

# « Un mandat sous le signe de la coopération entre acteurs de la filière... »

**PIERRE MARCEL**, Président de Tournus Équipement, vient d'être élu à la présidence du Syneg. Entretien avec un homme tourné vers les échanges.



Pierre Marcel,  
Président de Tournus  
Équipement

## Comment abordez-vous ce nouveau mandat ?

J'ai pour habitude de ne pas parler du passé et plutôt regarder devant moi. Je connais bien le Syneg pour y avoir occupé plusieurs postes (ndlr : Vice-président et Président de la Commission Environnement) et la mission du président sera de s'assurer que nous délivrons bien de la valeur à nos adhérents. En travaillant sur des sujets concrets, en multipliant les échanges avec nos partenaires de la filière cuisine professionnelle ainsi qu'avec les institutionnels. Les contraintes (et les opportunités) nées avec les nouvelles réglementations ont déjà permis de nouer des contacts plus solides. La communication est plus facile, il convient d'en assurer la

perennité. Tout ce travail se fait dans un cadre collectif car le Syneg, ce n'est pas que son président : notre délégué général, notre assistante de direction et un conseiller technique, une dizaine d'experts de notre fédération de rattachement la Fédération des Industries Mécaniques (FIM), notre Bureau exécutif constitué de 5 chefs d'entreprises, les membres du CA, les présidents des Commissions technique, environnement, communication, internationale, achats, les animateurs de GT et tous les experts détachés par les entreprises adhérentes.

## En 2020, quelle sont les tendances du marché de la restauration et leurs conséquences pour l'univers que vous représentez ?

Côté industrie, les chiffres issus de notre outil statistique montrent que sur les neuf premiers mois de 2019, notre marché a connu une croissance modérée avec un chiffre d'affaires global à +2 % même si ce résultat a vu un décrochage de l'export (ndlr : -6 %). Du côté de la restauration\*, il y a aussi une croissance, plus lente qu'en 2017, mais les changements sociodémographiques sont favorables à la restauration hors domicile : l'urbanisation, le vieillissement

de la population avec des seniors en bonne santé, en quête d'expériences et à fort pouvoir d'achat, les monofoyers qui sont de grands consommateurs de RHD, les millénials qui dictent de nouvelles tendances... Les opportunités sont là et notre marché doit les saisir. Nous sommes convaincus qu'il y a un réel potentiel de croissance pour la France avec de plus en plus de repas pris hors du domicile. Les cuisines évoluent et sont différentes de celles que nous installons hier. Aujourd'hui, elles sont plus compactes, plus ergonomiques, plus polyvalentes, abritent des équipements plus performants qui favorisent des services rapides. L'essor de la livraison de repas au domicile n'est pas un danger puisqu'il faut toujours des cuisines pour fabriquer ces repas qui arrivent à la maison. Que ce soient des cuisines partagées, des Dark Kitchen, des zones d'assemblage, de la GMS... nous sommes toujours concernés par ces nouveaux concepts pour lesquels nous devons être capables de répondre avec des produits adaptés.

## Alors aucune zone d'ombre à l'horizon ?

Si ! Je vois deux points qui peuvent souffler un vent contraire : le manque de personnel en restauration qui impacte directement le

développement de l'activité et l'inflation réglementaire génératrice de coûts pour les exploitations mais aussi pour nos industries. Ce sont deux freins à la croissance des marchés et ils sont au centre des préoccupations des syndicats en général. Du côté de nos industries, elles doivent être aussi capables de capter la croissance et dans ce domaine je pense que le management interne de nos entreprises compte pour beaucoup. Et même certainement davantage que tous les facteurs exogènes. Il est toujours bon de rappeler qu'on ne fait pas que subir ou surfer sur la vague, on gère surtout des hommes, des équipes, des usines et on doit insuffler au quotidien l'envie de réussir, de progresser.

## Votre prédécesseur souhaitait accélérer la modernisation de votre organisation et renforcer sa représentativité... C'est toujours d'actualité ou avez-vous d'autres priorités ?

Jean-Michel Soto, mais aussi Pascal Marchand et notre regretté ami Pierre-Alain Augagneur avant lui ont effectivement œuvré dans ce sens car cela fait partie du rôle du président. J'en profite pour rappeler que le Syneg n'est pas un simple club de mise en relation professionnelle. C'est un syndicat adhérent de

la FIM dont il est administrateur, et c'est l'interlocuteur reconnu des Pouvoirs Publics pour représenter les industriels équipementiers de la restauration hors-domicile et de la blanchisserie. Cette action s'inscrit à l'intérieur d'une vraie filière où, comme je l'ai dit plus haut, on retrouve des utilisateurs, des installateurs et des bureaux d'études concepteurs de cuisines professionnelles. Tous ont des attentes spécifiques et légitimes. Les utilisateurs attendent des industriels du Syneg qu'ils leur fournissent des équipements performants répondant aux attentes techniques, économiques et sociéto-environnementales. Les installateurs attendent qu'ils leur donnent satisfaction en termes de performance, de maintenance, de durée de vie et de services. Quant

aux bureaux d'études concepteurs de cuisines professionnelles ils espèrent les équipements aux performances prévues à la conception du projet, au premier rang desquelles figure la fiabilité. Par ailleurs, les Pouvoirs Publics s'invitent très fortement dans notre profession : réduction et gestion des déchets, efficacité énergétique, retrait progressif des gaz réfrigérant les plus polluants, matériaux au contact alimentaire, réglementation du travail, etc. Nous intervenons et interviendrons systématiquement, de manière constructive mais volontariste, afin d'obtenir les informations indispensables au fonctionnement de nos entreprises, faire passer nos messages et le cas échéant agir sur la décision publique en relation avec nos partenaires de la filière et nos soutiens. Sur tous ces sujets, le support de la FIM est un réel atout. Enfin, je vois ce nouveau mandat aussi placé sous le signe du renforcement des coopérations entre acteurs de la filière sur des travaux communs. Il ne s'agit pas de « défendre » mais de promouvoir nos métiers, dans un contexte de difficultés de recrutement. Nombre

d'entreprises peinent davantage à trouver des talents que des clients, et pourtant il est impossible de satisfaire ces derniers sans les premiers.

