

PAIN NATUREL

INTRODUCTION EN BOURSE





Une histoire
Gérard JOULIN

LES ACTEURS FONDATEURS

G. JOULIN

- ✦ Créateur du PAIN JACQUET
- ✦ Innovateur en 1979, en déposant la Marque "LA CROISSANTERIE" et Fondateur de "LA CROISSANTERIE" S.A, la même année Les Croissants qui étonnent le Monde entier, 1^{ère} chaîne de viennoiserie en Europe.

✦ UNE EQUIPE DE VRAIS ENTREPRENEURS ✦

PARTENAIRES :

✦ Pierre GONNAUD :

Une carrière exceptionnelle dédiée au Développement BRIOCHE DOREE - GO SPORT - VIRGIN MEGASTORE.
Administrateur du CNCC - Enseignant à la Chambre de Commerce de Paris via NEGOCIA

✦ Alain CONSTANT :

Spécialiste de la Franchise à développer avec succès "LA BRIOCHE DOREE". "AGENCE N° 1",
"JACQUET GROUPE "au début de sa carrière.

✦ Yves CHARPENTIER :

PARIS - MOSCOU - VARSOVIE - ODESSA - BUCAREST

Plus de 30 ans dans l'équipement Pâtisserie Boulangerie...

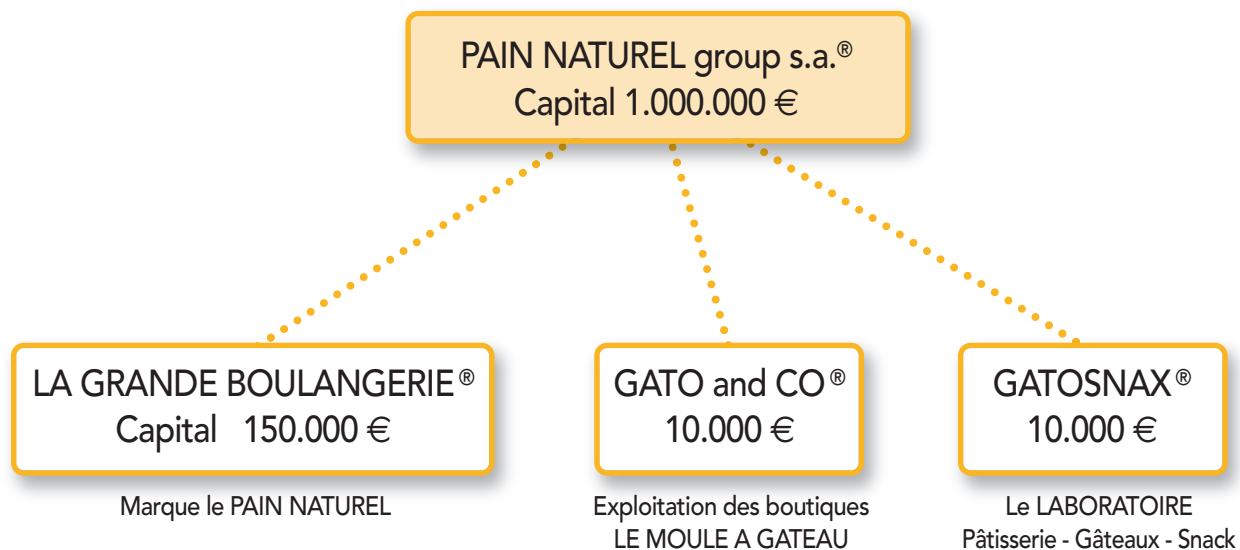
Ses derniers succès sont l'équipement de nombreuses boulangeries en hypermarchés de 2000 à 2008 en RUSSIE - POLOGNE.

✦ Cécile JOULIN :

Diplômé de l'école Hotelière de Lausanne



LES SOCIÉTÉS DU GROUPE





LA GRANDE BOULANGERIE DE PARIS SARL
LE PAIN NATUREL®



- ❖ Société créée en 2006 - par rachat d'actif en 2005 pour développer le Concept "MOULIN A GATEAU"
- ❖ En 18 mois un nouveau CONCEPT est élaboré
- ❖ Dépôt de la Marque "LE PAIN NATUREL" et définition du PLAN MARKETING
- ❖ Développement :
 - De points de vente : 5 à ce jour soit 25% du C.A.
 - Développement d'une large gamme de pains spéciaux (PAIN TRADITION AU LEVAIN) : 15 % du C.A.
 - L'ensemble des grands opérateurs CHR = 45% du C.A.

