



Poulaillon, créateur de la Moricette®

Entreprise familiale française

## COMMUNIQUÉ

1. AVANT PROPOS SUR LA CRISE SANITAIRE DU COVID 19
2. CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL CONSOLIDÉ 2019-2020 (12 mois)
3. POINT DE SITUATION AU 28 OCTOBRE 2020
4. PERSPECTIVES

**Wittelsheim (Mulhouse), le 28 octobre 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**

Dès les prémices de la crise sanitaire de coronavirus covid-19 à la mi-mars 2020, le Groupe a pris toutes les mesures nécessaires afin d'assurer la sécurité de ses collaborateurs, de ses clients et plus généralement du Groupe.

La fin des mesures de confinement des populations a permis la réouverture de l'ensemble des points de vente. A ce titre, les efforts déployés au cours des deux premiers trimestres de l'année 2020 ont été maintenus et étendus à l'ensemble des magasins et sites de production, suite à leur réouverture.

Tous les collaborateurs disposent toujours de tous les équipements nécessaires pour assurer leur sécurité (masques, lunettes, combinaisons, gel hydro-alcoolique). Les plans de prévention déployés pour la sécurité alimentaire et la sécurité sanitaire de nos clients sont en vigueur et toujours renforcés (nettoyage et désinfection permanente des locaux, séparation monnaie-produits au comptoir, paiement sans contact privilégié etc.).



Néanmoins, plusieurs facteurs expliquent une remontée plus lente du chiffre d'affaires de certains pôles d'activité.

Tout d'abord, le recours au télétravail qui est maintenu par de nombreuses entreprises est l'une des causes du redéploiement plus lent du secteur restauration, tout comme les mesures visant à limiter le nombre de places assises.

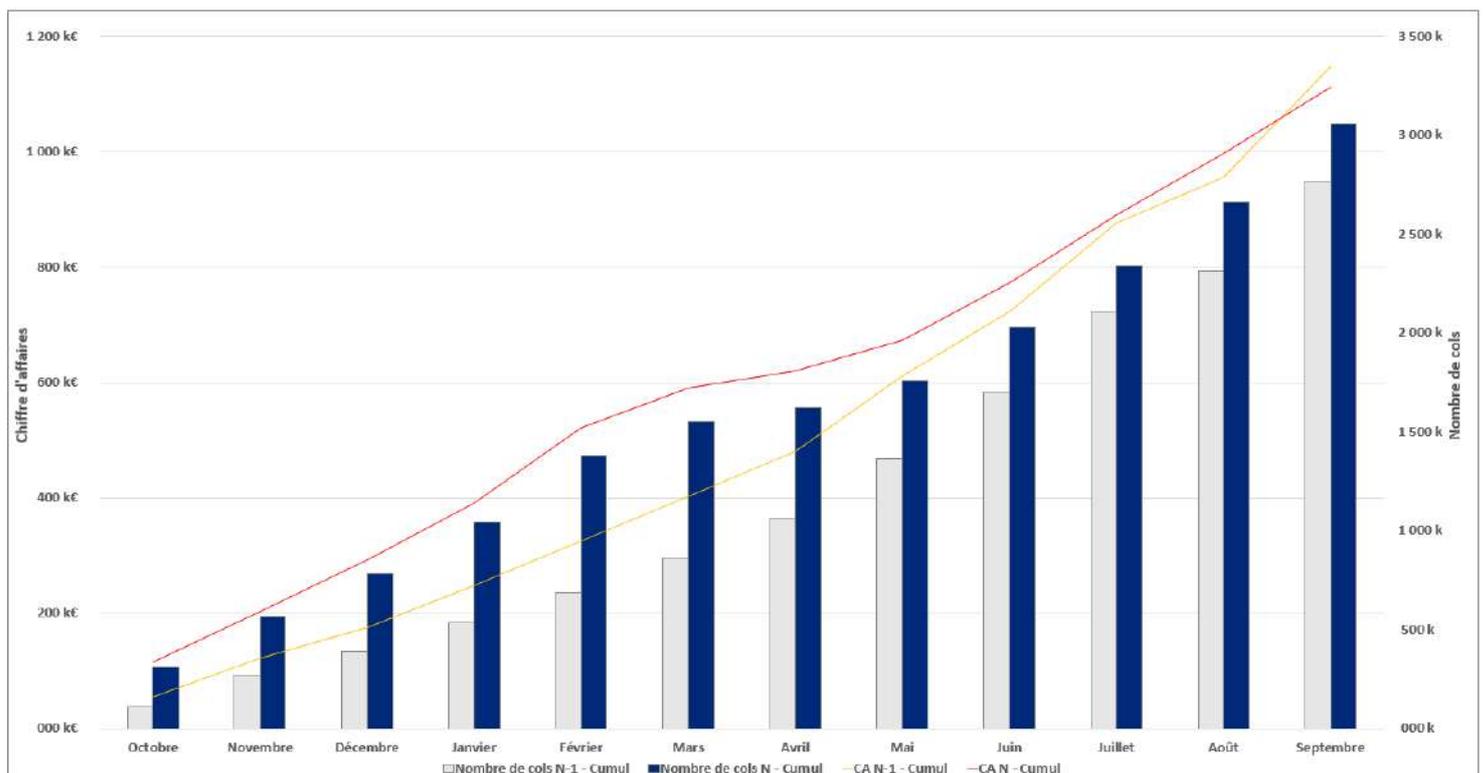
Outre la restauration, les mesures gouvernementales visant à limiter les rassemblements ont un impact direct et significatif sur le résultat de notre secteur traiteur.

