



Poulaillon, créateur de la Moricette®

Entreprise familiale française

COMMUNIQUÉ

1. AVANT PROPOS SUR LA CRISE SANITAIRE DU COVID 19
2. CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ T3 au 30 juin 2020 (9 mois) : -18,7 %
3. POINT DE SITUATION AU 30 JUIN 2020
4. PERSPECTIVES

Wittelsheim (Mulhouse), le 23 juillet 2020 après bourse – Poulaillon, Groupe familial de boulangerie et de restauration rapide, propriétaire et distributeur des eaux minérales de Velleminfroy, communique :

1. AVANT-PROPOS SUR LA CRISE SANITAIRE DU COVID 19

Les mesures gouvernementales de confinement des populations et de restrictions d'activités, prises en mars et prolongées jusqu'à très récemment, ont contraint le Groupe à prendre les mesures nécessaires pour permettre la continuité de l'exploitation.

Le déploiement d'un important plan de prévention est la mesure principale prise par le Groupe, concernant aussi bien la sécurité sanitaire de ses collaborateurs ou clients, que la sécurité alimentaire des produits vendus.

Les principales mesures, toujours en vigueur, sont le renforcement des équipements de protection du personnel (masques, lunettes, gel hydro-alcoolique...), le nettoyage et la désinfection permanente des locaux, l'affichage des mesures barrières indiquées par le Gouvernement ainsi que le pré-tranchage et l'emballage des produits.

Pour les services supports du Groupe, et pour permettre une continuité des services, le Groupe a eu recours au télétravail jusqu'à début juin. Cela a notamment permis de traiter l'ensemble des demandes courantes et exceptionnelles liées à la crise sanitaire.

L'assouplissement des mesures gouvernementales a permis la réouverture des points de vente du Groupe, progressivement dès le 12 mai 2020, avec le maintien de l'activité partielle pour certains magasins. Cela a notamment permis d'amorcer la progressive



remontée en puissance du chiffre d'affaires du réseau de magasins. Au 30 juin, seuls deux points de vente n'ont pas rouverts. L'ensemble des points de vente du réseau sont en mesures d'accueillir la clientèle conformément aux dispositions réglementaires et légales en matière d'accueil du public.

Le site de production principal de WITTELSHEIM (68) n'a plus recours à l'activité partielle, et a quasiment retrouvé sa pleine capacité de production. En revanche, les sites de SAINT-LOUP-SUR-SEMOUSE (70), SAINT-VIT (25) et VELLEMINFROY (70) ont toujours recours à l'activité partielle, ceci permettant d'accompagner progressivement la remontée en puissance de ces sites.

D'un point de vue financier, outre le recours aux Prêts Garantie d'Etat, le Groupe a également entamé des négociations avec ses bailleurs, partenaires bancaires ou crédit bailleurs, qui ont abouti à des gratuités ou des reports d'échéances concernant la période de crise sanitaire. Ceci a permis d'améliorer le résultat d'exploitation, par l'abaissement des frais fixes, et ainsi le résultat financier de l'exercice et de réduire l'impact de la crise sanitaire sur les résultats du Groupe.

2. CHIFFRE D'AFFAIRES T3 – EXERCICE 2019-2020

Chiffre d'Affaires 9 mois Milliers € (non audité)	01/10/2019 30/06/2020 9 mois	01/10/2018 30/06/2019 9 mois	Variation %	01/10/2018 30/09/2019 12 mois
Points de ventes	30 298	36 078	-16,0%	48 706
+ Professionnels	17 969	23 521	-23,6%	31 063
= Pôle Boulangerie	48 267	59 598	-19,0%	79 769
+ Pôle Eau Minérale	921	876	5,1%	1 494
+ Non affecté - Holding	83	119	-30,3%	141
= Total consolidé	49 271	60 593	-18,7%	81 404