LES ÉTAPES DU PLAN MARKETING :

2007 : contrat avec les GRANDS OPERATEURS CHR, SANTE - ELIOR - SCORE - COMPASS - SODEXO
Pains fournis : petits pains = 80.000/Jours

2007 : PAINS GAMME TRAITEURS, Ex. DALLOYAU - PASSION TRAITEUR - BUTARD ENESCOT
XAVIER MARCHETTI, STADE DE FRANCE, ROLAND-GARROS

2008 : Développement de nouveaux pains pour la restauration rapide - JUST BURGER - BAGELS, etc...



LA GRANDE BOULANGERIE DE PARIS SARL
LE PAIN NATUREL®



Tous nos pains sont élaborés, par 5 fournils dédiés au respect de la tradition artisanale, farine sélectionnée, pétrissage lent, levain et respect d'une longue fermentation (8 à 10 heures) ce process permet de produire un pain croustillant, doré ou rustique fariné.

- L'approche "PERFECT SERVE".
- Logistique adaptée, respect des horaires pour un véritable partenariat avec nos clients.

CROISSANCE :

- Prévission raisonnable de croissance sur l'activité spécialités : + 12%
- Ouverture magasin en 2009 : 1
- Ouverture magasins en 2010 : 2
- Ouverture magasins en 2011 : 3
- Ouverture magasins en 2012 : 3



FILIALE LE PAIN NATUREL

INFORMATION MARKETING - PRODUIT - MARCHÉ

- ✦ OFFRE A NOS GRANDS COMPTES C.H.R.
- ✦ GRANDS COMPTES : ALLIANCE - ELIOR - SCORE - COMPASS - SODEXO

✦ "LE PAIN PROFIT" ✦

Actuellement :

Dans le restaurant d'entreprise le pain est donné, il n'est pas facturé au consommateur, ce qui pousse le gestionnaire à acheter le moins cher ! (D'où difficulté des opérateurs).

Notre solution :

✦ "PAIN PROFIT P.N.N.S." ✦

- Dans le cadre du "programme nutrition santé"
- Nous avons élaboré 6 petits pains de 40g

SANTÉ :
Sésame/complet
Pavé complet
Pavé céréales

SAVEUR :
Pavé aux noix
Pavé aux raisins
Pavé fromage



DEUX MARCHES COMPLEMENTAIRES MISE EN COMMUN DE MOYENS

- ❖ LE MOULE A GATEAU "GATO and CO"
- ❖ 1^{ère} Chaîne en France sur le Thème Gâteau-Café-Salon de Thé (Version actuelle de la restauration rapide)
- ❖ Produit frais

- ❖ LE PAIN NATUREL
- ❖ LA GRANDE BOULANGERIE DE PARIS



Dans le cadre du Programme National Nutrition Santé,
concept innovant des pains naturels :

- Pains Santé
- Pains Saveur

Perspectives de croissance affichées par le Groupe : LE PAIN NATUREL + GATO and CO,

Pour les 4 prochaines années :

	2008	2009	2010	2011	2012
C.A.	7.250	9.270	12.150	15.245	18.500
EBIT-A	575	1.052	1.677	2.284	2.700

PAIN
NATUREL

LE MOULE A GATEAU



UN CONCEPT INNOVANT,
NOS BOUTIQUES (DEPUIS 2006)

Cet espace de convivialité chaleureux et authentique permet aux consommateurs de concilier plaisir, restauration et gourmandise. Ils aiment s'y retrouver pour déguster un gâteau, boire un café, apprécier les saveurs traditionnelles des tourtes, quiches ou encore des sandwiches au pain Saveur - Santé.

- Au souci de la "sécurité alimentaire" s'ajoute le désir de revenir aux sources et "au goût" des ALIMENTS.
- Tous nos produits sont des "Produits Frais".
- Les GATEAUX - TARTES - QUICHES suivent le rythme des saisons et des régions comme nos salades - sandwiches.
- Les Tartes et gâteaux sont vendus à la part et au moment de la restauration accompagnent les menus.

... UN GRAND SUCCES !



PAIN
NATUREL



LES DIFFERENTS MOMENTS DU "MOULIN A GATEAU"

☛ LE MATIN AU PETIT DÉJEUNER : Des Viennoiseries Chaudes Cuites sur Place !