Le Groupe reste dans la continuité de la rédaction des deux trimestres précédents.

## 2. CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL – EXERCICE 2019-2020

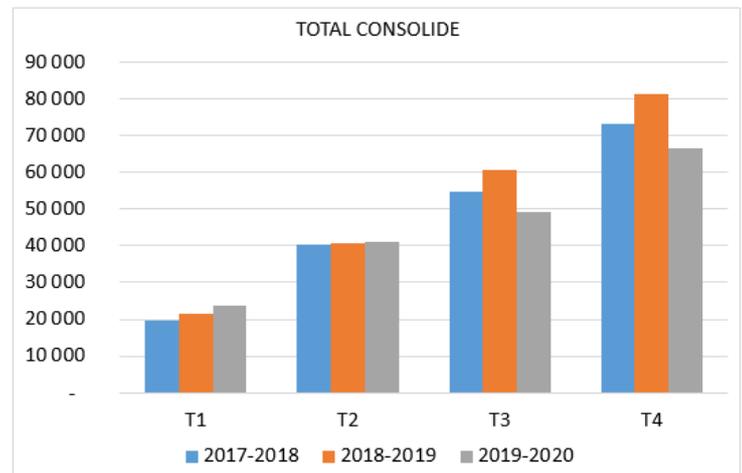
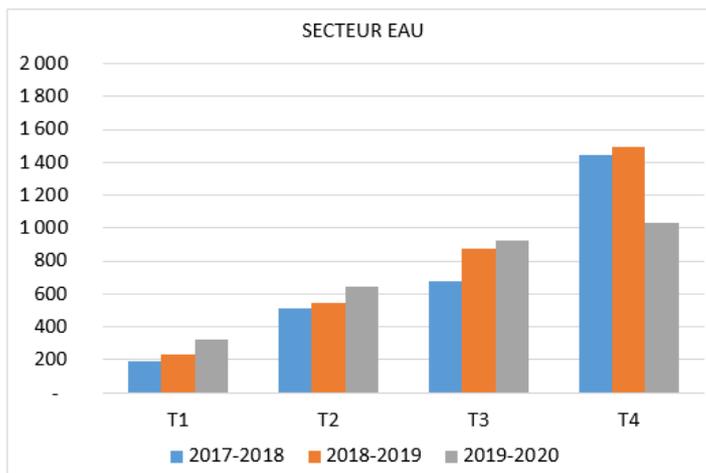
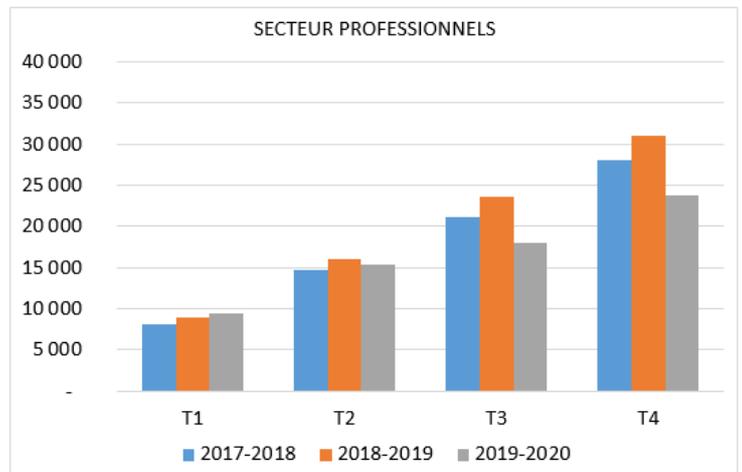
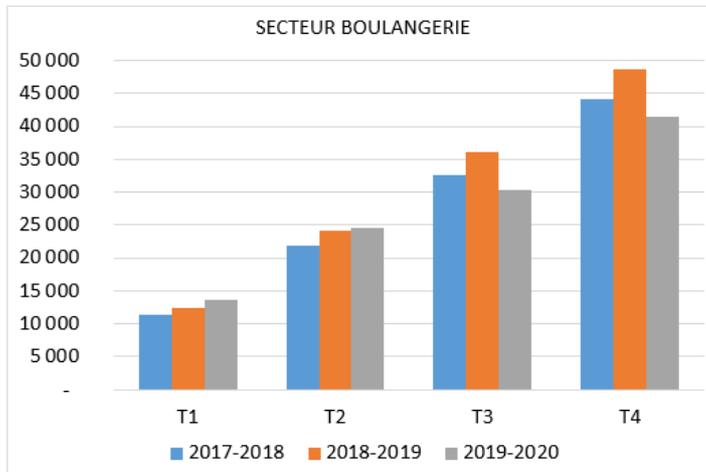
Chiffre d'Affaires 12 mois Milliers € (non audité)	01/10/2019 30/09/2020 12 mois	01/10/2018 30/09/2019 12 mois	Variation %
Points de ventes	41 426	48 706	-14,9%
+ Professionnels	23 797	31 063	-23,4%
= <b>Pôle Boulangerie</b>	<b>65 223</b>	<b>79 769</b>	<b>-18,2%</b>
+ <b>Pôle Eau Minérale</b>	<b>1 447</b>	<b>1 494</b>	<b>-3,2%</b>
+ Non affecté - Holding	113	141	-19,9%
= <b>Total consolidé</b>	<b>66 783</b>	<b>81 404</b>	<b>-18,0%</b>

