

La deuxième vie de Bretzel Burgard

Bretzel Burgard a renoué avec la croissance. L'entreprise, réduite il y a sept ans au dépôt de bilan, a aujourd'hui doublé son chiffre d'affaires et créé une cinquantaine d'emplois. Sous l'impulsion de ses repreneurs, Nathalie et Emmanuel Goetz.

La période houleuse traversée fin 2000-début 2001 par Bretzel Burgard n'est plus aujourd'hui qu'un mauvais souvenir. L'entreprise, alors en redressement judiciaire, a trouvé un nouveau souffle. Nathalie et Emmanuel Goetz, les deux jeunes cadres qui ont repris la PME en 2001, ont réussi leur pari : remettre la société septuagénaire sur le chemin de la croissance, en conservant ses 97 salariés. « Depuis, résume Emmanuel Goetz, PDG de Bretzel Burgard, nous avons doublé notre chiffre d'affaires, qui est passé de 5 à 10 millions d'euros, et nous avons embauché une cinquantaine de salariés », sans compter la trentaine de saisonniers mobilisée pendant les derniers mois de l'année. Pour en arriver là, il a fallu tout rebâtir, à commencer par l'outil de production. Avec l'aide d'un investisseur privé, les deux dirigeants ont injecté 4,5 millions d'euros dans la construction d'une nouvelle usine dans la zone d'activité de Hoerdtd. Un site de 5 000 m², inauguré en 2002, adapté à la nouvelle stratégie de l'entreprise.

En Alsace et ailleurs

« Les produits de Bretzel Burgard, à savoir les bretzels et les pains surprise, n'existaient qu'en frais », explique M. Goetz. Difficile dans ces conditions, vu la durée de vie très limitée de ces spécialités, d'étendre la zone de chalandise de l'entreprise. « Nous avons donc doublé la ligne frais d'une ligne de production de surgelés, ce qui nous a permis de proposer nos produits à l'extérieur de la région ». Avec succès : « Nous avons réussi à convaincre plusieurs clients nationaux », indique le PDG : des grossistes et des enseignes de la grande distribution. Parallèlement, la PME a fortement développé sa gamme. De sa boulangerie qui emploie une trentaine de personnes sortent des bretzels bien sûr, mais aussi des malicettes, des kougelhops, des panini et des pains traditionnels « cuits sur four à pierre ». « Nous utilisons les mêmes techniques que les artisans, mais avec des volumes et une rigueur industrielle », insiste le dirigeant. Une partie de ces produits de boulangerie est valorisée sur place. Car l'autre volet de l'entreprise, le plus important, c'est son activité traiteur. Bretzel Burgard confectionne des sandwiches ultra-frais distribués dans ses boutiques et des sandwiches longue conservation destinés aux grandes surfaces, aux distributeurs automatiques et aux clients nationaux. A son catalogue figurent également des bouchées apéritives, des pains surprise pour les cocktails et les réceptions ainsi que des toasts et canapés divers. « Nous avons la volonté de nous différencier de nos concurrents par la qualité -l'entreprise a été certifiée ISO 9001 en octobre 2005- et par notre capacité à proposer toujours des recettes nouvelles », souligne Emmanuel Goetz. Parmi les dernières en date : des bretzels sucrés, des macarons salés ou des sandwiches recette alsacienne.

Cap sur l'export

Enfin, la PME, qui s'efforce de recycler ses déchets et qui s'est équipée pour limiter sa consommation électrique, s'est employée depuis 2001 à moderniser son propre réseau de distribution. « Nous investissons chaque année 300 à 500 000 € pour relooker nos magasins », au nombre de 13 pour le moment -« nous en achèterons deux autres à Strasbourg l'an prochain », annonce le PDG. En attendant, Bretzel Burgard se prépare à lancer, le mois prochain, une boutique en ligne destinée aux particuliers. A présent que la pérennité de la société, « souvent sollicitée comme ambassadrice de l'Alsace » du fait de son emblématique produit-phare, semble assurée, ses dirigeants commencent à voir un peu plus loin. « En 2008-2009, indique M. Goetz, nous allons nous attaquer à l'export. »

