

Serge Magner

Le traiteur s'est imposé en six ans parmi les premiers prestataires du marché de l'événementiel à Lyon. Son atout : la créativité. Serge Magner s'est penché sur de nouvelles tendances culinaires pendant que son épouse, Sandrine, élaborait une commercialisation innovante qui a fini par bousculer un marché un peu figé.

Serge Magner réalise près de 90 % de son activité en prestations pour des soirées prestigieuses (conventions, congrès). Ses clients sont, à parts égales, des entreprises régionales (Seb, Schneider Electric), parisiennes (Louis Vuitton, Hermès) ou des agences (MCI, LSO).

Le traiteur est aussi le fournisseur officiel des châteaux de Pizay et de Saint-Priest et de plusieurs institutions (Grand Lyon, CCI de Lyon). L'ouverture fin 2006 d'un bureau à Grenoble lui permet de se développer lentement dans les Alpes, où la demande des particuliers est forte.

L'activité plateaux-repas est plus marginale même après le lancement du Pack Bon Match avec l'OL. Le traiteur a bouclé l'année avec un CA de 7 M€ (+ 15 %) pour 65 permanents. Il prépare un déménagement qui lui permettra de doubler sa surface (2 000 m²) en 2008.