



Les Anis de Flavigny se dégustent jusqu'en Chine

Dirigée depuis 1999 par Catherine Troubat, Anis de Flavigny est l'une des rares entreprises françaises de confiserie encore indépendante. Face à de grands groupes industriels, cette fabrique familiale bourguignonne, non loin d'Alésia, qui a connu une hausse de 133% son chiffre d'affaires entre 1999 et 2011, garde toute sa tradition et reste l'un des plus beaux fleurons du patrimoine français à l'étranger puisque 30% des 3,5 millions d'euros du chiffre d'affaires proviennent de l'export.

Les Anis de Flavigny ne sont pas vendus en GMS. Pourquoi ?

Nous distribuons les Anis



Catherine Troubat, P-DG de la confiserie Anis de Flavigny

dans les jardinerias, les magasins bio, les épiceries fines, les aéroports, les stations services d'autoroute.

Nous ne vendons pas en hyper et super sauf dans notre région la Bourgogne. Nous "mettons nos œufs dans différents paniers", comme le dit si bien l'expression, en diversifiant au maximum nos distributeurs pour éviter que l'un d'eux représente un poids trop important dans l'équilibre financier de l'entreprise. Or, si nous vendions dans les hypers et supers au niveau national, les petits points de vente hésiteraient à distribuer notre bonbon.

Vous êtes présents dans les aéroports, les tabacs... Comment s'impose-t-on dans ces lieux inhabituels ? Grâce à la qualité de notre produit. Notre bonbon plaît, alors les responsables des boutiques d'aéroports, de jardinerias, des bureaux de

tabacs sont heureux de le proposer. Nous sommes allés voir les acheteurs, leur avons fait goûter les Anis et avons



travaillé ensemble...

Depuis 6 ans, vous avez fait preuve d'une volonté de vous développer à l'export. Pourquoi ?

L'export a toujours été une opportunité pour nous.

L'entreprise exportait déjà il y a deux siècles. Pour développer nos ventes à l'international, j'ai embauché en 2006 une responsable export, puis une assistante et un commercial. Pas question d'attendre que les distributeurs étrangers nous sollicitent. Aujourd'hui, nous participons aux principaux salons internationaux (Candy Show, Foodex, Sial en Chine, ISM à Cologne...).

Chaque manifestation est minutieusement préparée. Les magasins sont visités, des rendez-vous sont programmés avec les distributeurs potentiels. C'est ce travail rigoureux et préalable qui permet de rentabiliser au mieux les salons, d'optimiser les contacts. Aujourd'hui, l'équipe commerciale se compose de 11 commerciaux, contre 1 en 2006.