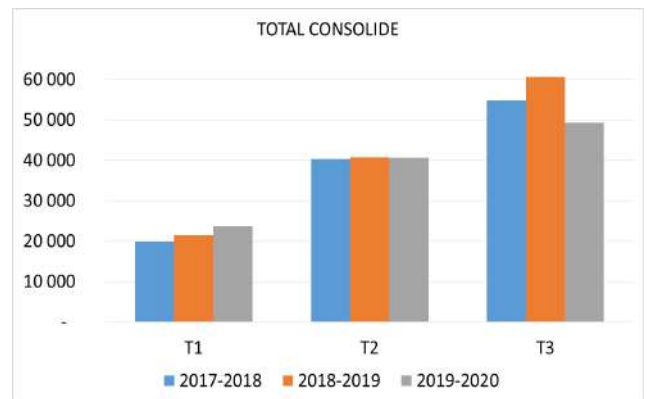
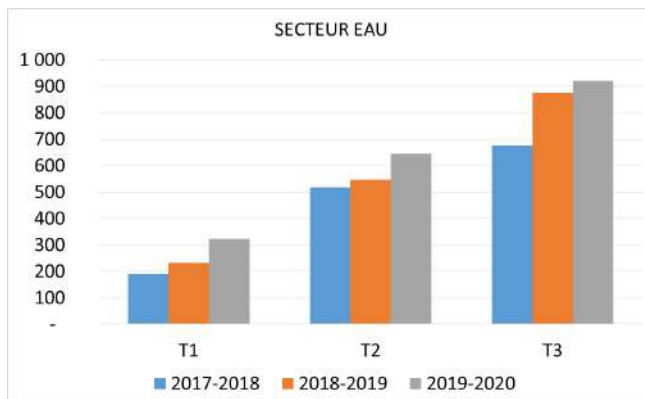
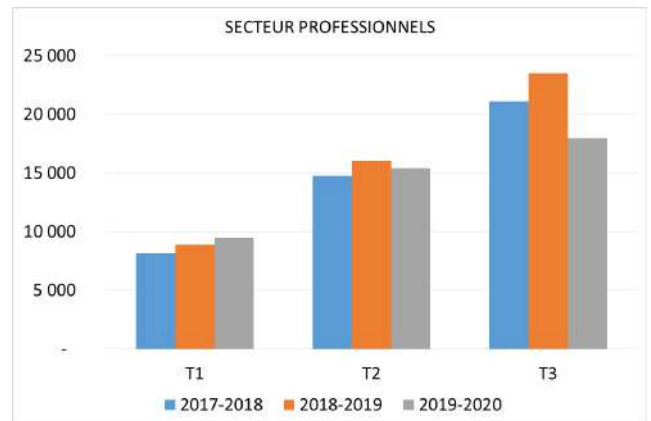
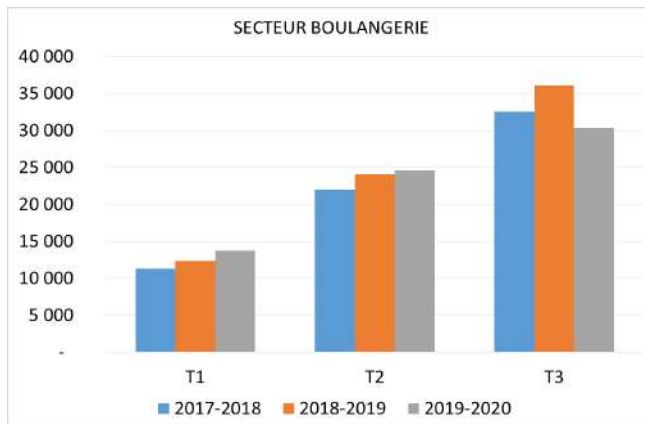
* Le chiffre d'affaires réalisé du pôle Eau Minérale auprès des Points de vente du Groupe est à ajouter aux ventes du Pôle Eau Minérale respectivement de 664 k€ du 01/10/2019 au 30/06/2020 et à hauteur de 503 k€ du 01/10/2018 au 30/06/2019, soit une progression du Pôle Eau Minérale de 14,9%.

