

Rencontre avec Maison Sales : Parlons frais, parlons vrai avec Jean et Olivier Sales

du « petit plus » des chefs étoilés,
le « petit-légume ! »

De cette rencontre nous sommes revenus avec, dans notre cartable, une surprise fleurie : un concombre lilliputien, 1,5 centimètres tout au plus, surmonté d'une grosse fleur aux pétales d'or. Etonnant, non ? D'emblée, tordons le cou à une idée reçue : ce n'est pas un bonsaï mais un bébé concombre, qui apparaît dès la cinquième semaine, sur la plante, dont la durée de vie est de vingt-deux semaines.

Lorsque vous le mettez en bouche, des notes iodées, douces-amères, du croquant, vous taquinent les papilles comme un tic-tac au goût intense de concombre. Les auteurs de cet extrait de raffinement potager se lovent dans un cadre unique à Perpignan, composé exclusivement de fermes horticoles, au nom prédestiné : les jardins Saint-Jacques.

Au détour d'un des chemins, Maison Sales, cliente de Perpignan Entreprises, abrite les dernières créations de la famille Sales. Des jardiniers de père en fils qui, depuis 10 générations, cultivent et commercialisent leurs légumes. Les rencontrer, c'est découvrir une saga familiale qui se transmet les secrets du vivant et enrichit son savoir-faire traditionnel de tours de main originaux et d'innovations technologiques. C'est partager l'enthousiasme créatif de Jean Sales, le père, l'attachement au terroir catalan d'Olivier Sales, le fils, mais aussi les nouvelles recherches sur le conditionnement entreprises par Tamara, la petite-fille, chargée de missions.

Rencontre avec « des amateurs de changements » comme ils aiment à se définir. Echanges avec des passionnés où le « parler frais » est de mise afin d'évoquer au mieux « ces Végétaux d'Art Culinaire » qui enchantent les plus grands chefs étoilés !



“ *Le paysan, dans son labour, arrache peu à peu quelques secrets de la nature, et la vérité qu'il dégage est universelle.* **”**

Antoine de Saint-Exupéry, *Terres des Hommes*.



Racine de terriens : quand tout a commencé

Plein sud : L'histoire dit que Maison Sales a pris le parti de la terre depuis plus de 10 générations. Pouvez-vous nous raconter ?

Maison Sales : « C'est exact. Nous sommes implantés dans la paroisse Saint-Jacques et répertoriés comme agriculteurs dans le département depuis 1550. Cette information nous vient d'un universitaire* qui a fait un travail sur l'histoire des familles paysannes, dont la nôtre. »

PS : Profession : paysan ! Cela semble être donc le « label attitude »

adopté par Maison Sales ?

MS : « Nous sommes fiers de nos origines, passionnés par notre métier et heureux que Tamara reprenne le flambeau. Intrinsèquement, nous nous considérons comme des jardiniers. Toute la famille ressent le même émerveillement ; il y a quelque chose de magique et de puissant dans l'essor de la vie du végétal. Il serait plus juste de dire que Maison Sales a « la vie attitude pour label ». Nous sommes, de par ce métier, ramenés aux origines du vivant : sans végétal, il n'y a pas d'animal. C'est

de l'ordre du sacré. D'ailleurs, l'alimentation est sacrée. »

PS : Peut-on dire que ce sont vos racines terriennes qui vous ont donné des ailes ?

MS : « Oui. C'est un métier très humble, mais la Terre est passionnante, élémentaire et complexe à la fois. C'est un challenge de tous les jours, mais cela permet d'avoir une ouverture sur d'autres apprentissages. Nous touchons à tous les métiers en même temps. »

*Joan Peytavi, UPVD

Des hommes, des idées et une terre féconde d'innovation

PS : « Culture du sillon ou bouillon de culture » ? A choisir, quelle serait l'expression qui évoque le mieux l'aventure Maison Sales ?

MS : « Dans l'agriculture, c'est la nature qui fait presque tout. Il suffit de semer les graines et elles poussent. Il faut garder une dose d'humilité et beaucoup de modestie pour conserver les pieds sur et dans la terre. Nous ne faisons qu'accompagner le cycle biologique. Nos cultures ont une seule orientation : donner du plaisir aux gens, tout simplement parce que nous en avons énormément, au travers de notre métier. Nous pouvons ressentir de la colère lorsque l'une de nos expériences ne nous semble pas être à la hauteur. Comme le sous-tend la question, après la culture du sillon, il y a aussi le savoir-faire des Hommes et l'organisation sur le terrain. C'est Anaxagore qui dit : « L'Homme pense parce qu'il a une main ». Nous sommes d'accord. On ne sait pas lequel

des deux, la main ou le cerveau, qui, le moment venu, commande l'autre. Cela résume notre réponse. On le voit tous les jours, il y a plus de questions que de réponses dans cet « artisanat du vivant ».

