



Plus qu'une entreprise, une marque

L'aventure a commencé en 1936 lors de la création des Pépinières Escande à Saint-Vite dans le Lot-et-Garonne. Depuis cette date, la pépinière familiale n'a cessé d'évoluer pour devenir une entreprise d'envergure internationale qui, aujourd'hui, déploie ses compétences dans d'autres secteurs d'activités : l'édition variétale, la production mais aussi la mise en marché. Tout un panel d'activités que Benoît Escande, le gérant de l'entreprise, a voulu fédérer derrière une marque forte. "La marque Escande, c'est la garantie pour tous nos clients d'un service performant fondé sur trois valeurs essentielles, l'expertise, l'innovation et le partenariat". L'édition variétale, c'est un métier exigeant et pointu nécessitant une expertise pertinente. C'est ce qui a conduit l'entreprise à conforter ses compétences en recrutant Franck Secalot, Hans Scholten et Edwige Remy, trois experts

EXPERTISE, INNOVATION ET PARTENARIAT, VALEURS PHARE DE NOTRE MARQUE

respectivement en charge des secteurs fruits à noyau, fruits à pépins et création variétale. L'innovation, c'est l'autre socle de la marque qui se targue d'avoir toujours une longueur d'avance. "C'est par l'innovation dans la création variétale que nous répondons aux attentes de nos clients et plus largement des consommateurs, de plus en plus soucieux de leur bien-être alimentaire. Nous croyons notamment qu'il y a de l'avenir dans les variétés résistantes à une ou plusieurs maladies", indique Benoît Escande. D'ores et déjà, l'entreprise affiche plusieurs innovations avec notamment la pomme bio Juliet®, unique pomme au monde à être cultivée exclusivement en agriculture biologique ! Outre l'innovation technique, l'entreprise a fait preuve d'audace commerciale en créant le club

Juliet®. A son actif également, la technique des plants en pots à œil dormant forcé en abricots, le lancement de plusieurs programmes de sélection en abricots et fruits à pépins qui laissent entrevoir de belles surprises en matière de résistances. Sans oublier l'innovation du moment, les pommes à chair rouge. "En matière d'innovation, notre ambition c'est d'être les premiers et de nous projeter toujours dans le futur ! C'est l'état d'esprit qui anime nos équipes", lance Benoît Escande. Autre objectif fort de la marque : la création de partenariats. Une notion primordiale pour Benoît Escande. "Nous ne considérons pas nos clients en tant que tels, ils sont nos partenaires. A ce titre, nous leur garantissons l'accès aux informations techniques ainsi qu'à notre expertise commerciale afin de les accompagner dans la réussite de leur projet". Et pour aller plus loin dans la relation avec ses clients, l'entreprise est sur le point de créer un blog interactif, 'la communauté Escande', qui sera actif dès le mois de mai à l'adresse <http://blog.pepinieres-escande.com>



En créant la marque Escande, l'entreprise a voulu réaffirmer son identité : une identité forte, pour un service toujours plus performant !