

CATÉGORIE ÉCONOMIE

Leur cocktail gagnant

BRIE-SOUS-ARCHIAC La distillerie Vinet-Delpech se diversifie et veut améliorer ses parts de marché à l'export

FABIEN PAILLOT

« Il y a toujours un potentiel, des places à prendre aux États-Unis, en Inde, en Russie », assure Jean-Baptiste Delannoy, aux commandes de la distillerie Vinet-Delpech installée dans la commune de Brie-sous-Archiac. Avec huit alambics, l'entreprise produit des eaux-de-vie de cognac et du pineau, à la marge. « Nous sommes bouilleurs de profession. Nous travaillons pour des marchands en gros », détaille Bruno Delannoy, actuel président de cette société fondée en 1934.

Rhum, vodka, gin...

L'activité de la distillerie ne représente pourtant qu'un tiers de son chiffre d'affaires. Vinet-Delpech a depuis longtemps diversifié ses marchés. Elle transforme, embouteille et exporte des alcools aussi divers que des rhums, de la vodka, du gin ou des eaux-de-vie de brandy pour le compte de grossiste et d'importateurs étrangers.

La crise des années 90 a poussé l'entreprise dans cette voie. « J'ai toujours eu une stratégie de diversification. Nous ne sommes pas des intégristes, cela nous a sauvé », détaille Bruno Delannoy.

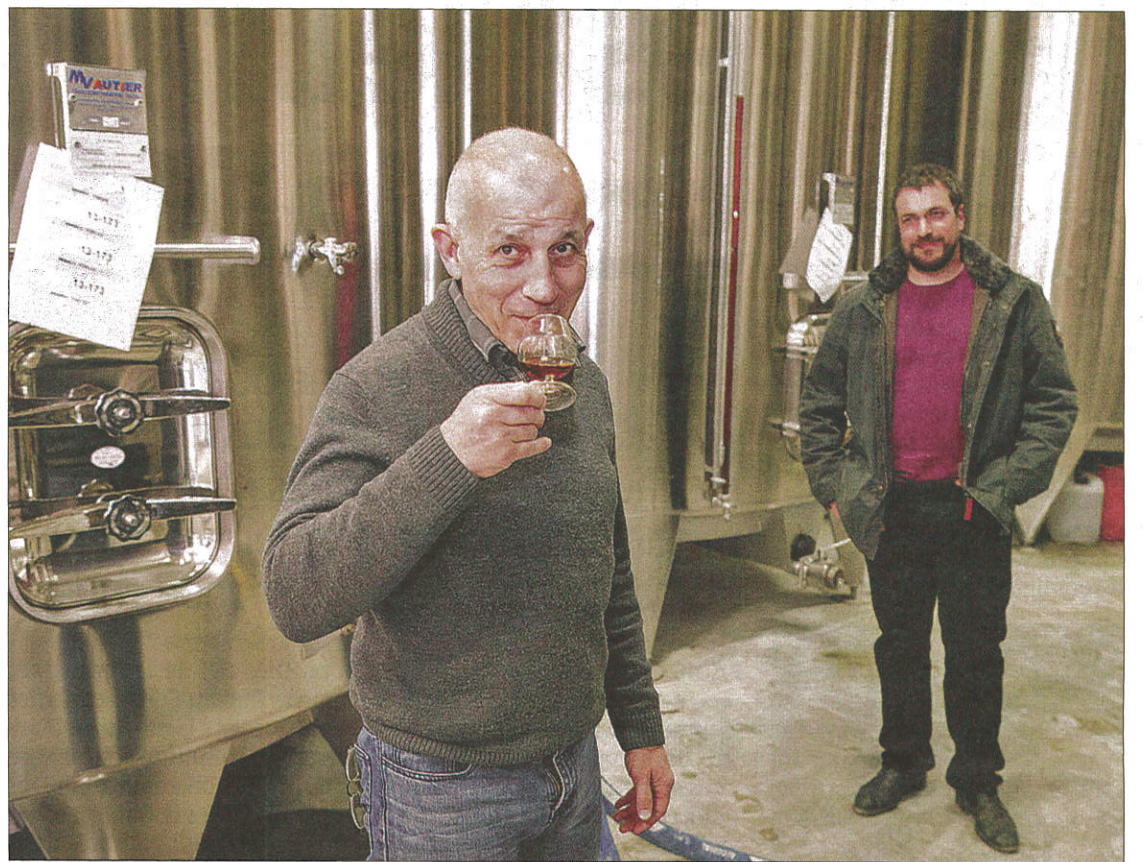
Embouteiller du rhum en Haute Saintonge n'a rien de commun. Ce virage a pourtant permis à la dis-

tillerie de « rester à flot ». Trois millions de bouteilles sortent chaque année de son unité de production. Vinet-Delpech table sur une croissance rapide de son activité et une augmentation de 30 % de son chiffre d'affaires à court terme.

Placée à « un tournant », l'entreprise a en effet décidé de s'agrandir et pousse actuellement les murs. Un nouveau bâtiment accueillera bientôt l'unité d'embouteillage et d'exportation. L'ancien, jugé trop étroit, deviendra un lieu de stockage. De nouveaux alambics pourraient également être installés. Les travaux devraient être achevés d'ici septembre 2014.

« J'ai toujours eu une stratégie de diversification. Nous ne sommes pas des intégristes, cela nous a sauvé »

La famille Delannoy souhaitait acquérir un matériel plus performant pour répondre aux attentes de ses clients. « Il faut être réactif, s'adapter à la demande », rappelle le président de la distillerie. N'ayant pas de marque à défendre, Vinet-Delpech s'appuie sur sa capa-



Exploitants de la distillerie Vinet-Delpech, Bruno Delannoy (à gauche) et son fils Jean-Baptiste Delannoy ont créé six postes en CDI cette année. PHOTO F. P.

cité « à faire du sur-mesure ». L'entreprise travaille les goûts, prix et packaging en accord avec ses clients, avant d'entamer la production.