PS : « Découvreurs ou inventeurs » du mini-légume ? Comment germe l'idée ?

MS : « A savoir si nous sommes des découvreurs ou des inventeurs, nous répondrons que la création fait partie de nous, de notre quotidien. C'est en 1987 que ça a commencé. Nous avons, sans doute, un peu extrapolé sur la petite carotte que l'on retrouve dans les petits pois en conserve. Nous les imaginions, ces légumes petits et jolis, disposés sur le bord de l'assiette. Nous souhaitions également nous inscrire dans les produits haut de gamme, différents des autres. Nous savions que nous allions vers une consommation « en une seule bouchée » et ce n'est donc pas par hasard que nos

légumes ne dépassent pas 20 grammes. Notre premier petit légume a été la courgette-fleur, puis le navet. Ce que nous vendons, en fait, c'est du service au Chef : c'est une taille qui est proportionnelle à l'assiette. Notre promesse est de réaliser des produits constants et spécifiques en dehors des créneaux traditionnels porteurs de service, correspondant à un besoin, ce qui crée une vraie valeur ajoutée. »

PS : L'innovation porte essentiellement sur le produit. Est-ce que la spécificité des mini-légumes impose des process nouveaux à chaque étage, comme sur l'organisation du travail ?

MS : « Oui. Il faut au minimum 3 ans pour mettre au point un produit, et son emballage. Il vaut mieux ne pas se tromper lorsque nous prenons une orientation mettant en route un process d'organisation, du début de la



Olivier, Tamara et Jean Sales

fabrication à la commercialisation. Les produits testés sont fabriqués en petite quantité. Il faut s'assurer de la demande avant de déterminer le volume à mettre sur le marché. C'est une chaîne organisationnelle, qui va de l'idée que

nous souhaitons mettre en place, en passant par le test de culture à la recherche de l'emballage adéquat pour le bon conditionnement du légume ou de la fleur. Pour vous donner un ordre d'idée, prenons l'exemple de la carotte :

elle « s'élabore » entre 60 et 120 jours selon la saison. Le premier travail, c'est la maîtrise des cycles saisonniers puis, concomitamment, celui des volumes. Ce sont les arcanes de notre métier. »

Des légumes MINIS craquants et des surprises fleuries

PS : Au menu, carottes, fenouils et navets, poireaux, courgettes, poivrons et aubergines dont la petite taille fait fureur. Parlez-nous de vos découvertes ?

MS : « Le mini-légume est récolté à un moment précis de sa croissance, avant qu'il n'ait atteint l'âge adulte ». Tout l'art est de cueillir le légume au bon moment, ni trop tard, ni trop tôt. C'est un travail de précision. Il faut avoir le calendrier dans la tête et les meilleures prévisions météo possibles. Nous devons surveiller sa croissance afin de le récolter à l'instant où il est à son optimum. Nous obtenons, alors, un produit plus tendre, plus parfumé, plus subtil, plus éclatant. Celui qui n'est pas excellent est écarté. Pas question de décevoir nos clients. Nos difficultés sont le meilleur rempart face à nos concurrents. »

PS : Faire des mini-légumes semble être un travail d'orfèvre. Pour faire des fleurs comestibles, belles à croquer, faut-il avoir des qualités d'esthète ?

MS : « Maison Sales a eu d'abord une approche esthétique de la taille. L'envie est partie du beau, du désir, de l'élégance, du raffinement « du menu », du rêve aussi. C'est la démarche de nos débuts. Nous souhaitons éveiller chez le consommateur des émotions esthétiques et des expériences nouvelles. Ne vous y méprenez pas, notre démarche

va plus loin qu'une simple coquetterie esthétique : c'est surtout une nouvelle expérience en bouche. Nos produits ne sont pas « que » beaux, au contraire ! Déposer des fleurs dans une assiette, ce n'est pas anodin. Elles participent à l'équilibre de la création. C'est avec la propriété des fleurs qu'il faut penser la cuisine, mais rappelons, là, en même temps, nous ne sommes pas cuisiniers, seulement jardiniers. Nous suggérons au chef des usages, des pistes, un potentiel végétal, une vision originale... »

PS : Ces petits bijoux sont-ils aussi des « rendez-vous » des plus savoureux ?

