

dans le premier cahier :

et votre supplément du samedi :



DNA reflets

CULTURE - LOISIRS - DÉCOUVERTES

STRASBOURG

A35: deux accidents pour 30km de bouchons PAGE 16



DERNIÈRES NOUVELLES D'ALSACE

EDITION DE STRASBOURG

www.dna.fr Nº 47818 SAMEDI 3 OCTOBRE 2015 1,00 €



Burgard investit dans le canapé apéritif

PAGE 17

PHOTO DNA

Voleurs d'or à la barre

Pendant des années, des salariés ont volé des dizaines de kilos d'or dans une société d'Erstein en le dissimulant dans leurs chaussures de sécurité. Ils ont été jugés, avec les receleurs, pendant deux jours à Strasbourg. PAGE 13

e Racing monte ur le podium



HOERDT Agroalimentaire

Burgard, profession traiteur

Burgard vient de doubler la surface de son usine de Hoerdt et d'y installer une neuvième ligne de production, dédiée aux canapés apéritifs. Cet investissement de 3 millions d'euros, réalisé sur la base des normes les plus exigeantes du moment, doit lui permettre d'accéder à de nouveaux marchés, en France et à l'export.

e l'extérieur, les changements ne sautent pas aux yeux. Pourtant, l'outil de production de Bretzel Burgard, installé à l'entrée de la zone industrielle de Hoerdt, vient de changer de dimension. Au terme d'un an de travaux, sa surface est passée de 4 000 m² à 8 000 m², désormais occupés par une nouvelle boulangerie, de nouveaux ateliers traiteur, un nouvel espace de conditionnement, un nouveau congélateur, un nouvel entrepôt de stockage et de nouveaux locaux sociaux.

« La coque extérieure n'a pas changé mais à l'intérieur, tout est différent », résume Emmanuel Goetz, le PDG de l'entreprise. La PME vient en effet d'investir 3 millions d'euros en aménagements et en matériel pour se donner les moyens de poursuivre son développement dans les produits traiteur surgelés.

« L'outil industriel que nous avons construit en 2002, après avoir racheté l'entreprise », alors spécialisée dans la fabrication de bretzels, « était devenu trop petit » car « nous avons remporté de nouveaux marchés », explique-til

« Chez nous, l'innovation est le moteur de la croissance »

Les bouchées apéritives (minicheeseburgers, mini-bagels, minicheeseburgers, mini-bagels, miniches andwichs, etc), pains surprise et autres produits de snacking développés ces dernières années ont en effet trouvé des débouchés dans la grande distribution et auprès d'enseignes spécialisées dans les produits surgelés. Ils ont même commencé à se vendre à l'international (Allemagne, Belgique, Suisse, Italie, Espagne, Portugal, Hong Kong). Emmanuel Goetz a alors décidé,

avec son épouse Nathalie, de ré-

Les équipes de recherche et développement de Burgard ont mis au point 400 recettes de canapés apéritifs. 40 seront commercialisées d'ici la fin de l'année. PHOTO DNA-MICHEL FRISON

cupérer l'espace qui était auparavant loué à une autre entreprise et de réaménager l'ensemble « avec la volonté d'aller toujours plus loin en matière de sécurité, de qualité » et de maîtrise des consommations énergétiques.

consommations énergétiques. Cet investissement, qui donne aux ateliers de l'usine des airs de salle blanche, « va nous permettre d'obtenir deux nouvelles certifications » parmi les plus exigeantes du moment, précise M. Goetz. En l'occurrence BRC, exigé par les distributeurs anglosaxons, et ISO 50 001, qui s'appuie sur la mise en place d'un système de management de l'efficacité énergétique. Ces deux labels « nous donneront accès à de

nouveaux marchés, en France et à l'export », indique le chef d'entre-

Le chantier a également été l'occasion pour Bretzel Burgard de se doter d'une nouvelle ligne de canapés surgelés. « Dans le secteur de l'apéritif traiteur, ces produits représentent le plus grand marché; or, nous n'y étions pas pré-

sents »

L'équipe de R & D de la PME alsacienne, composée de six personnes, « a travaillé pendant deux ans » pour que l'entreprise puisse disposer elle aussi d'une offre dans ce domaine. « Nous avons mis au point 400 recettes », dont 40 seront commercialisées d'ici la fin de l'année, annonce M. Goetz. L'objectif, précise-t-il, est « d'apporter une réponse nouvelle » sur un marché dominé par les grands industriels.

Comme Burgard n'a pas les moyens de lutter à armes égales avec eux, il a choisi de « se différencier par la créativité, l'innovation et la variété ». La preuve : la marque propose aujourd'hui quelque 400 références différentes.

