



# Présentation Investisseurs

Novembre 2015 | Confidentiel

POULAILLON

Ce document a été préparé par Poullaillon (la « Société ») pour être exclusivement utilisé lors des présentations organisées avec des investisseurs dans le cadre du projet d'introduction en bourse de la Société et de l'offre auprès d'investisseurs en France et hors de France (l'« Offre »).

Ce document vous a été communiqué exclusivement à titre d'information. Il est confidentiel et doit être considéré comme tel par les personnes assistant à la présentation. Il ne doit pas être reproduit, redistribué ou publié, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, ni distribué à toute personne autre que les personnes invitées à ces présentations. La Société, ses conseils ou ses représentants et les institutions financières participant à l'Offre ne sauraient être tenus, en aucune circonstance, pour responsables en cas de pertes ou dommages résultant de l'utilisation de cette présentation ou des informations qu'elle contient.

Une description détaillée de l'activité et de la situation financière de la Société ainsi que des facteurs de risques liés à la Société et à l'introduction en bourse est incluse dans le prospectus de Poullaillon (le « Prospectus ») qui a reçu de l'Autorité des marchés financiers (l'« AMF ») le visa n°15-555, constitué du document de base enregistré par l'AMF le 17 septembre 2015 sous le numéro I.15-067 et d'une note d'opération en date du 3 novembre 2015 (contenant notamment le résumé du Prospectus), auquel vous êtes invités à vous référer. Des exemplaires du Prospectus sont disponibles sur les sites Internet de l'AMF ([www.amf-france.org](http://www.amf-france.org)) et de la Société ([www.poullaillon.com](http://www.poullaillon.com)). Cette présentation ne comprend que des informations résumées et doit être lue avec le Prospectus. En cas de divergence entre le présent document et le Prospectus, ce dernier prévaut. Toute offre d'instruments financiers de Poullaillon ne pourra être effectuée en France qu'au moyen du Prospectus ou, hors de France, au moyen d'un document d'offre préparé à cet effet. Le présent document ne constitue ni ne fait partie d'aucune offre ou invitation de vente ou souscription de valeurs mobilières dans quelque pays que ce soit. Toute décision d'acquiescer ou de souscrire des titres dans le cadre d'une quelconque offre au public en France doit être prise uniquement sur la base des informations contenues dans le Prospectus.

Ce document ne constitue pas une offre de souscription de valeurs mobilières ou la sollicitation d'une offre de souscription de valeurs mobilières aux États-Unis. Les actions ou valeurs mobilières de Poullaillon ne peuvent être offertes ou vendues aux États-Unis qu'à la suite d'un enregistrement en vertu du U.S. Securities Act de 1933, tel que modifié, ou dans le cadre d'une exemption à cette obligation d'enregistrement. Les actions de Poullaillon n'ont pas été et ne seront pas enregistrées au titre du U.S. Securities Act de 1933, tel que modifié, et Poullaillon n'a pas l'intention de procéder à une quelconque offre au public de ses actions aux États-Unis.

Le présent document constitue une communication à caractère promotionnel et non pas un prospectus au sens de la Directive 2003/71/CE du Parlement européen et du Conseil du 4 novembre 2003, telle que modifiée, notamment par la Directive 2010/73/UE du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010 et telle que transposée dans chacun des États membres de l'Espace économique européen (la « Directive Prospectus »).

S'agissant des États membres de l'Espace économique européen ayant transposé la Directive Prospectus, aucune action n'a été entreprise et ne sera entreprise à l'effet de permettre une offre au public de valeurs mobilières nécessitant la publication par Poullaillon d'un prospectus dans un État membre autre que la France. En conséquence, les actions de Poullaillon ne peuvent être offertes et ne seront offertes dans aucun des États membres autre que la France, sauf conformément aux dérogations prévues par l'article 3(2) de la Directive Prospectus, si elles ont été transposées dans le ou les États membres concernés ou dans les autres cas ne nécessitant pas la publication par la Société d'un prospectus au titre de l'article 3(2) de la Directive Prospectus et/ou des réglementations applicables dans ces États membres.

Ce document s'adresse uniquement aux personnes qui (i) sont des professionnels en matière d'investissements au sens de l'article 19(5) du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005 (tel qu'actuellement en vigueur, ci-après le « Financial Promotion Order »), (ii) sont visées à l'article 49(2) (a) à (d) (« *high net worth companies, unincorporated associations etc.* ») du Financial Promotion Order, (iii) sont en dehors du Royaume-Uni, ou (iv) sont des personnes à qui une invitation ou une incitation à s'engager dans des activités d'investissement (au sens de la section 21 du Financial Services and Markets Act 2000) dans le cadre de l'émission ou de la cession de toutes valeurs mobilières peut être légalement communiquée, directement ou indirectement (toutes ces personnes étant dénommées ensemble, les « Personnes Habilitées »). Ce document s'adresse uniquement aux Personnes Habilitées et ne peut être utilisé par toute personne autre qu'une Personne Habilitée. Tout investissement ou activité d'investissement auxquels le présent document se rapporte est accessible uniquement aux Personnes Habilitées et ne peut être réalisé(e) que par les Personnes Habilitées.

Les informations contenues dans ce document n'ont pas été soumises à une vérification indépendante. Aucune déclaration, garantie ou engagement, exprès ou implicite, n'est fait et ne pourra servir de fondement à une réclamation quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou le caractère adéquat des informations et avis contenus dans le présent document. La Société, ses conseils ou ses représentants, ainsi que les institutions financières participant à l'Offre, n'acceptent aucune responsabilité à ce titre. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles de faire l'objet de mise à jour, complément, révision, vérification et modification et ces informations peuvent être modifiées de manière substantielle. Poullaillon n'est soumise à aucune obligation d'actualiser les informations contenues dans ce document et tout avis exprimé dans ce document peut faire l'objet de modification sans notification préalable. Ni Poullaillon, ni ses conseils ou représentants, ni aucune des institutions financières participant à l'Offre n'accepte une quelconque responsabilité au titre de l'utilisation du présent document ou de son contenu, ou liée de quelque façon que ce soit à ce document.

Ce document contient des informations relatives aux marchés de Poullaillon ainsi qu'à ses positions concurrentielles, notamment la taille de ses marchés. Ces informations sont tirées de diverses sources ou des propres estimations de Poullaillon. Les investisseurs ne peuvent se fonder sur ces informations pour prendre leur décision d'investissement.

Certaines informations contenues dans ce document comportent des déclarations prospectives. Ces déclarations ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la Société. Ces informations prospectives ont trait aux perspectives futures, à l'évolution et à la stratégie commerciale de la Société et sont fondées sur l'analyse de prévisions de résultats futurs et d'estimations de montants non encore déterminables. Par nature, les informations prospectives comportent des risques et incertitudes car elles sont relatives à des événements et dépendent de circonstances qui peuvent ou non se réaliser dans le futur. Poullaillon attire votre attention sur le fait que les déclarations prospectives ne constituent en aucun cas une garantie de ses performances futures et que sa situation financière, ses résultats et cash-flows réels ainsi que l'évolution du secteur dans lequel la Société opère peuvent différer de manière significative de ceux proposés ou suggérés par les déclarations prospectives contenues dans ce document. De plus, même si la situation financière de Poullaillon, ses résultats, ses cash-flows et l'évolution du secteur dans lequel la Société opère étaient conformes aux informations prospectives contenues dans ce document, ces résultats ou ces évolutions peuvent ne pas être une indication fiable des résultats ou évolutions futurs de la Société. La Société ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de confirmer les attentes ou estimations des analystes ou encore de rendre publique toute correction à une quelconque information prospective de manière à refléter un événement ou une circonstance qui surviendrait postérieurement à cette présentation. Une description des événements qui pourraient avoir un effet défavorable significatif sur l'activité, la situation financière ou les résultats de Poullaillon, ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs figure dans les sections « Facteurs de risque » du Prospectus.

Ce document contient des chiffres et des nombres qui ont été arrondis. Par conséquent, les montants totaux et les pourcentages figurant dans les tableaux pourraient ne pas correspondre à la somme arithmétique de ces chiffres, montants et pourcentages.

En participant à cette présentation ou en acceptant le présent document, vous reconnaissez être tenu par les restrictions décrites ci-dessus. Le non-respect de ces restrictions peut constituer une violation des lois applicables aux valeurs mobilières.

