



**Sophie Guillin-Frappier, vous êtes Directrice Générale du Groupe Guillin, société basée à Ornans.**

**Pouvez-vous présenter en quelques mots l'activité et les produits du Groupe ?**

Le Groupe Guillin conçoit, produit et commercialise des emballages plastique thermoformés standards pour les filières du frais alimentaire, à savoir les fruits & légumes, les métiers de bouche (grande distribution, cash and carry, restauration hors domicile...) et de l'industrie agro-alimentaire.

Nous produisons plus de 10 milliards d'emballages par an avec des gammes différenciées par segment de marché et un catalogue de plus de 3000 références vendues sur stock.

**Selon vous, quelles sont les valeurs et stratégies qui ont permis à Guillin de passer d'une taille artisanale à un groupe coté en bourse réalisant près de 500M€ de chiffre d'affaires, et comptant aujourd'hui 2000 salariés répartis dans 19 sociétés européennes ?**

Créé par mon père en 1972, le Groupe Guillin s'est développé autour d'une stratégie clairement définie, et avec pour objectif d'offrir à nos clients des produits innovants, qualitatifs, et avec un service instantané et irréprochable.

Pour ce faire, nous avons concentré nos efforts sur l'intégration d'un savoir-faire industriel et commercial basé sur une maîtrise totale de notre processus, allant de la conception de nos produits à la création de nos outillages, la production de notre feuille (extrusion) et de nos emballages (thermoformage), mais également la commercialisation et l'expédition de nos produits via une logistique rigoureuse.

Par ailleurs la force du Groupe Guillin repose avant toute chose sur l'engagement de ses collaborateurs qui sont impliqués et motivés autour d'un projet d'entreprise partagé par tous. Les valeurs fondatrices sont sans aucun doute l'un des vecteurs clés de notre réussite et je citerai notamment l'esprit d'initiative, le respect mutuel, le professionnalisme, la responsabilisation et la rigueur.

**- Après 40 ans d'un parcours riche à l'international, le Groupe Guillin a pour objectif de rester la référence européenne dans son secteur d'activité. Comment compte-t-il y parvenir ?**

Le Groupe Guillin réalise aujourd'hui 60 % de son CA hors de France avec des implantations industrielles et commerciales en Italie, Espagne, Pologne, Angleterre, Pays-Bas, Portugal et bientôt en Allemagne.

Notre croissance est portée par une relation client forte, par l'innovation permanente et bien sûr par la recherche constante de la meilleure productivité. Sur un marché en évolution permanente, rester compétitif est un impératif !

Etre leader européen implique également une politique d'investissement volontariste, nécessaire pour assurer notre pérennité et notre développement. L'Europe est notre marché principal, et le restera à moyen terme car nous avons encore des sources de croissance potentielle, avec des parts de marché à gagner dans de nombreux pays.

Notre approche pragmatique nous pousse en permanence à l'humilité et à la prudence, en avançant pas à pas et en fiabilisant nos positions après chaque étape de notre développement.

**- En plus de votre fonction au sein de la société familiale, vous êtes également membre du Comité Régional des Conseillers du Commerce Extérieur Français (CCEF). En quoi cela consiste-t-il ?**

En effet, j'ai été nommée en 2007 au sein du Comité Régional des CCEF, qui a pour mission de porter des initiatives visant à aider les sociétés franc-comtoises à se développer hors de nos frontières.

Nous travaillons sur plusieurs axes, à savoir la relation initiale avec les écoles pour solliciter l'intérêt des étudiants pour l'export, mais aussi le parrainage de sociétés souhaitant se lancer à l'international, afin de les accompagner dans leurs projets.

Autre action : la remontée d'informations au niveau des pouvoirs publics pour leur faire part de nos réflexions et de notre expérience "terrain".

**- Et c'est donc dans ce cadre que vous témoignerez de votre expérience, à la prochaine journée pays Royaume-Uni / Irlande ?**

Nous sommes en effet présents depuis 1990 au Royaume-Uni, avec tout d'abord la création d'une filiale commerciale, puis en 2007 via l'intégration d'un distributeur, et enfin depuis 2010 par l'acquisition d'un groupe industriel, Sharp Interpack.

Nous disposons donc aujourd'hui de 3 sites de production, et près de 500 collaborateurs.

Au regard de ces expériences successives, j'aurai à cœur de partager mon analyse du marché, de ses spécificités, de l'approche culturelle également indissociable de toute implantation ou développement commercial hors de nos frontières !

Nous remercions Sophie Guillin-Frappier d'avoir joué le jeu de cette interview !

[Retrouvez plus d'informations sur le Groupe Guillin...](#)



[...et sur le Comité des Conseillers du Commerce Extérieur Français](#)

