

Bernadet commence à avoir de la bouteille

ENTREPRISE

Spécialisée dans la décoration de bouteilles, la société a su trouver les bons créneaux

DIDIER FAUCARD

d.faucard@sudouest.fr

Le panneau est bien visible depuis la rue du Dominant à Châteaubernard, à une centaine de mètres du pont de chemin de fer : « Bernadet, décoration de bouteilles ». Mais au-delà de ce panneau qu'y a-t-il au juste ? La société Bernadet fait partie de ces entreprises cognacaises discrètes – tout au moins aux yeux du citoyen lambda –, mais qui n'en ont pas moins un vrai savoir-faire et une réelle réussite.

« L'entreprise est une affaire familiale et indépendante. Elle a été créée en 1951 par mon père, Claude Bernadet. Dès le départ, l'activité a tourné autour de la décoration des bouteilles et c'est toujours le cas, même s'il y a eu des évolutions. Nous avons, par exemple, abandonné le satinage des bouteilles en 2012 car le procédé était trop polluant et l'activité très concurrentielle », indique Jean-Pierre Bernadet, arrivé dans l'entreprise en 1996 et directeur depuis 2009.

De nouveaux marchés

Aujourd'hui, l'activité principale tient dans le collage de pièces, qu'il s'agisse de galons ou de cachets de cire, « notamment pour Martell ». Puis vient l'impression sur verre et l'atelier de contrôle qualité de bouteilles pour des verriers, comme le puissant voisin Verallia. « L'entreprise s'est beaucoup développée depuis 2009 puisque nous sommes passés de 50 à 90 personnes – en équivalent temps plein

–, et en période de grosses commandes, cela peut passer jusqu'à 120 » et de 2,2 à 5 millions d'euros de chiffre d'affaires. À l'époque, le cognac n'était pas en bonne forme et la concurrence était rude avec de grands groupes d'Espagne ou de Pologne. Il fallait trouver une solution pour vivre à côté de ces gens-là. Nous sommes passés d'une PME artisanale à quelque chose de plus structuré et industriel, sans perdre les valeurs de l'entreprise. »

Surtout, la stratégie a consisté, d'une part, à aller chercher des marchés bien particuliers sur l'impression du verre. « Tout ce que les autres, notamment les grands groupes, ne savent ou ne veulent pas faire », résume Jean-Pierre Bernadet. Comme travailler avec des matières précieuses comme l'or ou le platine, travailler sur des grands formats de bouteilles

de trois ou neuf litres ou des flacons présentant des formes particulières, accepter les petites séries, « on a la souplesse pour traiter des séries de 10 bouteilles à des centaines de milliers », précise Jean-Pierre Bernadet. « On s'est dit que plutôt d'essayer de piquer les clients ou autres, on devait proposer de nouveaux produits et cela a plutôt bien marché », ajoute-t-il.

30 millions de bouteilles

D'autre part, l'entreprise a décidé de ne plus mettre tous ses œufs dans le même panier : « Il y a dix ans, nous étions dépendants du cognac à 98 %, aujourd'hui ça représente 55 à 60 %. Nous travaillons avec les grands groupes mais aussi des entreprises à taille plus humaine voire des petits viticulteurs qui produisent des pépites », informe Jean-Pierre Bernadet. Et si le monde des spiritueux (cognac, whis-

ky, gin, vodka), champagne – « nous essayons aussi d'attaquer le monde du vin mais il n'est pas facile d'y rentrer » – produit l'essentiel de la clientèle, il n'est pas le seul. « Nous avons aussi une petite activité sur l'huile d'olive, les eaux et nous essayons d'aller vers la cosmétique. »

L'ensemble fait qu'en 2016, la société Bernadet compte environ 1 000 clients, produit 30 millions de bouteilles par an sur ses trois activités, à proportions égales : « Nous avons 2 000 articles différents et produisons 400 nouveaux produits par an, rapportés au temps de travail, j'ai calculé que cela faisait deux par jours », se réjouit Jean-Pierre Bernadet. Ajoutez à cela, une croissance à deux chiffres depuis quelques années et on comprendra que l'entreprise envisage l'avenir avec un certain optimisme.



Le nombre d'employés est passé de 50 à 90 personnes en sept ans. PHOTOS D. F.