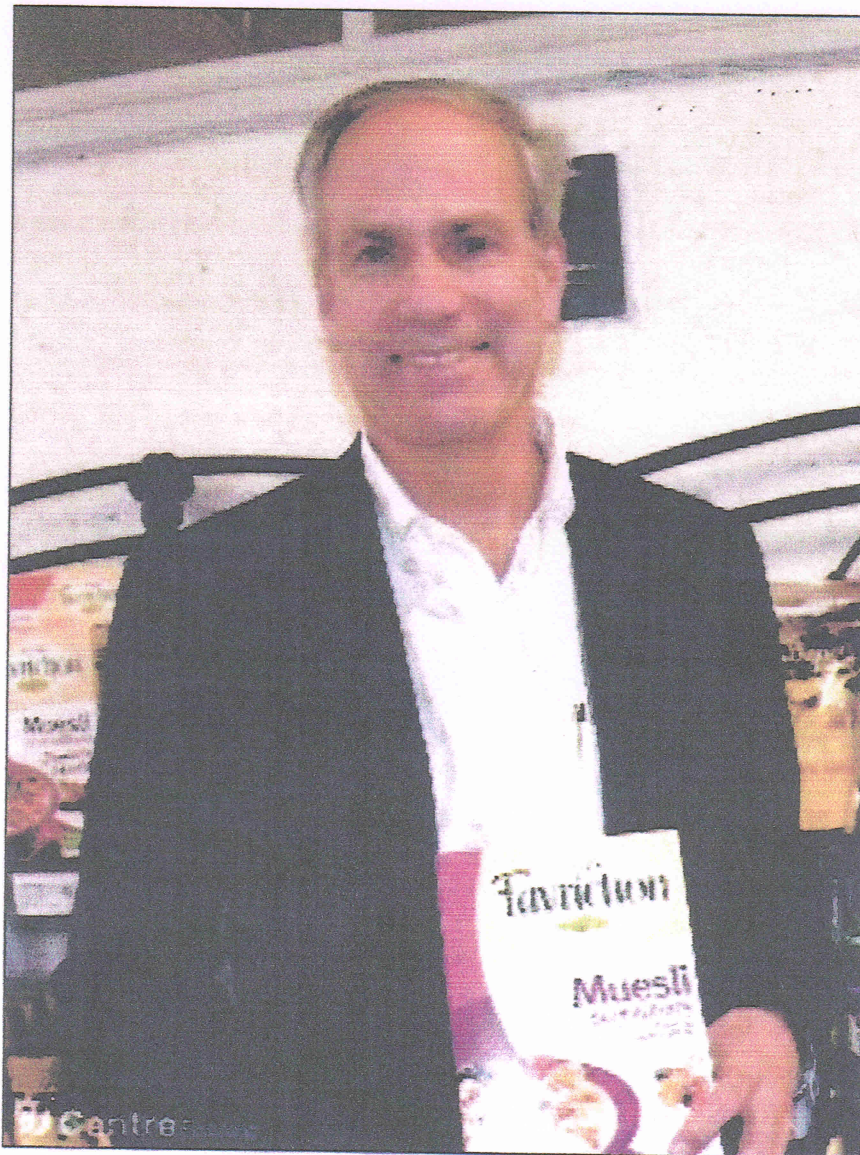


1995

1995 : Le groupe francilien « Le Goût de la Vie » de Victor SCHERRER acquiert l'entreprise. Brooks WALLIN en est le directeur financier.

Brooks WALLIN, géologue et géophysicien



Brooks WALLIN

Vie personnelle

Né le 22 mai 1956 dans l'Utah, un état des Rocheuses, il quitte cet état à regret à neuf ans pour suivre sa famille à Minneapolis (Etat de Minnesota), « la ville des meuneries » (c'était déjà prémonitoire sur le long tracé de sa fin de carrière). « J'ai acquis très jeune le goût de l'Ouest américain, du cheval et des cow-boys, de la vie en extérieur et de l'aventure en général ».

