

**Krampouz**<sup>®</sup>  
La cuisson  
de précision

FABRIQUÉ EN  
FRANCE



**DOSSIER DE PRESSE**



4

**KRAMPOUZ ?  
CRÊPES EN BRETON**

5

**DEPUIS PLUS DE 65 ANS, LA CUISSON DE PRÉCISION**

6

**UNE HISTOIRE DE PÈRE... EN FILS**

8

**KRAMPOUZ : LE TEMPS DE LA DIVERSIFICATION  
ET DE L'OUVERTURE...  
... KRAMPOUZ CHANGE DE MAIN**

11

**4 QUESTIONS À SERGE KERGOAT,  
PRÉSIDENT**

14

**KRAMPOUZ : TRADITION ET TECHNOLOGIE**

16

**KRAMPOUZ SUR LE MODE PRO :  
UNE RÉFÉRENCE MONDIALE**

17

**KRAMPOUZ EN QUELQUES CHIFFRES**

18

**LA BRETAGNE FÊTE LA CRÊPE**

20

**CONTACTS PRESSE**

**SOMMAIRE**

## KRAMPOUZ ? CRÊPES EN BRETON

Leader mondial de la crêpière professionnelle, Krampouz s'attache depuis quelques années à offrir le meilleur de son savoir-faire et de son expérience au grand public.

Spécialiste de la cuisson de précision, Krampouz a su développer depuis plus de 65 ans du matériel haut de gamme, robuste, fiable et facile d'utilisation. Disponible en magasin d'électroménager, de bricolage, en jardinerie et chez les revendeurs de matériel professionnel, la marque n'en finit pas d'élargir ses gammes.

Que ce soit pour ses crêpières, gaufriers, planchas, contact grils, chauffes chocolat ou bains-marie, Krampouz met en œuvre son savoir-faire pour vous proposer une autre façon de cuisiner.

Ancrée en Bretagne et fière de la qualité de ses fabrications 100 % françaises, Krampouz est aussi une entreprise ouverte sur le monde : Europe, Amérique du Nord et du Sud, Afrique, Asie et Océanie. Les 5 continents n'ont plus de secret pour Krampouz !



Si l'on vous dit Krampouz, vous répondez ?  
« Crêpe en breton ! »

**Bravo !**

Vous avez gagné le droit de tout savoir  
sur Krampouz, une vraie saga à la française....

DEPUIS PLUS DE 65 ANS,  
LA CUISSON DE PRÉCISION



Plus de 65 ans après sa création Krampouz, la petite entreprise familiale d'origine bretonne, est devenue une PME d'envergure internationale qui conçoit et fabrique des **gammes de crêpières, gaufriers, planchas, grils, accessoires...** à destination des **professionnels** comme des **particuliers**.

Distribuée dans 150 pays, Krampouz réalise un chiffre d'affaires de 14,8 millions d'euros dont 33 % à l'étranger.

Objectif 2019 : 20 millions d'euros basés sur une évolution des deux marchés cibles : le professionnel et le grand public.



## UNE HISTOIRE DE PÈRE... EN FILS

Fondée par Jean-Marie Bosser, la marque Krampouz est née comme souvent, par hasard. C'est en effet pour répondre à une demande de sa famille que cet électricien entreprend de fabriquer une crêpière à gaz. Nous sommes en 1945. Fort de cette première expérience réussie, ce prototype artisanal est bientôt suivi d'autres appareils commercialisés dès 1949 auprès de professionnels de la région : c'est le début de l'aventure. Krampouz, qui signifie « crêpe » en breton, naît en 1953 pour devenir au fil des ans LA référence des crêpières.

Portée par un bouche-à-oreille très favorable, la petite entreprise fait son nid, petit à petit, auprès des grossistes en articles ménagers que démarchent Jean-Marie Bosser. Parallèlement, cet avant-gardiste participe à des kermesses et des salons dont fait largement écho la presse locale : c'est le début d'une notoriété que Jean-Marie Bosser salue avec toute la modestie qui le caractérise.

