



Hauptausgabe

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 31'421
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 571.193
Abo-Nr.: 1094551
Seite: 11
Fläche: 45'563 mm²

Restauration collective

Le groupe Eldora veut se développer outre-Sarine



Jean-Marc Blain, chef cuisinier, dans les locaux de la société Eldora SA, anciennement groupe DSR, à Rolle. KEYSTONE

La société vaudoise à travers la Suisse multiplie les actions marketing pour dénicher de nouveaux clients

Jean-Marc Corset

Le marché de la restauration collective bouillonne et la concurrence est vive. Avec sa nouvelle société Eldora, la Fondation DSR

- historiquement à vocation philanthropique - a voulu donner une nouvelle impulsion à cette activité qu'elle a lancée il y a bientôt un siècle.

Née il y a cent jours, Eldora SA, qui a repris tous les actifs de DSR,



Hauptausgabe

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 31'421
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 571.193
Abo-Nr.: 1094551
Seite: 11
Fläche: 45'563 mm²

compte sur son image rajeunie pour lui donner une nouvelle dynamique commerciale, a indiqué hier Andrew Gordon, le directeur général, au siège de Rolle. Il annonce d'ailleurs avoir déjà signé quatre nouveaux contrats depuis le début de l'année.

L'entreprise de restauration collective, qui compte 1600 collaborateurs, travaille avec une palette très large de clients, des institutions scolaires aux entreprises horlogères de luxe en passant par des administrations et des EMS. Elle compte même dans son portefeuille un hôpital public à Lausanne.

Eldora recense aujourd'hui quelque 300 clients à travers la Suisse. La société d'origine vaudoise réalise près de 40% de son chiffre d'affaires dans le canton de Genève dans l'activité de restauration. Grâce à sa nouvelle image, elle veut se faire mieux connaître outre-Sarine où sa présence est encore relativement modeste.

Dividendes en dons

Le directeur général a annoncé hier un chiffre d'affaires de 295 millions de francs en 2014, en légère progression par rapport à 2013, pour un bénéfice d'exploita-

tion sensiblement amélioré. Une importante partie du bénéfice sera



Andrew Gordon
Directeur général d'Eldora

partagée entre les employés et la Fondation DSR, qui conserve aujourd'hui sa seule activité sociale de redistribution des dividendes sous forme de dons à des associations qui représentent ses valeurs.

Eldora a investi 2,5 millions de francs pour marquer sa transformation, qui passe notamment par un changement des structures juridiques et de son identité marketing.

Cela se traduit par exemple par un nouvel habillage de ses employés, de la tête au pied, chaussures de sécurité comprises en cuisine. Mais aussi par la mise en œuvre de nouvelles conditions de travail discutées avec les partenaires sociaux. Au-delà de diverses prestations pour attirer de nouveaux employés, mentionnons l'instauration d'un salaire minimum à 3600 francs (treize fois dans l'année), contre une moyenne de 3300 francs dans la branche, selon Andrew Gordon.

La faim des cancrs

C'est au niveau marketing que les changements sont les plus spectaculaires. La marque vaudoise s'est non seulement dévoilée sur un tram genevois et sur les tenues des hockeyeurs de Ge/Servette, mais elle se démultiplie également sur les réseaux sociaux et divers moyens médiatiques tels que des clips télévisuels, des applications et sites Internet dédiés à chacun de ses restaurants collectifs.

Pour stimuler son développement, la jeune société a également créé de nouveaux services, dont une offre de repas à l'emporter pour les clients de ses restaurants qui ne veulent pas cuisiner après une journée de labeur au bureau ou à l'atelier.

Une autre prestation nouvelle à signaler est le lancement d'un badge qui sert de carte de paiement électronique, rechargeable depuis son ordinateur à domicile. Selon Andrew Gordon, elle devrait satisfaire les parents des élèves, en particulier des écoles post-obligatoires, qui utilisent l'argent de poche donné pour une nourriture équilibrée à d'autres fins! Qui a dit que les cantines ne sont plus ce qu'elles étaient?

Datum: 09.04.2015



Hauptausgabe

24 Heures
1001 Lausanne
021/ 349 44 44
www.24heures.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 31'421
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 571.193
Abo-Nr.: 1094551
Seite: 11
Fläche: 45'563 mm²

Dieser Artikel erschien in folgenden Regionalausgaben:

Medium	Typ	Auflage
24 Heures Lausanne	Hauptausgabe	31'421
24 Heures Régions	Kopfblätter u. Reg. ausgaben	34'084
	Gesamtauflage	65'505