Il prépare une licence de géologie, tout en effectuant un « break » pour un emploi « très physique » de six mois comme équipier à bord de bateaux de transport de céréales (encore) et de charbon qui sillonnent le Mississippi.

Passionné par la mer, il consacre quatre autres mois à étudier les sciences nautiques et l'océanographie à bord d'une goélette dans l'Atlantique nord.

A l'université d'Hawaï, il obtient un master de géophysique, non sans s'être livré à l'exploration et à l'interprétation de la zone montagneuse sous-marine baptisée Les Musiciennes, dans le Pacifique nord).

De 1982 à 1986, il met ses compétences au profit de la compagnie pétrolière texane Conoco, dans l'exploitation pétrolière offshore du golfe du Mexique. « J'y ai passé beaucoup de temps sur des plate-formes de forage en eaux profondes ».

Après deux nouvelles années d'études, il décroche un MBA à Harvard, en 1988,

La même année 1988, il s'installe en France avec Catherine CHAPALAIN, sa femme bretonne rencontrée l'année précédente lors d'un voyage de découverte de l'Hexagone. Passionné de voile, il dit s'être désaméricanisé : « Au niveau de mon alimentation, je suis devenu très exigeant sur la qualité et la traçabilité ». Ils ont trois enfants : Pierre, Elena et Agathe.

Sa formation l'a conduit à un premier poste au Crédit National, en charge du financement de projets du secteur de l'énergie, de 1989 à 1994.

C'est à cette période qu'il s'adapte à la culture française et à l'apprentissage de sa langue, à laquelle il s'était initié à l'Université. « Pas toujours facile ! »

Les cinq années suivantes se passent chez Total, notamment au département cessions-acquisitions, cinq années qui débouchent sur l'envie de quitter le monde des grandes sociétés.

Il rejoint alors l'entreprise agroalimentaire basée en région parisienne « Le Goût de la Vie », comme directeur financier : « J'ai vu à ce moment que je ne connaissais rien à la direction d'une PME. J'ai du devenir polyvalent ».

Années 2000, un siècle se tourne, FAVRICHON est toujours là...

En juillet 2003, FAVRICHON tourne une nouvelle page de son histoire avec sa reprise par la structure Organic Stories.

« Le Goût de la Vie » reprend l'entreprise et son directeur financier Brooks WALLIN veut « réveiller la belle endormie ». Son actionnaire, le groupe « Le Goût de la Vie » revend en totalité cette filiale à une société familiale, Loire Céréales Holding, bien décidée à suivre la valeur des fondateurs.

Le nouveau propriétaire, qui reste salarié et actionnaire à hauteur de 7% de l'entreprise qui l'emploie, accentue ainsi son intégration dans l'hexagone.

En 2004, Brooks WALLIN prend la direction de PROSAIN une conserverie de fruits et légumes et de plats cuisinés biologiques installée à Bages, au sud de Perpignan.

C'est sur le segment « du bio et des produits du terroir, qui a explosé aux Etats-Unis », que le nouveau patron de « FAVRICHON et VIGNON » veut porter son effort. « Nous sommes un des derniers fabricants complets de céréales de petits déjeuners bio », souligne le nouveau propriétaire qui étudie les investissements nécessaires à l'augmentation des capacités de production de cette PME qui a transformé l'an dernier 3200 tonnes de céréales par extrusion, floconnage ou enrobage.

Brooks WALLIN ambitionne aussi d'accroître la productivité et de dynamiser la marque auprès du grand public, en agissant sur le marketing et le packaging. Il prévoit une forte croissance et un exercice largement bénéficiaire en 2003 pour son entreprise de 23 salariés, avec un chiffre d'affaires prévisionnels de 3.6 millions d'euros en 2002. (Les Echos 22/9/2003).

En 2004, après les 20 ans qui viennent de s'écouler où FAVRICHON a prospéré sur la base de sa notoriété, la marque se porte bien, forte d'une excellente image de qualité et de rigueur dans le domaine des produits biologiques. La société se réaffirme dans le domaine de la nutrition, sans jamais oublier que le critère « agriculture biologique » reste une valeur première.

