

## BAG-IN-BOX®

## JL PARSAT SORT DE SA RÉSERVE

La très discrète entreprise familiale basée à Eymet (24) se dévoile au grand jour. Spécialiste du Bag-in-box®, JL Parsat se lance aujourd'hui dans le conditionnement en poche souple, après avoir été précurseur de l'outre en France.

Le spécialiste du vin en Bag-in-box® rompt avec le proverbe « Pour vivre heureux, vivons cachés ». Nos confrères du quotidien *Sud-Ouest*, la région où se trouve le siège de l'entreprise à Eymet (24), ont décroché l'une des toutes premières interviews de la famille Parsat. « On nous a convaincus de la nécessité de mettre en lumière notre savoir-faire », explique Jean-Marc Parsat, le dernier à avoir rejoint la société en 2004. Pierre, son frère, l'a devancé en 2000. Leurs parents, Nérina et Jean-Louis, dont ils prennent la relève en douceur, restent encore en activité. « Nous jouons sur la complémentarité de nos compétences », souligne Jean-Marc Parsat, responsable des achats aux côtés de son père. Son frère a, pour sa part, en charge le volet marketing. Sa mère les aspects administratifs et financiers. « Nous prenons toutes les décisions à quatre, enchaîne le



Jean-Marc (à gauche) et Pierre Parsat reprennent la suite de leurs parents Nérina et Jean-Louis à la tête de l'entreprise de négoce familial.

responsable. *Nous partageons d'ailleurs le même bureau et nous déjeunons régulièrement ensemble.* C'est ainsi qu'il y a deux ans, ils ont décidé de diversifier leur activité dans la poche souple. « Ma mère a eu l'idée du Bib® à la fin des années 70, mon père de la poche autoportante », souligne Jean-Marc Parsat. Il l'a découverte à Vinexpo en 1999, sans que notre entreprise se lance à l'époque. Aujourd'hui, nous pensons que c'est le bon moment. » L'entreprise a donc investi dans une ligne de conditionnement de poches (1,5 l, 3 l et 5 l), d'une capacité de plus d'un million d'unités. Les ventes atteignent, d'ores et déjà, le demi-million et sont promises à doubler d'ici l'an prochain. « Les distributeurs et les consommateurs se montrent plus enclins à acheter l'emballage », estime Jean-Marc Parsat. Ils en perçoivent les avantages : il est léger, facile à entreposer dans le frigo, et il s'adapte bien à la consommation des produits qui se boivent frais, tels les rosés et les boissons aromatisées à base de vin, les fameuses BABV. » Concernant cette dernière catégorie, Parsat a mis au point la gamme

Wine Crush composée de trois parfums : mojito, piña colada en blanc, et sunrise en rosé.

Le négociant espère relever le défi de la poche souple, tout comme il a réussi avec le Bib®. « Il nous a fallu plus de dix ans pour convaincre les distributeurs de référencer l'emballage », se rappelle Jean-Marc Parsat. Nous avons été l'un des premiers négociants à adopter dès 1978 à notre marque JL Parsat sur une poignée de dénominations comme bordeaux, bergerac et cahors. » Étudiant à l'époque, il faisait avec son frère le tour des magasins, durant les vacances scolaires, pour vanter les mérites de la fontaine à vins auprès des magasins de l'ouest de la France. Finalement, en 1990, l'entreprise conditionne sa première MDD dans un Bib® au format cinq litres. D'autres distributeurs suivront. Le mouvement est lancé. « Nous avons également convaincu les distributeurs de regrouper l'offre Bib® au sein d'un même univers », indique Jean-Marc Parsat. À ses débuts, elle se trouvait dans le rayon des bouteilles. »

## 10 MILLIONS DE BIB®

Aujourd'hui, l'entreprise conditionne près de 10 millions d'unités en équivalent trois litres sur un site de 10 000 m<sup>2</sup> équipé de six lignes de mise en Bib®. Elle dispose ainsi d'une capacité de production de 17 millions d'unités en équivalent trois litres. Son sourcing s'étend à la France entière (Languedoc-Roussillon, vallée du Rhône, Provence, Loire, Sud-Ouest, Bordeaux) et dépasse même les frontières hexagonales. La maison périgourdine élabore des produits à marque propre JL Parsat, des MDD et effectue de la prestation de service pour le compte d'opérateurs intermédiaires. Les secrets sont levés.

CHANTAL SARRAZIN

## CHIFFRES CLÉS

## Répartition de l'activité

1/3 à marque JL Parsat

1/3 sous MDD, 1/3 sous forme

de prestation de service

Production 10 millions de Bib®/an en équivalent trois litres ;

500 000 poches autoportantes.

Effectif 35 personnes

## SURFER SUR L'IGP ATLANTIQUE

« On y croit ! », disent les frères Parsat à propos de l'indication géographique protégée (IGP) Atlantique. Elle permet de développer une gamme d'IGP de cépage dans une fourchette de prix plus attractive que l'IGP pays d'Oc. » Le négociant la développe en poche souple et en Bib®. Il conditionne, depuis cette année, un merlot rosé en poche de trois litres distribué en exclusivité chez Casino. Parallèlement, Parsat a lancé une gamme propre baptisée Couleurs Océanes en Bib® de trois litres. Elle comprend deux merlots, en rouge et en rosé, ainsi qu'un sauvignon en blanc.