En 1965, Jean-Marie Bosser, pour pouvoir fabriquer lui-même ses appareils, inaugure un atelier de fonderie. À cette époque, toutes les crêpières qui en sortent sont déjà destinées à un usage soit professionnel soit familial. Résultat : en 1972 Krampouz ne vend pas moins de 3 000 crêpières !

Il est donc temps pour la société de passer à la vitesse supérieure. Ce qui se fait, également presque par hasard lorsque Jean-Marie Bosser crée la première crêpière électrique ! Présentée à la Foire Exposition de Quimper en 1971, l'appareil met un certain temps à entrer dans les mœurs car il a contre lui « l'habitude du gaz, moins cher ». Qu'à cela ne tienne ! Pour convaincre les professionnels, la crêpière électrique est mise en dépôt dans les crêperies où peu à peu, on découvre ses avantages pour finalement l'adopter. En 1978 : Krampouz en vend 5 000 exemplaires !



## LA CRÊPE

La crêpe est une façon très ancienne, bien plus encore que le pain, de consommer des céréales. Elle s'apparente, selon les pays, aux blinis (Russie) aux tacos ou fajitas (Amérique du Sud) et aux divers types de galettes que l'on confectionne un peu partout dans le monde.

La crêpe est un aliment sain et complet, composé principalement de céréales, de lait et d'œufs. Elle constitue, avec sa garniture, un repas complet ou simplement une agréable collation et peut donc être consommée à toute heure du jour (ou de la nuit !).

LE SAVIEZ-VOUS ?

1978 : le fondateur passe la main à son fils

C'est l'occasion pour Michel Bosser, fils de Jean-Marie, d'entrer dans la société pour perfectionner les appareils existants et développer de nouvelles gammes. Parmi les plus connues, la première crêpière électrique familiale puis les « Manèges » à quatre ou six plaques pour professionnels.

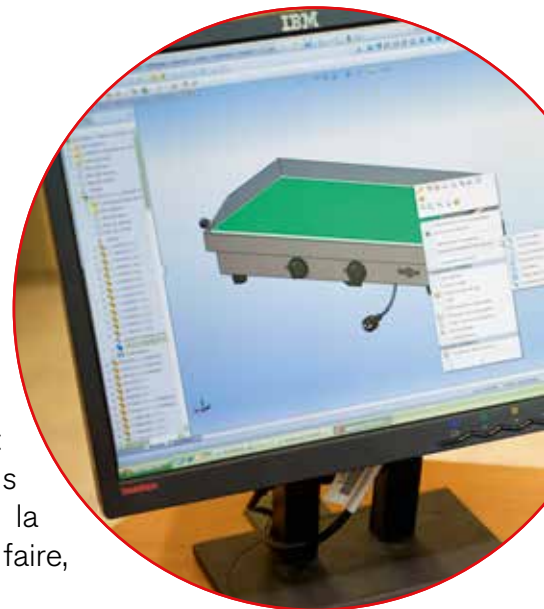
Si, grâce à ses innovations constantes, Krampouz remporte de francs succès au point de détenir le quasi-monopole du marché breton, la marque n'est absolument pas connue à l'étranger. À cette époque, les trois quarts de son chiffre d'affaires s'équilibrent entre les gammes professionnelle et familiale. 30 % sont réalisés en Bretagne.

Imposer et développer la marque à l'international reviendra donc à la seconde génération Bosser : dès 1980, Michel joue le globe-trotter. Crêpières sous le bras, il part à la conquête d'autres marchés : Paris, Londres, Bruxelles, Athènes... Michel Bosser revoit et réinvente tous ses modèles au fur et à mesure des évolutions et des demandes du marché international.

L'entreprise adapte ses produits aux exigences des professionnels : elle multiplie les appareils, les perfectionne constamment, installe des dispositifs de sécurité, propose des meubles et accessoires... sans jamais se départir de la qualité qui fait sa réputation. Flambeau que portera fièrement et fidèlement Michel Bosser qui reprend les rênes de l'entreprise en 1984.

## KRAMPOUZ, LE TEMPS DE LA DIVERSIFICATION... ET DE L'OUVERTURE

Pour continuer à se développer en France comme à l'international et s'assurer une place de leader dans le segment professionnel, diversifier la production s'avère un impératif. Pour ce faire, Krampouz intègre un bureau d'études.



