



1 MÉLANGE. Fruits, sucre, ferments et lait en poudre sont ajoutés au lait, à la main, dans les cuves de fabrication.
2 REMPLISSEUSE. Cette ligne de remplissage de pots monopiste ne suffit plus pour répondre à la demande. Elle sera bientôt doublée.

Péchalou opère un retour en force

SAINT-CYPRIEN (24) ▶ Depuis sa reprise, fin 2014, la laiterie connaît un fort développement et va investir **0,4 M€** pour doubler sa capacité.

- L'ENJEU**
- ➔ Augmenter ses volumes
 - ➔ Lancer de nouveaux produits
 - ➔ Croître en GMS et collectivités
 - ➔ Mettre l'accent sur le bio

LE CONTEXTE: //

« Nous enregistrons un bilan très positif, à fin 2015, avec un chiffre d'affaires de plus de 3 millions d'euros, en hausse de 16 %. Nous avons avancé plus vite que prévu », se félicite Thomas Breuzet, nouveau gérant de Péchalou, entreprise périgourdine spécialisée dans les yaourts artisanaux. Ex-directeur général de Danival, à Andiran (Lot-et-Garonne), celui-ci a repris la laiterie de Saint-Cyprien (Dordogne), en novembre 2014, à la suite du départ à la retraite de son dirigeant. « Je connaissais bien la laiterie et ses produits, et j'ai consacré dix mois à préparer la transition, raconte-t-il. Je m'étais fixé quatre axes de développement, tout d'abord pour la marque Péchalou en grandes surfaces dans le Sud-Ouest, puis en restauration collective. Je voulais

ensuite créer une nouvelle marque pour les réseaux de magasins bio, puis travailler à l'innovation. »

LA DÉMARCHÉ: //

En un an, Thomas Breuzet a réussi son pari. Il a lancé la marque Laiterie du Périgord, réservée aux réseaux de magasins biologiques et que l'on trouve d'ores et déjà dans un millier de boutiques (Biocoop, Naturalia, Les Nouveaux Robinson, Satoriz...). Celle-ci identifie clairement la provenance du lait, ce qui rassure la clientèle, et propose plusieurs recettes gourmandes de yaourts crémeux, comme abricot-miel, pomme-cannelle et fruits des bois. La laiterie développe également les produits Péchalou bio pour la grande distribution et arrivera en mars en rayon avec deux nouvelles références étiquetées à la framboise et au sucre de canne. L'entreprise travaille depuis longtemps avec un éleveur laitier voisin, dont elle n'utilisait qu'une partie du lait bio. Elle peut désormais valoriser la totalité de ses volumes

et projette de recruter un second fournisseur local.

LE PROJET: //

Péchalou envisage 2016 de façon très positive. La laiterie a lancé, début janvier, trois autres références conventionnelles en grande distribution, aromatisées à la cerise, sucrée à la cassonade de l'île de La Réunion et café-caramel, une déclinaison du yaourt café, qui est, de loin, le plus vendu par la laiterie (20 % de la marque). « Nous avons eu un très bon accueil en magasin, poursuit Thomas Bleuzet. Notre montée en puissance s'accompagne de l'embauche de deux apprentis au service commercial, pour renforcer notre présence en rayon et procéder à des animations. »

La PME a également changé les packagings de ses yaourts distribués en collectivité, qui sont désormais en pots transparents avec logo et sticker coloré sur l'opercule. Une transformation qui lui a permis d'enregistrer 20 % de croissance sur l'année. Pour soutenir sa croissance, Péchalou investit 400 000 € dans une nouvelle remplisseuse de pots double piste, qui sera opérationnelle en avril, et réalise quelques travaux d'aménagement. Deux personnes seront embauchées. Son objectif est de doubler sa production, tout en gardant une fabrication artisanale, avec un approvisionnement en lait local. ✚

FLORENCE JACQUEMOU

REPÈRES

- **CA 2015:** 3,01 M€ (+ 16 %).
- **CA prévisionnel 2016:** 3,7 M€.
- **Effectif:** 21 salariés.
- **Production:** 1 000 tonnes de yaourts, dont 40 % en bio.
- **Ventes:** 75 % en GMS, 15 % dans les réseaux de magasins bio, 10 % en restauration collective.