Pour démarrer la journée en forme, autour d'un thé, d'un café, d'un jus d'orange et de viennoiseries chaudes à consommer sur place ou à emporter pour chez soi ou pour le bureau. Certains magasins proposent un buffet petit déjeuner.

☛ LE MIDI AU DÉJEUNER : Savoureux et Traditionnel !

Avec nos sandwiches gastronomiques, nos pains provençaux, céréales ou croustillant et au goût délicieux, nos salades fraîches et équilibrées, nos tourtes et nos quiches traditionnelles et nos desserts gourmands et raffinés, retrouvez le bon goût de l'authentique.





LES DIFFERENTS MOMENTS DU "MOULE A GATEAU"

✦ L'APRÈS-MIDI AU GOÛTER : la pose "Gâteau Café" !

A l'heure du thé ou du café, une pose plaisir pour déguster tranquillement dans un cadre harmonieux nos authentiques viennoiseries, tartes, gâteaux et brioches. Une gamme de Café Cocktail à base de noisettes, de caramel et de pain d'épices vous est aussi proposée.

✦ EN FIN DE JOURNÉE À EMPORTER : Quiches, tourtes, tartes fines salées et sucrées.

Informations sur la répartition du C.A. de quelques magasins :

Magasins	Auteuil	Lévis	Sqy-Ouest	La Défense
Matin	26%	22%	1,6%	14,5%
Midi	56%	53%	48,6%	63%
Après-Midi	24%	25%	50,7%	22,5%



PAIN
NATUREL

LA FORTE TENDANCE...AUJOURD'HUI...
LE GOUT DE L'AUTHENTIQUE...

UN AVIS SOUVERAIN

Notre Groupe ne s'intéresse qu'aux Marques qui reposent sur une "vraie légitimité", à l'exemple des créateurs et des signatures qui font le succès (VUITTON, DUCASSE... LE MOULE A GATEAU, etc...), car dans chaque secteur d'activité, il y a des "Développeurs-créateurs" qui entraînent le Marché et "colent" à l'évolution des goûts et attente des consommateurs !

Cette approche n'a rien à voir avec le côté MARKETING.

Les consommateurs, nos clientes et clients qui sont de plus en plus pointus dans leur sensibilité pour les Marques, le comprennent.

Elles... ils ressentent profondément cette légitimité créatrice qui est derrière "les Produits".

✦ Le PRODUIT est la vraie valeur de l'Entreprise. ✦



Interview de Monsieur Bernard ARNAULT (LVMH) 24.01.2005

✦ PAIN ✦
NATUREL

LE MOULE A GATEAU



PRESENTATION

*"Le premier opérateur en Europe sur le segment GATEAU/CAFE/SALON DE THE"
(Version moderne de la restauration rapide)*

LE MOULE A GATEAU :

- ✦ Un concept "unique" et différenciant permettant de se développer dans l'univers du consommateur
- ✦ Un vrai business modèle original
- ✦ UNE MAITRISE COMPLETE DU CYCLE D'EXPLOITATION
 - PRODUCTION
 - POINT DE VENTE
- ✦ Des points de vente accueillants situés dans les zones à portée chalandise que ce soit en Centre Ville (LA BOETIE - RUE D'AUTEUIL - RUE LEVIS - RUE PONCELET, etc...), mais aussi Centre Commerciaux depuis 2006 - LE DOME à LA DEFENSE 20 cinémas - SQY OUEST - Ciné GAUMONT - ROSNY - LA VACHE NOIRE... c'est l'un de nos axes de développement.
- ✦ Une offre de produits adaptés à l'évolution des goûts des consommateurs
- ✦ Un potentiel important de développement possibilité de développer l'enseigne et de capitaliser l'image de Marque et les Fonds de Commerce.

NB : Au premier semestre une croissance du réseau + 13,5 %.



VALORISATION DES ACTIFS

❖ Un potentiel important de développement des enseignes permet de capitaliser "l'image des Marques" et "les Fonds de Commerce".

INDEPENDANCE "ECONOMIQUE" :

Patrimoine fonds de commerce constitué en 3 ans :

	2007	2008	Objectif 2011
Moule à Gâteau	3.060.000	4.600.000	8.665.000
Pain Naturel	850.000	1.066.000	2.930.000
Total	3.910.000	5.746.000	11.595.000

Calcul effectué sur la base de 80% du C.A.

