

Exemple n°63
PALAMY-SOFAP

imaginez-vous
plus emballant!



AVEC IPO ET PALAMY le plastique, c'est dynamique!

Spécialiste de l'extrusion, l'impression et la transformation des bobines plastiques en sacs, **PALAMY s'est imposé en leader français du wicket** - sac de conditionnement automatique. Cette société du Choletais a su, sous l'impulsion de son dirigeant Patrick Proux, se démarquer par un **positionnement stratégique fort, soutenu par des investissements constants.**



Patrick Proux



Comment est née votre société?

Patrick Proux: La société PALAMY a été créée en 1964 par M. PAPIN (PALAMY est la contraction de PAPIN et BELLAMY). En 1968 ma famille a racheté cette entreprise et mon père qui fabriquait déjà des sacs en plastique à CHOLET a intégré la société pour la diriger et la développer. Il s'agissait d'un marché naissant qui donnait les signes d'un développement intéressant. Après avoir été en charge du service commercial pendant 13 ans j'ai pris la

direction de PALAMY en 1998. Je me suis alors attaché à donner une ligne directrice forte vers des films plus techniques et les sacs de conditionnement automatique.

Le wicket est alors votre atout majeur?

P.P.: Nous avons aujourd'hui une place dominante avec le wicket, surtout dans le secteur de la volaille, de la boulangerie et viennoiserie industrielles. Cependant, nous sommes présents sur d'autres marchés comme la vente de bobines extrudées et le sac publicitaire. Ce qui renforce notre position, c'est notre savoir-faire associé à une bonne avance technologique. Notre souci de performance et de qualité, nous amène en permanence à investir dans de nouveaux matériels et à capitaliser sur notre service de recherche et développement.

Quels sont vos clients et concurrents?

P.P.: Nous vendons 50 % du tonnage extrudé sous forme de film auprès d'une clientèle de transformateurs et utilisateurs industriels. Pour les wickets nous avons des clients tels que

Pasquier, La Boulangère ou Harry's et comptons aussi des grandes chaînes de magasins comme Eram, Gemo, Photo Service... pour les sacs publicitaires. Face à la concurrence étrangère, même « low cost », nous sommes en position favorable car nos clients désirent souvent marquer leurs sachets d'opérations promotionnelles, et ce dans des délais très courts. Étant proches géographiquement et bien équipés - imprimeuse 10 couleurs dernière génération - nous sommes plus réactifs!

Pourquoi avez-vous fait appel à IPO?

P.P.: En 2000, pour financer la sortie de mes oncles du capital, nous avons fait un tour de table avec quatre investisseurs locaux. IPO nous est rapidement apparu comme le plus motivé. Nous communiquons régulièrement ensemble. Ils ont une bonne vision des choses.

Comment voyez-vous l'avenir?

P.P.: Positif. Fin 2006 notre acquisition de BRJ emballage située à Brive, a permis d'élargir la gamme des produits, de développer des complémentarités et synergies et d'accroître de façon significative le chiffre d'affaires. Cette société de 60 salariés est spécialisée dans l'impression, le complexage et la production de sacs cabas en papier kraft. Il est important pour nous de consolider cet acquis, puis de poursuivre nos investissements de production. Notre attention quotidienne au respect de l'environnement est aussi primordiale pour demain.

Chiffres clés 2007

Date de création: **1964**
Effectif: **210**
Chiffre d'affaires: **40,5 M€**



Point
de vue
d'Hugues
des
Garets
en charge de ce
partenariat IPO:

« Patrick Proux est un homme qui délègue facilement. Il connaît très bien son marché et a une bonne anticipation des développements à réaliser. Aujourd'hui encore, il suit quelques clients et reste très attentif aux différents tableaux de bord. Ses principales qualités résident dans sa capacité à bien orienter l'entreprise sur des marchés porteurs et à marge, et à réaliser les bons investissements. Il s'agit d'un métier industriel dans lequel les résultats se font essentiellement dans l'usine. Une entreprise qui tient ses promesses. »