

Le service doit être au cœur de tous les métiers

Pour Bénédicte Compère, à la tête de Metos France depuis près de dix ans, l'exigence de réactivité ne doit pas occulter les services qui permettent de faire la différence





Bénédicte Compère, en compagnie de l'équipe technico-commerciale de Metos France

« Les chaînes tout comme les indépendants s'adaptent au quotidien. Ils répondent au besoin de manger vite, sain, pas cher, à proximité de son lieu de travail »

Le *SelfCooking Centre* de Metos est parfaitement équipé pour la production sous vide. Il permet de cuire durant la nuit et de réchauffer au four les plats préparés



Ce qui est frappant, aujourd'hui, c'est l'énorme développement de la restauration rapide. Depuis cinq à six ans, on assiste à une recrudescence de petits concepts autour de la sandwicherie, des sushis, de la pizza et du burger. Les chaînes, tout comme les indépendants, s'adaptent au quotidien. Ils répondent au besoin de manger vite, sain, pas cher, à proximité de son lieu de travail. La clientèle ne passe plus que très rarement deux heures à table. Les menus se restreignent souvent à une entrée et un plat. voire un plat principal et un café. L'évolution des comportements et de la consommation se ressent jusque dans la restauration collective où apparaissent de micro-concepts de cuisine centrale, qui deviennent concurrents de la restauration d'entreprise. L'un des challenges de la profession consistera donc à visualiser et **appréhender rapidement l'évolution d'un marché** de la restauration, de plus en plus centralisé.

Si la restauration commerciale continuera de se maintenir dans les zones touristiques, la restauration collective, elle, cherchera à être moins industrialisée. Elle va certainement miser sur plus de bio, plus de productions locales, mais aussi sur du matériel permettant de traiter des produits nobles sans les brusquer. Tout cela avec des processus de fabrication de plus en plus rapides. C'est une tendance appelée à se développer. On l'a d'ailleurs constaté ces dernières années, avec l'introduction et l'omniprésence grandissantes des nouvelles technologies dans la cuisson, le froid ou la laverie.

Être réactif

Je me souviens de mon arrivée dans la profession en 2001 comme ingénieure Laverie pour Metos France. J'étais l'interlocutrice entre l'usine scandinave et le marché français. À l'époque, c'était le début de la communication par courriel. Certaines sociétés avaient du mal à l'utiliser. Aujourd'hui, on ne peut plus s'en passer. Résultat : on veut tout, tout de suite. C'est pareil dans la restauration. Avec certains appareils, il est désormais possible de prendre la main sur les équipements, d'avoir les messages d'erreurs dans nos bureaux, de faire du dépannage en direct avec l'installateur. On peut transmettre des programmes de cuisson par le web. Le client les récupère, les télécharge sur une clé USB pour les intégrer dans la programmation de sa marmite. Cela permet de réduire le temps de réaction sur une demande bien précise et d'**être plus proche de ses**

Le *SelfCooking Centre* de Metos dispose de processus de cuisson entièrement automatisés. Jusqu'à 30 % de productivité en plus avec un résultat de cuisson garanti et des coûts réduits !

MA PORTE EST TOUJOURS OUVERTE

Elles ne sont qu'une poignée à diriger des entreprises spécialisées dans la fabrication d'équipements de cuisine en France. Un univers longtemps occupé par la seule gent masculine où la jeune quadra s'épanouit avec énergie. « Les femmes apportent un autre point de vue. Cela peut parfois désorienter certains interlocuteurs, mais j'y vois plutôt un avantage; on se souvient de vous », observe Bénédicte Compère, directrice générale de Métos France, à Champs-sur-Marne. « Aujourd'hui, la différence homme/femme s'estompe et s'équilibre. Les congés maternité seront toujours le propre de la femme, mais à part ça, les tâches quotidiennes, en tous cas chez nous, s'équilibrent parfaitement avec mon mari », explique Bénédicte Compère, mère de deux enfants en bas-âge. « Après, comme partout, il faut être compétent. Dans l'entreprise, la porte de mon bureau est toujours ouverte. Peut-être parce que les femmes ont plus besoin de dialoguer », dit-elle, en se reconnaissant **un goût particulier pour "la gestion de l'humain"**. Cet aspect est presque devenue une culture d'entreprise où chacun se sent concerné et s'implique. « Nous sommes une équipe majoritairement masculine. **Chacun est libre de s'exprimer.** Je suis en constante communication avec eux. Ils savent ce que je pense, où l'on veut aller et savent très bien se positionner. Ils proposent des idées, on discute, on aménage et on trouve des solutions ».