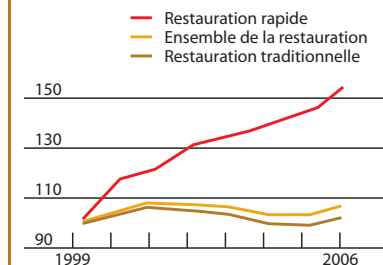
D'après un article paru dans l'Hôtellerie, évolution du prix de vente (du 7 août 2008) des fonds de commerce :

- Restauration rapide 2006 = 132 % du C.A.
- Restauration rapide 2007 = 153 % du C.A.

NB : SUR CES MEMES BASES DE 1.40 % (EXEMPLE) NOTRE PATRIMOINE "FONDS DE COMMERCE" SERAIT EN 2011 DE PLUS DE 18 MILLIONS D'EUROS ! ET NON DE 11.595.000 (55 POINTS DE VENTE) ANALYSE PRUDENTIELLE.



Evolution du chiffre d'affaires, base 100 en 1998

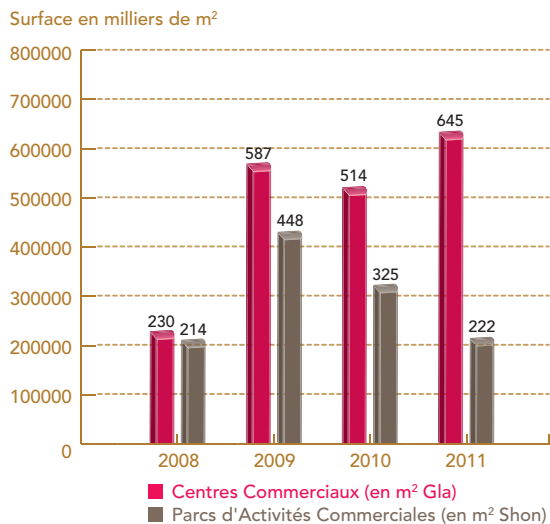




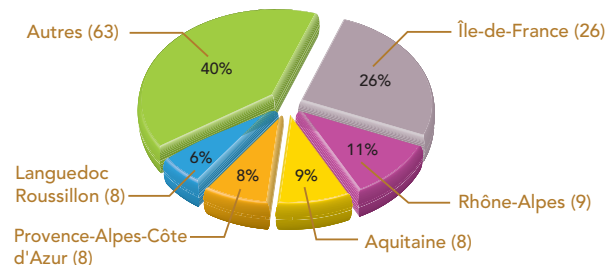
LE BOOM DES CENTRES COMMERCIAUX

(Centre de loisirs - lieux de transit)

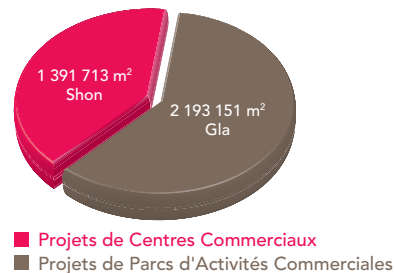
■ Répartition des projets de centres commerciaux et de parcs d'activités commerciales selon l'année d'ouverture



■ Répartition des projets de centres commerciaux et de parcs d'activités commerciales par régions, selon la surface à l'horizon 2014



■ Ensemble des projets de centres commerciaux et parcs d'activités commerciales en France à l'horizon 2014



PAIN
NATUREL

LE MOULE A GATEAU

LA FRANCHISE



Nous avons dans les nouvelles normes de design et de structure, ouvert en 2006 - 2007, "5 magasins pilotes".

✦ LE PROGRAMME ET NOTRE ENGAGEMENT

- Le concept décliné en franchises sont des magasins à l'enseigne gérés par des commerçants indépendants.
- Pour le respect des recettes maisons ils s'approvisionnent auprès de notre filiale "GATOSNAX" (Le laboratoire).
- Notre Laboratoire est centralisé à BEZONS où sont élaborés nos GATEAUX - TARTES - QUICHES, etc...
- Nous n'utilisons que des ingrédients naturels et frais.
- Tout franchisé est formé en Magasin Pilote mais aussi à notre laboratoire pour bien connaître les recettes.
- Pour les équipements, le respect du design, la société est dotée d'un architecte et fait Office de Centrale d'Achat.

Important : Nous avons été prudents mais nous ferons plus de 10 ouvertures en franchise en 3 ans !

