

# Le groupe Cocorette surfe sur la vague alternative



**Avec l'acquisition de Cocorette en janvier dernier, Œufs nord Europe rebaptisé groupe Cocorette met les bouchées double pour être un acteur majeur sur le marché de l'œuf alternatif.**

ARTICLE TIRE DE [HTTP://AVICULTURE.REUSSIR.FR/](http://AVICULTURE.REUSSIR.FR/)

En savoir plus sur <http://aviculture.reussir.fr/actualites/le-groupe-cocorette-surfe-sur-la-vague-alternative:4A0SECIL.html>

Jusqu'à présent Pascal Lemaire, 54 ans, a toujours été un homme de l'ombre. En vingt ans, il a patiemment construit son parcours dans l'œuf alternatif, passant progressivement du statut de producteur à celui d'intervenant national. Après treize années de sous-traitance pour les metteurs en marché nationaux, One avait atteint en 2014 une dimension inconfortable. Elle pouvait conduire à son rachat (Pascal Lemaire a reçu des propositions) ou à sa fragilisation (perte de débouchés importants) voire à sa disparition comme c'est arrivé à d'autres centres alternatifs. L'entrepreneur picard a fait le choix de rester indépendant et d'agrandir son centre d'emballage, en s'appuyant sur BPI France et le capital-risqueur régional Picardie Investissement. En novembre 2015, les difficultés de Cocorette, son voisin d'Arras et autre spécialiste de l'œuf alternatif (travaillant avec des centres franchisés), ont été l'opportunité pour One de faire un pas supplémentaire vers le client final et de capter de la valeur. Le rachat de Cocorette a été permis par une nouvelle levée de fonds (5 millions d'euros) auprès de BPI France et de Picardie Investissement. En discussion avec Cocorette, la coopérative Noriap est montée au capital du nouvel ensemble, à hauteur de 33 %, le reste étant détenu par la famille Lemaire. One est passé d'un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros en 2015 (1) à 80 millions en 2016 avec un volume d'œufs doublé. « *Nous avons vendu 300 millions d'œufs au premier semestre, souligne Olivier Coudrette, directeur général depuis janvier. Dont la moitié en plein air, 20-25 % en bio, 20 % en label rouge fermier et 5 % en sol.* » De plus, courant octobre, le groupe a repris

la Seppa ajoutant environ 100 millions d'œufs par an.

## Communication renforcée sur la marque Cocorette

Les œufs sont fournis par 350 à 400 éleveurs nationaux détenant 1,6 million de poules (dont 200 en Hauts de France avec un million de poules), dans des ateliers de dimensions variées (de moins de 1 000 poules en label rouge fermier à 30 000 en volière plein air). Pesant 13 % des œufs vendus en GMS, Pascal Lemaire entend se faire une meilleure place en profitant de la vague de demande porteuse en alternatif. Pour l'instant, le groupe Cocorette vend 80 % de ses volumes sous marques de distributeurs (MDD). Il compte augmenter la part des œufs à sa marque, qui se distingue pour son label rouge fermier pondus dans des nids en paille et ramassés à la main (avec une dimension maximale de 3 800 poules). La marque Cocorette couvre aussi les autres segments de l'alternatif, à l'exception du code 2. « *Nous proposons du code 2 et du code 3 (une centaine de millions d'unités) en MDD, précise Pascal Lemaire, parce que nos clients nous le demandent.* » Pour accroître la notoriété de Cocorette, le logo et le packaging des boîtes auront une nouvelle identité visuelle avant la fin de cette année. Une campagne de communication est programmée à la radio et sur les réseaux sociaux, avec une montée en puissance sur trois ans.

## Se développer autour des centres régionaux

En amont, l'heure est aussi au développement à marche forcée. La priorité des prochains dix-huit mois est de construire dans la région Hauts de France de quoi fournir cent millions d'œufs alternatifs. À la porte ouverte (deux fois 6 000 poules bio) organisée le 20 octobre chez Frédéric Lemaire, fils de Pascal, la région s'est engagée à subventionner les investissements à 40 % (Feader et région) jusqu'à un plafond de 250 000 euros par site. « *De plus, nos partenaires (fabricants d'aliments, coopérative) avanceront 15 % en aides remboursables* », annonce Pascal Lemaire qui compte bien convaincre ses éleveurs. Une cellule d'accompagnement technique et financier a été créée. « *Investir ici n'est pas une question de moyens financiers, souligne Sylvain Dumortier en charge du développement, mais d'intérêt des investisseurs pour l'œuf.* » Olivier Coudrette annonce des opérations similaires dans les régions d'implantation, en commençant par Nancy avec une vingtaine de bâtiments. L'expansion vers la Bretagne est encore en projet, même si le fils aîné s'y installe. Frédéric Lemaire vient de reprendre deux entités, dont une en filière complète, comme la maison mère.

(1) One a réalisé un CA de 5,5



M€ en 2009 et de 16,5 M€ en 2014

## Montée en puissance industrielle

Le groupe Cocorette détient six centres d'emballage issus de One, des ex-franchisés de Cocorette (1) et de Seppa. Ils sont proches de ou situés à Doullens (ex-One), Arras, Breteuil (ex-Seppa), Laval, Nancy et Montauban. Les ex-Cocorette traitent 50 à 60 millions d'œufs par an et vont grossir « *pour trouver une meilleure rentabilité* », en commençant par Nancy et Montauban.

Doullens est le navire amiral, avec 1,3 à 1,4 million d'œufs conditionnés par jour. L'atelier datant de 2010 traite les œufs bio et label rouge des Hauts de France, avec une emballeuse réservée au bio (capacité de 60 000 à 70 000 œufs/heure) et une seconde mixte label-bio (40000-50 000/heure). Le second atelier a démarré en février dernier, portant la surface totale du site à 15 000 m<sup>2</sup>. Il comprend une conditionneuse Staalkat d'une capacité de 140 000 œufs/heure, avec une ligne robotisée. L'unité conditionne les œufs issus de cheptels importants et les achats qui complètent la gamme, en alternatif et en conventionnel.

(1) Le centre drômois rebaptisé Sud-Est œuf a été repris par la coopérative Valsoleil qui commercialise Cocorette.