

mercredi 10 décembre 2008

### Face à la crise, Brio'gel a trouvé la recette



Le groupe vendéen, dont le chiffre d'affaires a progressé de 30 % en 2008, envisage de créer une nouvelle ligne de production en 2010.

**Le groupe vendéen, spécialisé dans la brioche et le pain surgelé, voit ses affaires progresser de 30 %. Quinze embauches sont prévues.**

Une *success-story* ? Pas vraiment. « **On en a bavé, on a aussi pris des coups.** » Christophe Babarit, président de Brio'gel, n'oublie pas le passé. Mais à l'heure où le paysage économique tourne à la sinistrose, le groupe vendéen, installé à Saint-Georges-de-Montaigu, connaît une incroyable embellie.

Spécialisées dans le cru surgelé, Brio'gel (brioches) et sa filiale La Mie georgoise (pains spéciaux), 140 salariés, ont enregistré « **une hausse de 30 %** » de leur chiffre d'affaires : 14 millions d'euros en 2008. Pour l'année suivante, Christophe Babarit table sur une augmentation « **de 25 %** ».

« Réactivité »

Brio'gel a été créée en 1997, la Mie georgoise en 2001. « **Notre stratégie ? Le développement de niches de produit, dans le métier de la boulangerie.** » Système U croit en eux, dès le départ. « **Mais, à l'époque, le marché n'était pas prêt. Quand les ventes ont commencé à stagner, les autres grandes surfaces ont commencé à s'intéresser à nous.** » Aujourd'hui, la société vendéenne travaille dans toute la France et 30 % de son chiffre d'affaire est réalisé à l'étranger (Espagne, Angleterre, Norvège...).

Qu'est-ce qui explique la réussite de Brio'gel ? « **Ses hommes, sa structure** », détaille Christophe Babarit. « **Nous sommes à la disposition de nos clients pour développer les produits qu'ils souhaitent. Notre force, c'est notre réactivité.** » Commandez à Brio'gel un pain aux carottes, aux olives, au chorizo ou à la noix, et l'entreprise le fabriquera.

Le président prévient néanmoins : pour les grandes surfaces, les ventes de ces pains et brioches représentent une quantité « **infime** ». Mais leur atout est ailleurs. Ces produits constituent de formidables têtes de gondole et renforcent « **l'attractivité** » du rayon boulangerie.

En 2007, l'agrandissement des locaux de Brio'gel, pour un coût de 3,5 millions d'euros, a permis de doubler la surface de l'usine à 7 000 mètres carrés. Signe de croissance encore, l'entreprise prévoit d'investir 2 à 3 millions d'euro pour ouvrir une nouvelle ligne de production en 2010. Enfin, Brio'gel embauche : vingt employés en 2008, quinze autres en 2009. « **Et, d'ici à trois ans, assure-t-on, on recrutera six ou sept personnes malentendantes.** »

Christian MEAS.