



Photos ©Codigel

Après avoir célébré ses 60 ans d'existence en 2020, l'entreprise Codigel espère un rebond prochain de l'activité afin de pouvoir écouler ses stocks. Après des décennies passées à occuper le rôle de fournisseur influent de matériel à destination des installateurs de RHD (notamment grâce à l'entrée dans son capital, au cours des années 1990, des entreprises espagnoles ITV et Coreco), la société implantée dans les Yvelines va, encore une fois, compter sur son adaptabilité aux évolutions du marché pour maintenir son rang.

La soixantaine fringante pour une entreprise pionnière dans son secteur

Si 2020 fut une année particulièrement éprouvante, en premier lieu pour l'ensemble des acteurs du CHR, l'entreprise Codigel a tenté de dissiper quelque peu la grisaille ambiante en soufflant sa 60^e bougie ! Un anniversaire fêté dans un contexte particulier, certes, mais qui souligne la longévité de la société. À sa tête depuis 1986, Laurent Sibille, le fils de la fondatrice Roselyne Sibille, n'a eu de cesse d'adapter son offre aux mutations d'un marché constamment en mouvement. « Pour contextualiser la création de Codigel, il faut savoir que c'est au cours d'un voyage aux États-Unis, au tout début des années 1960, que ma mère a fait la rencontre des représentants de deux marques américaines, aujourd'hui disparues, rembobine Laurent Sibille. L'une était spécialisée dans les broyeurs de déchets alimentaires, l'autre dans la confection de

machines à glaçons. » Inspirée par ce qu'elle a vu et entendu outre-Atlantique, l'entrepreneuse fait de Codigel un fournisseur influent de matériels à destination des installateurs de RHD.

DE LA FONTAINE À EAU AUX ÉQUIPEMENTS DE CUISSON

En amont, elle passe des contrats avec de grands fabricants européens tels que Cosmetal pour les fontaines à eau, Ugolini pour les distributeurs de boissons, tout en développant sa distribution d'équipements de cuisson tels que les micro-ondes professionnels. Des partenariats historiques, de plus de 50 ans, lient encore aujourd'hui Codigel avec certains industriels-fabricants, comme Mirror (cuisson) ou Keating. En aval, Codigel s'appuie et privilégie un réseau d'installateurs, aussi bien en France qu'en outremer ou à l'export. « Si une grande marque fait un appel d'offres dans le but de concevoir un produit bien spécifique, entièrement personnalisé, alors il est fort probable que



nous court-circuitons l'installateur en proposant nos services sur l'ensemble de la chaîne, jusqu'à l'installation, spécifie Laurent Sibille. Par exemple, de grands noms de l'alimentaire, des spiritueux ou du secteur de la GMS nous contactent pour personnaliser du matériel. C'est un autre aspect de notre activité ! »

Les clients installateurs de Codigel représentent environ une vingtaine de secteurs, allant des frigoristes aux cuisinistes, en passant par la boulangerie, la boucherie, le vending... de la boucherie au glacier, de la boulangerie à la discothèque, du bar à la GMS très prochainement... Au tableau de chasse de l'entreprise, on compte un certain nombre de lieux de restauration et de divertissement emblématiques, tels que le bar Le Sénéquier à Saint-Tropez (83), le Lido, ou encore le Crazy Horse.

UNE UNION DE RAISON AVEC ITV ET CORECO

Au début des années 1990, Codigel prend un nouveau tournant dans son histoire en faisant entrer dans son capital la société espagnole ITV, spécialisée dans les machines à glaçons, comme une certaine entreprise américaine croisée par Roselyne Sibille quelques années plus tôt. Depuis 1986, c'est le fils Laurent qui tient les rênes de l'entreprise, rejoint par ses deux fils deux décennies plus tard, en 2008. « Cette union de raison a permis à tout le monde d'y trouver son compte, explique le dirigeant. D'un côté, ITV nous permettait d'avoir un accès interne à des chaînes de montage, chose dont nous ne disposions pas en France car ce n'était pas notre cœur de métier. De l'autre, ITV s'est assuré une politique de distribution optimale de ce côté-ci des Pyrénées, ainsi qu'une garantie d'activité sur notre territoire. »

À la fin des années 1990, une autre entreprise espagnole du nom de Coreco, qui est quant à elle spécialisée dans le matériel frigorifique, devient également actionnaire de Codigel. Ce dernier partenariat s'ouvrira par la suite sur d'autres gammes de la marque espagnole (vitrines, chambres froides et, indirectement, l'inox et le self). En 2020, les parts cumulées des deux groupes ibériques représentent 25 à 30% du capital de Codigel, dont la famille Sibille conserve par conséquent son rang d'actionnaire majoritaire. « Coreco et ITV nous assurent aujourd'hui environ 60% de notre chiffre d'affaires ! » précise Laurent Sibille.

CONCEPTION DE MATÉRIEL DE « SPECTACLE »

Depuis ses débuts, Codigel met un point d'honneur à personnaliser au maximum la relation avec

ses acheteurs, une donnée complémentaire et indissociable des qualités purement techniques des produits vendus. « Quand un collaborateur intègre l'entreprise, je lui dis toujours qu'il sera amené, pour au moins 1/3 de son temps, à vendre "notre gueule", à savoir notre identité ! » martèle Laurent Sibille. Dans un secteur qui n'a pas connu tant d'évolutions techniques que cela depuis 40 ans – « Il faut toujours une flamme pour allumer le gaz et du froid pour conserver les produits » –, un nouvel aspect, jusqu'alors plutôt délaissé pour les équipements de cuisines professionnelles, s'impose progressivement : l'esthétisme. « Pour se démarquer de la concurrence, le côté purement fonctionnel ne suffit plus, il faut aussi concevoir du matériel de "spectacle", beau visuellement », poursuit M. Sibille. Un phénomène que la mode des cuisines ouvertes a logiquement accéléré.



Si la dimension technique n'a pas beaucoup bougé depuis la création de Codigel, le marché, quant à lui, a continué de fluctuer, d'abord sous l'impulsion des groupements d'installateurs, et du cash and carry (libre-service de gros) ; ensuite par l'émergence d'Internet et du marché de la location. Codigel, par ailleurs membre du Snefcca (Syndicat national des entreprises et des équipements de cuisines professionnelles et conditionnement de l'air) et du Syneq, accorde une attention particulière aux produits qu'il commande et qui proviennent de l'étranger, afin de « les adapter aux spécificités du marché français ». Pour l'heure, Laurent Sibille et ses équipes, installés à Ecquevilly dans les Yvelines, font le dos rond en attendant des jours meilleurs. « Des secteurs d'activités habituellement clés pour nous sont au point mort, à l'image des discothèques et, plus globalement, du monde de la nuit à qui nous vendions des glaçons, déplore M. Sibille. Pareil pour les stades, les théâtres ou les traiteurs, qui ne sont plus en mesure d'acheter autant de matériel qu'avant... Il est des moments où l'on apprécie de s'appuyer sur plus de soixante ans d'historique et de gestion raisonnée et de fidélité avec ses partenaires. » Nul doute qu'à l'occasion de ses 60 ans, les acteurs de Codigel auraient souhaité évoluer dans un contexte davantage propice à la fête.

● ANTHONY DENAY

Repères

Création de Codigel : 1960

Siège social : Ecquevilly (Yvelines)

Effectif : une quarantaine de salariés, en comptant les chargés de région répartis sur l'ensemble du territoire

CA 2019 : 20 M€

Superficie : 5 000 m² de bureaux et entrepôts sur un terrain de 13 000 m²

Catalogue : 13 500 références sur la base du catalogue 2020