

RACHAT

DE BUYER adopte le fabricant de moulins de cuisine Marlux

De Buyer, propriété du fonds de pension Edify SA depuis 2015, poursuivra sa croissance par acquisition externe. Le rachat de Marlux, l'été dernier, constitue une première étape pour devenir le généraliste de l'ustensile de cuisine et de pâtisserie de qualité.

Marlux va poursuivre son existence à travers le spécialiste des ustensiles De Buyer. La marque centenaire de référence dans le secteur des moulins à poivre, du sel et des épices, est aussi à l'origine du mécanisme des moulins à sel et à noix de muscade—elle s'appuie sur un sous-traitant jurassien pour les corps des moulins en bois de hêtre. Auparavant implantés à Montreuil, en Seine-Saint-Denis, les ateliers de fabrication ont été délocalisés cet été au Val-d'Ajol, dans les Vosges, au sein de l'outil industriel de la firme De Buyer.

SYNERGIES

«Marlux, qui a réalisé un chiffre d'affaires de moins de 1 million d'euros en 2015, avait atteint une taille critique pour la suite de son développement. La marque n'était présente à l'export que dans six pays, tandis que les produits De Buyer sont distribués dans plus de 90 pays dans le monde», explique Claude Haumesser, président de l'entreprise De Buyer.

Une force commerciale commune aux deux marques devrait permettre à Marlux – à l'international et en France, mais aussi sur le marché du CHR (60% du CA réalisé par De Buyer) comme sur celui du détail – de grignoter un plus grand nombre de parts de marché à ses concurrents. À commencer par les Moulins Peugeot, que Claude



De Buyer élargit son offre. Au total, il comptera 400 références Marlux à son catalogue.

LA SOCIÉTÉ DE BUYER EN CHIFFRES

- CA : 30 millions d'euros
- Nombre de salariés : 165 (dont 30 à l'administratif)
- % du CA à l'export : 50%
- dans plus de 90 pays
- % du CA : 60% en CHR, 40% en retail.

Haumesser a lui-même dirigé dans les années 1990. Et pour favoriser l'entrée de Marlux sur le marché du détail, les magasins déjà clients de De Buyer bénéficieront du franco sur le même montant de commandes. «Une synergie logique



Marlux est une référence sur son créneau - ici, le moulin à gros sel blanc, en hêtre.

entre deux marques qui partagent les mêmes valeurs de qualité et de tradition made in France. Cela favorise notre position de généraliste des ustensiles de cuisine et de pâtisserie de qualité», ajoute Claude Haumesser.

Un directeur marketing et de communication devrait bientôt être intégré au staff afin de promouvoir la notoriété de ces deux marques auprès du grand public. Et pour gagner en productivité et améliorer sa logistique, De Buyer prévoit par ailleurs d'investir quelque 2 millions d'euros l'année prochaine sur son site industriel. ● A.C.