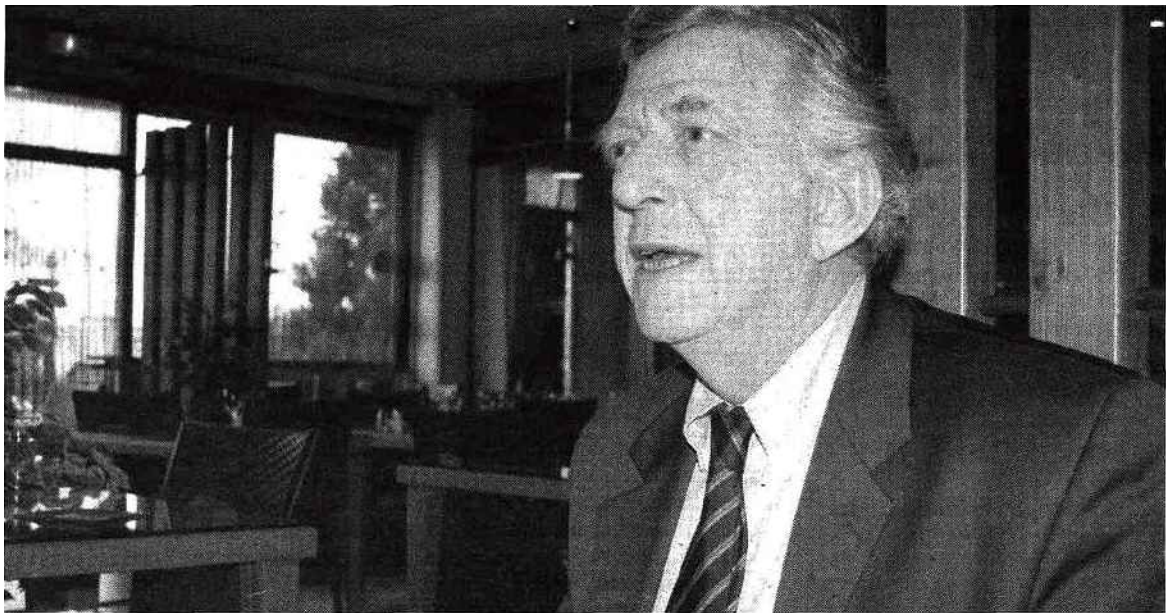


**Agro-alimentaire** → Cantal expansion explore le potentiel des brasseurs parisiens, souvent Auvergnats d'origine.

# Créer du business avec les Auvergnats de Paris



G. Leymonie, président de Cantal expansion : "Il nous faut d'abord être au niveau d'exigence des brasseurs".

**C'**est une volonté commune aux pays et territoires qui ont connu l'émigration d'une partie de leur population, souvent la plus ambitieuse, vers de nouveaux eldorado : s'appuyer sur ces expatriés qui ont réussi pour aider au développement de leur terre natale. Le Cantal n'échappe pas à la règle : "Combien de fois a-t-on entendu les entreprises cantaliennes évoquer le potentiel économique que représente le milieu des Auvergnats de Paris !", relate Gérard Leymonie, depuis quelques mois président de Cantal expansion.

Un comité d'expansion économique bien décidé à passer des intentions à l'acte en épaulant l'agro-alimentaire cantalien à se positionner auprès de ces Cantalous d'origine ou fils de Cantalous, devenus maîtres dans le secteur des CHR (Cafés-hôtels-restaurants) de la capitale. Encore fallait-il identifier ces professionnels. "Nous avons d'abord pensé interroger la fédération des 32 amicales cantaliennes mais c'est un

milieu à la culture orale, sans fichiers", explique Bruno Avignon, directeur du comité. "Il y effectivement beaucoup d'adresses, confirme Gérard Leymonie, mais ceux qui font régulièrement du commerce avec ces établissements ne sont pas vraiment disposés à communiquer la liste de leurs clients". Business is business...

### Faire vibrer la corde sensible ne suffit pas

Alors Cantal expansion a fait appel à un centre d'appels justement qui a contacté plus de 3 000 adresses potentiellement exploitées par des Cantaliens ou "Cantalo-Aveyronnais". Une démarche qui a permis de qualifier ce fichier initial mais aussi de confirmer que 20 % de ces brasseurs et assimilés, soit près de 600 adresses, étaient intéressés pour afficher les couleurs du Cantal dans leur établissement et pour rencontrer de nouveaux fournisseurs "du pays".

Sauf que comme le note Gérard Leymonie, "l'affect ne

fait pas tout". Entendez, l'amour du pays a ses limites dans le monde des affaires. Alors si ces patrons sont prêts à favoriser les fournisseurs cantaliens, il faudra d'abord offrir des garanties au moins équivalentes à la concurrence : à savoir des produits à la qualité constante et à des tarifs compétitifs mais aussi une régularité d'approvisionnement et une logistique parfaite.

### Trois impératifs : homogénéité, régularité et logistique

Et c'est sur ces exigences que le bât cantalien blesse. Selon Cantal expansion, seule une vingtaine d'entreprises commercialisent à ce jour des produits dans la capitale et "ceux qui ont une vraie force commerciale et logistique là-bas se comptent sur les doigts de la main". Alors si dans un premier temps l'agence de développement économique, via sa Mission agro-alimentaire (Maac), va d'abord œuvrer à la promotion de l'image des produits cantaliens à l'occasion de Salon de l'agriculture (voir encadré), elle compte aussi provoquer un déclic auprès des entreprises cantaliennes : "La balle est dans le camp du Cantal", lance Gérard Leymonie, qui n'a toujours pas digéré l'incapacité cantalienne à créer une filière viande salers sur le marché parisien.

Un déclic afin d'amener les entreprises à s'organiser pour imaginer collectivement des solutions originales avec l'objectif d'alimenter avec réactivité ces Auvergnats de Paris. "Il faudrait une sorte de plateforme de distribution sur Paris", estime G. Leymonie, "et travailler avec ces clients", complète Céline Teyssedou, nouvelle animatrice de la Maac.

Un vrai défi pour l'agro-alimentaire cantalien, mais aussi de vraies perspectives de plus-value en matière de développement d'entreprises, d'emploi et de valorisation des produits.

P. OLIVIERI

## Initiative

### Le "planté de drapeaux" chez le gotha des CHR parisiens



Céline Teyssedou, animatrice de la Maac depuis janvier dernier.

**NOUVELLE RECRUE** de la Mission agro-alimentaire du Cantal, Céline Teyssedou a été mise sur le pont dès sa prise de poste : après le Sirha de Lyon, elle est chargée d'organiser la promotion de l'agro-alimentaire cantalien lors du Salon de l'agriculture via une opération inédite : l'installation symbolique de

drapeaux rouges aux couleurs du Cantal dans une dizaine de brasseries ou restaurants parisiens parmi les plus prestigieux tenus par des Cantaliens : la Rotonde, le Ruisseau... Parallèlement, le 25 février, les producteurs agroalimentaires prospecteront les brasseurs parisiens invités chez le plus important grossiste de Rungis : Le **Delas**, qui se mettra lui-aussi à la "sauce cantalienne" durant 15 jours. "Notre objectif, explique la jeune femme, est par la suite de référencer ces établissements parisiens après les avoir visités et d'aller pourquoi pas jusqu'à un guide en reprenant le concept des Chemins du Cantal".