

EN MÉFORME AUSSI, SES JAMBONS PAUL PRÉDAULT ET MADRANGE

restructuration industrielle) pour passer à une cessation de paiement. En jeu, 3 200 emplois, 21 usines, sans oublier les possibles dommages collatéraux pour la filière porc qu'entraînerait une faillite. L'Etat et les 17 banques créancières ont avancé 66 millions d'euros à la holding, la Financière Turenne Lafayette. «De quoi tenir un an et vendre dans les meilleures conditions», assure un connaisseur du dossier. L'activité jambon (Madrangle, Paul Prédault et surtout de la marque distributeur) est la moins vaillante. Quant à William Saurin, il a besoin d'un sérieux lifting.

Comme l'entreprise bidouillait ses comptes, Capital a demandé au laboratoire Histalim de vérifier si elle ne trafiquait pas aussi ses recettes. Bonne nouvelle, les viandes utilisées sont bien du porc et de la dinde, tandis que les taux de matières grasses sont conformes à ceux indiqués. Un hic tout de même, on y trouve des traces de viande séparée mécaniquement (de la chair raclée sur la carcasse), ce qui est légal mais doit être indiqué au consommateur. Or aucune mention de cette méthode ne figure sur l'emballage.

LE PARADOXE WILLIAM SAURIN, c'est qu'il domine le linéaire. Avec ses cousins Garbit (mets exotiques) et Petitjean (sauces et quenelles), les produits Panzani fabriqués sous licence, sortis, eux, du site de Pouilly-sur-Serre (Aisne), il détient 33% de part de marché en valeur du plat cuisiné en conserve selon Nielsen. Si l'on y ajoute les marques distributeurs, on monte à 44% pour un chiffre d'affaires de 320 millions d'euros (un gros tiers du groupe). Ces dernières années, il a même gagné des points sur Raynal et Roque-laure, son plus proche concurrent, qui pèse presque trois fois moins. Mais selon nos informations, cette position tient en partie à de gros efforts de promotion. William Saurin achète sa place en tête de gondole en accordant un maximum de remises aux enseignes. «En échange de gros volumes, vous sacrifiez vos marges, explique un industriel. Cela

permet de faire tourner ses usines, mais pas facile de gagner de l'argent dans ces conditions.»

CETTE COURSE AUX VOLUMES et à perte, on a fini par le découvrir, a conduit William Saurin dans une impasse. La marque se trouve scotchée sur un marché des produits appertisés qui a reculé de 10% en tonnage depuis cinq ans et qui semble de plus en plus confiné à une clientèle modeste, nourrie à moins de 3 euros le plat. Aller vers des produits à plus forte valeur ajoutée? Les nouvelles recettes ont plutôt fait dans le traditionnel, tartiflette ou poulet basquaise. Le groupe dispose bien d'une marque haut de gamme, La Belle Chaurienne, mais dotée de peu de moyens de recherche et d'innovation. En mai, la sortie d'une ligne premium associée à un grand nom de la gastronomie va améliorer les choses, promet-on. William Saurin n'a pas non plus profité de la croissance du frais (+4% annuels), qui, sur le créneau des plats cuisinés, pèse désormais autant que la conserve (800 millions d'euros de chiffre d'affaires) avec un volume deux fois moindre. La marque s'est quand même aventurée sur la niche des parts individuelles avec la barquette plastique micro-ondable également

déclinée sous forme de cocotte. Ce produit, fabriqué à Rodez, représenterait 10% des tonnages de la marque et semble bénéficiaire. «Une réussite mais ils n'ont rien inventé d'autre depuis 2004», observe un dirigeant de l'alimentaire.

Alors que vaut William Saurin? C'est d'abord une marque à la notoriété phénoménale qui dépasse les 90%. Un exploit car le groupe a réduit son budget communication et marketing à la portion congrue: tout juste 1% du chiffre d'affaires, un ratio faible dans la jungle de l'alimentaire. On dit aussi que plus de la moitié des foyers français ont des boîtes à son logo dans une armoire de la cuisine. Ses sites industriels, même s'ils datent un peu, sont plutôt performants. Il faudrait, selon un connaisseur, y investir une vingtaine de millions d'euros pour moderniser l'entretien des chaînes et les départements logistiques. Après, beaucoup reste à faire: lancer une gamme bio, aller dans le frais, se lancer à l'export, rajeunir le packaging... Signe encourageant pour un éventuel repreneur, les enseignes de la distribution ont, paraît-il, un peu lâché sur les marges lors des négociations de début d'année. Elles aussi aimeraient sauver le soldat William. ☺

DÉCOMPOSITION DU PRIX D'UNE BOÎTE DE CONSERVE



LES COMMISSAIRES AUX COMPTES N'ONT RIEN VU

Monique Piffaut, actionnaire du groupe jusqu'à son décès en novembre, a bidonné sa comptabilité pendant plus de dix ans. Comment est-ce possible? «Les commissaires aux comptes sont tombés des nues», assure un proche du dossier. Même s'il ne semble pas complice de la manipulation, Pierre Sardet, conseiller de l'ex-patronne, et associé chez Mazars, le plus gros cabinet d'audit français, est dans le collimateur. Très connu dans la profession, cet homme de 63 ans se fait discret et aurait quitté ses fonctions. Le cabinet risque-t-il d'être

poursuivi? La brigade financière et le tribunal de commerce mènent des enquêtes qui tentent d'y voir plus clair dans un dossier tellement complexe que l'on ne connaît toujours pas l'ampleur de la fraude. Une fois les actifs revendus, le liquidateur pourrait poursuivre Mazars et le cabinet américain PricewaterhouseCoopers qui, lui, audite les comptes sociaux et fiscaux. «Les commissaires aux comptes proposeront sans doute une indemnité transactionnelle, explique un spécialiste. Il peut y en avoir pour plusieurs dizaines de millions. Mais ils sont assurés.»

60 MILLIONS DE CHIFFRE D'AFFAIRES FICTIF

+ DES CRÉANCES ESCOMPTÉES À PLUSIEURS REPRISES

+ DES FAUSSES FACTURES EN PAGAILLE

Décédée en novembre dernier, Monique Piffaut a laissé des comptes truqués.