- Cas :
- AMORINO
 - SPEED RABIT PIZZA
 - LEON DE BRUXELLES



LE PLAN "RETAIL"

Le boom des centres commerciaux :
Retail Park - Le grand Paris - Aéroport - Gares - Zones d'activités

Developpement concept "Le Moule à Gâteau"

	Direct	Franchise	Existant	Total	Création
2009	2	2			
2010	3	3			
2011	4	4			
2012	5	5			
Total	14	14	12	40	28

Developpement concept "Le Pain Naturel"

	Direct	Franchise	Existant	Total	Création
2009	4		5		
2010	4				
2011	5				
2012	6				
Total	19		5	24	19

Evolution du parc magasin / Réseau :64
 Aujourd'hui :15
 Soit création de :47



BUSINESS PLAN SIMPLIFIE CONSOLIDE

(en milliers d'euros)

	2008	2009	2010	2011	2012
CA à l'enseigne	7 250	9270	12 105	15 245	18 500
CA direct consolidé hors franchise	7 250	8 770	10 822	13 670	15 310
%		21%	23%	26%	12%
Revenus franchise		60	106	175	250
CA total direct	7 250	8 830	10 928	13 845	15 560
Marge brute	5 377	6 578	8 225	10 389	11 636
% Marge brute	74%	75%	76%	76%	76%
Frais fixe	1 624	1864	2 333	2 533	2 766
Valeur ajouté	3 753	4 714	5 892	7 856	8 870
% V.A.	52%	53%	54%	57%	57%
Coût social Salaires charges	3 178	3 706	4 293	5 340	5 850
EBE	575	1 008	1 599	2 516	3 020
% EBE	7,9%	11,4%	14,6%	18,2%	19,4%



OBJECTIF LE MOULIN A GATEAU

GATO AND CO

	2008	2009	2010	2011
CA (dont 11 boutiques)	2 810 000	3 006 700	3 217 169	3 442 371
ouvertures				
2009 = 2		300 000	450 000	450 000
2010 = 3			450 000	700 000
2011 = 4				800 000
Total interne	2 810 000	3 306 700	4 117 169	5 392 371
Franchise nbre de magasin		2	3	4
CA à l'enseigne		500 000	1 150 000	2 325 000*

*soit un CA magasin annuel de 2 600 000 €

Revenu CA de la franchise

Droit d'entrée		40 000	60 000	80 000
% sur le CA : 4% (sans publicité)		20 000	46 000	93 000
CA total interne + franchise	2 810 000	3 806 700	5 267 169	7 717 371



LA GRANDE BOULANGERIE DE PARIS

	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%
CA (dont 5 boutiques)								
CA direct clients C.H.R.	3 250 000	12%	3 510 000	12%	3 930 000	12%	4 400 000	12%
CA boutique : 2009+1	1 000 000		1 250 000		1 250 000		1 250 000	
2010+2								
2011+3								
Total	4 250 000		4 760 000		5 680 000		6 900 000	
Nombre de boutiques	5		6		8		11	
Valeurs des fonds	600 000		950 000		1 500 000		2 200 000	



POURQUOI LA BOURSE

**POUR MEMOIRE : MOULE A GATEAU + LE PAIN NATUREL,
c'est 150% de croissance ces 3 dernières années.**

- ❖ Pour mener ce développement il faut aller vite et répondre aux attentes et possibilité du marché.
- ❖ **RENFORCER NOTRE CREDIBILITE ET NOTORIETE** sur les Français et internationaux.
- ❖ **ACCOMPAGNER** notre développement - Doter le groupe de moyens de financement offert par le marché.
- ❖ **MOTIVER** le recrutement des équipes qui accompagneront ce PROJET.
- ❖ **VALORISER LE GROUPE ET L'ACCLIMATER AU MARCHE BOURSIER.**



MODALITÉS DE L'OPÉRATION

Introduction en Bourse sur Euronext Paris

- ❖ **Augmentation de capital à hauteur de 2,5 M€, par la mise à disposition de 457 495 titres nouveaux auprès d'investisseurs qualifiés.**
- ❖ **Prix de souscription : 5,46€**
- ❖ **Valorisation pre-money : 5,46 M€**
- ❖ **Ouverture du placement : 4 septembre 2008 / Clôture du placement : 19 septembre 2008**
- ❖ **Placement privé auprès d'investisseurs qualifiés, pouvant être clos par anticipation sans préavis.**