Chiffre d'affaires des Eaux Minérales de Velleminfroy. Comptes sociaux et nombre de cols en cumul mensuel. Comparatif N/N-1 au 30.09.2020





**Chiffre d'affaires cumulé par trimestre en k€, par secteur en total consolidé**



**Le redéploiement du Groupe permet de constater la reconstitution progressive du chiffre d'affaires, malgré l'impact négatif de la crise sanitaire sur les activités de restauration et de traiteur.**





### **3. POINT DE SITUATION AU 28 OCTOBRE 2020**

## **FOCUS BOULANGERIE**

### **Pôle Professionnels**

- **La nouvelle ligne de production de Moricettes® opérationnelle à SAINT-VIT (25)**

Les travaux d'extension du site de production de SAINT-VIT sont quasiment achevés : la nouvelle ligne de production de Moricettes®, produit phare du Groupe, est désormais opérationnelle. La nouvelle chambre froide quant à elle sera prête fin novembre. Le site de SAINT-VIT produit notamment une bonne part de la gamme BIO : baguettes, pains, Bret'z Burger et très bientôt la Moricette®.



- **La Moricette® continue son expansion aux Etats-Unis d'Amérique, est déjà présente au Royaume-Uni et arrive en Israël**

Après l'envoi d'un premier conteneur outre-Atlantique en juillet dernier, c'est un deuxième qui se prépare pour novembre, suivi d'un autre conteneur à destination d'Israël. Le Royaume-Uni a quant à lui été livré il y a trois semaines.

- **Des commandes de produits festifs d'un bon niveau**

A l'approche des Fêtes, les clients grands comptes, notamment ceux de la grande distribution ont confirmé leur intérêt pour la gamme de produits traiteur.

