

**L'ÉCO DU MARDI | LES  
DONUTS DE BERLIDON,  
FABRIQUÉS À  
L'ARDOISE, ONT LA  
COTE À L'ÉTRANGER**

Publiée le mardi 14 Avril 2015 - L'éco du mardi

Propriété du groupe Belge Poppies, l'usine Berlidon, située à l'Ardoise, produit un million de donuts par jour. Une production qui part en majeure partie à l'exportation. Construite en 2000, l'usine de l'Ardoise compte aujourd'hui 192 salariés et 4 lignes de production qui tournent 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24, et produit jusqu'à 24 000 donuts par heure.

### « La nouvelle demande vient de l'étranger »

Une production qu'on retrouve en France sous marque de distributeur, mais pas seulement :

*« 80 % de la production part à l'export dans 32 pays, explique Luc Jeanpierre, directeur général de Berlidon. Dans la liste, il y a évidemment l'Europe, les pays de l'est, le Japon, l'Australie et les Emirats Arabes Unis. Et on a même envoyé deux palettes à Las Vegas la semaine dernière... »*

Et c'est bien parti pour continuer, puisque « la nouvelle demande vient clairement de l'étranger », et notamment des pays de l'est, où

*« ça pousse très fort, note le directeur de l'usine. Ce sont des pays en fort développement, qui recherchent des produits occidentaux, américains, et pas chers. On est faits pour ces pays là. »*

### « On bouge »

*Pour Luc Jeanpierre, la recette de ce succès à l'étranger compte trois ingrédients : « certes on a des gros concurrents, des multinationales, plus gros que nous. Mais notre taille est notre force, on appartient à un groupe très bien implanté, au réseau existant, il y a un effet de massification. » Un réseau qu'il faut cultiver et développer, et ça passe par « sept ou huit salons internationaux par an auxquels participe le groupe Poppies. On bouge, on est à l'export parce qu'on y va. »*

Deuxième ingrédient, et pas des moindres, le produit : « on a su créer des recettes originales », affirme le directeur général d'une usine qui doit son développement notamment au fait qu'elle a été la première en Europe à fabriquer des donuts fourrés. « Et on vient de lancer des petits donuts fourrés, on les seuls à le faire, poursuit Luc Jeanpierre. C'est un relais de croissance. On a aussi beaucoup investi dans les emballages, on est capables de proposer une multitude de conditionnements originaux, de faire des cartons avec un panachés de saveurs, on a une grande flexibilité, on s'adapte. »

Enfin, troisième ingrédient, « on est sympathiques, affirme Luc Jeanpierre. On a l'image d'une entreprise souriante et dynamique. » Sans compter un allié important en la personne... d'Homer Simpson, grand amateur de donuts devant l'éternel, qui a beaucoup fait pour populariser cette pâtisserie. D'ailleurs le directeur l'admet dans un sourire, « les Simpsons nous ont pas mal aidé. »

**Bon à savoir : C'est bien parce que l'export représente un véritable levier de développement économique que les CCI ont mis en place une palette d'outils spécifiques et performants à disposition des entreprises : mission de prospection commerciale, formations, formalités export,... Les CCI se positionnent ainsi en véritables partenaires de la performance des entreprises, pour exemple, en mars dernier, l'entreprise Berlidon a bénéficié d'une formation sur mesure mise en place par la CCI Nîmes « liasse documentaire et incoterms ». Cette formation avait pour objectif d'acquérir une connaissance pratique des éléments liés à la logistique internationale et savoir comment utiliser efficacement les documents d'accompagnement à l'export.**

