

LOS PISTOLEROS

dossier de presse

 **10 ANS
D'ARTISANAT**



**GLACIER
FRANÇAIS** 

**CŒUR
GOURMAND**

**PASSION
FRUITS**



SOMMAIRE

- p.3 Contexte
- p.3 L'histoire de Los Pistoleros
- p.4 Un défi face aux géants : l'artisanat contre l'industrie
- p.4 Une glace artisanale qui bouscule les codes
- p.5 Un acteur incontournable du marché de la glace
- p.5 Un anniversaire sous le signe de l'innovation
- p.6 Partenariats stratégiques : des collaborations de choix
- p.7 Ambitions et objectifs de développement
- p.7 Chiffres-clés
- p.8 Contact presse

Contexte

Depuis une décennie, le marché de la glace d'impulsion en France est dominé par quelques géants industriels. Pourtant, une tendance de fond s'impose : les consommateurs recherchent des produits issus d'un véritable savoir-faire.

Dans cet environnement ultra-compétitif, Los Pistoleros a relevé un défi audacieux : ramener l'artisanat là où il n'y avait que de l'industriel.

En s'attaquant à un secteur dominé par des multinationales comme Nestlé et Unilever, la marque a prouvé qu'une petite entreprise pouvait conquérir un marché verrouillé, sans concession sur la qualité.

Aujourd'hui, alors que Los Pistoleros fête ses 10 ans, l'entreprise continue de réinventer le plaisir glacé en misant sur l'excellence artisanale et l'audace de ses recettes.

Tout commence lors d'un voyage en Amérique latine...



L'histoire de Los Pistoleros

Tout commence lors d'un voyage en Amérique latine. Michaël Bensaid et David Nunes y découvrent les paletas, ces glaces artisanales à base de fruits entiers et d'ingrédients bruts. Fascinés par ce concept, ils décident de l'adapter au marché français en y apportant leur propre touche.

De retour sur la Côte d'Azur, ils lancent Los Pistoleros en 2015, avec une vision claire : offrir des glaces artisanales là où il n'y avait que des produits standardisés. **Dès les premières années, le succès est fulgurant. En seulement deux ans, plus d'un million de paletas sont vendues.**

Mais le chemin n'a pas été sans embûches. La crise du Covid a failli leur être fatale. Face à l'effondrement du marché, Los Pistoleros aurait pu disparaître. Pourtant, grâce à une capacité d'adaptation hors norme et une détermination sans faille, la marque a su rebondir, prouvant ainsi sa résilience et son indépendance.

Un défi face aux géants : l'artisanat contre l'industrie

Los Pistoleros s'est imposé en **bousculant un marché verrouillé par des multinationales**.

Là où les géants industriels misent sur la standardisation et l'optimisation des coûts, la marque a pris le contre-pied avec une approche artisanale radicalement différente :

- ▶ **Produire en France**, quand les grands groupes privilégient des usines à l'étranger.
- ▶ **Utiliser des ingrédients de qualité**, dans leur forme la plus pure
- ▶ **Fabriquer des sorbets pleins fruits**, bien plus chers à produire mais infiniment meilleurs.
- ▶ **Maintenir des prix compétitifs**, malgré des coûts de production bien plus élevés que ceux de la concurrence.

Los Pistoleros vend ses glaces au même prix – voire moins cher – que les géants du secteur.

Un pari risqué, mais gagnant.

Une glace artisanale qui bouscule les codes.

Los Pistoleros propose une alternative inédite aux produits industriels avec **deux grandes gammes** :

LES FRUITÉES

Des sorbets pleins fruits, pour une explosion de saveurs (citron vert, mangue, framboise, kiwi...).



LES GOURMANDES

Des crèmes glacées associées à des cœurs fondants ou éclats de biscuits croustillants, pour une expérience intense (chocolat-cookies, banane-pâte à tartiner, fraise-lait concentré...).



Los Pistoleros : un acteur incontournable du marché de la glace

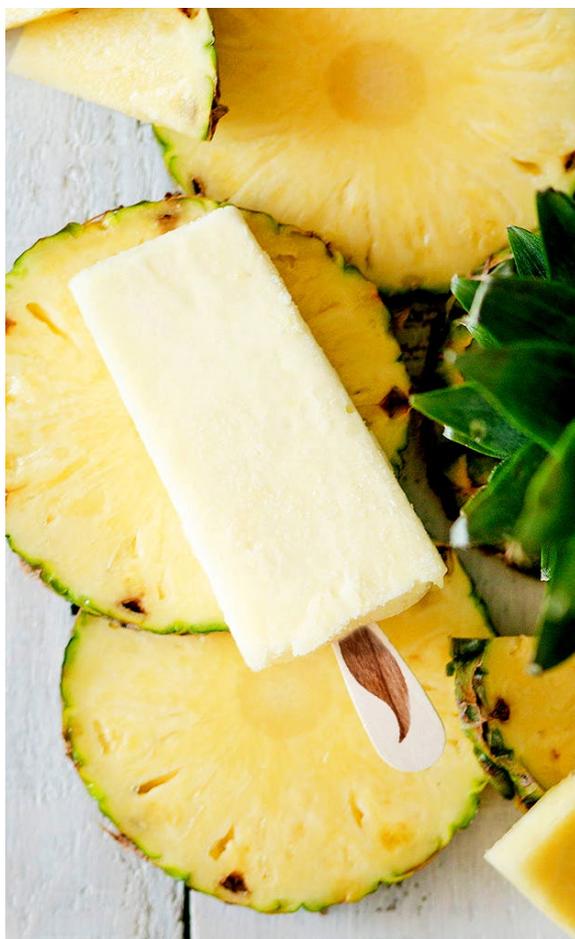
Avec **20 000 glaces produites chaque jour** et une distribution sélective, Los Pistoleros s'est imposé comme une marque premium et originale.

