

REGION

Economie En Haute-Saône, le boulanger Paul Poulaillon, connu pour le succès de ses Moricettes, met en bouteille un produit haut de gamme destiné principalement à l'export vers le Moyen-Orient et la Chine

L'eau chic de Velleminfroy prête à conquérir le monde

Lure. Du pain, Paul Poulaillon est passé à l'eau. Une suite logique pour le boulanger : « L'eau est la matière première du pain ». Le président-fondateur de l'entreprise, qui porte son nom, en fait un nouveau levier de développement de son groupe de 570 personnes coté en bourse.

20 000 à 30 000 bouteilles par jour

À Velleminfroy, une usine flambant neuve de 3000 m² est sortie de terre le long de la RN 19. Derniers ajustements avant la mise en route. « Il faut un an avant de lancer la machine à plein régime. La mise au point est complexe. » L'industriel a fait le choix d'une ligne automatisée avec des bouteilles en plastique soufflées sur place. À terme, la production sera de 20 000 à 30 000 bouteilles par jour.

Cette histoire d'eau démarre il y a un peu plus de dix ans. En balade dans la campagne haut-saônoise, Paul Poulaillon tombe sous le charme d'un ancien lieu de cure. Il rachète le site lors d'une vente aux enchères. Puis remet en fonction la source, donne une nouvelle vie à un bâtiment tombé en ruines. Il a trouvé son « Paradis vert », où il ouvre un restaurant et un petit musée retraçant le parcours de l'eau de Velleminfroy déclarée « eau minérale naturelle » par l'Académie impériale de médecine dès 1859.

« C'est une eau vertueuse, exceptionnellement pure, à zéro nitrate. Elle est la seule de France à présenter une harmonie de 250 minéraux.



■ Paul Poulaillon a souhaité apporter un soin particulier au packaging pour séduire des nouveaux et riches consommateurs à l'étranger.

Photo ER

Elle est non seulement bonne à boire mais elle soigne. Elle est réputée pour ses bienfaits sur le système digestif et les reins », vante-t-il. C'est la seule eau minérale de Franche-Comté.

Pour le lancement, Paul Poulaillon cible les pays du Moyen-Orient, la Chine et l'Asie. « Ces pays émergents cherchent des produits qu'ils n'ont pas et sont attirés par le luxe à la française.

Ils ne veulent pas de produit local », explique Francis Martin, responsable de l'export. 80 % des bouteilles seront livrées à l'étranger. Sur le marché saturé de l'eau en bouteille, le produit haut de gamme séduit ces nouveaux et riches consommateurs.

Autour de 2 € le litre

Ce n'est pas par hasard qu'un soin particulier est

apporté au packaging. Paul Poulaillon a mis la main à la pâte dans la conception de la bouteille confiée au cabinet alsacien Skerzo. « Je l'ai voulu belle et pratique avec un bouchon épais pour qu'elle soit facile à ouvrir pour les personnes âgées. »

Le litre sera vendu autour de 2 €. En France, on trouvera ce produit dans les magasins spécialisés mais sans doute également dans les

grandes enseignes de distribution. « L'eau est une vraie valeur. » Une valeur sûre pour l'infatigable entrepreneur qui a investi six millions d'euros et créé dix emplois. À plein régime, l'usine tournera avec une vingtaine de salariés en trois équipes.

Patricia LOUIS

📅 L'usine sera inaugurée le 23 septembre et le lendemain sera organisée une nuit blanche. Une soirée à la Eddy Barclay ouverte à tous.