

12 décembre 2012

<http://entrepreneur.lesechos.fr/entreprise/developpement/actualites/ernest-le-glacier-de-la-glace-au-tripporteur-une-success-story-aux-multiples-saveurs-10024379.php>

## Ernest Le Glacier : de la glace au triporteur, une success-story aux multiples saveurs



**Lancé en 1999, Ernest Le Glacier est un vrai succès qui démontre que l'artisanat et la famille donnent naissance à de belles entreprises. Innovant sans cesse, cette PME vient d'ailleurs de recevoir deux prix « Stars & Métiers ». A découvrir en vidéo !**

Prix de la Dynamique commerciale et prix « Coup de cœur des jeunes » : à la soirée Stars & Métiers, la star, c'était un duo, les frères Babin, créateurs d'Ernest Le Glacier.

### Stars & Métiers : 8 entreprises artisanales sur le podium

Les Prix Stars & Métiers récompensent chaque année des entreprises artisanales au parcours exemplaire. Cette année, Banques Populaires et les Chambres de métiers et de l'artisanat ont récompensé huit entreprises artisanales, en présence de Sylvia Pinel, ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme.

Prix Stratégie Globale d'Innovation Olivier Bidaux (MABI, 90) et Stéphane Abed (POLY-SHAPE, 91)

Prix Dynamique de Gestion des Ressources Humaines Victor Debil-Caux (I.E.G.C., 60) et Sébastien Mariojouis (MARIOJOULS CARROSSERIE, 81)

Prix Innovation technologique Régis Cazin (ACTIVE AUDIO, 44) et Jean-Pierre Yvon (LE VERITABLE CHERBOURG, 50)

Prix Dynamique Commerciale Yves Charles (ATELIER PERCEVAL, 63) et Nicolas & Freddy Babin (ERNEST LE GLACIER, 17)

Pourtant, au début, rien ne prédestinait les deux frères à connaître un tel parcours. En 1999, Nicolas, glacier de formation, apprend que ses employeurs mettent en vente leur activité basée à La Rochelle. Freddy, de son côté, est issu du milieu de la communication, secteur où il gère plusieurs agences. « Avec Nicolas, nous avons décidé de racheter l'affaire de glacier, se souvient Freddy. Nous l'avons baptisé Ernest Le Glacier, en hommage à notre grand-père. Nos parents nous ont aidé, et j'ai rejoint mon frère à temps plein en 2006. Nicolas s'est lancé dans un local de 15 m<sup>2</sup>, avec un [chiffre d'affaires](#) de 180 000 euros la première année. » Aujourd'hui, Ernest Le Glacier a bien grandi, avec un chiffre d'affaires de 1,3 million d'euros, 5 points de vente à La Rochelle et 4 laboratoires de production.

Une des particularités de l'activité tient en sa très forte saisonnalité. De fait, l'équipe passe de 3 à 45 personnes selon l'époque de l'année, ce qui implique une gestion de la masse salariale particulière. « Ce qui est capital pour nous, c'est la fidélisation de nos salariés, explique Freddy Babin. Nous travaillons donc beaucoup sur la responsabilisation, le travail d'équipe. »

### **Les recettes du succès ? Tradition et innovation**

Le leitmotiv d'Ernest Le Glacier ? « Le fait maison !, lance Freddy. Nous réalisons même nos cornets. Et nos matières premières viennent de coopératives locales. » Mais au-delà de cet aspect « traditionnel », les deux frères renouvèlent sans cesse leur métier. « Notre activité, c'est la glace sous toutes ses formes. Nous proposons en permanence 70 parfums sur notre carte, qui sont produits chaque jour dans nos laboratoires. En parallèle, nous sortons 10 nouveaux parfums par an. L'hiver, c'est l'époque de la R&D ! Nous travaillons sur les parfums, mais aussi sur les pots, les modes de consommation innovants. » Ernest Le Glacier propose ainsi des pots géants que les familles dévorent sur le port de La Rochelle tout autant que des verrines glacées adaptées aux dîners chics.

L'entreprise est aussi à l'origine d'une innovation qui peut paraître plus anodine aux profanes des délices glacés mais qui relève pourtant d'un sacré tour de force : la renaissance du bâtonnet glacé. « Le monde artisanal ne proposait plus de bâtonnets, qui étaient laissés aux industriels, souligne Freddy Babin. Nous avons imaginé une machine sur-mesure pour permettre de sortir des bâtonnets artisanaux. » Un succès puisque la première année, en 2010, l'entreprise en vendra 15 000 !



Crédits photo : François Marechal -APCMA/BP

### **Un triporteur pour renouveler le business model**

Ce produit a même valu à l'entreprise la conquête d'un nouveau marché, celui de l'événementiel. « Ces bâtonnets sont artisanaux mais présentent l'avantage d'être déjà prêts, et donc adaptés à la consommation lors d'événements. » Mais là encore, les deux frères mettent leurs neurones en ébullition : comment proposer ces bâtonnets dans des lieux pas forcément adaptés ? Les deux frères se lancent alors dans la conception d'un véhicule électrique spécifique, avec le soutien de la chambre des métiers, de designers, de spécialistes de la chaîne du froid. Un an de travail sera nécessaire et donnera naissance à des triporteurs qui ne passent pas inaperçus !

Pour financer ces démarches, l'entreprise familiale procède beaucoup par réinvestissement, à hauteur d'environ 20 % du chiffre d'affaires tous les ans mais bénéficie également d'aides pour le volet développement technologique (de la région Poitou-Charentes, programme Excellence Design, etc.). « Dans notre activité, l'emplacement est capital, convient Freddy Babin. Mais un emplacement n°1 coûte cher. Par exemple, notre dernier point de vente nous a coûté de l'ordre d'un million d'euros. Le triporteur est un axe de développement et de diversification intéressant de ce point de vue. Cette démarche, qui sera lancée en 2013 à La Rochelle avant peut-être d'autres marchés, nous permet aussi de renouveler notre business model en allant chercher des consommateurs hors boutique, avec une nouvelle approche commerciale. »

De l'innovation produit mixée à de l'innovation de process et de services : la glace en voit décidément de toutes les couleurs avec les frères Babin !

Découvrir l'entreprise en vidéo sur le terrain



Valérie Talmon