CE DOCUMENT EST STRICTEMENT PERSONNEL ET CONFIDENTIEL. IL NE PEUT ÊTRE REPRODUIT, PUBLIÉ, TRANSMIS OU DISTRIBUÉ AUX ETATS-UNIS D'AMERIQUE, AU CANADA, EN AUSTRALIE, AU JAPON OU DANS TOUT AUTRE PAYS OÙ SA REPRODUCTION, PUBLICATION, TRANSMISSION OU DISTRIBUTION EST INTERDITE.



## Paul Poulailon

### Président fondateur

*48 années d'expérience dans la boulangerie*



- ⌘ Inventeur de la Moricette®, Paul ouvre la première boulangerie du Groupe à Dornach (Alsace) en 1973
- ⌘ Il multiplie les ouvertures de points de vente, diversifie les canaux de distribution, élargit et enrichit les offres
- ⌘ Fondateur, animateur et inspirateur du Groupe notamment sur les produits de la gamme et les aspects de développement

## Fabien Poulailon

### Direction commerciale Grands comptes

*Dans le Groupe depuis 21 ans*



- ⌘ Fabien développe une approche commerciale de long terme et de confiance auprès de la clientèle de supermarchés et de grossistes en mettant en avant une boulangerie de qualité
- ⌘ Muni d'un BTS Force de Vente, Fabien est en charge de la relation avec les Grands comptes

## Magali Poulailon

### Gestion et développement des points de vente

*Dans le Groupe depuis 16 ans*



- ⌘ Diplômée d'école de commerce (HESTRAD/ESDES à Lyon), Magali complète sa formation d'un CAP de Boulangerie obtenu à l'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie de Rouen
- ⌘ Elle travaille ensuite chez un boulanger indépendant à Paris avant de rejoindre le Groupe Poulailon en 1999 pour conduire le développement des points de ventes et accentuer l'ouverture vers les produits de panification

## Thierry Mysliwec

### Directeur Administratif et Financier

*Travaille pour le Groupe depuis 31 ans et dans le Groupe depuis 2 ans*



- ⌘ Thierry travaille pour le Groupe depuis 1984 dans le cabinet d'expertise-comptable Audit Conseil SA qu'il avait rejoint en 1980 et dont il deviendra par la suite l'un des trois dirigeants
- ⌘ Muni d'un CAP de comptabilité et d'un Brevet Professionnel comptable



## 1 cœur de métier

- ⌘ La boulangerie : maîtrise de la production jusqu'à la vente au consommateur final



## 2 types de clients

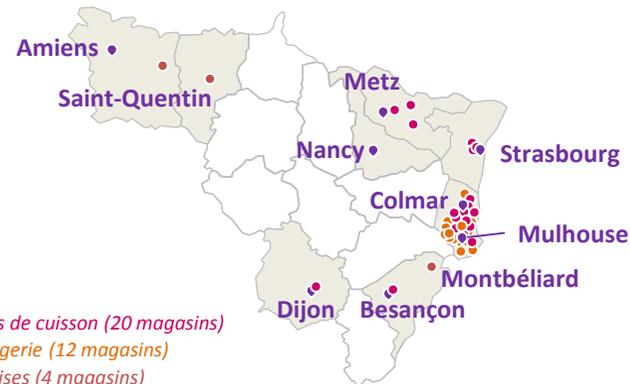
- ⌘ Grand public consommateur de produits de qualité : 65% du CA
- ⌘ Professionnels et BtoB : 35% du CA



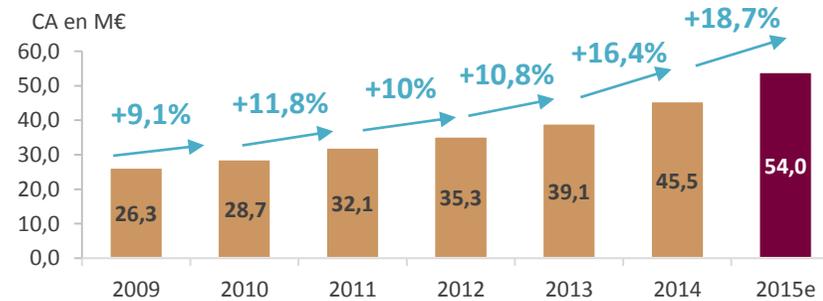
## 3 axes de développement

- ⌘ Réseau de points de vente
- ⌘ Grands Comptes
- ⌘ Diversification dans l'eau minérale

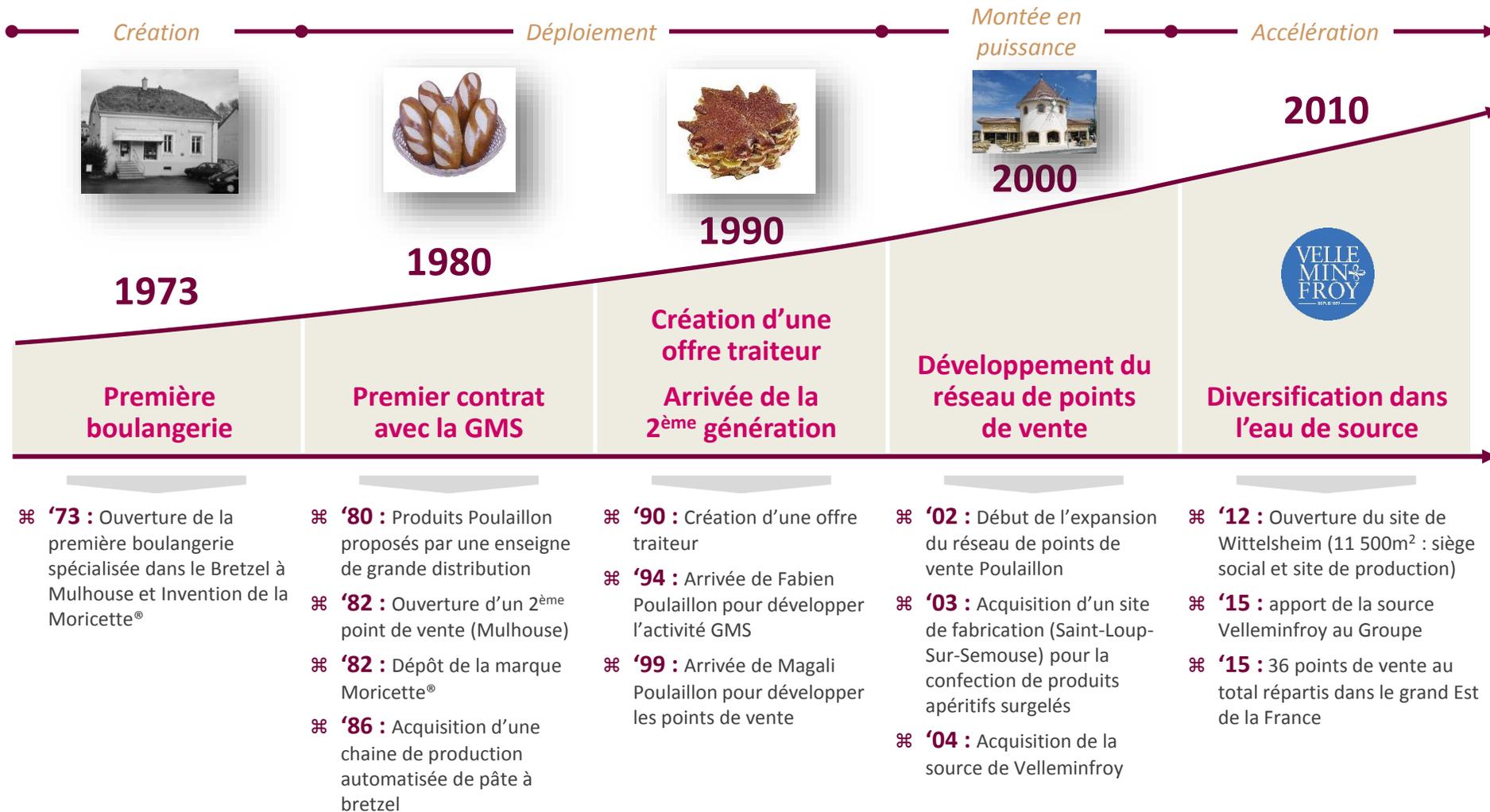
### Un ancrage régional fort pour une ambition nationale (36 points de vente)



