

# Qui est le groupe Bolton ?

Rares sont ceux qui connaissent la maison mère de Saupiquet. Le groupe italien Bolton n'est autre que le numéro un du thon en Europe, mais pas seulement. Zoom sur ce géant multimarques qui opère tant sur l'alimentaire que sur le non-alimentaire.

**S**i les origines de Saupiquet sont bien françaises - fondée à Nantes en 1890 par un certain Arsène Saupiquet -, la conserverie est passée sous pavillon italien il y a déjà une quinzaine d'années. Mais rares sont ceux qui connaissent le groupe italien Bolton, qui génère pourtant plus de 2 milliards d'euros de chiffres d'affaires, notamment dans le thon où il est le numéro un en Europe. Mais pas seulement ! Cette société à capitaux familiaux réalise ses ventes autour de quatre activités : l'entretien (sous le nom de Bolton Solitaire), l'alimentaire avec sa flotte de thoniers et, enfin, la colle autour de la célèbre marque Uhu.

## Le culte du secret

À l'instar de nombreuses sociétés familiales de la Botte, le groupe cultive le secret. Une discrétion qui tiendrait surtout, à en croire le directeur général de Saupiquet, Éric Humblot, au traumatisme des enlèvements perpétrés par les Brigades rouges dans les années 70. « *Beaucoup d'industriels italiens sont restés marqués par l'assassinat du président de la Démocratie chrétienne, Aldo Moro, en 1978, et ils préfèrent ne pas s'exposer* », note-t-il, tout en reconnaissant que les mentalités évoluent avec l'arrivée de nouvelles générations de dirigeants. C'est égal, on n'aime pas donner

## UN EMPIRE DE PLUS DE 2 MRDS €

→ Date de création <b>1949</b>	→ Répartition du CA par pays : environ <b>50%</b> en Italie, <b>16%</b> en France, <b>6%</b> en Espagne, la Grèce et le Benelux, <b>5%</b> en Allemagne, <b>7%</b> dans le reste de l'Europe et <b>5%</b> ailleurs dans le monde
→ Chiffre d'affaires <b>+ de 2 Mrds €</b>	
→ CA estimé en France <b>250 à 300 M €</b>	
→ Des marques dans plus de <b>125 pays</b> : Uhu, Carolin, Sanogyl, Saupiquet, Rogé Cavaillès, WC Net...	

Source : Bolton, estimations 2015

de noms... Pierluigi Tosato, qui dirige le pôle alimentaire de Bolton, ou Giuseppe Casareto, à la tête de Bolton Solitaire, sont rarement mis en avant. À côté de Saupiquet, beaucoup de marques du groupe sont pourtant bien ancrées dans notre quotidien, telles que Uhu, Carolin, Sanogyl, Génie... Bolton a poursuivi une stratégie d'acquisition de petites entités peu développées auprès des grands groupes pour construire son portefeuille de marques. S'il s'est d'abord lancé sur la cosmétique, c'est que son fondateur, un émigré grec du nom de Joseph Nissim, aujourd'hui âgé de 95 ans, débuta en Italie chez Procter & Gamble, avant de créer son entreprise dans les années 50. Dans son

## UN PORTEFEUILLE DE MARQUES EMBLÉMATIQUES



escarcelle : Manetti & Roberts, Somatoline ou Rogé Cavallès, qu'il reprend en 1998 à... P & G, et Sanogyl, racheté en 2006 à Unilever. Dans les détergents et produits d'entretien, il acquiert Carolin en 1992, WC Net en 1998 et Génie en 2014. La marque de colle Uhu a rejoint le groupe en 1994. Dans l'alimentaire, qui représente la moitié de son activité, il regroupe des signatures comme Rio Mare (leader de la conserve de poisson en Italie et présente dans une vingtaine de pays, lancée récemment au Canada et en Russie), Palmera (marque de milieu de gamme dans la conserve de poisson), Tonno Nostromo (thon), Saupiquet, mais aussi Simenthal (viande carnée), Manzotin (bœuf salé), Prima (sauces) et Petreet (petfood). Bolton a également pris une participation de 55 % dans la deuxième marque espagnole de conserves de poisson, Isabel (Garavilla), il y a six mois. Et il détient aussi des participations minoritaires dans la pêche et le négoce de thon aux États-Unis (Tri Marine), et dans Calvo Group, la première marque de thon en Espagne.

#### Pas d'obligation de résultat

Une stratégie pas si étonnante pour Éric Humblot : « Unilever et Procter se sont développés sur des segments très différents sans qu'on y trouve à redire. » Mais alors que Procter s'est débarrassé de l'alimentaire et qu'Unilever se recentre sur ses marques à forte croissance, la tactique de Bolton semble plus opportuniste. Présent dans plus de 125 pays, l'essentiel du chiffre d'affaires est réalisé en Europe et près de la moitié en Italie. Le groupe ne s'interdit rien. « Il progresse sur l'ensemble de ses secteurs d'activités, souligne le DG de Saupiquet. Bolton a fait autant d'acquisitions dans le home care que dans l'alimentaire. L'avantage, c'est que nous sommes dans un groupe familial qui n'est pas soumis aux aléas de la Bourse et à l'obligation de délivrer du résultat. Les actions et les investissements sont sur le long terme... » Un modèle de « capital patient » qui continue de faire ses preuves. ■

SYLVIE LAVABRE

Somatoline  
Cosmetic

Incisant  
drainant  
jambes

CA. FURCIONNET

