

MEDIA

Zone diffusion : Midi-Pyrénées

Périodicité : Hebdomadaire

Tirage : 4 267 ex Nbre lecteurs : 13 863

PARUTION

Emplacement :

Date : 6/03/2006

Rubrique : Entreprises



Page : 3

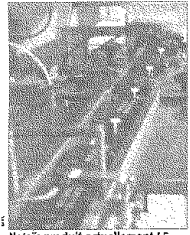
Nataïs accélère sa croissance sur le marché du pop corn

Agroalimentaire. Nataïs, leader européen du pop-corn, prévoit une forte accélération de sa croissance. L'entreprise gersoise, créée en 1994 par un jeune ingénieur agronome allemand, investit 3M€ dans une nouvelle ligne de production.

Explications avec Michaël Ehmann, directeur général de Nataïs.

Comment la production de Nataïs est-elle organisée ?

Notre activité de base, c'est la collecte et la commercialisation du maïs à éclater en vrac, à destination des industriels de transformation agroalimentaire ou des professionnels du « fun food » (cinémas, fêtes foraines ou parcs d'attraction). En 1997, nous avons décidé de nous lancer dans la fabrication et le conditionnement avec notre propre marque. Il s'agit de maïs à éclater présenté en sachet et qui permet d'obtenir du pop corn en 3 minutes au micro-ondes. Actuellement, 130 agriculteurs de Midi-Pyrénées sont sous



Nataïs produit actuellement 45 millions de sachets de pop corn par an.

contrat et cultivent du maïs pour nous sur 2500 hectares. Du maïs garanti sans OGM.

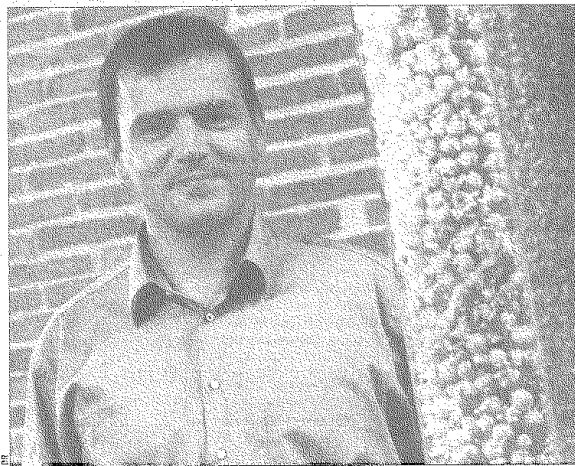
Quels sont vos atouts ?

Nous contrôlons toute la filière, de l'ensemencement à la commercialisation, contrairement à la plupart de nos concurrents.

Comment envisagez-vous la croissance de l'entreprise ?

Actuellement, avec une ligne de production semi-automatisée, nous arrivons aux limites de nos capacités de production. C'est pourquoi nous réalisons un investissement de 3 M€, notamment pour l'installation d'une ligne de production entièrement automatisée. Nos coûts seront réduits et nous pourrions passer de 45 millions de sachets de pop corn micro-ondable, à 50 millions de sachets dans les 2 ans, et 100 millions dans les 5 ans à venir. C'est important car les centrales d'achats se mettent en place actuellement au niveau européen et lancent des appels d'offre sur des volumes de production très importants.

Si on veut exister sur ces marchés, il faut avoir une



Michaël Ehmann, directeur général de Nataïs.

capacité de production très importante.

En 2005, notre chiffre d'affaires était de 11 M€. Il devrait avoisiner les 12 ou 13 M€ en 2006 et progresser de 20% en 2007. Nous recrutons actuellement 7 personnes.

Michaël Ehmann :
« Nos produits sont garantis sans OGM car nous sommes clairement contre ».

Qui sont vos principaux clients ?

Nous commercialisons la marque Maxi Pop dans la grande distribution, notamment chez Intermarché, Leclerc et Cora. Pour l'export et les hard discounters, nous

avons une marque spécifique, Magic Pop, qui connaît un vrai succès notamment en République Tchèque, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Croatie. Nous comptons d'ailleurs consolider nos marchés actuels et nous nous intéressons très fortement aux nouveaux pays de l'Union Européenne.

Comment vous situez-vous dans le débat sur les OGM ?

Nous sommes très clairement contre les OGM et tous nos produits sont garantis sans OGM, des semences à l'huile végétale en passant par tous les ingrédients qui composent nos produits. Il y a de nombreuses raisons pour lesquelles je suis contre les organismes génétiquement modifiés, et la première c'est que le consommateur est contre. Si malgré tout il devait y avoir du maïs OGM en France, il faudrait clairement séparer les 2 cultures et les 2 filières, et voir comment elles peuvent coexister. Nous attendons du gouvernement qu'il clarifie très rapidement la situation.

PROPOS RECUEILLIS PAR
EMMANUELLE DURAND-RODRIGUEZ

NATAÏS : DATES ET REPÈRES

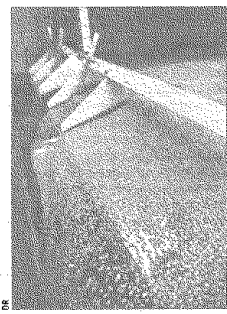
- 1994 : création de Popcorn Midi-Pyrénées à Bézéril dans le Gers (32).
- 1997 : lancement de la production de pop corn au micro-ondes.
- 2004 : 130 cultivateurs du Gers sont sous contrat et produisent, sur 2500 hectares, 14 000 tonnes de maïs à éclater.
- 2005 : Popcorn Midi-Pyrénées se développe à l'export (80% du CA) et devient Nataïs. Certification IFS (International Food Standard) qui garantit notamment la traçabilité du maïs sans OGM.
- 2006 : 3M€ investis dans une nouvelle ligne de production, l'agrandissement des bâtiments de stockage, et un logiciel SAP pour la gestion de la production et l'administration des ventes. Nataïs espère produire 100 millions de sachets de pop corn micro-ondable par an d'ici 2011 (45 millions actuellement).
- CA 2005 : 11M€ (87% réalisés à l'export, 50% avec le pop corn micro-ondes)



130 cultivateurs du Gers sont sous contrat avec Nataïs.

La percée du pop corn en Europe

On ne peut pas faire de pop corn avec n'importe quel maïs. Seul le maïs à éclater possède cette caractéristique d'éclatement due à la présence d'une petite quantité d'eau à l'intérieur de l'enveloppe du grain. Le maïs explose sous l'effet de la chaleur et se présente sous deux formes, « mushroom » et « butterfly » qui se partagent le marché. Produit incontournable aux Etats-Unis, le pop corn fait une percée en Europe depuis une dizaine d'années. En France, les consommateurs sont plutôt des adeptes du pop corn sucré. A l'inverse en Espagne, on trouve presque uniquement des saveurs salées, et en République Tchèque la consommation explose avec une préférence marquée pour la saveur fromage. D'ici à la fin 2006, Nataïs commercialisera ses premiers pop corn *light*.



D'ici à fin 2006, Nataïs commercialisera ses premiers pop corn *light*.