

ENTREPRISES

Démosthène en connaît un rayon

Commerce. Dirigeant de ce spécialiste dijonnais de la promotion des ventes en grandes surfaces connu dans toute la France, Jérôme Deliry a créé deux autres sociétés dont Logarithme, qui fait le pari de la logistique en milieu rural. Rencontre.

Comme chaque année, la rentrée de septembre est une période de forte activité pour Démosthène. Pour cause de « foires aux vins ». Il faut dire que ce spécialiste de l'animation commerciale et de la promotion des ventes dans les grandes surfaces réalise 30 % de son chiffre d'affaires annuel (3 millions d'euros) dans les rayons vins des super et des hypermarchés. Sur le seul mois de septembre, la société dijonnaise emploie 300 conseillers en vin et assure 2.500 journées d'animation dans toute la France, dans des enseignes comme Auchan ou Carrefour en passant par Leclerc ou Intermarché. « Le rôle des animateurs consiste à identifier le niveau de connaissance du client, son budget et ses goûts, pour lui proposer des vins adaptés, explique Jérôme Deliry, directeur général de Démosthène. C'est parce que le client sera satisfait de ses achats à la foire aux vins qu'il reviendra faire ses courses dans le magasin. Il est de notre intérêt, et de celui de notre client, de ne pas le décevoir ». Au-delà des foires aux vins, Démosthène emploie à l'année une quarantaine de personnes dans les rayons vins des grandes surfaces, qui assurent 200 jours d'animation et de dégustation par an.



Animation commerciale dans un hypermarché. Démosthène, qui gère 25.000 journées d'animation par an, est l'un des leaders français de la discipline.

UN FICHER DE 2.500 ANIMATEURS

Mais l'animation dans les rayons n'est pas la seule compétence de Démosthène. L'entreprise met également à la disposition des marques des équipes commerciales « supplémentaires ». Exemple récent : ses commerciaux sont récemment intervenus pour doper les ventes de Menzana Verde dans les cafés et les restaurants de la région lyonnaise pour le compte du cassissier nauton Védrenne. Enfin, Démosthène a fait ses preuves dans la logistique PLV (promotion sur le lieu de vente). « Nous sommes le bras armé des gran-

des marques qui souhaitent réaliser des opérations commerciales en B to B ou en B to C », indique Jérôme Deliry. Pour ce faire, Démosthène, fort de 18 salariés à son siège de la rue Berlioz, gère un fichier de 2.500 animateurs basés dans toutes les régions, certains d'entre eux étant spécialisés dans les fruits et légumes, les produits frais, l'alimentation des animaux ou l'électroménager. Chaque année, l'entreprise gère 25.000 journées d'animation, pour le compte de groupes internationaux (Unilever, Nestlé, Nike, Royal Canin) ou d'entreprises de la région (Boisset, Laboratoires Vendôme, Seb).

L'entreprise, créée en 1995, est devenue l'une des principales agences françaises de sa discipline (et la seule importante basée hors de l'Île-de-France). Mais Jérôme Deliry est allé plus loin. Il a créé en 2000 la société Logarithme (lire ci-dessous), misant au passage sur le développement économique en zone rurale. Et tout récemment, il a fondé ENO, « l'académie du vin ». « L'idée est partie de la demande récurrente des grandes surfaces, qui souhaitent une formation pour leurs chefs de rayons vins, raconte Jérôme Deliry. Nous avons développé le concept pour d'au-

tes entreprises, qui souhaitent par exemple former leurs cadres export, et au grand public désireux de s'initier simplement au vin. « L'offre sur le marché, qui se résume aux formations universitaires, est en général trop pointue, indique Jérôme Deliry. Nous proposons une première approche à nos clients, qui peuvent ensuite éventuellement approfondir leurs connaissances, par exemple à l'École des vins de Bourgogne ». C'est l'une de ses anciennes salariées de Démosthène, Sylvia Rossignol, qui est son associée à ENO et qui dirige cette nouvelle société, déjà présente à Dijon et à Besançon et destinée à

devenir un réseau de franchisés dans les 30 plus grandes villes françaises. « Il me paraît essentiel de favoriser et d'accompagner les créateurs d'entreprises. On ne peut pas mettre en avant sans cesse l'entrepreneuriat et ne pas l'encourager concrètement, sur le terrain, quand des gens sont prêts à s'engager, à oser », lance Jérôme Deliry. On ne sera donc pas surpris d'apprendre que cet heureux en affaires de 34 ans, chalonnais d'origine et ancien de l'École supérieure de commerce de Dijon, est adhérent de l'association Bourgogne Entreprendre.

PATRICE BOUILLOT