



MARSAC-SUR-L'ISLE

Toute l'importance du parrainage

Initiative Périgord recherche des chefs d'entreprise bénévoles pour parrainer les jeunes entrepreneurs. Pour cela, une visite de la brasserie BAM a été organisée en présence de membres du réseau.



(Ph. A. Merlingeas)





« Parrains et marraines, mobilisez-vous pour aider les jeunes chefs d'entreprise à accomplir leurs rêves. » Voilà en substance le message distillé par les représentants d'Initiative Périgord, le 21 novembre, à l'occasion d'une visite organisée à la BAM (Brasserie artisanale à Marsac-sur-l'Isle). « Le système du parrainage nous différencie des autres réseaux de financement de l'entrepreneuriat mais nous manquons de parrains », a reconnu Michel Conte, président d'Initiative Périgord. Le parrain ou la marraine est une personne à qui l'entrepreneur va pouvoir faire part de ses difficultés. Il apporte un réseau et/ou un accompagnement technique. Le parrainage dure trois ans. La personne est le plus souvent chef d'entreprise, en activité ou à la retraite, membre d'associations comme EGEE (Entente des générations pour l'emploi et l'entreprise), Ecti (Entreprises-collectivités territoriales-insertion) ou le club des créateurs.

La brasserie BAM, située avenue Louis Suder, près d'Auchan, est née en 2013. Denis Porcher et Ophélie Camandone en sont les dirigeants. Au moment de leur installation, ils ont été parrainés par Yan Tisé, à l'époque salarié à la Chambre de métiers et de l'artisanat, qui a aujourd'hui rejoint Initiative Périgord. « C'était un accompagne-

ment précieux dans les montages de dossiers et les prévisionnels, domaines où il faut être réaliste. On était au début de la vague de création de brasseries », raconte Denis Porcher. Yan Tisé reconnaît : « On était sans retour d'expérience significatif ». Heureusement, la jeune entreprise trouve du matériel d'occasion auprès d'une brasserie locale qui arrêta son activité.

« NOTRE LOCAL
N'EST PLUS
SUFFISANT. »

La BAM écoule ses bières au niveau régional, via des professionnels de la restauration, des bars, des brasseries, des épiceries fines, des salles de concerts et des associations. Elle conçoit des bières stylées avec des caractéristiques propres. On relève La Tatou, une blonde emblématique de la brasserie, mais aussi la Sakura, la Nuit blanche ou l'Homme. Aux neuf bières permanentes de

base s'ajoutent des bières éphémères créées pour des événementiels comme Mimos. « La bière est un métier de passion et de curiosité », lâche Denis Porcher. Une nouvelle bière a été conçue avec des invendus de boulangerie artisanale (Le fournil de la Vallée et la boulangerie Storini). « Le but est de faire une bière simple et d'exploiter l'économie circulaire dans une optique de développement durable », affirme le dirigeant. Quatre des principales bières proposées sont certifiées bio.

Aujourd'hui, l'activité a bien évolué, passant de 250 hl produits à 1 100 hl en 2019. « C'est le maximum que l'on puisse faire avec cet outil de production », affirme Denis Porcher. Ils emploient un salarié et prévoient d'en embaucher deux supplémentaires l'an prochain, une en production et un commercial. Ils réfléchissent à investir pour s'agrandir. « Notre local n'est plus suffisant. Il faut que nous le consacrons uniquement à la production et que nous trouvions un local de stockage pour valoriser la vente directe dans un local extérieur », dit le dirigeant. Il ajoute : « Nous nous appuyons sur notre réseau de parrains, de connaissances pour voir comment passer cette nouvelle marche de notre développement. »

Alexandre Merlingeas