### Une croissance du chiffre d'affaires régulière et forte depuis la création



# La construction méthodique d'un groupe intégré rentable





# Groupe familial de restauration rapide intégré

## Partie 1



POULAILLON

## Les drivers d'un marché en croissance

- ⌘ **Augmentation de la consommation de sandwiches** : 7,3 milliards € en France en 2013<sup>1</sup>
  - 49,5% du CA en restauration rapide
  - 25,3% du CA en GMS
  - 19,2% du CA en boulangerie
- ⌘ **Augmentation des repas pris hors foyer**
  - Éloignement important entre le domicile et le lieu de travail
  - Réduction du temps alloué au repas de midi
- ⌘ **Des consommateurs en quête de nouveauté et de découverte**
  - Proposition d'une offre variée : hamburgers, bagels, pitas,...
- ⌘ **Attractivité du prix**
  - Formules
- ⌘ **Demande de produits sains**
  - Produits équilibrés et variés
  - Tradition et authenticité



Un support de croissance sur le long terme

<sup>1</sup> Sources : GIRA Conseil, Xerfi 2015

## Une large gamme couvrant chaque moment de la journée

### Boulangerie et Viennoiserie

- ⌘ Activité historique de la société
- ⌘ Une gamme de produits précuits ou cuits, élaborée à partir de recettes authentiques
- ⌘ Une fermentation lente de plusieurs heures qui développe une saveur d'Antan, une mie aérée et une conservation plus longue



### Pâtisserie

- ⌘ Des pâtisseries fraîches et surgelées, élaborées avec soin par des équipes de chefs pâtisseries
- ⌘ Tous les classiques de la pâtisserie française proposés
- ⌘ Réalisation par nos pâtisseries de nombreuses créations spéciales dans le cadre de prestation traiteur



### Offre Traiteur

- ⌘ Une offre haut de gamme large où la main de l'homme a toute son importance :
  - Des produits apéritifs frais ou surgelés dédiés pour nos points de vente et une gamme adaptée pour d'autres marchés
  - Des références culinaires Alsaciennes



### Snacking

- ⌘ Une vaste gamme de sandwiches, salades, bretzels, adaptés à tous les moments de consommation et les différents circuits de distribution (GMS<sup>1</sup>, DA<sup>2</sup>, RHF<sup>3</sup>...)
- ⌘ Directement fabriquée dans chaque point de vente pour une fraîcheur optimale



**Un portefeuille de produits riche et qualitatif**

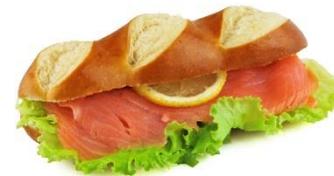
Notes : <sup>1</sup> GMS : Grande et Moyenne Surface ; <sup>2</sup> DA : Distribution Automatique ; <sup>3</sup> RHF : Restauration Hors Foyer

## La Moricette<sup>®</sup>, une invention de Paul Poulailon en 1973

- ⌘ **Recette inspirée d'une pâte à Bretzel**
- ⌘ **Qualités organoleptiques de la pâte** (notamment saveur, texture, aspect)
- ⌘ **Facilité de consommation** (absence de miettes) **et de transport** (formes rondes et compactes tenant facilement dans un sac sans altération)
- ⌘ **En vente dans les points de vente Poulailon et en GMS et RHF**
- ⌘ **23,7% de chiffre d'affaires du Groupe en 2014**



## La Moricette<sup>®</sup> se décline en petits pains nature, ou garnis, en de nombreuses variétés de sandwichs de toutes tailles



La Moricette<sup>®</sup>, véritable institution en Alsace vendu au Grand Public et en GMS

## Wittelsheim (Mulhouse)



- ⌘ **11 500 m<sup>2</sup> de surface de production et de stockage**
- ⌘ **Construit en 2012**
- ⌘ **Approvisionnement des points de vente du Groupe et de la vente en BtoB**
- ⌘ **Maîtrise de l'outil industriel**
  - Diminution drastique des produits non conformes
  - Optimisation des cadences
  - Investissement constant dans l'outil de production afin d'améliorer la productivité

### Une entité semi-industrielle

- ⌘ Pour les produits de viennoiserie, de garnissage (sandwich)
- ⌘ Dimension semi-artisanale pour l'activité traiteur
- ⌘ Un atelier dédié à l'activité pâtisserie
- ⌘ 3 lignes de production
- ⌘ Capacité utilisée à 50% en prévision de la croissance



### Une entité industrielle

- ⌘ Pour les produits de boulangerie et d'emballage
- ⌘ 2 lignes de production + emballage
- ⌘ Capacité utilisée à 50% et 80% en prévision de la croissance



## Saint-Loup-sur-Semouse (Haute-Saône)

- ⌘ **Acquisition en 2003**
- ⌘ **Fabrication de produits surgelés** : macarons, produits traiteurs et de panification



Un savoir-faire issu de 40 années d'expérience dans la boulangerie

# Clients Grands Comptes : Des acteurs de référence au niveau national

Une clientèle professionnelle représentant 35% du chiffre d'affaires total

	Répartition du CA	Évolution annuelle (2013/2014)						
GMS	14,2%	+44,7%						
Restauration Hors Foyer dont Distribution Automatique	12,8%	+9,3%						
Grossistes, Home- Service et collectivités	8,5%	+6,7%						

Un portefeuille client diversifié, fidèle et en progression en nombre d'enseignes et de chiffre d'affaires

Source : Société, données à fin 2014

# Grand public : Développement du réseau de points de vente

Une clientèle grand public représentant 65% du chiffre d'affaires total en progression de 7,5% sur l'exercice 2013/2014 et de 13% au 1<sup>er</sup> semestre 2015

## Les boulangeries Poulaillon

- ⌘ 3 offres complémentaires :
  - Boulangerie/pâtisserie
  - Restauration traditionnelle et rapide
  - Traiteur
- ⌘ Pains façonnés et cuits sur place afin d'assurer une qualité et une fraîcheur de produits toujours optimale
- ⌘ Restauration traditionnelle sur place (plats du jour, Bretz'burger®, ...)
- ⌘ Drive pour certaines boulangeries



Nombre de  
points de vente

**12**

CA moyen

**1-2 M€**

Équipe moyenne

**10-20 salariés**

## Les ateliers de cuisson Poulaillon

- ⌘ 3 offres complémentaires :
  - Pain/pâtisserie
  - Restauration traditionnelle et rapide
  - Traiteur
- ⌘ Dotés de terminaux de cuisson pour le pain précuit et la gamme des produits surgelés en provenance du site de Wittelsheim



**24**

**300 K€ à 1 M€**

**4-10 salariés**

# Poulaillon, un groupe de boulangerie/restauration intégré alliant qualité et industrie



Un positionnement unique dans le secteur



# Les forces du Groupe

## Partie 2



POULAILLON

## Une expertise unique et innovante

### Des produits de tradition

- ⌘ Des recettes authentiques et régionales
  - Bretzel
  - Moricette®
  - Baguette alsacienne
  - Kougelhopf
  - Torche aux marrons
  - Tarte au fromage blanc
- ⌘ Une marque de fabrique Poulaillon
  - Proximité avec l'outil de fabrication qui fut d'abord artisanal avant d'être industriel

### Des produits de qualité

- ⌘ Utilisation de produits régionaux
- ⌘ Maitrise de la qualité, de la sécurité alimentaire et de la traçabilité
- ⌘ Des gammes de produits répondant à la notion de « Clean label »
- ⌘ Mise en place d'une démarche de certification IFS
- ⌘ Utilisation de farines de blé écrasées localement
- ⌘ Critères précis dans le choix des fournisseurs
- ⌘ Gamme de produits bio



**Des produits générant une marge solide et importante**

## Proposer une expérience originale et chaleureuse

### Display



Rixheim



Wittelsheim

### Coin privatisable



Mulhouse Dornach



Morschwiller

### Point chaud



Mulhouse



Nancy

### Bar



Rixheim



Sélestat



Créer de nouvelles habitudes de consommation pour tous les types de demandes

- ⌘ Des emplacements de première catégorie, à très forte fréquentation
- ⌘ En centre ville, en galeries commerciales renommées ou en zone d'activité à haut potentiel
- ⌘ Exploitation en progression du drive-in
  - Déjà 3 moulins Rixheim, Dornach et Sélestat