Son succès repose aussi sur **une stratégie commerciale simple mais efficace : faire goûter les produits**. Une fois que les consommateurs découvrent la différence avec l'industriel, **95 % du travail est fait**. La qualité et la richesse des saveurs suscitent rapidement l'adhésion et fidélisent les clients.



Aujourd'hui, Los Pistoleros est présent dans plus de 600 points de vente,

notamment en hôtellerie de plein air, en snacking et dans des parcs de loisirs indoor/outdoor, musées, parcs zoologiques, jardins...



Un anniversaire sous le signe de l'innovation

Pour ses 10 ans, Los Pistoleros ne se contente pas de souffler ses bougies : l'entreprise passe un nouveau cap avec des projets ambitieux pour renforcer sa position sur le marché et élargir son influence.

- ➊ **Un partenariat stratégique avec Krill**, acteur majeur de la distribution, pour accélérer son développement commercial sur l'ensemble du territoire français.
- ➋ **Un agrandissement des locaux**, avec l'acquisition d'un nouvel espace de production et de bureaux pour accompagner la croissance de l'entreprise.
- ➌ **Un sourcing des matières premières** directement chez les petits producteurs grâce à Exofrutas, entreprise créée par les associés de Los Pistoleros pour assurer un approvisionnement de qualité.
- ➍ **Des investissements renforcés** dans la communication, avec notamment :
- ➎ **Un grand jeu concours des 10 ans**, offrant aux consommateurs de nombreuses surprises.
- ➏ **Une campagne digitale estivale** pour promouvoir le nouveau site internet et la possibilité, désormais, pour les particuliers de commander directement leurs produits favoris à domicile.

Partenariats stratégiques : des **collaborations** de choix

Los Pistoleros s'associe à des partenaires emblématiques pour élargir son marché, notamment dans les domaines de la distribution, de l'hôtellerie de plein air et de l'international.



DISTRIBUTION

Los Pistoleros a noué un partenariat stratégique avec le réseau **Krill** pour la distribution de ses produits, notamment sur la côte Atlantique. Ce partenariat a déjà permis d'organiser des dégustations au **Futuroscope**, qui proposera les glaces Los Pistoleros à ses visiteurs pour la saison 2025.

CAMPING & HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Depuis cinq ans, Los Pistoleros collabore avec **Huttopia**, référence des hébergements nature et écoresponsables. Huttopia a découvert les glaces artisanales de la marque et en a fait son fournisseur exclusif pour l'ensemble de ses plus de **cinquante campings en France et à l'international**, notamment en Espagne, Belgique, Pays-Bas et Suède.



DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Los Pistoleros poursuit son expansion à l'étranger avec une présence croissante sur plusieurs marchés. **La marque dispose de distributeurs à Ibiza, à Göteborg en Suède (où plus de 100 000 glaces sont vendues chaque année), en Italie avec un volume similaire, et vient tout juste d'ouvrir un nouveau marché en République Tchèque.** Cette expansion s'inscrit dans une stratégie de développement ambitieux pour les années à venir.

Ambitions et objectifs de développement

Forte de ses 10 années d'existence, Los Pistoleros s'inscrit dans une trajectoire de développement ambitieux. **L'entreprise a pour objectif de réaliser un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros d'ici fin 2025 et de viser les 5 millions d'euros dans les 3 à 5 ans à venir.** Cette croissance sera portée par une couverture nationale accrue et une présence renforcée à l'international (Italie, Suède, Ibiza, République tchèque).

Au-delà de la glace, **Los Pistoleros élargit son offre pour s'imposer comme un acteur majeur du Food & Beverage.** Déjà engagée dans cette évolution avec le lancement de préparations pour smoothies et frappés, ainsi qu'une gamme de pâtisseries artisanales, la marque poursuit sa diversification. Son ambition ? proposer des produits gourmands qui se savourent toute l'année, sans contrainte de saison.

CHIFFRES-CLÉS

10 ANS

d'existence

1,6 M€

de chiffre d'affaires en 2024

10 MILLIONS

de glaces vendues depuis 2015

1,5 MILLION

de glaces vendues depuis 2023

20 000

glaces produites par jour

6 COLLABORATEURS

en hiver, une trentaine en saison

Un laboratoire de **600M²**
au Cannet (06)



LOS PISTOLEROS



**TÉLÉCHARGEZ LES VISUELS
JUSTE ICI !**

Cliquez