

L'Alsacien Poulailon a toujours faim de croissance

🏠 > Entreprises

Publié le 09 décembre 2019 par Julie Giorgi



En cette période de Saint Nicolas, 10.000 manalas, des petites brioches en forme de bonhomme, sont produits chaque jour, dans l'usine Poulailon de Wittelsheim (Haut-Rhin). © Julie Giorgi

Le groupe de boulangerie et de restauration rapide établi à Wittelsheim, près de Mulhouse, se porte bien et affiche l'ambition d'atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici à trois ans. Coté en bourse, il prévoit une montée en gamme de ses produits, l'ouverture de nouveaux points de vente, la conquête de marchés à l'export et une nouvelle opération de croissance externe.

En cette période de Saint Nicolas et de fêtes de fin d'année, l'usine Poulailon de Wittelsheim tourne à plein régime. « Nous sommes le plus grand fabricant de manalas en Europe et sûrement au monde ! », s'amuse Fabien Poulailon, directeur général du groupe. Depuis le mois de novembre, 10.000 manalas, des petites brioches en forme de bonhomme qui accompagnent traditionnellement la Saint-Nicolas, sont produits chaque jour dans l'usine haut-rhinoise.

Mais le produit phare de Poulailon, ce sont les moricettes : une version allongée et ramollie du bretzel alsacien, et déclinée en sandwiches. Le site de Wittelsheim en sort 100.000 par jour et la ligne de production est actuellement saturée. Si bien que le site de Saint-Vit, près de Besançon [anciennement 365 Matins] est en cours d'agrandissement pour accueillir une ligne de production de moricettes (voir encadré). Elles seront proposées en version baguette et en version bio en avril 2020, dès que la nouvelle ligne sera opérationnelle.

D'autres produits bio doivent voir le jour l'an prochain : une baguette bio à l'eau minérale de Velleminfroy (les sources étant la propriété du groupe Poulailon) et un pain surprise. « Nous avons déjà lancé un pain surprise bio il y a 7 ou 8 ans, mais le marché n'était pas encore prêt », raconte Fabien Poulailon.

Le groupe innove régulièrement au niveau de son offre et participe à de nouveaux projets. Comme celui du pain brioché G-Nutrition, un pain protéiné remboursé par la Sécurité sociale, commercialisé depuis septembre 2018, qui a été mis au point par le laboratoire Cérélab avec le pôle de compétitivité Vitagora et dont la fabrication, au démarrage assurée par le groupe coopératif Dijon Céréales, a été reprise par Poulailon.

Aujourd'hui, tous les pôles du groupe, coté sur sur Euronext Paris, sont en croissance : l'activité points de vente qui représente 60% du chiffre d'affaires global, enregistre une croissance de 10% sur un an. D'ici à fin janvier 2020, le nombre de points de vente montera à 60, dont 70% situés en Alsace. **Grâce au rachat de l'enseigne Faller l'été dernier, trois magasins ouvrent à Strasbourg, deux à Mulhouse et un à Colmar, sous un nouveau concept de vente de sandwiches en libre-service. S'il fonctionne, il pourra être dupliqué.**



Fabrication des manalas. © Julie Giorgi

Le boulanger haut-rhinois cherche encore à se développer à Strasbourg et dans le nord de l'Alsace. Et il souhaite poursuivre son rythme d'ouverture de six nouveaux magasins chaque année, pour arriver à une centaine de points de vente d'ici trois à quatre ans. Il prévoit également une ouverture à Paris, mais sans précipitation. « Nous attendons de trouver le bon emplacement. Il faut rester prudent car les locaux sont chers et il y a beaucoup de concurrence », rappelle le directeur général.

Un nouveau type de points de vente a également vu le jour en octobre dernier : « Poulailon à la ferme », composé d'une boulangerie et d'un restaurant au sein de la Ferme du Château à Pfastatt, près de Mulhouse, qui propose du pain bio fabriqué et cuit sur place, et une cuisine du terroir élaborée à partir de produits frais et locaux.

Sandwiches et moricettes dans une trentaine de stations Total



Poulailon fabrique aussi des baguettes classiques. © Julie Giorgi. En médaillon, la moricette qui a fait la réputation de Poulailon.