MS : « Tous les éléments minéraux sont présents dès le premier âge. Toutes les saveurs sont bien réunies dans le petit légume et la fleur qui sont des concentrés de richesses gustatives. Ils ne doivent pas se considérer exclusivement comme des éléments de décoration. Ils ont des concentrations en goût que l'on n'obtient pas avec un légume traditionnel. L'un des plus beaux exemples, c'est le mini poireau. Une fois étuvé, il développe un côté mentholé exceptionnel qui rappelle la réglisse. Les compositeurs de ces symphonies gustatives, ce sont les chefs. Le chef est un artiste ; nous en avons fait un slogan, mais nous le pensons sincèrement. Nous sommes à son service. »

Une organisation dédiée au mini-légume avec :

- **des Hommes :** Maison Sales se définit par une collaboration étroite entre 8 agriculteurs partenaires locaux portés par un même projet d'entreprise, 12 cadres (dont 4 ingénieurs) et leurs 12 seconds centrés sur un même objectif de qualité maximum et 2 dirigeants au service d'une ardente ambition.

- **et des sociétés.** Depuis son origine, pour faire face à sa croissance, l'exploitation a dû s'adapter au besoin. En 1987, le mini-légume a apporté un changement important. Pour chaque mini-légume, une spécialisation par métier est devenue nécessaire et des équipes ont été formées au sein d'entités juridiquement autonomes, liées entre elles par des contrats d'exclusivité. En même temps, des exploitants du voisinage sont venus rejoindre le mouvement. C'est à ce stade qu'a été créée Maison Sales. Au cœur de ce dispositif, elle anime et coordonne l'ensemble.



Pierre-Jean Gipulo - Conseiller entreprise Perpignan entreprises, Pierre Cortada - DS Perpignan entreprises, Jean et Olivier Sales, Elisabeth Bonnafoux - chargée de communication et Christophe Billes - CGPE Perpignan entreprises

Des produits stars à l'international et dans les restaurants étoilés

PS : Ce qui ne devait être qu'une simple diversification, au départ, est devenu progressivement l'activité unique de l'Entreprise. Peut-on dire que la culture du petit légume est la terre promise pour Maison Sales ?

MS : « Terre promise, comme vous y allez !!! Nous vendons un produit mais surtout une idée, et, bien plus, une passion à partager. On propose une conception graphique : l'assiette devient un tableau. Une sorte « d'ergonomie du goût* ». C'est notre différence qui associe savoir-faire, minutie, exigence, expertise, écoute, coordination entre nos équipes. Dans ce sens, ce serait plutôt Maison Sales qui serait au service de la terre promise du petit légume. »

*Maison Sales a déposé cette marque

PS : Carottes, navets, oignons, fleurs de multiples couleurs, toute la gamme y passe pour partir à la conquête du Monde, n'est-ce pas ?

MS : « Nous faisons en sorte de fournir nos clients toute l'année. Nous avons une centaine de grossistes qui sont répartis en France et sur 15 pays étrangers (Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Japon, Corée, Chine, Suisse, etc.). Nous produisons environ 40% pour l'export direct + 15% indirect soit 55% en tout. Un de nos amis nous a rapporté une photo d'un salon à Bangkok où étaient exposés « nos petits légumes » ! Dons de la nature, accompagnés d'un savoir-faire,

nos mini-légumes ne sont plus un artifice de marché. Mais pour autant, il n'est pas question de voir trop grand ni trop vite ; si nous perdions la maîtrise de notre artisanat, nous y perdriions notre âme et surtout notre valeur. Nous souhaitons un développement raisonné, contrôlé, c'est plus raisonnable. »

PS : Votre crédo est de considérer un « chef » non pas comme un client mais comme un artiste. Pensez-vous que cette marque d'attention est l'une des clés de votre succès à leurs côtés ?

MS : « Lorsque nous semons, nous devons avoir une idée précise du produit que l'on souhaite réaliser pour le Chef qui, demain, va cuisiner le légume ou la fleur. Ce n'est pas évident. Il y a un intermédiaire entre le Chef et Maison Sales, le grossiste. N'ayant pas toujours les informations souhaitées, nous les présupposons souvent. Le retour

que nous avons des clients satisfaits est simple : c'est le fait de racheter nos produits. Le Chef, c'est 90% de notre marché... et c'est un créatif. Ce qu'il cherche, c'est l'émotion. Nous devons y participer. Au-delà de notre passion du jardinage, c'est notre attirance pour ce monde de la gastronomie de l'art qui font la clé de voûte de notre entente avec lui. »

Des fleurs à la carte

Les fleurs ont été longtemps considérées comme un élément de décoration. Or, certaines peuvent être aussi comestibles avec des goûts bien précis qui viennent s'accorder avec le contenu de l'assiette ou qui remplacent des assaisonnements.