Les produits FAVRICHON s'habillent d'un nouvel emballage et se segmentent en 4 gammes pour apporter plus de lisibilité au consommateur et faciliter son choix de céréales petit déjeuner en fonction de ses besoins et attentes nutritionnelles. L'étiquetage de chaque produit met en avant ses spécificités nutritionnelles et les bénéfices qu'il peut apporter.

L'année 2005 verra FAVRICHON se lancer dans un grand plan d'investissements industriels pour la modernisation de ses locaux et équipements. Les nouveaux ateliers d'enrobage des céréales, de mélange et de conditionnement sont entrés en fonctionnement en mai 2006. Ces investissements permettent le développement de l'entreprise qui a bénéficié d'un FADEL (de la part du Conseil Général de la Loire) et d'une aide du Conseil Régional. En augmentant ainsi sa capacité de production, l'entreprise peut continuer à répondre aux attentes toujours plus prononcées de ses consommateurs et clients

Depuis 2008, l'équipe de FAVRICHON travaille autour d'une meilleure segmentation du marché et repositionne sa marque et ses gammes dans les magasins spécialisés. C'est le lancement d'une nouvelle gamme de céréales du petit déjeuner en sachets et sa gamme en étuis fait peau neuve avec un nouveau design.

FAVRICHON est le seul distributeur français de céréales bio à transformer les graines de A à Z et à mettre au point ses propres recettes, sans additif, ni colorant. Le spécialiste des céréales bio pour le petit déjeuner poursuit son développement grâce à des investissements réguliers. Depuis sa reprise il y a dix ans par l'américain Brooks WALLIN, 4 M€ ont été injectés entre 2006 et 2008 dans la modernisation de l'outil de production. En 2012, l'entreprise mettait au point un nouvel emballage biodégradable et compostable, en accord avec l'image véhiculée par ses produits et investissait de nouveau 1 M€.

Aujourd'hui, le rythme des innovations FAVRICHON est de 5 à 10 nouveaux produits par an. Après avoir investi 5 millions d'euros entre 2006 et 2012 dans la modernisation de l'outil de production, FAVRICHON envisage dès 2013, de procéder à une nouvelle extension de ses locaux de St Symphorien de Lay qui passeraient de 8000 à 9500 m², par un investissement de 5 millions d'euros, ce montant intégrant l'acquisition de nouveaux matériels.

En 2013, FAVRICHON emploie actuellement 35 salariés, produit plus de 3000 tonnes annuelles de céréales pour le petit déjeuner et a enregistré un chiffre d'affaires de 8.8 millions d'euros en 2012 et 8.47 millions en 2011. L'entreprise réalise le quart de son chiffre d'affaires dans les magasins spécialisés bio. Un autre quart est consacré à la sous-traitance pour le compte de fabricants de barres chocolatées ou de biscuits. L'export ne représente que 6% de ses ventes. La part export représente un vrai potentiel de développement. Les pays aujourd'hui desservis sont la Belgique, les Pays-Bas, le Portugal et le Japon.

Alors que les marques de distributeurs (Carrefour, Auchan, Casino) représentent la moitié de son activité, FAVRICHON va lancer sa propre marque de muesli bio et gourmands en grande surface, dénommée Charles VIGNON en référence à la raison sociale de l'entreprise : les établissements FAVRICHON et VIGNON, baptisée du nom du second patron, autre nom historique de l'entreprise.



En 2013, FAVRICHON appartient au groupe Organic Stories, présidé par Brooks WALLIN qui compte une seconde société, PRO SAIN à Bages (Pyrénées – Orientales). Le chiffre d'affaires du groupe s'est élevé à 18.5 millions d'euros en 2012, avec 85 salariés. Depuis 2003, FAVRICHON est passé de 3.1 millions d'euros de chiffre d'affaires à 10.5 millions.

Au total, les trois marques Joseph FAVRICHON, CROSTI et Charles VIGNON comptent 75 références.





du 18 février au 10 mars 2015

**LES
CÉRÉALES BIO
FAVRICHON**

Régalez petits et grands au petit-déjeuner !