Moulin de Rixheim – Drive-in



Moulin de Rixheim – Salle



Moulin de Rixheim



Capacité à détecter des emplacements parfois peu connus initialement et dont Poulailon sait faire progresser la fréquentation

## Des équipes motivées et impliquées

- ⌘ Forte culture d'entreprise
- ⌘ Faible turnover

## Des équipes jeunes et expérimentées

- ⌘ Moyenne d'âge : 30 ans
- ⌘ Formation qualitative des équipes



## Animation réseau retail

### Magali Poulaillon

- ⌘ Un manager réseau, dans le Groupe depuis 15 ans
- ⌘ Deux animatrices réseau, dans le Groupe depuis 10 ans
- ⌘ Deux gestionnaires Réseau en charge du contrôle des données remontant du réseau

## Animation GMS et RHF

### Fabien Poulaillon

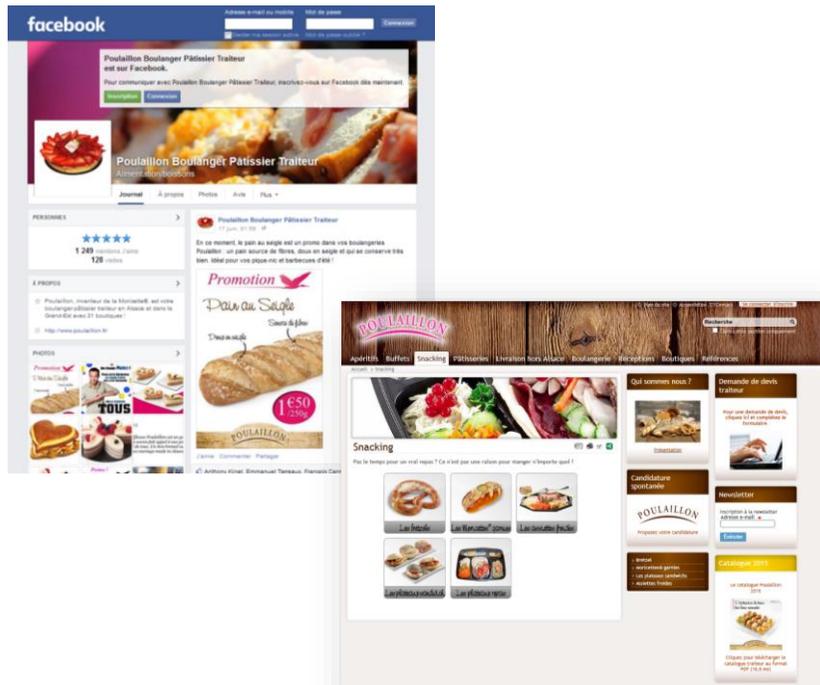
- ⌘ Un Directeur commercial, dans le Groupe depuis 15 ans
- ⌘ Un attaché commercial, dans le Groupe depuis 6 ans
- ⌘ Deux assistantes



Des équipes orientées vers les services

## Des outils spécifiques centrés sur la fidélisation des consommateurs

### Site internet marchand et communicant



### PLV, flyers et leaflets



### Carte de fidélité



### Catalogue



Un renouvellement permanent de l'offre



économie  
**La success-story de Poullaillon**

Poullaillon, c'est d'abord l'histoire d'une pâte à bretzel transformée en sandwich sous le nom de mauricette il y a 40 ans. Mais Poullaillon c'est aussi aujourd'hui l'histoire d'une success-story familiale.

Publié le 03/04/2014 à 10:59, mis à jour le 03/04/2014 à 11:09



**Paul Poullaillon, l'artisanal à très grande échelle**

Il est tombé, comme il dit, « dans la pâte » à 24 ans. Par amour du métier, l'artisan, d'ailleurs, a toujours dirigé sa vie. L'inventeur de la célèbre Mauricette a construit en 40 ans un empire familial traité depuis deux ans à l'international.

Le 24/01/2013 05:51 par Séverine Dupont, actualité à 12:29. Sur 1000 mots



**Poullaillon, la success story de l'agro-alimentaire alsacien**

Publié le 20 septembre 2014

Le centre de production de la maison Poullaillon à Wittelsheim a initié un grand tournant dans la vie de l'entreprise, qui se développe rapidement, en particulier sur le marché de la grande distribution nationale. L'engin quotidien de ce site est de parvenir à restituer les qualités, textures et saveurs des pains, mûricettes et pâtisseries de la boulangerie familiale d'autrefois, mais avec un processus de fabrication mécanisé.

Le papa, Paul, fondateur de l'entreprise, et la maman Marie-France, sont toujours là pour veiller à la marche de l'entreprise. Le fils Fabien, est responsable du site et des ventes en gros et sa sœur Magali, des points de vente en propre au nombre de 27 actuellement (et 4 franchises) « Ces deux activités représentent chacune 50% du chiffre d'affaires qui totalise 42 millions d'euros, et la vente en gros est en forte croissance, de 15 à 20% par an en actuellement », se félicite Fabien Poullaillon.



Fabien Poullaillon devant le site qui produit 100 000 mûricettes par jour

31/12/2011 à 09:00 Vu 2483 fois

**ECONOMIE - PAUL POULLAILLON A OUVERT SA PREMIERE BOULANGERIE A DORNACH (68) EN 1973. AUJOURD'HUI IL A 26 POINTS DE VENTE DANS LE GRAND EST DEUX SITES DE PRODUCTION. LES PREMIERES BOUTIQUES FRANCHISEES VONT FLEURIR FIN 2012**

**LA SUCCESS STORY POULLAILLON**

Paul Poullaillon a ouvert sa première boulangerie à Dornach (68) en 1973. Aujourd'hui il a 28 points de vente dans le Grand Est, deux sites de production. Les premières boutiques franchisées vont fleurir fin 2012.

TAGS : REGION LORRAINE | A LA UNE | LESSES | CUISINE ET GASTRONOMIE | ECONOMIE | ENTREPRISE



## Salons professionnels



- ✂ Une présence sur un très grand nombre de salons
- ✂ Sirha, Sial, salon du sandwich,...



Une réputation de qualité et de tradition, ancrée dans l'Est de la France, base d'un développement national futur



