nous sommes contents de le faire. Nous sommes les chefs d'orchestre, mais sans de bons musiciens nous ne pourrions pas avancer. Et inversement.» Une bienveillance à l'égard de leurs collaborateurs qui se traduit par le déploiement d'une démarche de responsabilité sociale.

« Nous sommes les chefs d'orchestre, mais sans de bons musiciens nous ne pourrions pas avancer »