

Rians, un savoir-faire familial



Face aux grands groupes comme Danone, Nestlé ou Yoplait, Rians s'affiche parfois dans le quatuor de tête avec des positions de leader pour la faisselle ou certains desserts. L'entreprise familiale cultive, depuis sa création, un savoir-faire artisanal.

Les origines de la marque Rians remontent au début du xx^e siècle quand Désiré et Francine Triballat exploitent une ferme dans le village de Rians (Berry) et fabriquent des fromages à partir du lait de leurs

vaches. En janvier 1952, leur petit-fils, Hubert Triballat, âgé de 20 ans, installe dans la ferme familiale une petite laiterie qui produit alors un volume de lait de 700 litres/jour. Avec l'aide de trois employés, il collecte du lait de vache et de chèvre des fermes voisines et fabrique des fromages, selon la tradition ancestrale pour approvisionner les marchés du

*TM Ride

Hugues Triballat ci-dessous - à droite : la ferme familiale



Berry. Entre 1952 et 1965, Hubert Triballat consolide la marque Rians et reprend une quinzaine de petites laiteries dans le département¹.

En 1966, un important crémier venu de la capitale passe quelques jours à Sancerre et découvre sur le marché, la faisselle Rians. Séduit par le produit, il l'exporte alors sur Paris et c'est à cette époque que l'entreprise oriente sa production vers les produits frais à la marque Rians². Dans les années 1980, Rians s'adapte aux nouvelles habitudes de consommation des Français et fait son entrée sur les linéaires des supermarchés et hypermarchés. Aujourd'hui la marque appartient toujours à la famille Triballat. Depuis 1995, Hugues, le fils d'Hubert, a repris la direction générale de la société. Pour autant, Hubert Triballat veille encore sur sa société en y rendant une visite chaque matin...

La faisselle, un savoir-faire unique

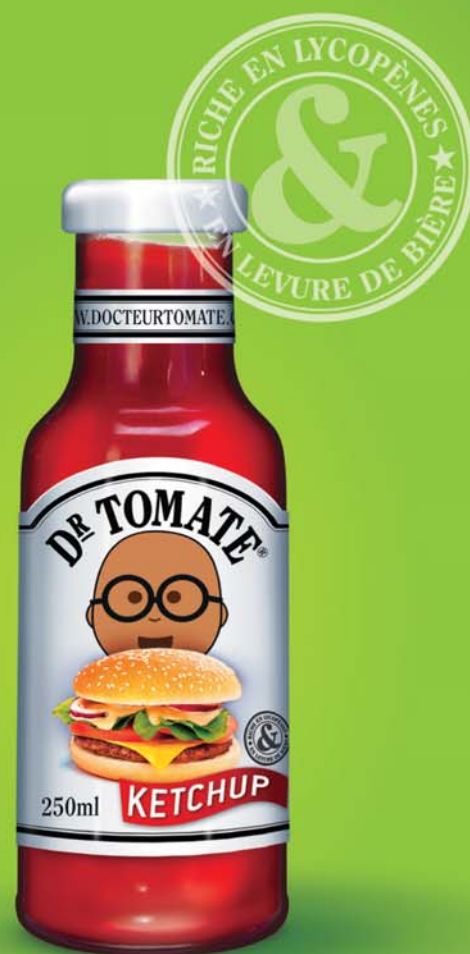
Rians est un nom synonyme de faisselle moulée à la louche, produit phare de la marque depuis sa création. La faisselle témoigne que production de masse et savoir-faire ancestral ne sont pas antinomiques puisque les 600 000 pots de faisselles fabriqués chaque jour sont encore aujourd'hui moulés à la louche comme autrefois. "La faisselle doit être faite avec le lait, le plus frais possible, puisqu'il est travaillé

**"Rians est une grande famille,
certains employés travaillent
de génération en génération
dans l'entreprise".**

en moins de 24 h après sa collecte", explique Pierre Filaudeau, directeur marketing de Rians. Pour la fabrication de tous les produits, la qualité des matières premières est indispensable, aussi le lait utilisé provient-il des fermes aux alentours avec lesquelles l'entreprise a établi, depuis longtemps des rapports de confiance. Pour preuve, la rémunération du lait plus élevée accordée aux agriculteurs en 2009 afin de soutenir la filière laitière. Cette politique, que certains qualifient de citoyenne, permet notamment de maintenir l'approvisionnement sans

¹ - En 1965, l'effectif est de 109 personnes et la collecte représente 11 millions de litres de lait de vache et 1,5 millions de lait de chèvre.