Il ne faut pas confondre mini-légumes et légumes nains

Les mini-légumes de Maison Sales ne sont pas des Organismes Génétiquement Modifiés (OGM). Le mini-légume est un légume récolté avant qu'il ne grossisse et est donc issu de graines de légumes traditionnels alors que le légume nain est une variété à part qui ne grandit et ne grossit plus au-delà d'une certaine taille. Tout l'art de cette production singulière est donc de trouver la date optimale et, dès lors, programmer le semis avec précision pour obtenir le bon programme de production, pour récolter ce légume très jeune qui possède à la fois la couleur du légume adulte et la globalité de ses éléments nutritifs.



Et demain à imaginer... et à construire.

PS : Les défis s'inscrivent-ils dans l'histoire de la nouvelle génération montante de la famille Sales ?

MS : « Chez nous, les défis s'inscrivent dans l'histoire, du père, du fils et maintenant dans celle des petits-enfants. Nous devons concevoir des nouveaux produits, trouver de nouveaux outils, des emballages de plus en plus performants. Dans son actuelle mission, Tamara s'y emploie au quotidien. Son travail fait appel à l'innovation à 100%. C'est vrai que chez Sales, nous avons l'envie d'améliorer l'existant, le goût de l'innovation. Depuis de nombreuses générations, nous sommes dans cette dynamique. C'est sans doute notre caractère. L'innovation est, pour nous, le passage obligé de notre pérennité. »

PS : Albert Einstein disait avec humour « ... 1% d'inspiration, 99% de transpiration ... ». Pouvons-nous dire que c'est une jolie revanche de la persévérance, qualité propre au monde de la terre ?

MS : « Non, ça n'a pas un goût de revanche, c'est un juste retour des choses : persévérance, passion et réalisme obligatoires. Nous avons réussi parce que nous avons insisté et pris le temps de faire mûrir l'idée. Au quotidien, toutes nos équipes observent, écoutent, mesurent et analysent afin que nous assurons nos contrats. Maison Sales veut être dans l'excellence avec une fraîcheur maximale de ses produits. Chaque jour, la satisfaction du client est notre fierté. Rigoureux et exigeants, nous nous imposons des vérifications de qualité systématiques (jusqu'à 5 niveaux de contrôle), et d'autres

aléatoires par sondage. Un « fait-main » qui, au-delà du geste, garantit que chaque mini légume est examiné, choisi selon des critères stricts, puis posé à la main dans son emballage. Il faut ajouter l'essentiel, nos équipes : chacun de nos 12 cadres, leurs seconds, chacun de nos permanents, qui assurent et encadrent nos saisonniers, très souvent des habitués qui reviennent d'une année à l'autre. C'est à partir des Hommes que tout se construit. »

PS : Et pour conclure, quand se situe la rencontre avec la BPS ? Qu'attendez-vous de l'accompagnement de notre Banque ?

MS : « Nous n'avons pas de date précise mais, je crois qu'il y a eu 2 étapes, en 1993 puis 1997. Pour nous, c'est une belle rencontre en les personnes d'Yves Amouroux et de François Talarard. La Banque Populaire n'est pas notre Banque d'origine, mais c'est notre « deuxième Banque d'origine ». La Banque Populaire est notre « banque d'équilibre ». Sa dimension, sa culture, sa proximité, ses compétences métiers, son ancrage régional, sont les éléments forts de votre Banque, des atouts différenciants dans le monde du tout numérique et du tout digital. »

PS : Qu'attendez-vous de l'accompagnement de la BPS ?

MS : « Pour nous, le besoin d'investissement est quasi permanent. Une banque comme la vôtre a un véritable rôle à jouer. Notre métier est complexe. Il est fait de petits détails qui nous prennent beaucoup de temps. Le spécialiste du financement doit être le banquier, l'accompagnant de notre

entreprise mais, bien plus encore, le facilitateur de nos projets. Nous avons la volonté d'être les premiers, et pour cela, il nous faut continuer à investir tout en minimisant les risques pour nos salariés et nos clients. Nous attendons que notre banquier se comporte en partenaire. Vous êtes partie intégrante de nos succès comme de nos échecs. »

Le savoir-faire made in Perpignan s'exporte à l'international.

- Maison Sales exporte aujourd'hui ses productions dans une vingtaine de pays par le biais de 130 grossistes.
- Le chiffre d'affaires annuel avoisine 7M€.
- La gamme commercialisée est forte d'environ 80 références.

Où trouver ces mini-légumes ?

Maison Sales, organisée en « B to B » sert exclusivement les professionnels du commerce de gros. Ces mini-légumes sont destinés principalement aux traiteurs et aux restaurateurs. On les trouve, aussi, sur les quelques étals du fruitier spécialiste ou en épicerie fine.



BANQUE POPULAIRE
DU SUD
BANQUE & ASSURANCE