Si une telle diversité est possible, c'est parce que de nombreuses opérations, comme le garnissage, sont toujours réalisées à la main. Cette particularité dans le monde des produits traiteur surgelés participe du « positionnement haut de gamme » revendiqué par l'entreprise. Un positionnement qui passe aussi, affirme Emma-nuel Goetz, par la mise sur le marché de « produits plus fins » fabriqués autant que possible avec des matières premières locales. « Aujourd'hui, souligne le dirigeant, trois quarts de nos fournisseurs sont alsaciens ».

Vingt créations d'emplois

Ces efforts déployés pour développer de nouveaux produits - à raison « d'une centaine chaque année » – seront encore renforcés à l'avenir, annonce M. Goetz. Et pour cause : « Chez nous, l'innovation est le moteur de la croissance ». Et l'industriel, qui a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros, en hausse de 5 % par rapport à 2013, compte bien poursuivre sur ce rythme. Son plan stratégique prévoit « 5 % de croissance par an » jusqu'en 2019. Pour 2015. cet objectif est d'ores et déjà at-

Ce développement a évidemment un impact direct sur les effectifs de Burgard. La nouvelle ligne de

canapés se traduira au total par l'embauche d'une vingtaine de personnes, indique le dirigeant, qui a également créé cette année une cellule export, afin d'explorer de nouveaux marchés plus lointains.

L'entreprise, qui emploie aujourd'hui 190 personnes (auxquelles s'ajoutent à l'automne une cinquantaine d'intérimaires et de saisonniers pour préparer les produits qui seront consommés pendant les fêtes de fin d'année), devrait atteindre l'année prochaine le seuil de 200 équivalents temps plein, soit deux fois plus qu'il y a 14 ans. « Lorsque nous avons repris l'entreprise en 2001, rappelle Emmanuel Goetz, Bretzel Burgard employait 97 personnes et réalisait un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros ». 🛭

ODILE WEISS

6 % DE BRETZELS

Pour son 80° anniversaire, Bretzel Burgard a décidé de faire évoluer sa marque. Dans un souci d'internationalisation et de cohérence avec l'évolution de l'entreprise, Nathalie et Emmanuel Goetz, qui détienment 60 % du capital (Alsace Active a 10 % et Unigrains, arrivé au début de l'année, 30 %), ont décidé de la nommer simplement Burgard. Les produits fabriqués à partir de pâte à bretzel « ne représentent plus aujourd'hui que 20 % de nos ventes », explique le PDG. Un chiffre qui tombe à 6 % si on compte uniquement la spécialité alsacienne en forme en nœud.

L'essentiel de l'activité de l'entreprise (50 %) est aujourd'hui constitué par les produits traiteur et apéritif, devant la gamme de snacking (20 %).

La marque Bretzel Burgard ne disparaîtra complètement. Elle continuera de figurer sur le fronton des 14 magasins du groupe (un 15° pourrait ouvrir prochaînement au centre de Strasbourg), qui commercialisent les produits frais confectionnés par les équipes de l'usine de Hoerdt. Aujourd'hui, précise M. Goetz, ils réalisent ensemble 32 % du chiffre d'affaires de l'entreprise.

TRANSPORT Autocars longues distances

Royer joue la carte Flixbus

Royer Voyages est le second autocariste alsacien à rallier le pavillon allemand de Flixbus. Il exploitera quatre lignes dont Strasbourg-Lille et Colmar-Strasbourg-Paris.

FLIXBUS, numéro un allemand du transport longue distance par car depuis sa fusion en janvier avec MeinFernBus, ne perd pas de temps pour profiter de la libéralisation des trajets interurbains français et étendre sa toile dans l'Hexagone. Pour cela, l'opérateur allemand s'appuie sur un modèle coopératif qui, à ce jour, a déja séduit près de 200 transporteurs régionaux en Allemagne, Autriche, Italie et Bénélux.

de Flixbus France (Paris). « Pour chaque ligne, nous partageons avec le transporteur les risques financiers ainsi que les revenus qu'elle génère ».

En France, deux mois après la promulgation de la loi Macron, Flixbus annonce avoir conclu une trentaine de partenariats. « À ce jour, en plus des lignes internationales de ou vers la France, nous proposons trois lignes domestiques qui touchent au total dix villes », indique M. Gourdain.

Parmi les nouveaux partenaires français on trouve par exemple la société Rémy Bentz de Phalsbourg mais aussi deux autocaristes alsaciens, Seyfritz à Obernai et le groupe Royer Voyages basé à Herrlisheim. Le premier exploite d'ici la fin de l'année mettre en service quatre lignes. La première reliera début novembre Strasbourg à Lille via Nancy, Châlonsen-Champagne et Reims, à raison d'un aller-retour quotidien (6 h de trajeț ; de 15 à 35 euros le siège). « Les trois qui suivront sont Colmar-Strasbourg-Paris, Thionville-Metz-Nancy-Dijon-Lyon et Forbach-Metz-Paris », précise Paul Royer, le PDG du groupe familial qui emploie 270 salariés et possède 220 cars circulant sous les marques Royer, Royer 68 et Briam Socha. Pour exploiter ces services, le groupe de Herrlisheim a investi 3,2 millions d'euros dans la commande de 12 autocars neufs de 49, 53 et 57 places. « Nous recrutons parallèlement 26 conducteurs »,





Burgard: un sapin 3D de canapés en un clin d'œil!

