

AGROALIMENTAIRE

Poulaillon paré pour entrer en bourse

Investisseurs institutionnels et petits porteurs ont jusqu'au 19 novembre pour souscrire des actions Poulaillon dont le titre sera introduit sur le marché Alternext à Paris à un cours compris entre 7,06 et 9,54€. Cette mise sur le marché de 25 % du capital, destinée à lever 10 millions d'euros, devrait permettre au groupe haut-rhinois (580 salariés) de poursuivre son développement.

Laurent Bodin

C'est au Parc-Expo de Mulhouse que la famille Poulaillon a organisé, hier soir, une opération séduction destinée à convaincre les investisseurs institutionnels alsaciens, mais aussi des petits porteurs, de souscrire en vue d'acquiescer des actions d'une maison devenue un véritable groupe intégré de restauration rapide. Car si Poulaillon reste un réseau de boulangeries aux méthodes artisanales, c'est aussi l'un des acteurs montants du secteur agroalimentaire, et plus particulièrement des produits de boulangerie-viennoiserie, pâtisserie, traiteur et snacking.

Groupe « 100 % familial », jusqu'au 20 novembre, date de la pre-

mière cotation sur le marché Alternext qui consacra une ouverture du capital de 25 % environ (à un cours entre 7,06 et 9,54€), « Poulaillon entre en bourse mais garde son ADN », a averti Magali Poulaillon, responsable Gestion et développement des points de vente, lors d'un point presse organisé hier au siège social, à Wittelsheim.

Six ouvertures par an

Aux côtés de son frère Fabien, directeur commercial grands comptes, et de ses parents, Paul et Marie-France, respectivement président fondateur et directrice générale, Magali Poulaillon a précisé : « L'entrée en bourse est destinée à nous permettre de nous développer mais



Poulaillon entend consacrer 40 % des 10 millions d'euros qui devraient être levés à l'occasion de son introduction en bourse au développement du réseau de magasins.

Photo L'Alsace/Denis Sollier

Bientôt une « eau de luxe »

Sur les 10 M€ que devrait permettre de lever l'introduction en bourse du groupe Poulaillon, 1,5 M€ sera investi dans la commercialisation de l'eau minérale naturelle Velleminfroy. Découverte en 1859 et exploitée jusque dans les années 1960, cette source située entre Lure et Vesoul, en Haute-Saône, a été rachetée par Paul Poulaillon il y a dix ans. L'Alsacien y a investi plus de 6 M€ dans la remise en état et la construction d'une usine d'embouteillage qui devrait permettre un redémarrage commercial début 2016. « Avec un maximum de 2 millions de bouteilles par mois, nous serons un nain mais c'est une eau de soin qui, par ses qualités exceptionnelles, sera vendue en pharmacie, parapharmacie, spa, hôtels de luxe, épicerie fines... Et bien sûr dans nos boulangeries ! », souligne Paul Poulaillon, qui vise 50 % des ventes à l'export à très court terme et un positionnement sur le luxe. Et d'assurer que « boire un verre de cette eau Velleminfroy apporte autant en calcium qu'un verre de lait ».

de manière raisonnée et raisonnée. » Cela passe, selon elle, par l'ouverture de six magasins par an en moyenne, dont un ou deux « Moulins », à l'image de la boulangerie historique de la rue de Belfort à Dornach, mais aussi de différents concepts, allant du Point chaud au « corner Moricette » de 30 m² inauguré vendredi dernier à Lyon Part-Dieu. En clair, les 36 points de vente (12 boulangeries, quatre franchises et 20 ateliers de cuisson) existant dans le Grand Est, d'Amiens à Dijon, vont faire des petits.

Outre la diversification dans l'eau minérale chère à Paul Poulaillon (lire ci-contre), Poulaillon va conforter ses deux axes de développement que constituent son réseau de points de vente et ses grands comptes. Que ce soient les grandes ou moyennes surfaces (Système U, Cora, Auchan, mais aussi Monoprix, Aldi...), la restauration hors foyer (La Pataterie, Elior, Selecta) ou les grossistes (Maximo, Toupargel...), « Poulaillon dispose d'une vraie indépendance avec aucun acteur ne dépassant 5 % de notre chiffre d'affaires », explique Fabien

Poulaillon. « Acteur sur les marchés des boulangeries et termiaux de cuisson, de la restauration rapide et de la fabrication industrielle, Poulaillon dispose d'un positionnement unique », ajoute Magali Poulaillon qui précise : « On peut faire de la boulangerie artisanale en quantité industrielle sans que cela soit de la boulangerie industrielle. » Et si plus de 5 000 Moricettes prennent chaque jour la route pour garnir les rayons des Daily Monop à Paris mais aussi ailleurs en régions, cela n'empêche pas la Maison Poulaillon de faire le

Repères

- **Chiffre d'affaires** : le groupe Poulaillon connaît, depuis 2010, une croissance moyenne de 13,5 %. Il s'est élevé à 54 M€ lors de l'exercice 2015 clos au 30 septembre.
- **Répartition** : en 2014, le chiffre d'affaires du groupe se répartissait ainsi : 23,7 % pour les Bretzel Moricettes, 14,9 % pour les sandwiches, 15,3 % pour la boulangerie, 16,7 % pour les plats cuisinés, 10,1 % assurés par l'activité traiteur et 9 % par la pâtisserie.
- **Marge** : l'excédent brut d'exploitation devrait approcher les 10 % du chiffre d'affaires en 2015, contre 8,8 % en 2014.
- **Effectifs** : le groupe compte 580 salariés, dont 220 sur le site de Wittelsheim regroupant une boulangerie mais aussi l'un des deux sites de production industrielle, le second, à Saint-Loup-sur-Semouse, étant dédié aux produits apéritifs surgelés.

choix d'une farine « 100 % française » à partir du 1^{er} janvier 2016. Si quantité et qualité ne sont pas antinomiques en matière agroalimentaire, l'introduction de Poulaillon sur un marché boursier dédié aux PME est, aux yeux de ses dirigeants, un nouveau chapitre qui s'ouvre. Sur ce point comme sur beaucoup d'autres, Paul Poulaillon veille au grain.