Dans les années 90, la marque estampille quelque 150 références, dont bien sûr des modèles de crêpières à gaz et électriques, mais également des plans de travail amovibles ou fixes, des meubles à crêpes, mobiles, et des chariots à crêpes. Elle étend parallèlement sa gamme d'accessoires : louches, spatules et râpeaux, tampons d'essuyage, livres de recettes...

À partir de 1997, les gammes familiales s'agrandissent elles aussi, et sont diffusées en grande distribution. Afin de séduire le plus large public, de petites crêpières électriques (31 et 33 cm de diamètre) sont proposées dans les enseignes spécialisées en électroménager et les programmes de télé-achat. Dotée d'un revêtement antiadhésif, d'un thermostat fiable et d'un étaleur breveté, la crêpière familiale prend son envol ! À la Chandeleur, pour Mardi gras ou à n'importe quelle occasion, au cœur de la Bretagne comme ailleurs, les crêpières de taille familiale s'invitent à table pour des moments gourmands salés/sucrés.

Enfin, en 2001 le rachat d'un fabricant belge permet d'ajouter les gaufriers professionnels au catalogue de l'entreprise.

La même année l'entreprise quitte Pouldreuzic et s'établit à côté de Quimper, à Pluguffan.



## 2006 : Serge Kergoat reprend l'entreprise

Engagé dans une démarche de reprise d'entreprise, Serge Kergoat entre en jeu en 2006. Originaire du Finistère, fort de son expérience en commerce international et direction d'entreprises il souhaite revenir dans sa région par le biais d'une PME. Krampouz répond exactement à ses critères.

Michel Bosser, de son côté, pense à passer la main ; il cherche un repreneur partageant ses valeurs, ainsi que ses origines bretonnes. Les deux hommes se rencontrent : le courant passe vite et bien. Ils se décident rapidement. Michel Bosser restera encore quelques semaines dans l'entreprise, le temps pour Serge Kergoat de prendre place en douceur, sans remettre en cause les fondamentaux : « Krampouz, raconte-t-il, avait su installer de vrais repères, reconnus partout et par tous : qualités techniques, précision et fiabilité inégalées. Il s'agissait donc de dynamiser le développement, sans rien renier des valeurs historiques de la marque. »

Serge Kergoat définit un nouvel axe stratégique : Krampouz doit appliquer à de multiples produits son savoir-faire professionnel de la cuisson de haute qualité. L'objectif est de passer d'une logique de produit à une logique de marché, faire évoluer l'image « d'ajusteurs de chaleur » (la signature de l'époque) à celle de « fabricant de matériel de cuisson prêt à brancher de haute qualité », aussi bien pour les professionnels que pour les particuliers.

### Une vision plus globale



Cela, Serge Kergoat s'attache avant tout au management : il redéfinit les missions, encourage la délégation et l'autonomie, donne à chacun les moyens d'exprimer pleinement sa valeur.

L'organisation générale industrielle, commerciale et administrative est adaptée aux demandes des marchés français et internationaux dans le respect des valeurs de l'entreprise. « L'idée, explique Serge Kergoat, était de décroiser l'entreprise, d'ouvrir les esprits afin de faire naître une nouvelle vision des choses, moins technique et plus globale. Ce fut possible car il y avait une bonne équipe, solide dans son savoir-faire et prête à évoluer. »

Sous l'impulsion de cet homme d'entreprise passionné, le développement commercial de Krampouz connaît un véritable essor. L'entreprise multiplie les salons en particulier à l'étranger, et s'appuie sur de multiples réseaux pour établir des liens avec de nouveaux distributeurs étrangers. Surfant sur les atouts universels, ludiques et conviviaux de la crêpe, Krampouz part à la conquête du monde : Mexique, Inde, Russie, Japon...

### 70 nouvelles références depuis 2006

L'élargissement des gammes s'accélère, autour de deux axes :

- étoffer la gamme de matériels prêts à brancher de haute qualité à destination de la restauration rapide et de la petite restauration.
- intensifier la présence de la marque dans le secteur du petit électroménager, à destination du grand public.

