

Transformation du lait. Quand deux indépendants décident de travailler ensemble à leur développement, ça donne un partenariat original et des idées novatrices. Exemple avec des entreprises de St-Front-sur-Nizonne et de St-Cyprien.

Chêne vert - Péchalou : même combat

Elles sont aux antipodes de la Dordogne et pourtant elles travaillent ensemble. La fromagerie Chêne vert, spécialisée dans la transformation du lait de chèvre et, depuis peu, de brebis, est gérée par Pierre Desport à St-Front-sur-Nizonne, dans le Nonfrounais. La laiterie Péchalou, à St-Cyprien dans la vallée de la Dordogne, a été reprise il y a un an et demi par Thomas Breuzet et elle est en plein développement.

Pas les mêmes spécialités, pas le même historique, mais une ren-contre déterminante : celle des deux dirigeants qui se comprennent, ont la même vision d'un développement local. Alors pourquoi ne pas l'envisager à deux ?

Pierre Desport et Thomas Breuzet sont indépendants et veulent le rester, ce qui ne les empêche pas de créer une force commerciale commune. Ce qu'ils font en employant le même directeur commercial et en mettant en œuvre une même stratégie marketing. Mais ce n'est pas tout.

« À deux, c'est plus facile de prospecter de nouveaux fournisseurs de lait, sans se soucier de limites territoriales », explique Pierre Desport. Ces deux entreprises ont donc passé une sorte de pacte pour

trouver ensemble de nouveaux producteurs de lait de chèvre. En effet, Péchalou veut élargir sa gamme en développant des produits gourmands au lait de chèvre. Comme l'entreprise n'a pas la matière première à ce jour, s'étant spécialisée dans la transformation du lait de vache, c'est Chêne vert qui collectera pour Péchalou et captera ainsi le lait d'éleveurs du Sud-Dordogne, un marché qui lui échappait jusqu'à présent. La fromagerie fera ainsi profiter Péchalou de nouveaux volumes mais aussi de son expérience.

Se développer ensemble

Si elles n'ont pas la même histoire, les deux entreprises sont à un même stade de développement. Misan sur les produits bio, elles sont confrontées à un manque de matière première. D'autant qu'elles étoffent leurs gammes en créant de nouveaux produits. Péchalou a créé la marque Laiterie du Périgord pour vendre des yaourts gourmands bio auprès des distributeurs bio. Chêne vert a imaginé une gamme de produits au lait cru destinés aux crémeries et au marché spécialisé sous l'entité commerciale Les fromagers de St-Front.



Les petits chèvres au cœur de fruits : un des produits phares de Chêne vert, quand Péchalou a fait sa réputation avec les yaourts artisanaux aromatisés. (Ph. N. Fray)

Les marchés sont là, les entreprises n'ont plus qu'à fournir une gamme variée de produits. Reste à trouver les exploitations pouvant fournir du lait bio toute l'année. Les structures proposent des contrats, avec volumes et prix garantis aux producteurs, mais la concurrence est rude entre les collecteurs pour s'assurer de la matière première.

Or, les deux entreprises laitières périgourdines s'interdisent d'aller prospecter des éleveurs non périgourdins (et limitrophes). Alors, elles proposent aux producteurs de mutualiser les contrats : « c'est rassurant pour eux d'avoir deux débouchés sur deux familles de producteurs », estime Thomas Breuzet.

Et le partenariat sera aussi logis-

tique, les deux structures n'hésitant pas à grouper leurs achats d'emballages. Elles bénéficieront aussi du rachat par Chêne vert d'une structure du Tarn-et-Garonne, qui vend sous la marque Capribio, suite à un départ à la retraite. C'est Péchalou qui collectera ce lait pour le compte de Chêne vert.

NELLY FRAY