



La triple acquisition porte à 35 le nombre de sociétés que compte le groupe dans toute l'Europe. Photo Guillin

Emballage alimentaire : Guillin structure son offre papier et carton

BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Leader européen des solutions d'emballage alimentaire, le groupe vient de s'offrir trois nouvelles sociétés spécialisées dans les boîtes en carton.

Monique Clemens
— Correspondante à Besançon

Le précurseur de la barquette en plastique thermoformé, en 1972, monte en puissance dans l'emballage alimentaire en papier et carton. Piloté depuis 2012 par Sophie Guillin, la fille du fondateur de cette ETI toujours ancrée à Ornans, dans le Doubs, le groupe coté sur Euronext vient de racheter les activités de Cartonnerie Moderne, Défi Imprimerie et Alpes Emballages.

Implantés respectivement dans le Vaucluse, la Loire et les Hautes-Alpes, « ces trois fonds de commerce, qui appartenaient à une même société, agissent dans la cartonnerie et apportent une complémentarité à nos sites de Blois et Tours », explique la dirigeante. Les trois entités totalisent un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros et emploient une trentaine de personnes. Elles fabriquent et distribuent des emballages en carton de types boîtes pâtisseries, boîtes snacking ou boîtes traiteur.

65 % du chiffre d'affaires à l'export

Elles rejoignent Wefold (« nous plions », traduit en français), filiale fondée en début d'année par le groupe Guillin pour abriter ses sociétés d'emballage papier et carton. « La marque Wefold by Guillin constitue un seul référentiel pour nos clients, elle unit nos collaborateurs vers un projet d'entreprise et consolide les expertises des uns et des

autres qui, historiquement, étaient concurrents », argumente la dirigeante. La nouvelle filiale regroupe 550 des 3.500 salariés de Guillin, qui revendique une position de leader européen des solutions d'emballages alimentaires.

La triple acquisition porte à 35 le nombre de sociétés que compte le groupe dans toute l'Europe, dont 7 pour sa branche papier et carton. En 2024, Guillin a réalisé un chiffre d'affaires de 869,7 millions d'euros, dont 65 % à l'export, en très légère baisse par rapport à 2023 en raison de l'inflation et du coût du plastique recyclé, 500 euros plus cher à la tonne que la matière première non recyclée, explique la dirigeante.

Le plastique reste « irremplaçable »

Un plan d'investissement « volontariste » de 20 millions d'euros a été lancé il y a environ deux ans pour faire monter en puissance ces emballages non issus de la

pétrochimie, qui s'inscrit dans la stratégie du groupe visant à offrir la gamme la plus large possible de solutions à ses clients distributeurs ou collectivités.

L'activité est en « forte croissance en termes de volume », assure Sophie Guillin – qui ne communique pas la répartition du chiffre d'affaires. La dirigeante se refuse à condamner le plastique, « irremplaçable » selon elle en raison de ses caractéristiques techniques, et pour lequel elle estime pouvoir encore conquérir de nouveaux marchés en Europe.

« Nous allons faire grandir et faire évoluer Wefold mais sans opposer les matériaux. Un bon plastique 100 % recyclé vaut mieux qu'un mauvais carton enduit », argumente-t-elle, en précisant que les polypropylènes (PP) et polyéthylènes téréphtalates (PET) utilisés pour ses produits s'inscrivent dans des filières recyclables et « ultra-contrôlées ». ■