

### AGRA ALIMENTATION

#### MEDIA

Zone diffusion : National

Périodicité : Hebdomadaire

Tirage : 370 ex

Nbre lecteurs : 1 200

#### PARUTION

Emplacement :

Date : 13/04/2006

Rubrique :

Page :

**CÉRÉALES/INVESTISSEMENT** → Leader français du pop-corn à éclater, Nataïis veut s'imposer sur le marché du pop-corn micro-ondable. Cette jeune PME gersoise annonce pour 2006 un investissement de 3 millions d'euros visant à doubler ses capacités de production et faire passer ses volumes de 45 à 100 millions de sachets par an. Réalisant plus de 80% de ses 12 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'export, Nataïis a trouvé dans ce produit fini un relais de croissance qu'elle entend développer en grande surface notamment grâce à ses deux marques propres, Maxi pop et Magic pop.

## Nataïis se voit géant du pop-corn

**N**ataïis n'a pas froid aux yeux. Figurant déjà parmi les leaders européens de la production de maïs pour pop-corn, cette PME gersoise entend tenir une place significative sur celle du pop-corn micro-ondable. La société totalise aujourd'hui 12 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont plus de 80% réalisé à l'export... et vient d'annoncer un investissement de l'ordre de trois millions d'euros. Objectif : faire passer ses volumes de 45 à 100 millions de sachets de pop-corn pour micro-ondes en doublant ses capacités de production.

### 130 AGRICULTEURS SOUS CONTRATS

Fondée en 1994 sous le nom de Popcorn Midi-Pyrénées, l'entreprise fut la première à produire du maïs à éclater en Europe. Deux agriculteurs locaux, Robert Millet et Michaël Ehmann mutualisent leurs forces pour se lancer sur ce marché prometteur. Après une croissance de douze ans menée tambour battant – la production atteignait 50 tonnes la première année –, le second se retrouve finalement seul à la tête d'une société de 40 personnes produisant 14 000 tonnes de maïs à éclater par an. En amont, 130 cultivateurs de la région Midi-Pyrénées sous contrat approvisionnent le site de Bézéril (environ 5 000 mètres carrés) qui appuie son développement sur deux débouchés.

### RELAIS DE CROISSANCE

Historiquement, Popcorn Midi-Pyrénées fournit du maïs à éclater en vrac aux industriels de l'agroalimentaire (Benoît, Bahlsen...) et aux professionnels du « fun food », qui approvisionnent cinémas et autres lieux de loisirs. Matière première calibrée et conditionnée, le maïs à éclater n'est que peu valorisé par ces circuits et les marges générées sont en toute logique assez faibles. En recherche de relais de croissance, Michaël Ehmann lance en 1998 sa société dans la production de pop-corn micro-ondable, produit fini de grande consommation. Devenue Nataïis l'an dernier, la PME réalise aujourd'hui 50% de son chiffre d'affaires grâce à cette activité.

### UNE NOUVELLE LIGNE DE PRODUCTION

Et pour 2006, « nous devrions connaître une forte accélération de notre croissance » affirme son p.-d.g. Avec l'installation d'une seconde ligne de production entièrement automatisée de pop-corn micro-ondable – qui a entraîné 8 nouvelles embauches –, le dirigeant mise sur l'expansion de la demande pour atteindre des sommets. Les 100 millions de sachets qu'il entend être capable de fabriquer d'ici quelques mois devraient tirer la croissance d'un marché qui représente 5 millions de sachets pour la France et 250 millions pour l'Europe.

### DEUX MARQUES PROPRES

Mais même si sa société figure comme seul acteur de son marché domestique, elle doit faire face à d'autres européens, comme l'Espagnol Leven, ou encore le Danois Blomberg. Pour séduire distributeurs et consommateurs, Nataïis possède des atouts techniques : un système de traçabilité qui lui permet de revendiquer du pop-corn « 100% sans OGM » et une certification IFS. Et si les produits à marques de distributeurs lui permettent d'être déjà présente sur les linéaires des grandes surfaces – notamment chez les hard-discounters européens –, ses deux marques propres, Maxi pop pour l'Hexagone et Magic pop pour l'étranger, devraient offrir à cette PME l'occasion de poursuivre son envolée. J.-C.M.