*Un business model efficient*

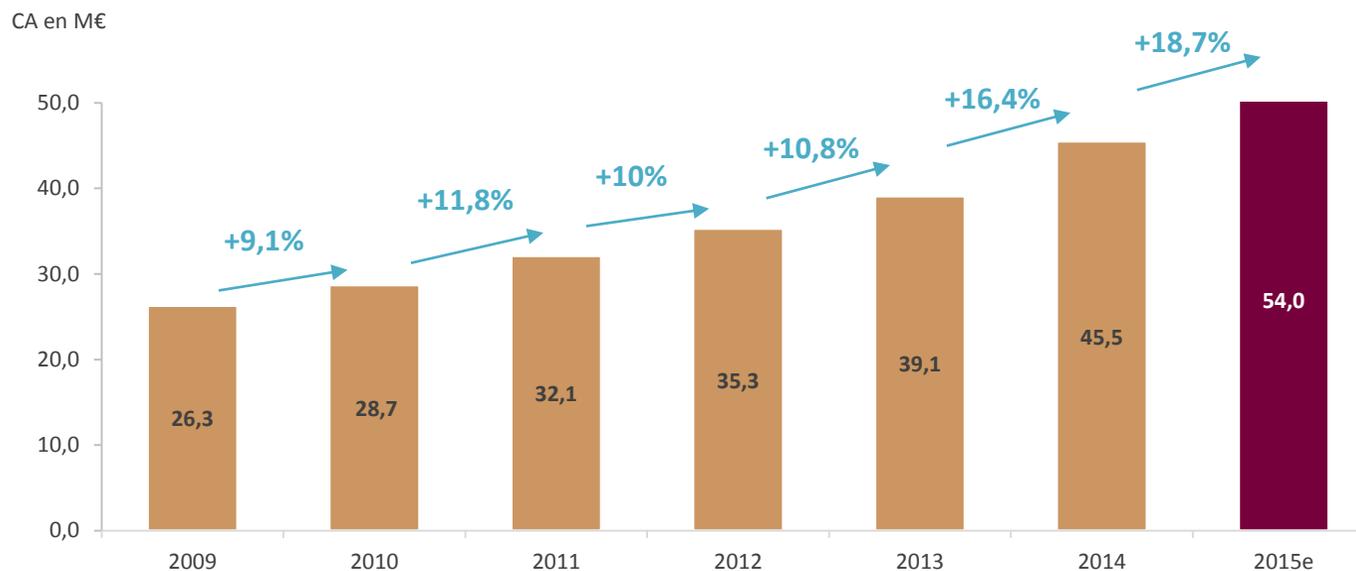
*Partie 3*



**POULAILLON**

Présentation Investisseurs | Novembre 2015

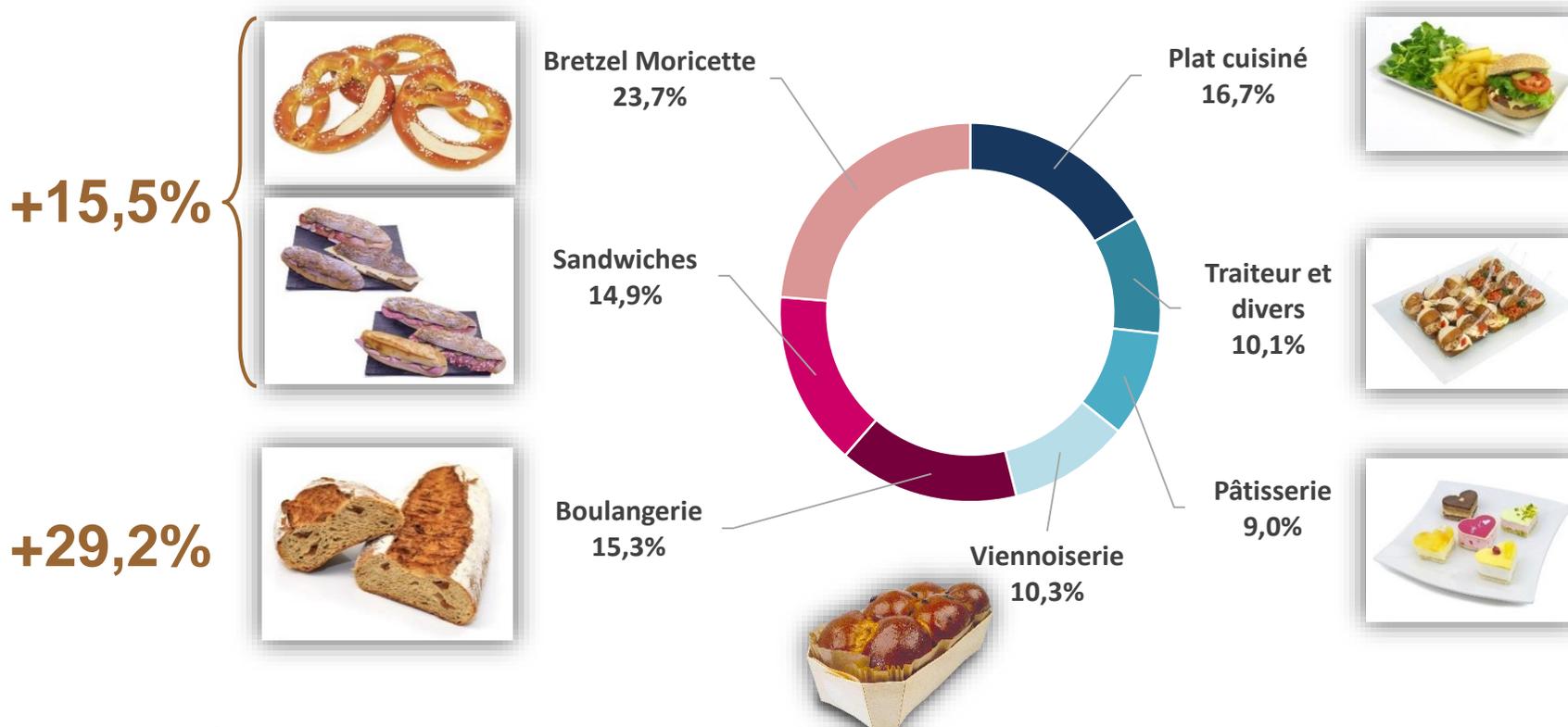
## Croissance du chiffre d'affaires consolidé régulière et forte



Une croissance annuelle moyenne solide de 13,5% (CAGR) depuis 5 ans

# Répartition du chiffre d'affaires

## Répartition du CA 2014 Groupe (45,5 M€)



X% : Progression du CA 2014



Une répartition du chiffre d'affaires solide et diversifiée, avec un ancrage fort en Moricette®

# Compte de résultat simplifié

En K€	30/09/2014 12 mois	30/09/2013 12 mois	31/03/2015 6 mois
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>45 530</b>	<b>39 094</b>	<b>26 931</b>
<i>Croissance (en %)</i>	<i>+16,4%</i>	<i>+10,8%</i>	<i>+19,4%</i>
<b>Marge brute</b>	<b>31 401</b>	<b>26 313</b>	<b>18 084</b>
<i>Taux de marge brute</i>	<i>69,0%</i>	<i>67,3%</i>	<i>67,1%</i>
Achats consommés	14 302	13 125	8 385
Charges de personnel	18 491	16 647	10 130
<i>Charges de personnel/CA</i>	<i>41%</i>	<i>43%</i>	<i>38%</i>
Autres charges d'exploitation	8 714	8 027	5 166
<b>EBE</b>	<b>4 018</b>	<b>2 568</b>	<b>2 201</b>
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>8,8%</i>	<i>6,6%</i>	<i>8,2%</i>
Dotations aux amortissements	2 344	1 937	1 297
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>1 674</b>	<b>630</b>	<b>904</b>
<b>Résultat courant avant impôts</b>	<b>1 235</b>	<b>196</b>	<b>670</b>
<b>Résultat net</b>	<b>458</b>	<b>55</b>	<b>(195)</b>
<b>Résultat net proforma avant amortissements exceptionnels</b>	<b>870</b>	<b>313</b>	<b>472</b>

1

- ⌘ **Faible saisonnalité des ventes**
  - S1 : 55% du chiffre d'affaires
  - S2 : 45% du chiffre d'affaires

2

- ⌘ **Progression de la marge brute liée à une bonne maîtrise des coûts d'achats**
- ⌘ **Dépenses de personnels en baisse par rapport au chiffre d'affaires et entraînant une progression de l'EBE supérieure à celle du chiffre d'affaires (EBE : +56% au 30/09/2014)**

3

- ⌘ **Importantes dotations aux amortissements liées à l'outil industriel**
  - 5% du chiffre d'affaires
  - Évolution suivant la progression du chiffre d'affaires

4

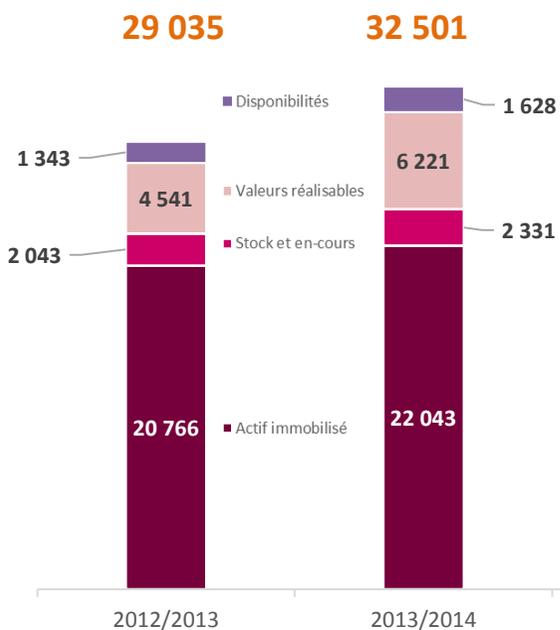
- ⌘ **Depuis la création du Groupe, 100% des résultats sont réalloués à l'investissement**