Aux côtés de la traditionnelle crêpière apparaissent des planchas, des grils, tous dotés des qualités Krampouz. Au total, plus de 70 nouvelles références ont vu le jour depuis 2006.

L'innovation est un moteur essentiel de ce dynamisme. Le design des produits est entièrement revu et homogénéisé, et les packagings valorisent plus clairement les qualités spécifiques des produits.

En réponse aux observations et aux demandes du terrain, en France comme à l'étranger, le bureau d'études, s'attache à rendre les produits toujours plus pratiques, fiables, et hygiéniques. Ainsi la rencontre avec un distributeur belge, lors d'un salon à Dubaï, est-elle à l'origine d'un nouveau système breveté de gaufrier : la meilleure preuve d'une réelle ouverture sur le monde et les habitudes des consommateurs d'aujourd'hui. Depuis, ce nouveau système breveté nommé EASY CLEAN, a fait ses preuves et a été dupliqué avec succès sur les nouvelles gammes de contact grils.

Cette ouverture s'accompagne d'un travail de fond sur l'image de la marque et le développement de sa notoriété.



## 4 QUESTIONS À SERGE KERGOAT, PRÉSIDENT

1/ Comment se porte la société Krampouz 11 ans après votre arrivée ?

*La société Krampouz va bien. Malgré cette période de conjoncture économique très perturbée, nous continuons à nous développer. Depuis 11 ans, nous progressons régulièrement, avec une courbe de croissance sensiblement plus soutenue que dans nos prévisions initiales.*

2/ Quel a été votre parcours professionnel avant Krampouz ?

*J'ai évolué dans différents groupes industriels, dans l'agroalimentaire et dans les services à l'industrie. Dans la première partie de ma carrière, j'ai occupé des fonctions commerciales, en France et à l'international. J'ai ensuite intégré des fonctions industrielles et de management, dirigé des sites industriels, puis des filiales autonomes de groupes.*

*Diriger ma propre entreprise a toujours été mon objectif. Dès lors, acquérir une expérience aussi large et opérationnelle que possible était pour moi une condition indispensable à la réussite de ce projet.*

*Aujourd'hui, je réalise vraiment ce à quoi j'aspirais : diriger une entreprise industrielle à taille humaine, référence sur son marché et porteuse d'un très fort potentiel de développement.*



3/ La marque Krampouz est connue pour ses crêpières professionnelles ; mais aujourd'hui vous développez de nouveaux produits comme les planchas et vous participez de plus en plus à des salons internationaux.

Est-ce à dire que la marque est en train de devenir à la fois multi produit et internationale ?

*La marque Krampouz est présente à l'international depuis longtemps, mais notre ambition est d'amplifier fortement cette position.*

*Compte tenu du caractère quasi universel de la crêpe et de la gaufre par exemple, notre marché est mondial. Le potentiel de l'entreprise est donc important. Notre objectif est de passer, à terme, de 30 à 40% du chiffre d'affaires réalisé à l'international.*

*Notre autre levier de croissance est d'offrir aux professionnels de la restauration une large gamme de matériels de cuisson de haute qualité. Notre offre est plus particulièrement destinée à la petite restauration et à la restauration rapide, segment de marché peu touché par la crise. Nous avons ainsi développé de nouveaux produits tels que les planchas, les gaufriers professionnels, les grils, etc. en capitalisant sur le très fort savoir-faire de l'entreprise acquis tout au long de ses soixante années d'existence.*

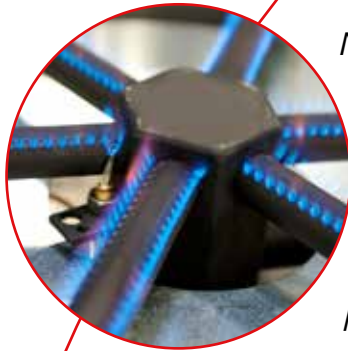


*Nous travaillons au développement de nouveaux produits de la gamme professionnelle, mais aussi bien sûr de la gamme familiale, comme ce fut le cas en 2015 avec le lancement de notre nouvelle gamme de planchas outdoor. Développées avec l'aide d'un designer, ces 8 nouvelles planchas couvrent ainsi tous les segments du marché et apportent une solution à chaque besoin.*



