

et tous les services sur place, à Rungis. Nous avons créé un système de précommandes, de vente à distance et de livraison avec un coût de 0,40 euro par kilo. Le challenge consiste à se faire connaître des grands comptes, des restaurateurs et de la clientèle de détaillants traditionnels, comme les bouchers, les charcutiers et les traiteurs. Nous avons développé l'offre vers la restauration et l'export. Nous communiquons à travers notre magazine, « Entre Pros », et sur notre site Internet.

Pourquoi avoir choisi « Entre pros, on se comprend ! » pour leitmotiv ?

En région parisienne, les contraintes principales de nos clients sont liées aux problèmes de temps et de circulation. Il faut leur faire gagner du temps en regroupant les produits. C'est pour cela que nous avons décidé d'ouvrir le magasin 24 heures sur 24, du lundi, 4 heures, au samedi, 9 h 30. Nous livrons

six jours sur sept. Nous arrivons, en préparant leurs commandes, à faire gagner un temps précieux à nos clients. Avec notre service Allo Commande – par téléphone, fax ou e-mail –, ils n'ont même plus à se déplacer.

Quels sont vos services extras ?

Chez Le Delas, presque tout est possible ! Notre concept de distributeur transversal, de multicash de qualité, est unique à Rungis. Nous avons un positionnement de distributeur global sur le plus grand marché alimentaire du monde. Nous avons recruté un chef conseil, qui peut présenter les nouveaux produits dans un atelier-cuisine et répondre aux questions des clients. Parmi nos services très appréciés, nous faisons, sur place, la découpe du poisson et de la viande. Les produits peuvent même être vendus à l'unité ou en petites quantités. Ce service permet à nos clients d'éviter les pertes, ce qui nous différencie des



Cidéus, Antoine Boucaumont, P.D.G. du Delas

Sont vendus chaque semaine CHEZ LE DELAS

- 60 tonnes de charcuterie
- 20 tonnes de produits élaborés
- 20 tonnes de produits congelés
- 30 tonnes de produits secs et conserves
- 10 tonnes de corps gras
- 6 tonnes de pâtisserie

pavillons de viande ou de poisson, où ils achètent généralement des lots.

Comment sélectionnez-vous les produits ?

Notre objectif étant de devenir la référence de l'approvisionnement des métiers de bouche, c'est la qualité des produits qui prime. Dès 7 heures du matin, la direction goûte les produits arrivés la veille. Nous vérifions la fiabilité des fournisseurs et la traçabilité ; le prix n'est abordé qu'en fin de discussion. Ce dernier est, bien sûr, important, mais c'est de la qualité du produit et de la solidité de l'entreprise dont nous tenons compte pour notre sélection. Très souvent, ce sont les producteurs eux-mêmes qui s'adressent à nous.



Quelle est la force de l'offre du Delas ?

Le Delas offre un service qui, jusqu'à présent, n'existait pas à Rungis. Nous avons adopté une stratégie de différenciation qualitative des produits, car nous voulons faire mieux que les géants du secteur. C'est une stratégie de PME. Le Delas est aussi client des grossistes de Rungis, et notre service, différent, attire de nouveaux clients. Nous avons ciblé la restauration rapide, le snacking. Nous proposons la collection la plus large pour le snacking chic : eaux du monde, barres de céréales Eat Natural, smoothies, yaourts artisanaux... Nous vendons tous les antipasti, des ingrédients pour faire les salades, des sandwichs de qualité,