



DÉVELOPPEMENT

Eno mitonne ses planchas dans son usine de Niort

MADE IN FRANCE Spécialisée depuis plus de cent ans dans la fabrication d'instruments de cuisson, Eno produit des planchas mais aussi des appareils pour bateaux.

PAR VIRGINIE DE KERAUTEM

« **L**orsqu'on a racheté Eno en 2003, on n'avait jamais entendu parlé de planchas », raconte Laurent Colas, son directeur général. Pour des raisons de certification, Eno était alors le seul fabricant français de ce type d'appareil mais pour des marques basques. Jusqu'à ce que Laurent Colas et son associé, Antoine Thomas, décident de lancer leurs propres modèles sous la marque Eno. Des planchas fabriquées dans les 10 000 m² de l'usine historique de l'entreprise implantée à Niort (Deux-Sèvres) en 1915. Celle-ci est dotée de l'un des dix derniers ateliers français d'émaillerie et ses deux fours montent à 800 °C pour faire fondre le verre, créer l'émail et le vitrifier sur la fonte. Fonte dont sont constituées les planchas Eno, « exactement comme les cocottes Le Creuset, mais plus plates et sans couvercle », précise Laurent Colas. « Ce matériau est très apprécié des cuisiniers car il permet de

caraméliser très légèrement les aliments. »

Près de 15 ans plus tard, les deux dirigeants réalisent 65 % de leurs ventes grâce aux planchas pour un chiffre d'affaires total de 12 M€. Eno exporte pour 3 M€ mais souhaite monter en puissance, surtout aux Etats-Unis. « Nous voulons les convaincre qu'il est plus sain de cuisiner sur une plaque qu'à la flamme », insiste Laurent Colas. Si les planchas Eno s'installent dans les jardins des Américains, les volumes produits pourraient sensiblement changer d'échelle et passer de 30 000 pièces par an à 100 000.

UNE PRODUCTION HAUT DE GAMME

Pour l'heure, la production répond au savoir-faire manuel très ancien des 70 ouvriers de l'usine. Leurs pièces sont estampillées « Origine France Garantie », ce qui implique que 50 à 100 % du prix de revient sont acquis en France et que le produit est transformé dans l'Hexagone. « Je me suis précipité sur ce label quand il a été créé, en 2010. C'est fondamental pour expliquer au consommateur que nos produits coûtent cher », insiste le chef



DR

d'entreprise, attaché à cette fabrication française qui le « condamne à proposer du haut de gamme ». La quinzaine de modèles différents de planchas de la marque se vend en effet entre 350 à 900 €, « deux à trois fois plus cher qu'une entreprise française fabriquant en Chine ». « On surfe sur ce mouvement très positif de consommer français », se réjouit Laurent Colas. Les clients les trouvent chez Darty, Truffaut, Jardiland ou Leroy Merlin.

Mais l'activité historique d'Eno initiée par son fondateur

Dans les Deux-Sèvres, l'usine Eno met en valeur le savoir-faire manuel très ancien de ses 70 ouvriers.

Arthur Haineaux et conservée par ses multiples successeurs, ce sont les instruments de cuisson pour les bateaux de plaisance. « Quand on a racheté l'entreprise, cela assurait 70 % du chiffre d'affaires. On a déchanté avec la crise en 2007, les ventes se sont effondrées de 60 % », raconte Laurent Colas. « On remonte la pente sur ce segment, aujourd'hui, mais cette activité ne pèse plus que 30 % des ventes ». Eno a su garder son monopole sur l'équipement des voiliers français et tente de s'imposer à l'étranger.