*Nos produits sont depuis toujours conçus pour durer. Nous avons régulièrement en SAV des crêpières qui ont 20 ans et plus ! La marque Krampouz bénéficie d'une image de qualité et d'un potentiel de sympathie très fort sur les cinq continents. Ce sont des atouts majeurs qui nous précèdent, et nous permettent d'ouvrir de nombreuses portes.*

4/ En termes d'objectifs chiffrés  
quelles sont les perspectives que vous  
fixez pour l'entreprise ?

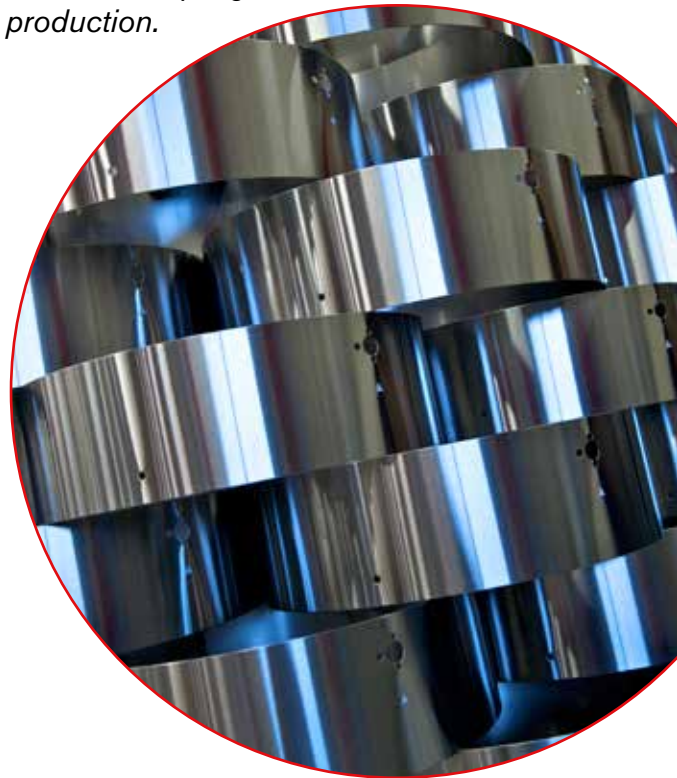


*Nous avons réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 14,8 millions d'euros, et nous visons les 20 millions d'euros minimum à l'horizon 2019. Compte tenu des opportunités de développement que nous identifions dans notre environnement, cette croissance se fera sur nos deux marchés que sont le professionnel et le familial.*

*Notre maîtrise de ces circuits de distribution, est un atout majeur pour l'avenir de l'Entreprise, et participe au caractère atypique de Krampouz.*

*Nos capacités industrielles ont été étendues pour envisager cette progression avec sérénité : nous avons investi 2 millions d'euros en 2012 pour agrandir notre entreprise, qui voit ainsi sa surface totale passer de 3700 à 6200 m<sup>2</sup>.*

*Enfin, nous avons investi ces 3 dernières années plus de 1,5 millions d'euros dans de nouveaux outils de production - un combiné de découpe laser et poiçonnage et un robot de pliage - afin de subvenir à nos besoins de production.*



## KRAMPOUZ : TRADITION ET TECHNOLOGIE

Répartition de la chaleur, stabilité de la température, qualité des composants et des surfaces de cuisson ainsi que confort de travail restent les axes de travail majeurs de l'entreprise pour concevoir ou perfectionner ses appareils.

La recherche permanente de performances a permis à cette société, depuis toujours installée en Bretagne, de s'imposer comme le leader de la fabrication de crêpières et d'ouvrir son activité aux autres secteurs de la cuisson. La capacité des matériels Krampouz à répondre aux attentes des utilisateurs l'a conduite à se développer dans le monde entier et à s'ouvrir au grand public.