**Crosti Coeur Fondant
Choco Noisettes**
Sachet refermable.
211608

Favrichon, toujours plus bio

DEVELOPPEMENT ■ A 125 ans, à l'assaut de la grande distribution

12/2/2015

Pas question pour l'heure de produire autre chose que la céréale du petit-déjeuner. « Être spécialiste, le consommeur recherche ce savoir-faire, ça rassure. »

Des produits alliant nutrition et gourmandise

Parmi les best-sellers, le mélange au lin et aux graines de courge, lancé en 2004. « C'était un pari, et c'était novateur », reconnaît Brooks Wallin, Nova-mati. Mais l'inspiration du tra-vail que menait le fondateur de l'entreprise, tout comme le mélange badiane-coriandre-gingembre. « On a éprouvé le livre d'histoire de Joseph Favrion car il était intéressant et ce qui était in-maction et ce qui était in-teressant, c'était l'usage qu'il faisait des plantes. Une façon de placer la nu-trition encore plus au cen-tre des produits. »



ACTIVITE. Brooks Wallin ouvre le site Favrion au grand public et aux écoliers durant deux jours lors de Portes Ouvertes en mars. Son groupe comprend aussi l'entreprise bio Prospan, qui fabrique épicerie soignée et plats cuisinés dans le sud de la France. Photo : V.

Producteur bio depuis 1971, l'entreprise vit depuis 125 ans est surtout une page bien vivante de l'histoire symphonique.

Walter Kautzsch

En bordure de Na-tionale 7, la petite enseigne Favrichon fait partie du paysage, tout comme l'entreprise im-plan-tée là, à Saint-Sym-phorien-de-Lay, depuis 125 ans. Au-delà de la de-vanture modeste, c'est une tout autre partition qui se joue dans les locaux de l'entreprise, où l'on pro-duit chaque année 3.000 tonnes de céréales pour le petit-déjeuner, avec 35 sa-laires Des céréales bio, de-couvertes en des saveurs souvent originales, en une gamme pour les enfants et, depuis peu, en une gamme conçue pour la grande distribution, baptisée Favrion, autre nom historique de l'entre-prise.

10,5 millions d'euros de chiffre d'affaires

« L'entreprise a été fon-dée en 1890 et elle a vécu des hauts et des bas. Elle a démarré le bio en 1971. La structure Organic Stories a repris Favrion en juillet 2003. Depuis, on s'est développé, en pas-sant de 3,1 millions d'euros à 10,5 millions d'euros de chiffre d'affai-res, avec une variété de productions qu'on n'avait pas à l'époque », explique Brooks Wallin, président d'Organic Stories. Le déve-loppement de l'entreprise ne devrait pas s'arrêter là. « Depuis 2006, on a in-vesti 5,5 millions d'euros dans l'outil de production. On prévoit un investisse-ment de 5 millions d'euros en 2015. »

qu'il a tenu à améliorer depuis son arrivée. « C'était des bons pro-duits, mais pas les meilleurs. On a mis en place des chantiers de re-cherche et développement pour aller vers des pro-duits que les consommateurs souhaitent acheter. On a beaucoup travaillé sur les qualités organolep-tiques de nos produits ». Aujourd'hui, l'entreprise indique aller plus loin que ce qu'impose le cahier des charges bio et avoir une plus-value majeure : le ca-ractère centralisé de sa production. « On maîtrise l'ensemble de la chaîne, on fait que, on nettoie, on fait une cuisson vapeur, le flo-robage, on fait le mélange, l'expédition. Ça coûte plus cher mais on a tout sous le même toit. C'est rare ». L'activité s'étend sur 8.000

Le local est privilégié au maximum. « Quand on peut incorporer des ingrédients français, on le fait. On fait le mélange, on le flo-robage, on fait le mélange, l'expédition. Ça coûte plus cher mais on a tout sous le même toit. C'est rare ». L'activité s'étend sur 8.000

La gamme pour enfants, prise symphonique. La gamme pour enfants, prise symphonique. La gamme pour enfants, prise symphonique.