² - Les effectifs sont de 300 personnes et la collecte représente 30 millions de litres de lait de vache et 4 millions de litres de lait de chèvre sont transformés.



www.docteurtomate.com

LANCEMENT DU 1^{ER} KETCHUP
QUI AIDE À LA REPOUSSE DES CHEVEUX.

consulting

communication

design

interactive

byagencygroup®

100 % Marque Santé Mieux-Vivre

30, rue Saint-Augustin
75002 Paris

www.byagency.com

BY AGENCY Group : Éric Phélippeau - Alexandre Bruère - 01 42 66 41 31

BY AGENCY Communication : Roxane Philippe - 01 42 66 26 97

BY AGENCY Design : Frank Leroux - 01 42 66 41 33

BY AGENCY Interactive : Arnaud Weber - Jean-Christophe Lévêque - 01 42 66 41 34



La faisselle témoigne que production de masse et savoir-faire ancestral ne sont pas antinomiques

recourir à l'importation de lait. "Nous ne sommes pas bio, mais toutes les recettes sont sans conservateur, sans additif, nos ingrédients sélectionnés selon des chartes de qualité en permanence réévaluées sont 100 % naturels", souligne Pierre Filaudeau. Rians incite l'ensemble de ses 800 producteurs de lait à adhérer à des démarches de qualité, et à respecter les bonnes pratiques en matière d'environnement, de bien-être animal et de production laitière. La moitié de ces éleveurs est impliquée dans des démarches officielles comme les Appellations d'Origine Contrôlée (Chavignol en lait de chèvre, Epoisses en lait de vache...). Les techniciens de Rians accompagnent en permanence les éleveurs dans ces démarches de progrès et d'amélioration de la qualité.

Les valeurs : un savoir faire inégalable

Détenue en totalité par la famille Triballat, la société promeut des valeurs fondées sur la qualité et l'authenticité. "Rians est une grande famille, certains employés travaillent de génération en génération dans l'entreprise", précise Pierre Filaudeau. Le village de Rians est d'ailleurs toujours le quartier général, puisqu'il abrite le siège social, une unité de production et le cœur logistique de la laiterie. L'entreprise



maîtrise ainsi toute la chaîne de production : elle collecte elle-même 100 millions de litres de lait de vache et la moitié en lait de chèvre chaque année dans 750 fermes, et fabrique dans ses usines. Elle expédie ses produits avec sa propre flotte de camions dans toute la France, un parc de 40 semi-remorques aux couleurs de Rians.

Si l'entreprise s'est développée par rachats successifs dans les Vosges, la Drôme ou le Quercy pour fabriquer des fromages à la renommée bien établie - cabécou, langres, saint-marcellin, époisses, valençay, crottin de Chavignol..., elle est également présente à l'international, dans cinquante cinq pays avec des filiales en Californie, en Espagne et en Argentine. "Le fromage de chèvres se développe bien aux Etats-Unis, car les Américains sont amateurs du chèvre frais", souligne Pierre Filaudeau. L'entreprise compte aujourd'hui quinze sites industriels et le quart de sa production est exportée. Si la marque propose une gamme étendue de produits, fromages, faisselles, yaourts, et desserts cuisinés (crème brûlée notamment), elle n'en oublie pas pour autant sa vocation de "rester votre petit coin de Nature". Aussi, afin de réduire les impacts et les risques liés à son activité, Rians est l'une des premières entreprises de son secteur à évaluer chaque année son Bilan Carbone pris en compte dans le choix des nouveaux investissements, au même titre que la rentabilité, la sécurité ou la qualité. "Après cinquante ans de vie, Rians reste une marque simple et honnête, elle est avec les années une marque de plus en plus actuelle, et c'est à nous de le rester" confie Pierre Filaudeau. ■