Europe, Amérique du Nord et du Sud, Asie, Afrique et Océanie... Crêpières, gaufriers, planchas, contact grills... Krampouz fait le tour du monde !





#### Crêpière professionnelle :

La référence dans le milieu professionnel.  
Une crêpière développée pour un usage hautement intensif et une fiabilité totale.



#### Gaufriers professionnels :

Une gamme d'appareils en fonte d'acier.  
Innovation 2009 : des gaufriers dotés d'un dispositif breveté, unique, facilitant leur entretien au quotidien.



#### Crêpières Diabolo :

Nouveauté de la fin 2009, cette ligne de crêpières grand public au design très actuel, positionnée « arts de la table », garantit une cuisson réussie. Son étaleur breveté permet à chacun de réussir ses crêpes en un tournemain.



#### Multi Contact Grill, Innovation 2010 :

Cette nouvelle gamme se décline en trois modèles ; Small, Medium, Large. Le Multi Contact Grill propose deux innovations majeures : La fonction 2 en 1 : des plaques interchangeables pour une fonction grill ou snack. Le démontage rapide des plaques pour un nettoyage au lave-vaisselle ».



#### Planchas Saveur, Design et K :

Nouveauté 2015 : Ces planchas gaz ou électriques de haute qualité allient simplicité d'utilisation, performance de cuisson, robustesse et design unique.

**NEW**



#### Plancha professionnelle électrique profondeur :

Nouveauté 2016 : La plancha profondeur est spécialement conçue pour les cuisines étroites et les espaces confinés. Elle allie puissance, performance de cuisson et format compact.

KRAMPOUZ SUR LE MODE PRO : UNE RÉFÉRENCE MONDIALE



En 2017, pour intensifier son développement, Krampouz est présente sur de nombreux salons en France et à l'étranger. Parmi eux :

#### EN FRANCE

SIRHA - Lyon (Janvier 2017)

JOURNEE DES COLLECTIONS - Marseille (Avril 2017)

#### À L'ÉTRANGER

SIGEP - Rimini (Janvier 2017)

NAFEM - Orlando (Février 2017)

GULFHOST - Dubaï (Septembre 2017)

HOST - Milan (Octobre 2017)



## KRAMPOUZ EN QUELQUES CHIFFRES

- Année de création : 1949
- Nombre de pays où la marque est présente aujourd'hui : 150
- Nombre de salariés en 2016 : 69
- Chiffre d'affaires 2016 : 14,8 millions d'euros
- Nombre de lignes de produits : 20



Dans toute famille bretonne il y a toujours une femme, grand-mère, mère ou fille, qui sait faire les crêpes et un jour de la semaine qui leur est consacré. Mais un jour n'étant pas suffisant, de nombreuses fêtes bretonnes, folkloriques ou non, s'imposent au calendrier.

À la Chapelle-des-Fougeretz où de nombreuses animations ont été créées juste pour le simple plaisir de célébrer les crêpes.

À Rennes au mois de mai et juin, l'office du tourisme organise un concours de galettes ouvert à toutes les crêperies de la ville et des environs. C'est donc un moment privilégié pour venir les déguster.

À Gourin, en juillet, se déroule la fête annuelle de la crêpe de blé noir et froment. 150 crêpiers et crêpières se dévouent au service de milliers de convives, qui se délectent aussi de musique bretonne et celtique, de parades, de bagadous, de démonstrations de danses, de sports traditionnels, de battages et d'applaudissements admiratifs, lors du concours international, la confection de la plus grande crêpe du monde.  
Record à battre : 98 centimètres !

À Pipriac, entre Rennes et Redon, où est née et établie la Confrérie de la galette, le dernier dimanche de septembre, la fête de la galette bat aussi son plein avec dégustations, concours, expositions sur le blé noir, animations, spectacles.



## CONTACTS PRESSE

### **Krampouz**

ZA Bel-Air 29700 Pluguffan  
Tél. : +33 (0)2 98 53 92 92

**Contact :** Audrey RIO

Assistante marketing et communication  
relationspresse@krampouz.com

Rejoignez-nous

