VELLEMINFROY Économie

L'eau de Velleminfroy s'adapte à la crise

L'eau de Velleminfroy, comme les autres entreprises, a été impactée par la crise du coronavirus. Pour faire face, un « drive eau » a été imaginé pour poursuivre la vente pendant le confinement. Et pour la suite, baisse des prix, augmentation de la production et nouveau format sont au programme.

L'annonce du confinement sanitaire à la mi-mars a été ressentie comme un « cauchemar » par Paul Poulailon, chef d'entreprise et propriétaire, entre autres, de la source d'eau minérale de Velleminfroy. Du jour au lendemain, il a dû gérer la fermeture de tous ses points de ventes de boulangerie, depuis le siège social de Wittelsheim en Alsace, et arrêter la chaîne d'embouteillage ainsi que les expéditions, fermer l'espace show-room et le restaurant haut-saônois. « L'eau minérale n'est pas un produit de première nécessité » : il a pris cette nouvelle comme un véritable affront.

« Drive eau »

Mais le patron est un battant. Au sortir de la crise, il détaille une partie des mesures mises en place et à venir. Personnel au chômage partiel, usine fermée pendant un mois : le dirigeant met cependant une stratégie en place et réactive la logistique. Beaucoup de commandes arrivent sur internet, les petits magasins suivent. Il imagine un « drive eau » qui fonctionne d'ailleurs encore. Les stocks diminuent et, début juin, intervient la reprise de la production et des innovations marketing.

Paul Poulaillon fait le maximum pour maintenir « à flot » la production d'eau minérale. Photo d'archives ER

Pour relancer la machine économique, le chef d'entreprise aligne ses tarifs sur ses concurrents, mettant la « Velleminfroy » au même prix que les grands groupes (Vittel, Contrex, Evian…).

La bouteille plastique PET en contient désormais moins et se suffit d'un seul bouchon, réduisant ainsi les coûts. L'objectif, à court terme, est de « vendre le carton de 6 l à moins de 4 € ».

Une deuxième équipe pour produire plus

Et pour produire plus, dès juillet, une seconde équipe sera mise en place sur le site de Château-Grenouille, soit 3 à 4 nouveaux emplois déjà formés en interne.

Les idées sont claires. Pour le futur proche, soit 2021, apparition de la bouteille de 1,5 l, selon la demande des consommateurs.

Entre-temps, le restaurant a rouvert ses portes pour la fête des mères ; l'espace renaissance suivra bientôt les fins de semaine. « En espérant le soutien local et régional pour ces projets d'avenir ».