Chiffre d'affaires généré par l'activité Eau sur les 9 premiers mois de l'exercice

	2019/2020	2018/2019	Variation
Pôle Eau Minérale *	1 585	1 379	14,9%



Graphiques sur l'évolution du Chiffre d'Affaires comparé à N-1 et N-2



L'impact négatif sur le chiffre d'affaires du Groupe en période de confinement du seul mois d'avril 2020 (qui constitue le point bas) est de -77,7%. La prépondérance d'activité de restauration et de snacking, ainsi que le télétravail en sont les principales causes.

Le redéploiement des activités du Groupe permet de constater un chiffre d'affaires largement reconstitué, la baisse sur les trois premiers trimestres de l'exercice étant de 18,7% par rapport aux trois premiers trimestres de l'exercice précédent.

3. POINT DE SITUATION AU 30 JUIN 2020

FOCUS BOULANGERIE :

Pôle Réseau de magasins :

- **Du confinement à la reprise d'activité globale**

Le Pôle Réseau de magasins a été particulièrement impacté par les mesures gouvernementales prises pour endiguer la propagation de la pandémie sur le territoire français.



La fermeture des activités de restauration ayant été obligatoire sur la totalité du territoire métropolitain du 15 mars au 1er juin, seuls 21 points de vente sont restés ouverts, dont 11 disposants d'un drive, sur les 59 magasins du Groupe, le pain étant considéré comme un produit de première nécessité. Un plan de prévention a rapidement été mis en place permettant d'assurer la sécurité des équipes et des clients.

Le fonctionnement des points de vente a donc dû être optimisé, en adaptant tous les critères de gestion (horaires d'ouverture, personnel, offre produits...) et en proposant des produits uniquement à emporter, dont le plat du jour. Les plats du jour sont désormais communs à tous les magasins, soigneusement élaborés par les chefs cuisiniers. Un service de livraison à domicile dans le périmètre de la région mulhousienne a également été mis en place, tandis que les drives ont démontré leur efficacité.

Les points de vente ont progressivement pu rouvrir à partir du 12 mai 2020, en respectant les mesures sanitaires actuellement en vigueur. Seuls deux magasins sont encore fermés.

Le chiffre d'affaires du réseau augmente progressivement, l'objectif étant de retrouver au niveau similaire puis supérieur à celui de l'exercice 2019.





- **Concrétisation des projets à venir**

Les travaux du MOULIN (Boulangerie-Restaurant) situé à LOGELBACH (68) en périphérie de COLMAR (68), dans un hypermarché LECLERC à forte fréquentation, ont pris du retard en raison de la crise sanitaire, mais l'ouverture pourra avoir lieu dès cet automne.

De même, la construction d'un MOULIN à MITTELBRONN (57) a été confirmée pour 2021, ainsi qu'un MOULIN à SIERENTZ (68) en déplaçant sur le parking le magasin situé à l'intérieur du centre commercial HYPER U.



Pôle vente auprès de la GMS et des professionnels :

- **L'extension du site de production de SAINT-VIT (25) bientôt opérationnelle**

Les travaux d'extension du site de production de SAINT-VIT (25) avancent à grands pas : le bâti sera réceptionné dans les prochaines semaines, la nouvelle chambre froide est prévue pour fin d'année. Les premiers tests sur la nouvelle ligne de production de Moricettes®, produit phare du Groupe, sont en cours. Elle devrait être opérationnelle à la rentrée.





- **Un lancement de produit attendu**

Un nouveau pain a été développé pour répondre aux nouvelles tendances de consommation liées à la crise sanitaire : Le Pain de Campagne longue conservation (3 semaines de DLC), sans additif, emballé sous atmosphère protectrice. Il est déjà référencé dans 2 centrales d'achats.