Pour ses 80 ans, Burgard (Hoerdt, 67) lancera pour les fêtes "Mon beau sapin", le 1º concept d'apéritif surgelé à partager, proposé avec son présentoir en 3D.

Quelques secondes suffisent à monter le présentoir.Les 18 canapés sont

déjà disposés sur leurs plateaux respectifs (le petit encerclé par le grand). Ľutilisateur n'a plus qu'à déplier le pied du sapin en croix et à faire



- à table. 4 variétés de canapés : -6xsaumon fumé & fromage frais, ciboulette & oignon rouge sur pain de mie
- 4xfromage &ceufs de truite sur biscuit aux noix
- -4xjambon cru Serrano & fromage frais au parmesan sur toast bretzel
- 4xcanapés chèvre, abricots secs & fromage frais sur pain de mie au

Mon Beau Sapin sera largement diffusé en GMS pour les fêtes 2015. Affichage en Alsace en décembre.

Relance de la marque

Pour accompagner l'extension de son offre de surgelés pour l'apéritif, Nathalie et Emmanuel Goetz, dirigeants de Bretzel Burgard, ont décidé une relance marketing com-

- nouvelle marque: Bretzel Burgard devient Burgard avec un nouveau
- -nouvelle signature: "imaginé pour vous"
- -les produits Burgard ont été retravaillés dans un esprit 'fait maison" (les petites bouchées



sont fabriquées à la main à Hoerdt)

Bretzel Burgard

Repris en 2001 par Nathalie et Emmanuel Goetz, Bretzel Burgard (CA 2014:18 M€, +5%/an depuis 5 ans) s'est ensuite diversifié dans les produits "traiteurs" pour l'apéritif et de snacking pour les IAA et les GMS.La PME possède aussi 14 boutiques alsaciennes. Elle vient de boucler un investissement de 3 M€, qui a permis:

- -decréer une ligne de canapés apé-
- de doubler la surface exploitée et ainsi d'accélérer l'obtention de nouvelles certifications (BRC et ISO 50001).Objectif:accéder à de nouveaux marchés (France et export) Bretzel Burgard compte ainsi réaliser 10% de son CA 2015 avec ses innovations.La PME totalise 190 salariés ETP,400 références (80 à 100 nouveautés/an), 7 personnes en R&D. Ajoutons que 8st de l'effectif est sous contrat d'apprentissage.

Rejoignez la 1ère marque collective PME ENTREPRENEURS+ENGAGES

Retrouver toutes nos recettes et créations

www.bardinetgastronomie.com

RAISINS MACERES AU RHUM NEGRITA

Une maceration parfaitement maitrisée

dans une préparation à base de

Rhum Negrita Double Arôme.

POUR:

- Vous différencier de vos concurrents
- Renforcer votre collaboration avec les distributeurs
- Apporter choix et diversité aux enseignes comme aux consommateurs

Et aussi parce que le consommateur a confiance en nos PME!

Une démarche soutenue par la Grande Distribution aux côtés de la FEEF

ENSEMBLE, LES PME SONT PLUS FORTES ET VISIBLES. AGISSEZ AVEC ENTREPRENEURS + ENGAGES POUR GAGNER!

POUR REJOINDRE LA COMMUNAUTE ENTREPRENEURS + ENGAGES : Contactez Bruno Pelletier 01 47 42 35 03

www.entrepreneursengages.org

Terroirs

Le Tuyé de Mésandans : "Terroir Box" de Franche-Comté

L Patrick Bouvard, patron de Tuyé de Mésandans (Mésandans, 25), a

lancé une offre de "Terroir Box", qui réunit des produits du terroir Franccomtois: saucisse de Morteau et de Montbéliard, belle de Mésandans,

saucisses sèches et saucisson sec, chorissons (saucisses sèches épicées), tranché, campenotte (terrine foie de volailles). La gamme évolutive comprend: -1 box (39,90€, 2,16kg)

filet de porccru fumé tranché, bresi

- 3 box mini (18,90€) : terrines (23,63€/kg), saucisses (13,5€/kg), mix (17,18€/kg)

Patrick Bouvard, charcutier et batteur de rock, a fondé le TdM il y a 20 ans. Le TdM (75 salariés, 250 ref, 2 600m² couverts) livre les particuliers et les professionnels (comités d'entreprise, revendeurs...). Boutique en ligne*.

- -1994:laboratoire et fumoir typique du Haut-Doubs (=tuyé)
 - -1999: extension 1500m2