## Vous êtes particulièrement sensible aux questions environnementales. Quels sont les dossiers qui vous préoccupent le plus dans ce domaine ?

Oui l'environnement est un sujet important qui me tient à cœur. Nous avons d'ailleurs déjà beaucoup fait au sein du Syneg, notamment en ce qui concerne la fin de vie des matériels. Là encore la réglementation est en train d'impacter le marché. Les obligations de tri des déchets modifient les configurations des salles à manger et des cuisines, l'interdiction de la vaisselle jetable pour les repas pris sur place en restauration rapide va ouvrir de nouveaux marchés à l'univers de la laverie et à son environnement. Le stockage, l'organisation des cuisines ou des offices évolueront certainement. Enfin, l'écoconception est un vrai sujet. Demain, il va falloir s'atteler à rendre nos équipements plus durables, plus réparables... À défaut, l'écotaxe pourrait devenir modulable et coûter très cher aux entreprises... Ce sont des dossiers qu'il faut suivre de près !

## Vous êtes un grand voyageur et avez développé l'export chez Tournus. Quels conseils pouvez-vous donner aux entreprises industrielles françaises qui souhaitent se lancer ou se renforcer dans ce domaine ?

J'ai été Président de la Commission Export du Syneg durant quelques années et à ce titre j'ai pu observer les entreprises qui réussissaient dans ce domaine et celles qui ne parvenaient pas à percer. Pour réussir à l'export, il faut y dédier des moyens, « payer » pour voir et comprendre. Ensuite, il faut que la Direction Générale s'implique et soutienne cet investissement qui implique des changements culturels pour l'entreprise.

## BIO EXPRESS...

Diplômé de l'Institut d'Études politiques de Grenoble, puis de l'Université de Boston où il a obtenu un Master, Pierre Marcel a débuté sa carrière aux États-Unis dans des fonctions d'appui marketing et commercial pour la filiale américaine à Washington d'une entreprise industrielle française. Rappelé en région parisienne, il rejoint la direction commerciale durant deux ans, en charge des projets commerciaux aux USA et en Asie du Sud Est. Il intègre ensuite un groupe industriel français en février 1996. Directeur commercial d'activité dans le secteur des équipements pour véhicules industriels, puis patron d'une filiale du groupe en région parisienne (FIT), Pierre Marcel a également vécu 4 ans en République tchèque lorsqu'il dirigeait une autre filiale de production et de commercialisation du groupe, spécialisée comme Tournus Équipement, dans la conception, la fabrication et la commercialisation de biens d'équipements métallurgiques en B2B. Il prend la direction de Tournus Équipement en 2008. En 2019, avec les cadres et près des deux tiers du personnel, associés au sein d'un fonds commun de placement d'entreprise (FCPE), il renforce l'indépendance financière de la société et réalisant un 3<sup>e</sup> LBO. L'équipe détient dorénavant 68 % de l'entreprise, contre un peu plus de 50 % précédemment. Cette opération a été réalisée avec le fonds d'investissement Andera Partners, la société financière Unigrains et Bpifrance qui était déjà actionnaire.

L'export ne souffre pas la sous-traitance. Enfin, il faut faire des salons professionnels à l'export. Le Syneg en soutient un grand nombre avec la création de pavillons français : Host à Milan, FHA à Singapour, Gulf Host à Dubaï, Internorga à Stuttgart etc. Il faut aussi profiter de la bonne image du Made in France. Ce sont tous ces ingrédients qui, mixés, vont contribuer à ouvrir l'export à une entreprise. Chez nos adhérents, la préparation mécanique est l'activité la plus exportatrice.

## Le Syneg continuera-t-il à soutenir EquipHotel et sa nouvelle édition qui se tiendra en novembre prochain ?

Oui bien sûr puisque nous faisons partie du Comité Stratégique de ce salon qui génère justement d'excellents contacts à l'international. Les organisateurs s'appuient sur l'image de marque du Syneg pour valoriser leur événement et de notre côté nous nous engageons à faire la promotion d'EquipHotel auprès de la filière.

Nous y organisons également les Trophées Valo Resto Pro avec notre partenaire Ecologic qui récompense les meilleures actions DEEE et DEA. Cela dit, ce partenariat privilégié ne nous empêche pas d'avoir des actions ponctuelles sur d'autres salons ou événements à partir du moment où elles sont menées dans l'intérêt de nos adhérents. Notre syndicat réunit suffisamment d'experts pour que nos interventions soient attendues et reconnues par l'ensemble de la profession. À ce titre j'interviendrais à Paris sur Cantina très prochainement au nom du Syneg, en binôme avec Gilles Castel, dirigeant du bureau d'études cuisine G'Sir (Voir page 11) et co-fondateur de Resto France Experts. ●

PROPOS RECUEILLIS PAR  
NELLY RIOUX

\* Pierre Marcel s'appuie sur l'étude NPD Group qui avait été présentée lors de la dernière AG du Syneg « Le marché de la RHD en 2018 et les perspectives 2019/2020... »