Le pôle des ventes aux professionnels qui représente 38% du chiffre d'affaires a également progressé de 10 % par rapport à 2018. Aujourd'hui, les produits Poulailon sont distribués dans toutes les enseignes de la GMS et auprès de nombreux acteurs de la restauration hors foyer.

« Notre clientèle grands comptes monte en puissance et est en train de s'élargir, notamment grâce à notre gamme sandwiches », souligne Fabien Poulailon. Depuis le mois d'avril, une trentaine de stations Total commercialisent sandwiches premium et moricettes. « Aujourd'hui, le consommateur souhaite des produits de qualité, quitte à payer plus cher », affirme le dirigeant.

Dans cette démarche de montée en gamme, pour l'élaboration de ses produits, le groupe s'est engagé à supprimer les œufs en batterie d'ici à 2021 et la viande de poulets élevés en batterie d'ici à 2025. L'export ne représente actuellement que 3% du chiffre d'affaires mais l'objectif est d'atteindre les 10% d'ici à quatre ans.

L'eau de Velleminfroy, moins chère qu'à ses débuts



L'eau de velleminfroy mise en bouteilles près de la source, en Haute-Saône. © Traces Ecrites.

Poulaillon est aussi un minéralier depuis la mise sur le marché en 2016, de l'eau des sources de Velleminfroy, en Haute-Saône. Le chiffre d'affaires, encore modeste (2% du total) est en forte progression : +29% sur un an. Elle est en vente dans toutes les enseignes de la grande distribution, à un prix plus élevé que ses concurrentes mais moins chère qu'à ses débuts. « *Nous avons fait l'erreur de vendre trop cher au départ, depuis nous avons divisé nos prix par deux* », admet le directeur général. Les eaux de Velleminfroy se développent aussi à l'export, notamment en Chine et en Arabie Saoudite. Des négociations avec d'autres États du Golfe sont en cours et également aux États-Unis. Le développement à l'international pourrait activement contribuer à l'équilibre du pôle « eau » en 2020.

Forts de ces bons résultats, le groupe qui emploie aujourd'hui 900 salariés, affiche un chiffre d'affaires de 82 millions d'€ (contre 73 millions d'€ en 2018). Il table sur 100 millions d'€ d'ici deux à trois ans. « *Mais nous devrions y parvenir dès la fin 2020, si une nouvelle opération de croissance externe se finalise* », annonce Fabien Poulaillon. Cotée en Bourse depuis 2015, l'action du groupe a connu des débuts hésitants mais a retrouvé son cours d'introduction à 5,10 €. « *Le cours va remonter dans les prochains mois car nous avons des perspectives excellentes* », assure le dirigeant.

Six millions d'€ pour agrandir le site de Saint-Vit, en Franche-Comté. Démarrés en août dernier, les travaux sur le site de production de Saint-Vit, dans le Doubs, doivent s'achever au printemps 2020. Le site s'étoffe de 2.500 m² pour accueillir une ligne de production de mûricettes, une chambre froide pour le stockage de palettes, ainsi qu'un quai de chargement. L'investissement s'élève à 6 millions d'€ (3 millions pour le bâtiment et 3 millions pour la nouvelle ligne de production).

Acquis en 2017, le site de Saint-Vit (ex-365 Matins) emploie 20 salariés. Il est dédié à la fabrication des produits bio et du pain brioché G-Nutrition. Une vingtaine d'embauches est prévue dans cette usine en 2020. Le groupe Poulaillon possède deux autres sites de production : à Wittelsheim (Bas-Rhin), où travaillent 270 salariés et à Saint-Loup-sur-Semouse (Haute-Saône). Dédié aux produits surgelés, ce dernier emploie 30 salariés.

Qui sont Fabien et Magali Poulaillon ?



La famille Poulaillon : les enfants Magali et Fabien ont repris la direction opérationnelle. Leur père Paul est président du groupe et leur mère, Marie-France, directrice générale déléguée.

Fabien Poulaillon, titulaire d'un BTS force de vente, entre dans l'entreprise familiale en 1994 comme directeur commercial.

Aujourd'hui, il est directeur général. Sa sœur, Magali est directrice générale déléguée. Diplômée de l'école de commerce ESDS à Lyon, elle complète sa formation par 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 Poulaillon en 1999 pour conduire le développement des points de ventes. Paul Poulaillon, le fondateur, occupe la présidence du groupe.