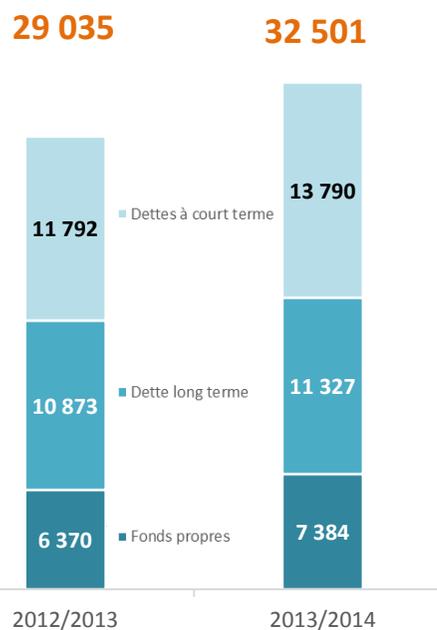
**Une rentabilité opérationnelle en progression**

## Bilan consolidé du Groupe Poulaillon (en K€)

### Actif



### Passif



- ⌘ Un BFR négatif et bien maîtrisé
- ⌘ Progression des fonds propres de 16%
- ⌘ Endettement exclusivement alloué à l'outil industriel et aux points de vente
- ⌘ Dette majoritairement à taux fixes et bien négociés entre 2% et 3%
- ⌘ Fonds propres proforma au 31 mars 2015 : 11 260 K€
- ⌘ Trésorerie disponible au 31 mars 2015 : 1 747 K€

	30/09/2014 12 mois	30/09/2013 12 mois	31/03/2015 6 mois proforma
Gearing	164%	184%	127%
Endettement net / EBE	3,0	4,5	NS



Une situation financière maîtrisée et en amélioration



*Pourquoi la Bourse?*

*Partie 4*

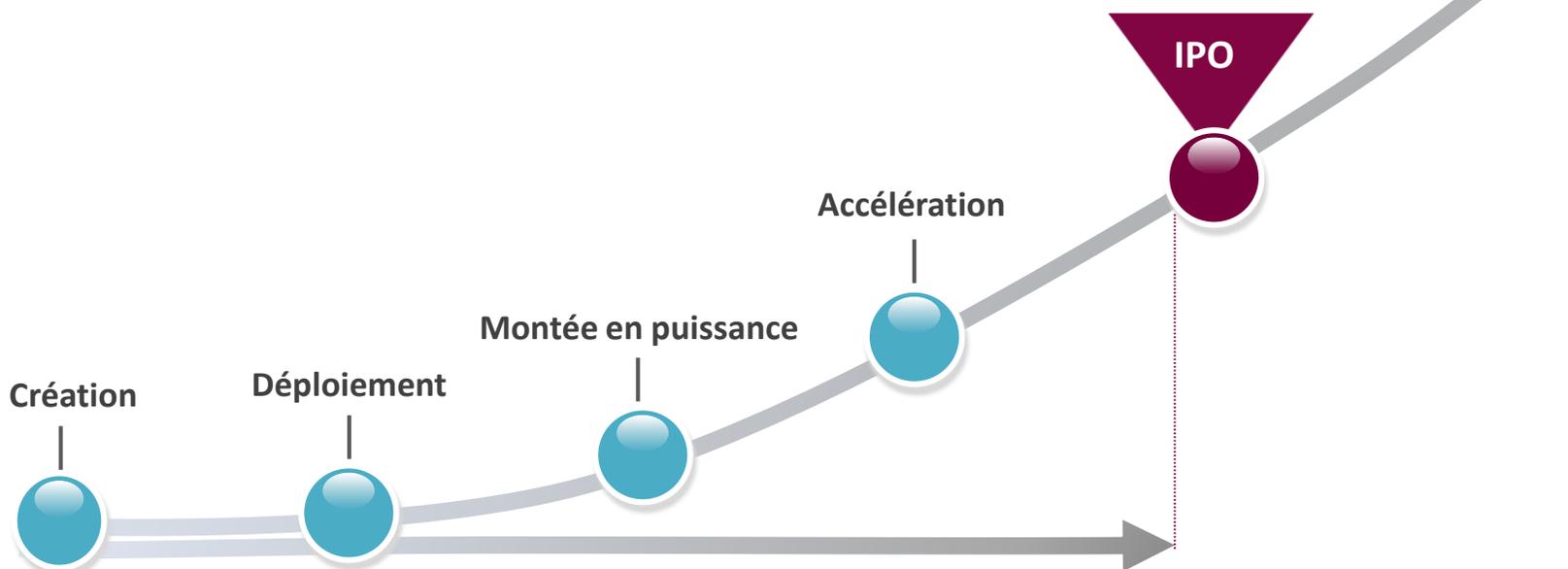


POULAILLON

Présentation Investisseurs | Novembre 2015

# Une stratégie de développement cohérente autour de 3 axes

- ➔ **1** **GMS et RHF : Progression des commandes  
Grands Comptes et nouveaux contrats**
- ➔ **2** **Boulangerie et Restauration :  
développement du réseau de points de vente**
- ➔ **3** **Eau : diversification  
industrielle dans l'eau minérale**



Financer la croissance du Groupe

# Clients Grands Comptes : GMS<sup>1</sup> et RHF<sup>2</sup>

## Poursuite de l'accélération et nouveaux contrats

- ⌘ **Fidéliser les clients existants**
- ⌘ **Développer les volumes**
  - Snacking frais et surgelé, produits apéritifs frais et surgelés
- ⌘ **S'installer chez de nouveaux clients**
  - Catering aérien, ferroviaire, circuit magasins spécialisés surgelés
- ⌘ **Investir dans une nouvelle ligne de Moricette®**
  - Répondre à la demande croissante de ce produit
- ⌘ **Automatisation d'une ligne de snacking**
- ⌘ **Présence active sur les salons professionnels**
  - Salon du sandwich, SIRHA, SIAL, salons du mariage



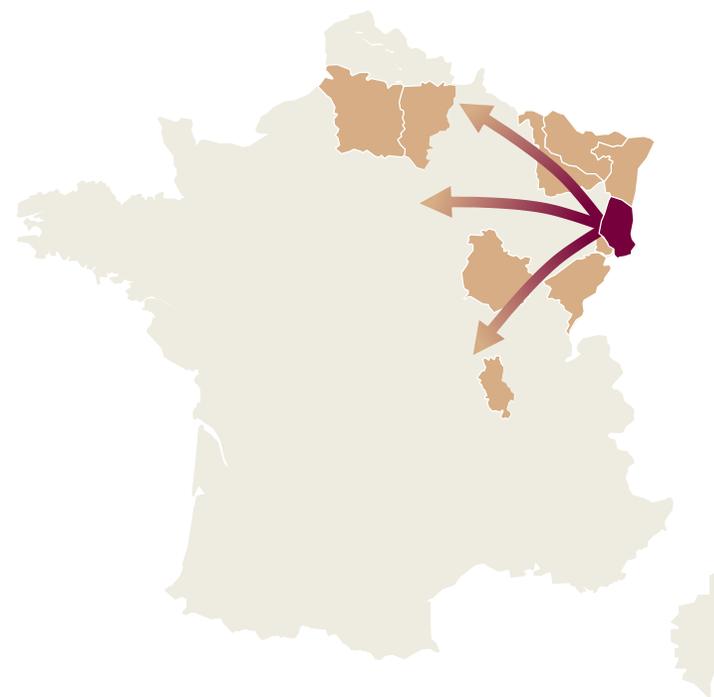
**Démultiplier la croissance auprès des professionnels**

# Boulangerie et Restauration :

## Ouverture de nouveaux points de vente en propre

### Une stratégie de maillage sur le territoire national

- ⌘ Un marché national adressable clairement identifié et en croissance
- ⌘ Une extension par capillarité
- ⌘ Un objectif de 4 à 6 ouvertures par an



Capitaliser sur le succès en Alsace pour s'étendre en France

# Boulangerie et Restauration : Lancement d'un nouveau concept, Moricette®

## Développement d'un nouveau concept dédié à la Moricette®

- ⌘ **Un produit phare qui correspond aux nouveaux modes de consommation**
  - Réduction du temps alloué au repas de midi, ramené à 30 minutes
  - Réduction du nombre de plats : 2 plats au lieu de 3
  - Attractivité du prix
  
- ⌘ **La Moricette®, un produit phare en développement de notoriété dans toute la France**
  
- ⌘ **Première ouverture réalisée le 30 octobre 2015 à Lyon Part-Dieu**
  - Corner de 30 m<sup>2</sup>