« Les femmes apportent un autre point de vue, je le vois comme un avantage »

Entrée dans l'entreprise en 2001 comme chef de produit après plusieurs années d'expériences aux USA et en Asie, elle accompagne le lancement de la gamme laverie de Metos France sur le marché français. « L'avantage d'arriver au démarrage d'une petite structure, c'est que des défis sont à relever et que l'on fait partie intégrante du développement de l'entreprise », reconnaît Bénédicte Compère. De fait, rapidement, elle occupe les fonctions de directrice marketing puis de directrice commerciale avant de prendre la direction générale en 2006. Aujourd'hui, le marché de la laverie représente 60 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. Une petite fierté ! Mais pour Bénédicte Compère, dont la vision à 360° lui a sans aucun doute permis d'affirmer la notoriété de Metos sur le marché français, l'ambition est ailleurs. « D'abord, je dois atteindre mes objectifs. C'est-à-dire doubler le chiffre d'affaires de Metos France, d'ici deux à trois ans, et prendre des parts de marché », affirme la ceinture de noire de judo, récemment remontée sur les tatamis. Prête au combat.



Bénédicte Compère,
directrice générale
de Métos France

clients tout en étant géographiquement éloigné. Le challenge, c'est d'être réactif. On se doit de l'être dans l'action commerciale, dans la mise en place des projets et dans les processus de décision, en maintenant une souplesse dans l'activité. C'est l'une des forces des entreprises, comme Metos France, qui grâce à leur petite structure **interviennent rapidement**. Ensuite, les usines doivent s'adapter pour garantir des délais de fabrication relativement rapides en adéquation avec les attentes du marché.

L'effet pervers des nouvelles technologies

La compétitivité nous impose, à nous industriels, de nous organiser pour réduire ces délais. Paradoxalement, les processus de décisions deviennent extrêmement longs. Les précautions s'accumulent, les paramètres se multiplient pendant trois, quatre, six mois. Et une fois la commande passée, les équipements devraient être livrés tout de suite. Aussi rapidement que l'on envoie un courriel ! Par conséquent, **l'organisation industrielle devient cruciale pour être compétitif**.

Une de mes grandes surprises dans ce métier, c'est cette difficulté à considérer les problématiques dans leur ensemble. On peut vouloir le beurre et l'argent du beurre. Mais à un moment donné, la réalité (souvent budgétaire) nous rattrape. Certains doivent apprendre à choisir entre plus de sophistication (de technologies) et plus de capacité. Pour un gestionnaire qui, par essence, n'est pas l'utilisateur, une marmite, c'est une marmite. Dans les mains de l'utilisateur, c'est autre chose ! La contrainte est souvent de trouver un compromis entre l'utilisateur et le gestionnaire, entre le financier et l'utilisateur. **L'idéal, c'est quand tous les acteurs font partie du processus de décision**. Cette quête d'économies, au niveau du personnel, de l'espace, de l'eau et de l'énergie, nous amène à développer des équipements de plus en plus multifonction, ergonomiques, au fonctionnement simplifié permettant ainsi d'être utilisés par tous.

Relation commerciale et service

On le sait, la profession doit faire face à différents défis comme la mise en place de la démarche DEEE qui doit **permettre d'assurer le recyclage des équipements en fin de vie**. La mise en place du dispositif Valo Resto Pro, créé à l'initiative du Syneq (Syndicat national de l'équipement des grandes cuisines) et géré par l'éco organisme Ecologic, répond à ce défi.



Les marmites Metos sont dotées de programmes adaptés à tous types de recettes. Elles sont idéales aussi pour la production en liaison froide

Les lave-vaisselles WD Metos sont dotés d'une technologie qui favorise les économies d'énergie, d'eau et de produits détergents



Il propose aux fabricants, installateurs et utilisateurs de la filière « cuisine professionnelle et métiers de bouche », une solution de collecte et de recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques. Ce label collectif montre à la fois l'engagement de toute la filière en faveur de la préservation de l'environnement et la conformité des acteurs au regard de la réglementation. Un autre défi est le développement de la notion de service dans nos activités de vente et de service après-vente (SAV). Relativement facile à évaluer dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, elle peut sembler plus abstraite dans nos domaines. Dans nos entreprises, la relation commerciale ne s'arrête pas à la commande. En général, c'est à ce moment-là que la différence se fait et que tout commence.

« Cette quête d'économies nous amène à développer des équipements de plus en plus multifonction, ergonomiques, au fonctionnement simplifié, permettant ainsi d'être utilisés par tous »

Que ce soit en ce qui concerne la rapidité du retour de la confirmation de commande, l'accompagnement technique préalable à l'installation, la livraison en temps et en heure, la formation des techniciens ou des utilisateurs, au moment de la mise en route d'un équipement. Il en va de même avec le SAV où le service est au cœur de cette activité (hotline et pièces détachées disponibles, livraison en moins de 24 heures...). L'accompagnement des partenaires et le service qu'on leur apporte, à tous les niveaux d'un projet, nous permet de garantir aux utilisateurs la pérennité de nos matériels.

Dans dix ans, c'est sûr, **les machines seront de plus en plus connectées**. Je pense que chacun va garder sa place et vraiment se recentrer sur son cœur de métier. Il est important que fabricants et installateurs ne confondent pas leur rôle pour éviter de se faire concurrence. À eux de développer des services spécifiques qu'ils seront les seuls à pouvoir proposer pour se différencier. Et à nous de les accompagner dans ce rôle en mettant l'accent sur la formation. Pour tout le monde le but et la satisfaction est d'avoir des clients et des utilisateurs heureux !

www.metos.com