20 salariés à temps plein

Les délais atteignent aujourd'hui trois semaines, entre la commande et la sortie d'usine. « Notre

objectif est de gagner une semaine », assure Bruno Delannoy. Pour y arriver, les exploitants entendent améliorer le circuit logistique et misent sur une organisation plus rationnelle.

Vinet-Delpech emploie actuellement 20 salariés à temps plein et s'appuie sur une trentaine d'intérimaires pour ajuster son activité.

« Nous avons créé six postes en CDI cette année », explique Jean-Baptiste Delannoy. Un directeur des achats et un directeur commercial sont notamment venus renforcer les équipes. Présente dans une vingtaine de pays et majoritairement en Asie, l'entreprise souhaite désormais renforcer ses activités aux États-Unis.

« Le troisième port de France »

JONZAC Delpierre, spécialiste des produits de la mer, réalise 38 millions d'euros de chiffre d'affaires

Le président de la Communauté de Communes dit de cette entreprise jonzacaise qu'elle « est le premier port de Charente-Maritime. À elle seule, elle fait plus de tonnage que les trois ports du département réunis. Et elle est aussi, toujours par le tonnage, le troisième port français derrière Lorient et Boulogne ».

Et voilà le paradoxe. Jonzac, au fond des terres, serait devenue un port maritime par l'idée lumineuse qu'eut en 1953 un local de l'étape, Jean Bonissou. Il avait repris la poissonnerie de son père pour la développer.

37 % d'export

Le petit commerce de l'époque est devenu une très belle industrie. Delpierre, site jonzacais désormais libéré du contrôle islandais et appartenant au groupe français Labeyrie Fine Foods, reçoit 14 000 tonnes de poissons par an pour en sortir 6 000 tonnes de produits finis qui rejoignent toutes les enseignes de la grande distribution aussi bien sous sa marque que sous marque distributeur. Elle exporte aussi 37 % de sa production.

D'ici sortent des dos de cabillaud,



Sur la ligne de filetage des dos de cabillaud. PHOTO M.-L. G.

produit phare de la maison qui le considère comme un excellent levier de développement, mais aussi des filets de morue salée, du poisson salé séché (très prisé en outre-mer), de la brandade de morue, des produits à tartiner (beurres de poissons et crustacés).

20 CDI de plus qu'en 2012

Parmi les nouveautés également considérées comme porteuses, des produits pratiques prêts à passer au barbecue, les plateaux de grillades (sardine, maquereau, rougét, cabillaud). Chiffre d'affaires, à peu près 38 millions d'euros.

L'entreprise emploie 180 personnes cette année en équivalent temps

plein (soit 20 CDI de plus qu'en 2012). L'entreprise est leader pour la morue aux Antilles ainsi que sur le marché français et pour les dos de cabillaud, sur le libre-service marée.

Elle est présente dans sept pays d'Europe mais également sur le continent sud-américain (Brésil, Mexique), dans quelques pays africains et dans les Émirats Arabes Unis.

Pour Bruno Leroux, directeur du site et Pascal Roth, directeur des achats et des ventes, « ce trophée de Haute Saintonge est à partager avec tout le personnel car dans cette entreprise, il y a beaucoup de challenges, et chacun à son niveau en prend sa part ».

Marie-Laure Gobin

Des algues aux poissons

CONSAC Les époux Tyrel de Poix élèvent des poissons d'ornement et produisent de la spiruline

Nathalie et Jean-Michel Tyrel de Poix ont, pour ainsi dire, les pieds dans l'eau à Consac. C'est là qu'ils font naître et élèvent, pour les expédier chez des particuliers dans toute la France, des poissons d'ornement, carpes кои et poissons rouges.

« On vend essentiellement sur Internet. C'est une production modeste, environ une tonne par an, mais qui représente la moitié de notre chiffre d'affaires. Les poissons sont installés dans un sac plastique, dans de l'eau, avec air et oxygène et intégrés ensuite dans un colis cartonné. Le tout selon des règles strictes. Les poissons d'ornement, c'est mon premier métier démarré en 1989 », indique Jean-Michel Tyrel de Poix.

« Cocktail détonnant »

L'autre moitié du chiffre d'affaires de l'EARL Carpio, c'est la production de spiruline, une spécialité commencée en 2011. C'est un micro-organisme cultivé en bassin, proche des « algues bleues ». Elle est apparue avec les premiers êtres vivants il y a plus de 3,5 milliards d'années.

Le minuscule filament, en forme de spirale, contient plus de 60 substances nutritives. Produite ici sous forme sèche, elle est bonne pour les coups de fatigue, l'anémie, les carences... Nathalie le dit, « c'est un

cocktail détonnant d'éléments nutritifs pour tout le monde. La spiruline fournit de l'énergie et de la force, stimule le système immunitaire et augmente la protection antioxydante ». Les Aztèques, déjà, en avaient découvert les vertus...

Premier producteur en Poitou-Charentes, l'EARL Carpio en a produit 150 kg en 2011, 250 kg en 2012, 500 kg en 2013. Objectif, 800 kg en 2014.

La vente se fait en ligne, dans les magasins bio, sur les marchés et salons, à la ferme aquacole et dans les Amap (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne).

M.-L. G.



Nathalie et Jean-Michel Tyrel de Poix. PHOTO M.-L. G.