

Cette entreprise albigeoise est leader des équipements de loto

Leader français des équipements pour loto, Cartaloto est né d'un pari audacieux dans le Tarn. On vous raconte la success story de cette PME partie à la conquête d'un marché en pleine expansion.

Lorsqu'il s'est installé dans le Tarn, Guillaume Lecourtois était loin d'imaginer que son avenir professionnel allait se jouer autour des cartons numérotés et des boules tirées au sort. Pourtant, c'est ici, dans ce département où le loto est une véritable institution, qu'il a eu cette formidable inspiration : créer Cartaloto, devenu leader en France des produits d'équipement pour lotos et bingos.

« J'ai été très vite entouré de passionnés de loto. Je m'y suis intéressé naturellement », raconte-t-il. Guillaume Lecourtois est originaire du Havre, loin des bastions traditionnels de ces événements populaires. « En Normandie, contrairement à la Bretagne ou au Nord, il n'y a pas vraiment de passion pour ces jeux. Je ne me souviens pas avoir participé à une seule soirée loto dans ma jeunesse », indique-t-il.

Plutôt que d'animer des soirées ou d'acheter une salle, il choisit une autre voie. À seulement 23 ans, il fonde Cartaloto avec un ami. « J'ai beaucoup appris auprès de lui », confie-t-il. Leur collaboration durera jusqu'en 2015, avant une séparation sur fond de divergences stratégiques.

Une ascension fulgurante

D'abord tourné vers les professionnels, Cartaloto s'adapte vite en misant sur le puissant réseau associatif, véritable moteur du marché. « Il n'y a pas une école, un club sportif, une maison de retraite ou



L'équipe de Cartaloto au complet : une grande partie de la production de l'entreprise est réalisée à Albi. / Photo DDM, Marie-Pierre Volle.

une caserne de pompiers qui n'organise pas de loto », explique-t-il. Il tisse alors des liens solides avec ces structures, privilégiant la proximité et le service. Désormais implantée dans toute la France, l'entreprise poursuit son développement sans relâche. « Qui n'avance pas recule », résume son fondateur. Pour rester dans la course, Cartaloto a diversifié son offre. Sur son site d'Albi, où elle emploie 18 salariés, elle fabrique non seulement des cartons de jeu personnalisés, mais aussi des bracelets événementiels,

des tickets d'entrée et même des produits de snacking. « Il faut structurer l'avenir, offrir un vrai service : dans le choix, la livraison, le paiement, mais aussi le réseau de distribution. »

Un marché en expansion

Avec plus de 3 000 références, Cartaloto suit les tendances. « Imaginez : même des célébrités populaires ont organisé des bingos originaux, comme ce jeu animé par un artiste transgenre dans une émission de télé-réalité. Il faut rester à la

page. »

Et l'exportation ? « Vous savez quel pays joue le plus au bingo ? Ce n'est pas l'Espagne, mais la Suède », s'amuse-t-il. Si Cartaloto exporte peu vers les États-Unis, elle a déjà conquis la Polynésie française, la République dominicaine et le Chili, avec l'Europe comme principal marché. « C'est nous qui proposons le plus de produits différents et innovants. »

Une partie gagnante qui semble loin d'être terminée.

Vincent Vidal