- **La gamme Poulailon BIO s'étoffe**

De nouveaux produits de panification en Bio sont en cours d'élaboration pour étoffer la gamme et continuer à répondre à la demande sur ce marché



## Pôle Réseau de Magasins

- **Ouverture d'un nouveau Moulin à WINTZENHEIM (68): une véritable boulangerie-restaurant de plus !**

L'arrivée d'un nouveau point de vente le 21 octobre dernier, marque la volonté du Groupe de garder un certain rythme dans son programme d'ouvertures, notamment de Moulins (Boulangerie-Restaurant) dont le modèle fait chaque jour ses preuves pendant cette période de crise sanitaire. Ce nouveau point de vente est idéalement situé à un endroit stratégique en périphérie de Colmar (68) dans un hypermarché LECLERC particulièrement fréquenté. On y trouve une large sélection de produits de grande qualité : des pains façonnés à la main par de véritables boulangers et cuits sur place dans un four à sole de pierre, des viennoiseries, pâtisseries, sandwiches et autres plats chauds, sans oublier les fameuses Moricettes® qui font la renommée du Groupe. D'une superficie de 500 m<sup>2</sup>, de 120 places assises à l'intérieur, 30 places assises en terrasse il est ouvert 7 jours sur 7. Toutes les dispositions en vigueur ont été prises pour garantir la sécurité du personnel et des clients, comme dans tous les points de vente Poulailлон.

La réalisation de 3 autres Moulins sont en projets pour 2021...





## FOCUS EAU MINERALE

- **Un positionnement prix désormais adapté à l'évolution du marché**

Pour anticiper la future loi anti-gaspillage et répondre aux demandes des consommateurs en matière d'écologie, le plastique de la bouteille a été réduit, ce qui a permis de proposer récemment la bouteille PET de 1 litre moins chère, soit autour de 0,66 € le litre (VS 2 € au lancement) et ainsi d'élargir la part de marché en touchant davantage de clients intéressés par les propriétés fonctionnelles de l'eau vertueuse. Une baisse significative du prix de la bouteille qui permet de se rapprocher des principaux opérateurs du marché et de participer à de nombreuses opérations commerciales en GMS. La gamme de bouteilles en verre Vintage connaît un succès grandissant, de par l'attrait des consommateurs pour le verre vs le plastique, un positionnement tendance et un prix attractif. La gamme Prestige séduit de nombreux étoilés et établissements de prestige et contribue à l'image premium de la marque.

Le positionnement prix de Velleminfroy est désormais posé, les équipes sont d'attaque !



- **Malgré la crise sanitaire, la gamme de bouteilles en verre a progressé de +50 %**
- **La gamme de bouteilles en verre Prestige sera en opération spéciale pour les Fêtes de fin d'année dans plusieurs enseignes de la grande distribution et auprès de distributeurs spécialisés.**
- **A la conquête de nouveaux territoires**

Velleminfroy poursuit sa croissance tant en France qu'à l'étranger. Après la Chine et l'Arabie Saoudite, la Thaïlande et la Russie viennent de passer leurs premières commandes. Des contacts très prometteurs sont également actuellement en cours avec les Etats-Unis d'Amérique.



## 4. PERSPECTIVES

La reprise du Chiffre d'Affaires est progressive dans un secteur qui reste certes, de première nécessité, mais aussi axé sur la satisfaction de plaisirs liés aux saveurs et à la gourmandise. Le Groupe POULLAILLON est confiant quant à la remontée en puissance de ses activités Boulangerie et Eau Minérale.

### Agenda financier

**31 janvier 2021**..... Résultats annuels de l'exercice 2019-2020

**31 janvier 2021**..... Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre de l'exercice 2020-2021

**30 avril 2021**..... Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2020-2021

**31 juillet 2021**..... Résultats du 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice 2020-2021

**31 juillet 2021**..... Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2020-2021

**30 octobre 2021**..... Chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre de l'exercice 2020-2021

### À propos de Poulaillon

Fort d'un savoir-faire de plus de 40 ans et d'une assise solide dans l'Est de la France, Poulaillon est aujourd'hui un groupe familial intégré de boulangerie et de restauration rapide. Depuis la création de la Moricette® en 1973, la maison Poulaillon ne cesse d'innover en proposant une large gamme de produits commercialisés à ses 60 points de vente au 28/10/2020 (dont 6 en franchise) 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 835 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.poulaillon.fr](http://www.poulaillon.fr)

ALPOU  
LISTED  
ALTERNEXT



### Contact Poulaillon

Thierry Mysliwec  
*Directeur Administratif et Financier*

Tél. : +33 (0)3 89 33 89 89  
[investisseurs@poulaillon.fr](mailto:investisseurs@poulaillon.fr)