

Freshpack s'associe avec un Canadien et part à la conquête du marché américain

Freshpack réalise une nouvelle opération de croissance externe pour continuer à grandir. La société bouloonnaise prend 50 % du capital d'une société canadienne afin de s'ouvrir les portes du marché américain. Elle a aussi signé un accord d'exclusivité pour distribuer sur le marché européen du homard décortiqué à cru et surgelé.



L'usine de Shediac Lobster Shop, une société implantée à Shediac, une ville canadienne du Nouveau-Brunswick au Canada. Voilà le nouveau partenaire de Franck Paque, co-dirigeant de Freshpack, qui continue ainsi de faire grandir son entreprise.

PAR ROMAIN DOUCHIN
boulogne@lavoixdunord.fr

BOULOGNE-SUR-MER.

1 Un accord commercial pour du homard

Freshpack a conclu un partenariat commercial avec Shediac Lobster Shop, une société implantée à Shediac, une ville canadienne du Nouveau-Brunswick présentée comme la capitale

mondiale du homard, pour distribuer sur le marché européen du homard canadien. « On a signé un accord d'exclusivité pour commercialiser de la chair crue de homard, extraite à froid grâce à un procédé haute pression, et immédiatement surgelée, explique Franck Paque, co-dirigeant de Freshpack. C'est la même technique qu'on utilise pour décortiquer notre king crab (crabe royal). » Le procédé permet d'avoir un produit d'une fraîcheur optimale, qui garantit une texture parfaite, et une présenta-

tion sous-vide attrayante pour les yeux.

2 Un pied sur le marché américain

S'ouvrir les portes d'un marché de 300 millions de consommateurs comme celui des États-Unis, quand on est une PME bouloonnaise, c'est littéralement mettre le pied sur une autre planète. C'est le pari fou qu'est pourtant sur le point de réussir Freshpack. « Nos discussions avec Shediac Lobster sont allées plus loin

que la distribution du homard, poursuit Franck Paque. On s'est mis d'accord pour entrer à hauteur de 50 % dans le capital de leur filiale VIP Seafood. Comme elle a des accords avec des grands distributeurs américains, on va nous aussi accéder à ce marché hors normes pour distribuer nos produits : chair de king crab, plats cuisinés, crevettes etc. »

3 Un ADN identique

Entre Freshpack et la société canadienne Shediac Lobster

Shop, le courant est tout de suite bien passé. « L'ADN est le même, confie le directeur de Freshpack. Nous sommes deux sociétés familiales, qui essayons de nous démarquer en proposant des produits à forte valeur ajoutée. » Le king crab, dont Freshpack est le premier importateur français avec 400 tonnes chaque année, était proposé chez Picard lors des fêtes de fin d'année. En plus bien sûr de dizaines d'autres plats cuisinés conçus par Freshpack pour son plus gros client. ■

