

« Envie de voir tout ça se poursuivre »

SOUPROSSE Ian Dupérier prolonge l'aventure familiale avec la société Label du gourmet. Et sa nouvelle marque, Chez Cazalier

Produit

« Je suis jeune. J'ai envie de prolonger l'aventure familiale. Envie de voir tout ça se poursuivre ! »

À Souprosse, Ian Dupérier, 34 ans, continue d'avancer. Il est à la tête, depuis avril 2016, de la SA Label du gourmet, filiale de l'entreprise Dupérier et fils, toujours dirigée par son oncle. Le trentenaire landais, qui a succédé à son père, alors que la crise aviaire sonnait le premier arrêt de l'activité de la filière, a toujours préféré « regarder droit devant », et donc investir.

« Quand la production s'est arrêtée, je reconnais que je me suis un peu gratté la tête et demandé comment j'allais faire. Mais l'idée de réfléchir à la manière de développer la société et de prendre le temps de penser à ses atouts a permis de trouver la motivation qu'il fallait pour croire en l'avenir », dit-il. Ainsi est née Chez Cazalier, une nouvelle marque dédiée, estampillée « haute gastronomie ».

200 000 euros investis

Alors que la filière est en pleine crise, la production stoppée, le nouveau chef d'entreprise choisit donc de « garder le cap ». Le spécialiste de l'approvisionnement de canard et de la découpe, du cru et de la conserve, mise plus particulièrement sur le cru prêt à cuisiner. Il met 200 000 euros sur la table et crée deux emplois pour tenter « une entrée de manière raisonnée en grande ou moyenne surfaces ». Plus que les poids lourds de la distribution, l'innovation marketing de Label du gourmet vise « un nouveau modèle de distribution intermédiaire ». « Une sorte de retour aux sources », appuie Ian Dupérier, plus proche des nouvelles aspirations des consommateurs.

Quand le deuxième épisode d'influenza frappe, en début d'année 2017, le coup est très dur mais tout est déjà signé. Objectif : ne pas douter. « On se dit effectivement "Et pourquoi pas un troisième, puis un

quatrième ?", et au bout du compte, "Qu'est-ce qu'on va devenir ?", "Comment on va faire ?" Après, la décision était prise et elle était mûrement réfléchie, se souvient le Landais. De toute façon, on ne pouvait pas attendre que ça se passe, reprend-il. Il fallait se retrousser les manches et essayer de construire le futur. »

Nouveau site Internet

Un an plus tard, la marque commercialisée depuis septembre 2017 est une réalité porteuse pour l'entreprise. Chez Cazalier figure notamment dans la base Intermarché de Saint-Paul-lès-Dax, avec un accès à 109 magasins du Grand Sud-Ouest. La référence label de l'héritage Dupérier et fils avance néanmoins en terrain très concurrentiel, avec un positionnement toujours hautement qualitatif.

« La GMS, c'est long et lent. Mais l'idée, sur cinq ans, ce serait d'arriver entre 10 et 15 % du chiffre d'affaires



Avec ses produits, Ian Dupérier vise « un nouveau modèle de distribution intermédiaire ». PHOTO NICOLAS LE LIÈVRE

de la société », entrevoit le dynamique et optimiste Ian Dupérier. Quoi qu'il en soit, la société, qui mobilise 19 emplois, est « encore en voie de recrutement », signale-t-il. Et une étape symbolique, mais ô combien réconfortante, doit être franchie ces jours-

ci, avec la création d'un site Internet dédié aux produits crus et élaborés.

« Il devrait être en ligne le 15 ou le 18 juin, se réjouit-il. Ça fait partie des choses qui donnent espoir en l'avenir... »

Vincent Dewitte