- **Une véritable gamme BIO**

Lancement de la Moricette® en version Bio qui se décline avec une composition de matières issues de l'agriculture biologique, notamment des farines d'origine France. En plus de la Moricette®, c'est une véritable gamme POULAILLON BIO qui est désormais proposée, avec un logo spécifique et l'arrivée d'autres produits comme la Baguette Bio à l'eau de Velleminfroy. Sa pâte est constituée de farine de blé biologique d'origine 100 % française, de levain de seigle biologique et d'eau minérale de Velleminfroy, qui présente une pureté exceptionnelle (0 nitrate, 0 pesticide, 0 trace de résidus médicamenteux). L'utilisation d'une eau minérale pure prend tout son sens dans l'élaboration d'une baguette biologique. En complément, la gamme POULAILLON BIO propose également une célèbre spécialité alsacienne, le Kougelhopf Bio cuit dans un véritable moule en terre cuite d'Alsace.





- **La Moricette® s'exporte aux Etats-Unis d'Amérique**

Le produit phare du Groupe a trouvé son marché outre-Atlantique. Un premier conteneur de Moricettes® est parti pour les Etats-Unis à destination de New-York.



FOCUS EAU MINERALE :

- **De nouveaux référencements pour la gamme Vintage**

Un nouveau référencement national pour la gamme de bouteilles en verre Vintage a été obtenu auprès d'une grande chaîne française de jardinerie, dont les établissements disposent d'un rayon alimentation.

Egalement, les bouteilles en verre Vintage Velleminfroy ont été adoptées par plusieurs grands Chefs étoilés.

- **L'export en tête**

Les contacts s'intensifient à l'étranger, notamment au Moyen-Orient, afin de pouvoir finaliser de nouvelles ventes. Celles-ci ont pris du retard du fait de la pandémie qui a touché le monde entier. Un nouveau pays devrait confirmer sa commande dès fin août ; la Thaïlande.



- **Velleminfroy gagne du terrain en grande distribution**

De nombreuses actions commerciales sont menées auprès de la GMS, notamment en Alsace et Franche-Comté, afin d'accroître le référencement de la marque VELLEMINFROY® et lui accorder une plus grande visibilité auprès de la clientèle. Ceci a été rendu possible grâce à la mise en place d'un nouveau bouchon, plus écologique, qui permet de proposer la bouteille PET de 1 litre d'eau minérale plate à 0,66 € TTC. Une baisse significative du prix de la bouteille qui se rapproche désormais de celui des principaux opérateurs du marché...



4. PERSPECTIVES

Avec une reprise progressive du Chiffre d'Affaires, le Groupe POULLAILLON est optimiste quant à la remontée en puissance de l'ensemble de ses activités au 4^{ème} trimestre de l'exercice en cours.



PROCHAIN COMMUNIQUÉ FINANCIER

Comptes semestriels au 31 mars 2020, publiés le 6 août 2020 au plus tard

A propos de Poulailon

Fort d'un savoir-faire de plus de 40 ans et d'une assise solide dans l'Est de la France, Poulailon est aujourd'hui un groupe familial intégré de boulangerie et de restauration rapide. Depuis la création de la Moricette® en 1973, la maison Poulailon ne cesse d'innover en proposant une large gamme de produits commercialisés à ses 59 points de vente (au 23/07/2020) et auprès de ses clients Grands Comptes notamment de la grande distribution. Les produits sont élaborés avec soin dans le respect des traditions. Le Groupe exploite et commercialise également les eaux minérales de Velleminfroy qu'il détient à 100%. Plus de 879 collaborateurs contribuent chaque jour au succès du Groupe, qui a réalisé 81,4 millions d'euros de chiffre d'affaires pour l'exercice clos le 30 septembre 2019.



www.poulailon.fr

Contact Poulailon

Thierry Mysliwec
Directeur Administratif et Financier

Tél. : +33 (0)3 89 33 89 89
investisseurs@poulailon.fr