GASTRONOMIE

Découvrir la saveur du bœuf wagyû

Les Étoiles d'Alsace et le ministère de l'Agriculture japonais se sont associés pour promouvoir une viande d'une grande tendreté et au goût subtil.



Le consul du Japon Kiyoshi Wada et le chef Éric Westermann présentent un morceau de wagyû arrivé du Japon.

La gastronomie alsacienne avait présenté son savoir-faire, en 1997, au French Food Culture Center de Tokyo. Les liens tissés à cette occasion se resserrent aujourd'hui avec une opération consistant à faire découvrir aux Alsaciens les qualités gustatives du bœuf wagyû (*). D'autres opérations sont à l'étude pour fêter le 20^e anniversaire de la première opération japonaise, en 2017, dans les deux pays.

« Les Français connaissent surtout le bœuf de Kobé, qui est une appellation régionale du bœuf wagyû, le nom de la race », explique Kiyoshi Wada, consul du Japon à Strasbourg. « Comme le charolais dont l'appellation n'est pas protégée, ce bœuf est tellement renommé qu'il est à présent produit dans des pays comme l'Australie, les États-Unis, l'Espagne, au Mexique... sans toutefois atteindre la qualité des bêtes nippones », précise Maurice Roedel, la cheville ouvrière des Étoiles d'Alsace.

Jusqu'à mille euros le kilo

Le chef du Buerehiesel, Éric Westermann, fait un parallèle avec la volaille de Bresse : « Il y a une vingtai-

ne d'années, il était très difficile d'en trouver. Aujourd'hui, il y a beaucoup de producteurs de volaille de Bresse et il faut donc sélectionner pour dénicher des produits de qualité irréprochable. » Le chef étoilé strasbourgeois a choisi de cuisiner de wagyû façon sashimi, puis dans une « Soupe VGE » (imaginée à l'époque par Paul Bocuse) mais avec du foie gras au lieu de la truffe et, enfin, un plus classique persillé de basse côte au jus de vin rouge réduit pour en faire apprécier le fondant.

La viande a été livrée en Alsace directement du Japon, comme aux autres restaurants à travers la France qui participent à l'opération. Nul doute que, si les consommateurs français adhèrent à cette viande exotique, des arrivages ultérieurs plus fréquents pourraient être programmés. Mais l'approvisionnement sera restreint parce que les quantités produites sont faibles... et les prix élevés : « Selon les morceaux, le prix atteint plusieurs centaines d'euros, voire un millier d'euros pour des pièces de choix », glisse Michel Husser, le chef du restaurant étoilé de Marlenheim - Le Cerf - qui faisait partie de la première opération au Japon en 1997.

Il a choisi de proposer cette viande « façon shabu-shabu, une fondue japonaise, en versant un bouillon sur de fines lamelles de bœuf wagyû pour qu'elles soient juste cuites ». Ce dernier explique que « les animaux sont nourris, en fin de vie, avec des lies de bière et de vin. Les bœufs de Kobé sont massés à la bière et on leur diffuse de la musique », ce qui confère à la viande ce côté persillé et juteux caractéristique d'un muscle provenant d'un animal non stressé.

« Il est très difficile à cuisiner parce qu'il faut laisser la viande à température ambiante puis la faire reposer après la cuisson », conseille-t-il.

AL. B.

(*) Participe à l'opération en Alsace les restaurants Le Parc d'Obernai, Le Rosenmeer de Rosheim, Le Cheval Blanc de Lembach, Le Buerehiesel de Strasbourg et Le Cerf de Marlenheim.

Bruno Sohn succède à Julien Binz au Relais de la Poste

Bruno Sohn, qui a fait ses preuves auprès de chefs triplement étoilés comme Émile Jung, Antoine Westermann ou Alain Ducasse avant de créer La Table de Bruno à Obernai - une étoile au Michelin en 1999 -, devient le nouveau chef exécutif du Relais de la Poste, à La Wantzenau.



Bruno Sohn rejoint La Wantzenau. DR

Il succède au chef étoilé colmarien Julien Binz - qui a œuvré au Rendez-Vous de Chasse à Colmar, une étoile également. Celui-ci avait assuré l'intérim depuis le départ, en avril dernier, de Laurent Huguet, qui avait passé six ans dans les cuisines de cette maison

bas-rhinoise, redécrochant une étoile au Michelin en 2011. Avant son retour en Alsace, Bruno Sohn était passé par Monaco, Athènes, Cannes et Hong Kong.

La carte TER des 26 ans et +

Le bon plan toujours gagnant

Faites le plein d'économies avec Réflexe Alsace : pendant un an, pour 29€ seulement, vous bénéficiez de 30 % de réduction en semaine sur tous vos trajets TER Alsace. Le week-end, c'est même - 70 % pour vous et 1 à 3 personnes vous accompagnant !

alsace.ter.sncf.com
Contact TER : 0 800 77 98 67 (appel gratuit)