

L'ACTUALITÉ EN BREF



POUAILLON

**Légère progression du Chiffre d'affaires de + 0,6 %
pour le 1^{er} Semestre 2019/2020**

Au cours du premier semestre clos le 31 mars 2020, le groupe familial Poulaillon a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 40 966 k€ en hausse de 0,6 % par rapport au premier semestre clos le 31 mars 2019. Cette progression globale se répartit, par rapport au premier semestre de l'exercice précédent : à hauteur d'une progression de 1,9 % pour les Points de vente du Groupe (Secteur Boulangerie) au premier semestre, qui ont réalisé un chiffre d'affaires de 24 542 k€ à comparer à un montant de 24 091 k€ ; à hauteur d'une baisse de 2,3 % pour le Secteur Professionnels, dont le chiffre d'affaires est ramené à 15 654 k€ à comparer à 16 018 k€ ; à hauteur d'une progression de 19,2% du Secteur Eau Minérale qui atteint 652 k€ de chiffre d'affaires à comparer à 547 k€. Le solde des revenus concerne le holding et porte sur des redevances de franchises.

Secteurs Boulangerie et Professionnels

Le Secteur Boulangerie, qui représente 59,9 % du chiffre d'affaires du semestre (59,1% au 1^{er} semestre de l'exercice précédent) compte 59 Points de vente au 31 mars 2020. Le positionnement de l'offre en produits Bio, faisant référence à une tradition et un terroir, est confirmé. Le Secteur Professionnels, qui représente 38,2 % du chiffre d'affaires du semestre (39,3 % au 1^{er} semestre de l'exercice précédent), est en baisse de 2,3 % sur le semestre provenant principalement d'un ralentissement des ventes en GMS, ce segment représentant près de la moitié du chiffre d'affaires du pôle. Le secteur Eau Minérale quant à lui, qui représente 1,6 % du chiffre d'affaires du semestre (1,3 % au 1^{er}

semestre de l'exercice précédent) enregistre une hausse des ventes atteignant 652 k€ comparé à 547 k€ au premier semestre 2018/2019. En ajoutant les ventes réalisées auprès des Points de vente du Groupe, celles-ci atteignent un montant de 1 010 k€ comparé à 734 k€ à la même période de 2018/2019 soit une progression de +37,6 %.

Impact négatif de la crise sur le CA du Groupe

L'impact négatif sur le chiffre d'affaires du Groupe causé par la crise sanitaire, pour le seul mois de mars, équivaut à - 47,5 % de chiffre d'affaires pour le réseau de Points de vente et - 37 % pour la vente auprès de la GMS et des professionnels. Le résultat net part du Groupe est négatif de 344 k€, alors qu'il était positif de 758 k€ au 31 mars 2019. Malgré la crise, les travaux d'extension du site de production de Saint-Vit (Doubs) seront achevés dans les prochaines semaines, et la nouvelle chambre froide est prévue pour fin d'année. Les premiers tests sur la nouvelle ligne de production de Moricettes® sont en cours. Cette ligne devrait être opérationnelle à la rentrée. Les différentes gammes de sandwichs et de produits de boulangerie, au positionnement Bio de plus en plus marqué, sont bien accueillies auprès de plusieurs réseaux de distribution de taille variée. Notamment, un nouveau pain, Pain de campagne longue conservation, avec 3 semaines de Date Limite de Consommation, a été développé pour répondre aux nouvelles tendances de consommation liées à la crise sanitaire. Ce pain est produit sans additif, emballé sous atmosphère protectrice, et déjà référencé dans deux centrales d'achats.