

## **Bérengère Lombart : « Notre philosophie : se réinventer perpétuellement pour plaire et surprendre »**

*Créée en 1931, Grays, alors connue sous le nom de Mauritius O.K. Distillery, démarre ses activités avec la distribution et la production d'alcool. C'est dans les années 1980 que la compagnie décide de se diversifier pour mieux répondre aux envies des Mauriciens. Une nouvelle aventure soldée par un beau succès, avec notamment le segment alimentaire de Grays qui s'étoffe chaque année un peu plus. Le point avec Bérengère Lombart, Brand Manager Food.*

### **Cela fait maintenant une quarantaine d'années que Grays s'est lancée dans la distribution alimentaire. D'où vient cette motivation de diversifier son catalogue ?**

L'année 2021 marque les 90 ans d'activité de Grays. Cette longévité est une démonstration de sa solidité, qui nous prouve aussi que Grays a su, à travers les années, s'adapter à un environnement mouvant et proposer des offres toujours plus innovantes. Pour nous, l'alimentaire était une évidence : nous sommes une entreprise de distribution et la diversification fait partie des vecteurs de croissance. Cela constitue même l'un des axes majeurs de notre philosophie : se réinventer perpétuellement pour proposer des produits qui ne cesseront de plaire aux Mauriciens et de les surprendre.

### **Comment sélectionnez-vous vos produits ?**

Les segments de marché que nous explorons correspondent aux tendances de consommation. Ne nous y trompons pas : l'île Maurice présente beaucoup de similitudes avec d'autres marchés à l'international. Mais elle reste tout de même unique. C'est un marché captif et assez avant-gardiste. Pour dénicher les marques et produits que les Mauriciens adopteront, il faut évidemment s'appuyer sur des études de marché, mais surtout aiguïser ses sens et faire confiance à son flair. La conviction fait le reste. Aujourd'hui, grâce à sa renommée et à la bonne réputation de ses produits, Grays a sans doute l'une des plus puissantes forces de frappe en matière de distribution. Nos partenaires nous font confiance et les consommateurs aussi.

### **Quelques exemples de produits phares ?**

Nous proposons par exemple aux Mauriciens et professionnels une large gamme de café avec les marques L'Or et Jacobs. L'année 2021 a été riche en nouveautés : nous venons de lancer une toute nouvelle marque française de chips, Sibell. Le succès de cette marque tient en quatre points : la qualité des matières premières, la mise en avant de la Provence, la cuisson à l'huile de tournesol – la plus saine pour notre organisme –, le tout avec très peu de sel.

Nous travaillons d'arrache-pied pour trouver les meilleures marques pour les Mauriciens, celles qui allient qualité et prix compétitifs. Nous distribuons aussi les indétrônablement Mentos, Foster Clark's, ou encore Poult... Et bien d'autres projets sont en cours !

### **Quelle part la distribution alimentaire constitue-t-elle aujourd'hui chez Grays ?**

Aujourd'hui, le département Food est effectivement un segment stratégique de notre entreprise. Nous sommes une entreprise responsable et nous souhaitons apporter des produits plaisir dans le panier des Mauriciens. L'alimentaire répond en tous points à cette volonté. Les Mauriciens ne s'y trompent d'ailleurs pas : même si Grays reste d'abord connue pour ses alcools, nous commençons à avoir une réputation solide dans le secteur de la distribution alimentaire.

### **Des surprises pour la fin d'année et l'arrivée de 2022 ?**

Une surprise n'en est plus une lorsqu'elle est dévoilée ! Je peux tout de même vous annoncer l'arrivée imminente de notre Calendrier de l'Avent L'Or, qui sera disponible en édition limitée et en exclusivité dans nos magasins 20/Vin. Ces calendriers comportent 24 capsules, dont certaines inédites à Maurice. De quoi patienter jusqu'à Noël !

Nous attendons également l'arrivée de flocons d'avoine de la marque Foster Clark's pour compléter notre offre, ainsi que des nouveautés gourmandes du côté du café Jacobs. Nous recevrons enfin une nouvelle marque de chips, sud-africaine cette fois, qui arrivera sur le marché avant la fin de l'année et proposera des saveurs originales à des prix très intéressants.

Nous avons évidemment d'autres projets qui, je le pense, avanceront très vite début 2022 et j'espère avoir l'occasion de vous en parler bientôt !