Un concept innovant pour un développement plus rapide et mobilisant moins de capitaux

## Velleminfroy, une eau d'exception

- ⌘ Site historique de la source Velleminfroy restaurée en 2015
- ⌘ Eau minérale naturelle dont les caractéristiques sont stables depuis ses débuts
- ⌘ Eau vertueuse à la minéralité unique
- ⌘ Eau de soin
- ⌘ Eau exceptionnelle ultra-pure : 0 nitrate et 0 sel

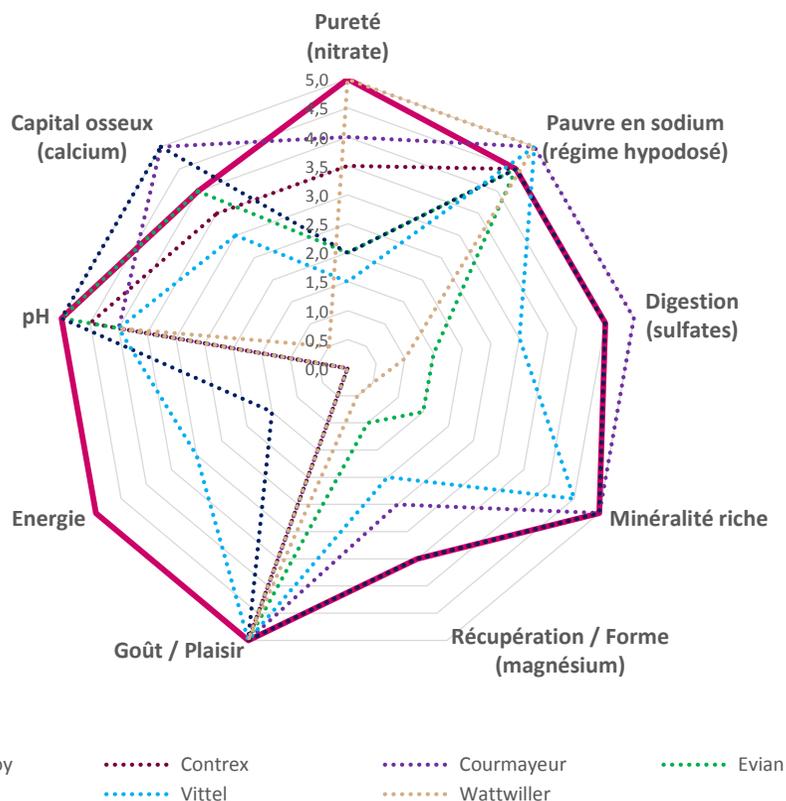


2014	Mg/L
Calcium	470
Chlorures	9,4
Magnésium	82
Potassium	3,7
Résidu Sec	2 492
Sodium	39
Sulfates	1 400
Nitrates	Inf 0,05
Nitrites	Inf 0,01



Des prélèvements réguliers démontrant la qualité exceptionnelle de l'eau

## Une eau équilibrée



## Une cible spécifique de distribution France et export

- ⌘ **Espaces santé**
  - Pharmacies/parapharmacies
  - Établissements de soin : SPA, thermes, thalasso,...
- ⌘ **Magasins spécialisés**
  - Magasins Bio
  - Épiceries fines
  - Restauration rapide premium dont le réseau de points de vente Poulaillon
- ⌘ **Restaurant & Hôtellerie de Luxe**
- ⌘ **Cure pour femme post-accouchement**
- ⌘ **Cure bien-être**
- ⌘ **E-commerce**



## Un positionnement bien-être

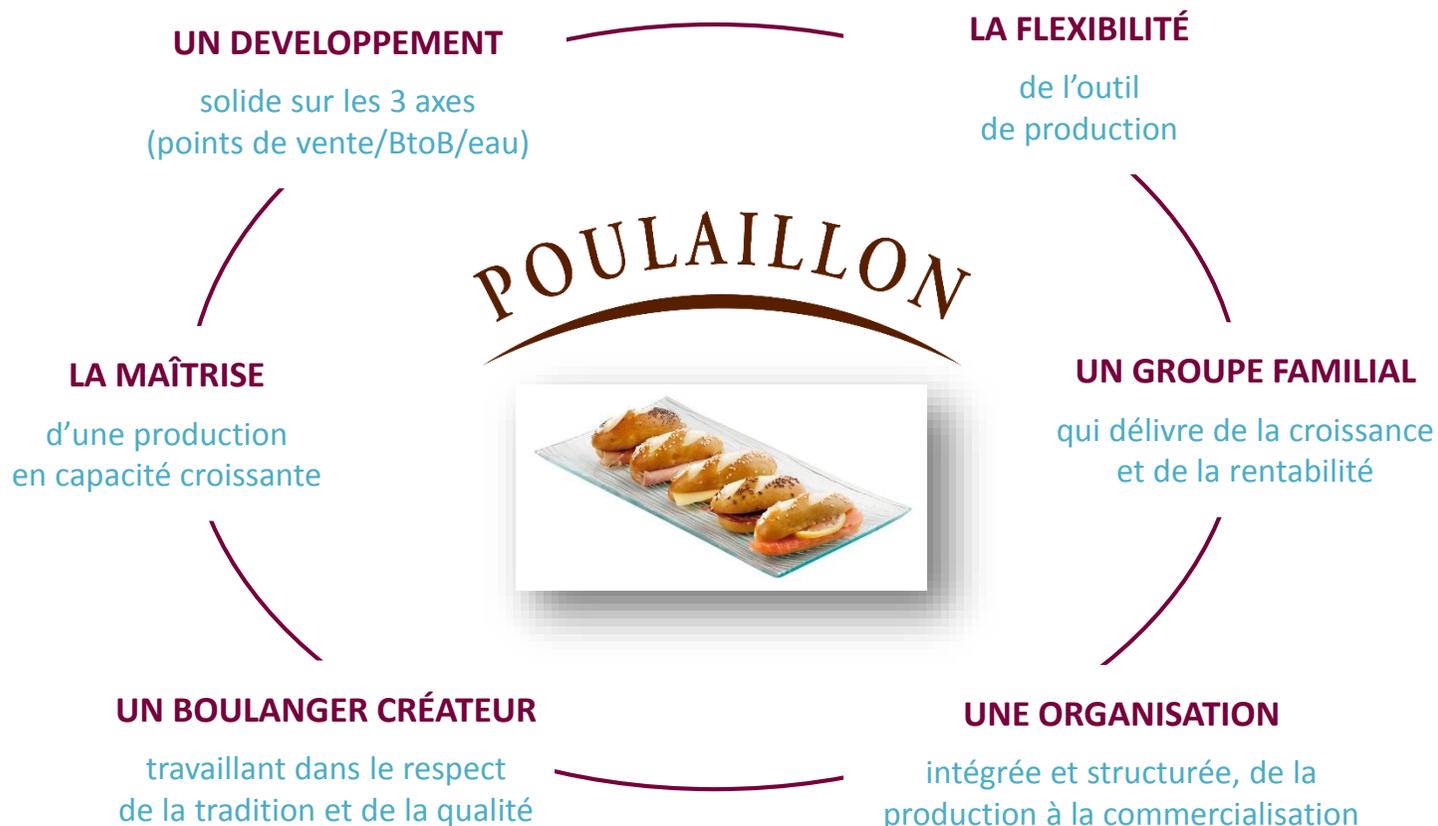
# Une opportunité stratégique de diversification

- ⌘ Construction en cours de l'usine d'embouteillage
- ⌘ Demande d'exploitation déposée en mars 2015 auprès de la GDCCRF en vue de la commercialisation
- ⌘ Début de la commercialisation en 2016



Une diversification cohérente pour le Groupe, porteuse de valeur ajoutée

# Pourquoi investir dans Poulailon ?



Un futur acteur de l'eau adossé à un leader national de la boulangerie/restauration intégrée



