

LES ÉCHOS

MEDIA

Zone diffusion : National

Périodicité : Quotidien

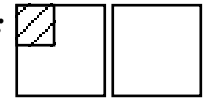
Tirage : 200 146 ex Nbre lecteurs : 743 000

PARUTION

Emplacement :

Date : 10/04/2006

Rubrique : Tête d'affiche



Page : 18

TÊTE D'AFFICHE

Nataïs, leader du pop-corn pour micro-ondes



DE NOTRE
CORRESPONDANT
À TOULOUSE.

Un Allemand installé dans le Gers a été le premier à cultiver du maïs à pop-corn en Europe. Son entreprise, l'un des leaders européens du secteur, investit dans une deuxième ligne de sachets de maïs à éclater au four à micro-ondes.

Seul fabricant français de maïs à éclater au four à micro-ondes, Nataïs vient d'investir 3 millions d'euros dans une nouvelle chaîne de production et de recruter huit personnes. Cette entreprise de quarante salariés (chiffre d'affaires de 12 millions d'euros, en hausse de 5 % en 2005), implantée à Bézeril dans le Gers a une histoire européenne. Michaël Ehmann, son PDG, est un Allemand de quarante et un ans, venu dans le Sud-Ouest en 1988 après ses études d'ingénieur agronome, pour reprendre l'exploitation céréalière de son père. Celui-ci l'avait achetée en 1981 après l'expropriation de sa ferme pour l'agrandissement de l'aéroport de Stuttgart. Marié avec une Américaine, l'intéressé découvre le maïs à éclater aux Etats-Unis et ramène des semences, une variété aux grains plus petits qui éclatent à la cuisson en fournissant quarante fois leur volume ! Il se lance dans cette production nouvelle en Europe en signant un contrat de culture avec l'allemand Seeberger en 1991. Puis il s'associe avec un agriculteur voisin, Robert Millet, pour fonder, en 1994, l'entreprise Pop-Corn Midi-Pyrénées qui vend du maïs à éclater en vrac aux fabricants Benoît, Bahlsen, Maître Prunille, Borges en Espagne, etc. La vente en vrac ne laissant

qu'une faible marge, Michaël Ehmann se lance en 1998 dans le conditionnement en sachets pour four à micro-ondes. Le maïs, imprégné de gouttes d'huile, d'une pincée de sel ou de sucre et d'arômes, est enfermé dans une poche en papier contenant un film métallisé. Il éclate en trois minutes au micro-ondes et le consommateur a du pop-corn frais. « C'est l'avenir : ce conditionnement représente 60 % du pop-corn vendu aux Etats-Unis, 50 % en Espagne et seulement 10 à 15 % en France, en Allemagne et en Angleterre où il y a une grande marge de progression », dit-il. L'entreprise vient d'installer une deuxième ligne de fabrication entièrement automatisée qui porte sa capacité de 45 à 100 millions de sachets par an. « Nous devons produire davantage et à un coût moins élevé pour être en phase avec la grande distribution. » Aujourd'hui, 130 agriculteurs midi-pyrénéens cultivent 2.500 hectares de maïs à éclater (14.000 tonnes) pour Nataïs, selon un cahier des charges strict, garanti sans OGM. « Le partenariat avec les agriculteurs est très important, car c'est un produit peu transformé : la qualité du pop-corn dépend de la culture », souligne le PDG, qui a conservé son exploitation et installé ses bureaux dans l'ancienne ferme en brique. L'an dernier, il s'est séparé de son associé, qui produit des épis de maïs frais, et a changé le nom de Pop-Corn Midi-Pyrénées en Nataïs « pour ne pas véhiculer une image de PME locale à l'exportation ». Car l'entreprise réalise 83 % de ses ventes à l'export en Europe. En 2005, elle a produit 35 millions de sachets, dont 20 % sous ses marques Maxi Pop et Magic Pop et 80 % sous les noms de distributeurs et d'industriels européens.

LAURENT MARCAILLOU