

| AGROALIMENTAIRE |

Poulaillon prend du poids

 Aujourd'hui 05:00 par **Laurent Bodin** , actualisé Hier à 22:33 Vu 4101 fois


L'exercice 2015-2016 du groupe Poulaillon a été marqué par le lancement de l'eau minérale Velleminfroy. Photo L'Alsace/

Le groupe familial de boulangerie et de restauration rapide Poulaillon a annoncé hier une progression de son chiffre d'affaires de 13,5 %, à 61,2 millions d'euros, durant l'exercice clos le 30 septembre 2016. Distributeur des eaux minérales de Velleminfroy depuis le milieu de l'été dernier, l'entreprise fondée à Mulhouse par Paul Poulaillon a vu le chiffre d'affaires de ses 41 boulangeries gérées en direct augmenter de 13,6 % et de 5,3 % à nombre de magasins constant. « Les nouveaux points de vente opérationnels au cours de l'exercice ont contribué à hauteur de 4,8 millions d'euros au chiffre d'affaires consolidé », a précisé le groupe à l'occasion de la publication de ses résultats annuels.

Le chiffre d'affaires hors succursales, principalement réalisé auprès des grandes surfaces, de la clientèle professionnelle et des franchisés, progresse également de 13,7 % et présente 38,7 % du chiffre d'affaires. « Les gammes de produits qui contribuent à la croissance sont les produits apéritifs frais et surgelés, ainsi que les pains précuits et les gammes de moricettes », souligne Poulaillon dans un communiqué.

Si le résultat financier est négatif, à -585 000 €, notamment en raison des investissements réalisés pour lancer l'eau minérale Velleminfroy, Poulaillon affiche une Ebitda (résultat d'exploitation retraité des dotations aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles) en hausse de 24,8 %, à 6,6 millions d'euros, soit 10,8 % du chiffre d'affaires. Le résultat d'exploitation s'est élevé à 3,15 millions d'euros (+24,3 %) pour un résultat net part du groupe de 1,6 million d'euros, en hausse de 24 % si l'on retire une charge d'amortissement exceptionnel de 722 000 € inscrite l'an passé.

50 points de vente d'ici la fin 2017

Durant l'exercice 2015-2016, Poulaillon a ouvert six nouveaux points de vente, dont un en franchise. Le groupe mulhousien, qui compte 41 sites, prévoit de franchir la barre des 50 points de vente d'ici la fin 2017.

Société familiale, avec la moricette comme produit phare de 1973, Poulaillon est sur le point d'acquiescer une société détenant un site de fabrication qui devrait permettre le doublement de la production en grandes séries de produits de boulangerie, notamment baguettes et demi-baguette nature et en pains spéciaux.