

RHÔNE-ALPES

Le groupe familial montilien poursuit sa stratégie d'élargissement de son offre en rachetant deux sociétés catalanes, Litoplex et Sinel. Il possède désormais 3 sites et filiales dans la péninsule Ibérique, représentant un chiffre d'affaires de 52 millions d'euros.

Autajon renforce ses positions en Espagne

Le fabricant drômois d'étuis carton, coffrets et étiquettes Autajon, qui avait racheté en 2007 l'entreprise catalane Durero (19 millions d'euros de chiffre d'affaires), spécialisée dans les étuis à valeur ajoutée, continue de tisser sa toile en Catalogne avec deux nouvelles acquisitions.

D'abord, la société familiale Litoplex, située à Manresa, qui a affiché en 2010 un revenu de 6 millions d'euros avec 50 salariés pour une production annuelle de 100 millions d'étuis pharmaceutiques.

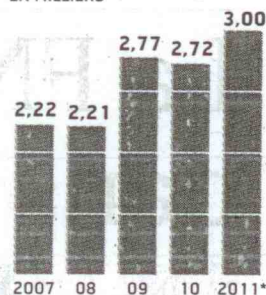
Ensuite, l'entreprise familiale Sinel, basée près de Barcelone, avec 210 salariés. Sinel, numéro un espagnol de l'étiquette adhésive pour les marchés des vins et spiritueux, avec 3 milliards d'unités par an, est également concepteur et fabricant de machines à étiqueter, qui ont représenté 25 % de ses 27 millions d'euros de ventes réalisées en 2010. « Ces deux opérations nous permettent de renforcer nos positions sur le marché pharmaceutique espagnol et de prendre pied sur celui des étiquettes adh-

LES CHIFFRES CLEFS DU GROUPE AUTAJON

CHIFFRE D'AFFAIRES, EN MILLIONS D'EUROS



SALARIÉS, EN MILLIERS



* PRÉVISIONS MINIMALES
 « LES ÉCHOS » / SOURCE : SOCIÉTÉ

sives. Mais aussi de pouvoir proposer en complément les machines à étiqueter à tous nos clients auxquels nous vendons des étiquettes à travers nos filiales en France et à l'étranger », souligne Gilles Poncato, directeur commercial et membre du comité de direction du groupe.

La valse des étiquettes

Plus globalement, ces deux rachats s'inscrivent dans la stratégie d'élargissement du savoir-

faire et de l'offre menée depuis 1995. Autajon a ainsi élargi sa gamme de produits - des étuis aux coffrets, en passant par la PLV, les étiquettes industrielles et celles pour les vins et spiritueux -, a pris pied sur de nouveaux marchés - la pharmacie, les parfums, les cosmétiques, le luxe, la confiserie et l'agroalimentaire - et dans de nouveaux pays - l'Allemagne, la Suisse, l'Espagne, la Belgique, les Pays-Bas, les Etats-Unis. Si bien que la

société, qui prévoit pour 2011 un chiffre d'affaires d'au moins 420 millions d'euros, s'appuie aujourd'hui sur 3.000 salariés ; 23 sites (13 en France et 10 à l'étranger), représentant une capacité annuelle de production de 4 milliards d'étuis et de 17 milliards d'étiquettes ; et 3 divisions : packaging (63 % des ventes), étiquettes industrielles (25 %) et étiquettes pour les vins et spiritueux (12 %).

Associée à un haut niveau d'investissements en R&D (de l'ordre de 7 % du chiffre d'affaires), cette stratégie d'élargissement de l'offre, qui a été très utile à Autajon pour passer sans encombre le cap de la crise va être poursuivie. En outre, pour répondre à la forte demande de ses clients (+ 8 % sur le premier trimestre), le groupe prévoit pour 2011 et 2012 l'extension capacitaire sur 22.000 mètres carrés de ses deux sites de Montélimar, dédiés à la pharmacie et au luxe, représentant un investissement global de 15 millions d'euros.

PATRICK VERCESI
 CORRESPONDANT À VALENCE