

# Entretien



**Matthieu Kohlmeyer**  
Directeur Général du Groupe  
La Tourangelle et fondateur de  
la filiale américaine



« *La Tourangelle cultive son savoir-faire industriel et renforce son avantage compétitif* »



Quelle est l'actualité du groupe ?

Le Groupe La Tourangelle poursuit son développement porté par une transformation du marché des huiles : les consommateurs réduisent leur consommation et préfèrent des produits de qualité avec du goût et des avantages perçus pour la santé. Les usages évoluent également avec l'utilisation d'huiles premium comme produits de beauté. La marque La Tourangelle est en forte croissance dans de nombreux marchés en Europe, en Asie et en Amérique du Nord. Elle se développe également en entrant dans de nouvelles catégories (sauces, farines, cooking sprays, vinaigres, etc...). La Tourangelle est premium, animée par des valeurs fortes de qualité, naturalité et d'élégance. La Tourangelle cultive également son savoir-faire industriel et renforce son avantage compétitif en intégrant les filières et en maîtrisant la transformation des produits.

Pourquoi avoir choisi Unigrains comme partenaire stratégique et financier ?

Unigrains dispose d'une expertise unique dans le monde de l'agroalimentaire. C'est aussi le dynamisme de ses équipes et son ouverture au développement international qui en fait un partenaire de grande qualité. En tant qu'entreprise familiale, notre projet et notre vision est sur le long terme. En choisissant un groupe solide qui investit sur ses fonds propres, nous partageons une certaine vision de la performance.

Comment voyez-vous l'évolution du marché dans les années à venir ; quels défis à relever ?

Le monde de la distribution est en pleine révolution avec le développement très rapide des ventes en ligne. La notion de zone de chalandise et de client captif est remplacée par un monde où en un seul clic, n'importe où et quand, les consommateurs mettent en concurrence tous les distributeurs. Ces changements présentent à la fois de fabuleuses opportunités et formidables défis pour le secteur. Par ailleurs, le rôle des social media tend à accélérer la mutation des habitudes de consommation alimentaires. A l'instar du fast-retailing dans la mode, les consommateurs découvrent tous les jours des ingrédients nouveaux venus d'ailleurs et ses modes influent fortement nos nouveaux développements produits.

Que représente « l'international » pour La Tourangelle ?

La Tourangelle est distribuée sur tous les continents. L'international est au cœur de notre culture et un formidable moteur de développement.

