



CHRISTOPHE KETELS - BELGAI IMAGE

JEAN BAISIER, CEO DES TARTES DE FRANÇOISE

L'international pour 2019

Depuis sept ans, le spécialiste bruxellois des tartes multiplie les ouvertures de boutiques. Pas moins de 21 ateliers parsèment désormais la Belgique, permettant à l'entreprise de générer plus de 15 millions d'euros de chiffre d'affaires. Et en 2019, Les Tartes de Françoise devraient se lancer hors de nos frontières. CHRISTOPHE CHARLOT

La Belgique commence à ne plus tout à fait lui suffire: pour 2019, Jean Baisier vise l'international, avec un nouveau concept qu'il est en train de définir avec ses équipes. Il faut dire que la présence des Tartes de Françoise en Belgique s'est largement développée. A l'heure actuelle, l'entreprise compte pas moins de 21 ateliers répartis un peu partout: Bruxelles, La Hulpe, Wavre, Gerpennes, Alost, Anvers, Gand, etc. Pourtant ce quadrillage fait partie d'une stratégie relativement récente: ce n'est qu'en 2011 que la firme, fondée en 1994, a finalement ouvert au public une véritable «boutique». Et avant cela? Les Tartes de Françoise étaient essentiellement un producteur de tartes pour l'horeca et en particulier pour son plus gros client, Exki, dont elle accompagne la croissance depuis des années. La PME bruxelloise ne disposait, depuis 2003, que d'un «magasin d'usine» à Ixelles. Une sorte d'adresse de derrière les fagots que les Bruxellois se partageaient comme un bon plan gourmand. Un concept que la firme a répliqué un peu plus tard à Gand. Mais face à la demande croissante, et pour pallier le risque de ne dépendre que d'un secteur et d'un seul client, aussi gros soit-il, Les Tartes de Françoise se sont lancées, dès 2011, dans une stratégie de marque: imposer un nom à destination du grand public au travers de l'ouverture de points de vente avec une vraie visibilité.

Cette stratégie, Jean Baisier en est l'un des principaux artisans, aux côtés d'Olivier Laffut, le fondateur de l'entreprise qu'il a rejoint dès 2006. La petite PME du début a dès lors connu

une forte croissance. Et le petit atelier de production situé avenue de l'Hippodrome à Ixelles n'a plus suffi: la firme a installé sa production à Seneffe dans des bâtiments qui, aujourd'hui, atteignent 2.700 m² et d'où sortent tous les jours jusqu'à 4.500 tartes, sucrées et salées. Exki reste un partenaire et un client de choix pour Les Tartes de Françoise, mais l'enseigne ne représente plus qu'environ 30% de son chiffre d'affaires, qui atteignait 15,3 millions d'euros en 2017 (pour 246.000 euros de bénéfice), continuellement en croissance. En 2016, il n'était «que» de 14 millions d'euros. Cette année-là fut, par ailleurs, importante pour Jean Baisier. En effet, le *managing director* de Tartes de Françoise en est devenu copropriétaire à l'occasion d'un LMBO (*leveraged management buy-out*) organisé avec Ludovic Hernould, directeur financier et administratif de l'entreprise et, depuis, son nouvel associé. Une opération qui n'a pas freiné l'expansion de la firme:

«Nous allons encore faire des progrès pour que l'expérience de nos clients soit totalement parfaite.»

neuf boutiques ont été ouvertes dans les deux dernières années. Un défi relevé par Jean Baisier mais qui n'a rien d'évident: «Passer de fabricant à commerçant est un véritable défi de tous les jours, détaille le patron. Et nous allons encore faire des progrès pour que l'expérience de nos clients soit totalement parfaite».

A présent, Les Tartes de Françoise emploient 250 personnes (165 équivalents temps plein) et continuent de nourrir volontairement une véritable diversité culturelle au sein de son personnel de production: à l'atelier de Seneffe se côtoient ainsi de nombreuses nationalités. Les Tartes de Françoise accordent également une grande importance à la durabilité de leur approche: énergie verte et recyclage sont au cœur des processus de fabrication. ©

Pourquoi le jury l'a choisi

La société a connu ces dernières années une forte croissance, notamment grâce à l'ouverture de nombreuses boutiques, tout en restant rentable. La PME est en train de réussir une transformation importante: passer de producteur à commerçant.

Le fait marquant de 2018

«Avoir retrouvé de la croissance à mètres carrés constants, après de nombreuses ouvertures d'ateliers en Belgique et après les crises des œufs et du beurre qui ont pesé sur la rentabilité l'année dernière.»

La réalisation dont il est le plus fier

«Je suis particulièrement fier du fait que les clients constatent à chaque fois que les tartes sont encore artisanales bien que préparées en grande quantité. C'est un énorme challenge d'arriver à un tel résultat.»

Le défi qui l'attend en 2019

«Notre défi réside dans la transformation vers le commerce. Avec la mise en place, ces dernières années, d'un réseau de 21 boutiques, nous passons de fabricant à commerçant. Cela ne s'improvise pas et nécessite de vrais apprentissages pour proposer une expérience unique aux clients.»

Un bon Manager de l'Année, selon lui

«Il doit inspirer l'ensemble des collègues et insuffler la direction vers laquelle va l'entreprise. Idéalement, il faut que la boutique tourne quand le manager n'est pas là, mais les collaborateurs doivent être contents quand il revient.»