## Modalités de l'opération



POULAILLON

# Modalités de l'introduction en bourse

<b>Place de cotation</b>	⌘ Marché Alternext d'Euronext à Paris
<b>Structure de l'Offre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⌘ Offre au public à prix ouvert en France</li> <li>⌘ Placement global institutionnel en France et hors de France</li> </ul>
<b>Fourchette de prix indicative</b>	⌘ 5,10 € - 6,90 € par action
<b>Taille de l'offre</b>	⌘ 1 204 819 actions nouvelles pouvant être portées à un maximum de 1 385 541 actions nouvelles en cas d'exercice intégral de la clause d'extension
<b>Montant total brut de l'opération</b>	⌘ Environ 7,2 M€ pouvant être portés à 8,3 M€ en cas d'exercice intégral de la clause d'extension (sur la base d'un prix égal au point médian de la fourchette indicative du prix de l'offre, soit 6,00 €)
<b>Engagements de conservation</b>	⌘ Actionnaires familiaux (détenant collectivement 100% du capital de la Société avant l'opération) : 945 jours suivant la date de première cotation, soit jusqu'au 27 juin 2018
<b>Engagements d'abstention</b>	⌘ 547 jours calendaires suivant la date de règlement-livraison, sous réserve de certaines exceptions usuelles
<b>Capitalisation boursière théorique post augmentation de capital</b>	⌘ 30,7 M€ (sur la base d'un prix égal au point médian de la fourchette indicative du prix de l'offre, soit 6,00 €) avant exercice de la clause d'extension

<b>18 novembre 2015</b>	⌘ Visa de l’Autorité des marchés financiers sur la note complémentaire au Prospectus
<b>19 novembre 2015</b>	⌘ Diffusion d’un communiqué de presse décrivant les nouvelles modalités de l’Offre ⌘ Diffusion par Euronext de l’avis relatif aux nouvelles modalités de l’Offre
<b>26 novembre 2015</b>	⌘ Clôture de l’OPO et du Placement Global, sauf clôture anticipée ⌘ Centralisation de l’OPO ⌘ Fixation du Prix de l’Offre et exercice éventuel de la clause d’extension
<b>27 novembre 2015</b>	⌘ Publication par Euronext de l’avis de résultat de l’Offre ⌘ Diffusion du communiqué de presse indiquant le nombre définitif des Actions Nouvelles allouées dans le cadre de l’Offre et indiquant le prix de l’Offre ⌘ 1 <sup>ère</sup> cotation des actions de la Société sur le marché Alternext d’Euronext à Paris
<b>1<sup>er</sup> décembre 2015</b>	⌘ Règlement-livraison des actions dans le cadre de l’OPO et du Placement Global ⌘ Constatation de l’augmentation de capital par le conseil d’administration
<b>2 décembre 2015</b>	⌘ Début des négociations des actions de la Société sur le marché Alternext d’Euronext à Paris

**Invest Securities**  
Corporate Finance

Conseil

**Invest Securities**  
Société de Bourse

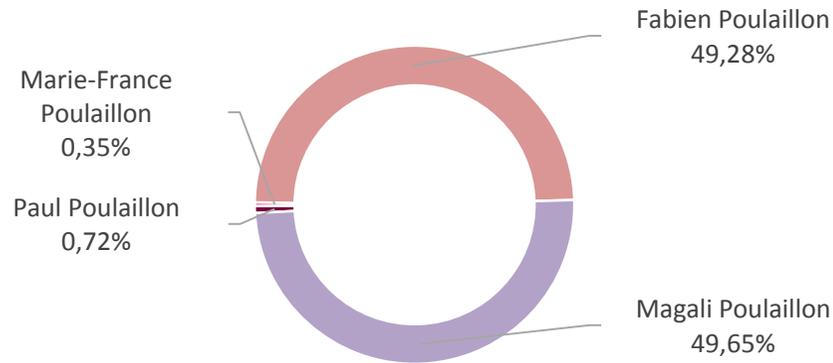
Chef de File et Teneur de Livre

**Industrie, Bourse, International**

Conseil et Listing Sponsor

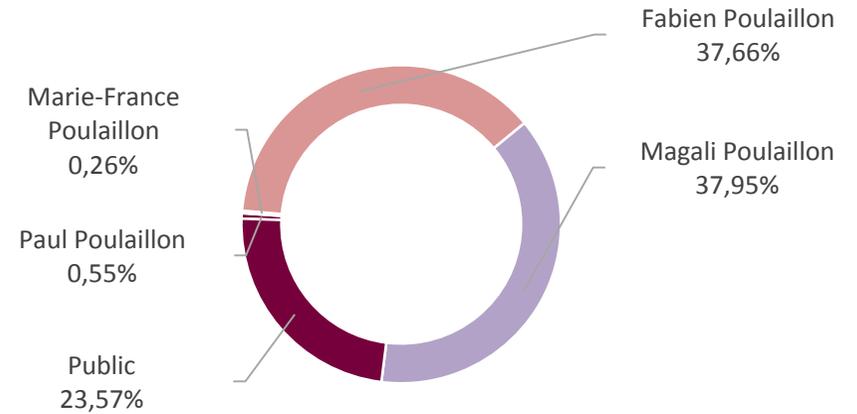


## Actionnariat avant l'opération

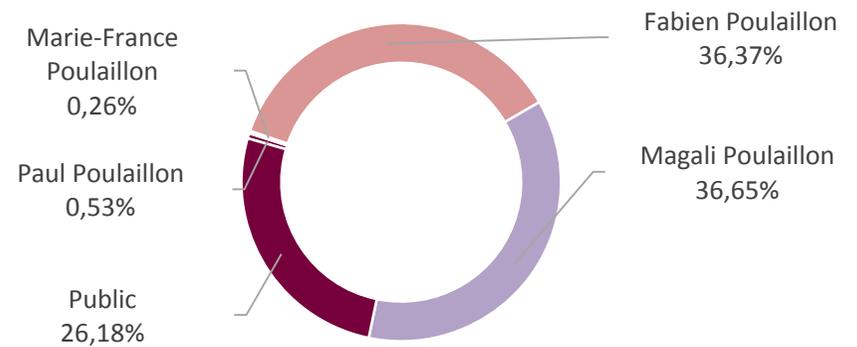


## Actionnariat après l'opération

### Avant exercice de la clause d'extension



### Après exercice de la clause d'extension



L'émission des Actions Nouvelles est notamment destinée à fournir au Groupe des moyens supplémentaires pour financer son programme d'investissements à horizon 2018, et plus particulièrement :

- ⌘ Le développement du réseau de points de ventes boulangeries et ateliers de cuisson
- ⌘ L'accompagnement de la croissance de la vente aux clients grands comptes
- ⌘ La diversification vers l'eau minérale



## Annexes



POULAILLON

# Tableau de flux de trésorerie

<i>En K€</i>	<b>30/09/2014</b>	<b>30/09/2013</b>	<b>S1 2014/2015</b>
<b>Marge brute d'autofinancement</b>	<b>3 502</b>	<b>2 383</b>	<b>2 340</b>
Flux nets générés par l'activité	3 823	(4 051)	2 528
Flux affectés aux investissements	(4 364)	(3 712)	(3 996)
Flux provenant du financement	150	4 929	1 077
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>(247)</b>	<b>(2 000)</b>	<b>(383)</b>
<b>Trésorerie de clôture</b>	<b>(453)</b>	<b>674</b>	<b>(835)</b>



Une activité industrielle capitalistique compensée par la restauration rapide

# Endettement financier net

<i>En K€</i>	<b>30/09/2015</b>
(A) Trésorerie	1 903
(B) Équivalent de trésorerie	-
(C) Titres de placement	-
<b>(D) Liquidités (A)+(B)+(C)</b>	<b>1 903</b>
(E) Créances financières à court terme	-
(F) Dettes bancaires à court terme <sup>1</sup>	1 150
(G) Part courante des dettes non courantes	2 316
(H) Autres dettes financières à court terme <sup>2</sup>	2 107
<u>(I) Dettes financières courantes (F)+(G)+(H)</u>	<u>5 573</u>
<b>(J) Endettement financier net à court terme (I)-(E)-(D)</b>	<b>3 670</b>
(K) Dettes financières bancaires à plus d'un an	10 266
(L) Obligations émises	-
(M) Autres dettes financières à plus d'un an <sup>3</sup>	641
<u>(N) Endettement financier non courant net (K)+(L)+(M)</u>	<u>10 907</u>
<b>(O) Endettement financier net (J)+(N)</b>	<b>14 577</b>

Notes : <sup>1</sup> Découverts bancaires théoriquement exigibles dans les faits mais renouvelés ; <sup>2</sup> Factor théoriquement exigible dans les faits mais renouvelé ; <sup>3</sup> Comptes courants d'associés.