

# Julhes fait des bulles !

**L'entreprise de Saint-Flour (Cantal) spécialisée dans les tripoux et autres plats cuisinés auvergnats a lancé mi février son Auvergnat Cola. Une première dans la région, portée par une médiatisation sans précédent et saluée par la profession. Dans un contexte économique difficile, la célèbre boisson pétillante, qui n'a nécessité que peu d'investissement, pourrait être d'un précieux secours.**

**J**ean-Philippe Nicolaux, P-dg de l'entreprise Julhes, basée à Saint-Flour, n'en revient toujours pas. Son Auvergnat Cola, dont il a annoncé la commercialisation au milieu du mois de janvier, par la voie d'un simple communiqué de presse, a déclenché un engouement médiatique sans précédent. Plusieurs quotidiens nationaux ont consacré des papiers à la nouveauté ; Laurent Ruquier l'a appelé en direct, pour son émission sur Europe1. Jean-Pierre Pernaut lui a consacré trois jours de reportage et 12 minutes dans « *combien ça coûte* »... L'annonce n'a pas bluffé que les journalistes. Dans la profession, le Cola auvergnat a déclenché une petite tempête, non pas dans un verre d'eau, mais dans le petit monde de l'agroalimentaire. Au Sirha, le salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation, qui s'est tenu en début d'année à Lyon, le stand de Julhes n'a pas désempé de professionnels, en quête d'une dégustation. « *Nous pensions passer notre temps à discuter de prix, on ne nous a parlé que de notre Cola ! Même les banquiers ont oublié nos problèmes de trésorerie !* »

## Coup de pub et opportunité économique

Auvergnat Cola est une marque déposée. Comme 540 autres qui portent le mot Cola. « *Comme quoi, nous n'avons rien inventé !* » L'étiquette est rouge, la police de caractère élégante. La base-line, elle, est sans équivoque : « *fai tot petar miladiu* » ! Comme la liste des ingrédients, traduite en... patois. Nous sommes bien en Auvergne ! Quelle mouche a donc piqué le patron de Julhes, entreprise cantalienne connue pour ses tripoux et ses spécialités auvergnates, de se lancer sur le marché des sodas ? Et de marcher, qui plus est, sur les terres de l'emblématique Cola ? « *Quand vous allez en Corse ou en Bretagne, j'ai été frappé par la façon dont on vous impose le Breizh Cola ou le Corsica Cola* », répond Jean-Philippe Nicolaux.



Jean-Philippe Nicolaux,  
P-dg de Julhes et son Auvergnat Cola

« C'est un symbole fort ; on veut défendre l'identité d'une région. » La rencontre avec une entreprise aveyronnaise, qui produit des sodas sous marques distributeurs, a fait le reste. En trois mois, de l'idée à la réalisation, l'affaire était dans le sac. Coup de pub ou opportunité économique ? Les deux, mon capitaine ! Le premier est réussi. La seconde, affirme le Pdg, est réelle : « C'est une façon comme une autre d'amortir nos charges fixes, de réaliser des économies d'échelle. Et de nous diversifier, dans un contexte difficile, avec un produit qui demande de très faibles investissements (1) ».

## Objectif : 2 % du marché

Jean-Philippe Nicolaux s'est penché sur le marché des Cola. Il est dominé à 80 % par Coca-Cola. Les 20 % restants sont partagés entre les marques distributeurs et les Cola régionaux. En Auvergne, la consommation de Cola oscillerait entre 40 et 50 millions de litres. Julhes n'est pas gourmand. « Accrocher ne serait-ce que 2 % de ce marché, soit 1 million de bouteilles à l'année, me satisferait pleinement », annonce son P-dg. Par comparaison, la production de Cola breton tourne autour de 5 millions de bouteilles, le Cola corse 3 millions. « La difficulté, avec ce produit, c'est la logistique. C'est un produit peu cher mais lourd. Il va donc nous falloir optimiser le transport en vendant de la quantité. Tout dépendra, finalement, de la confiance du client en notre produit ; c'est une inconnue qu'il nous faudra gérer. », analyse le P-dg. Et l'image du bien manger, incarnée par

les tripoux, ne pourrait-elle pas souffrir d'une boisson pétillante souvent associée à la malbouffe ? « J'assume le risque, minime à mon sens au regard de la clientèle, jeune notamment, que peut nous amener notre Cola. » Au niveau goût, le produit ressemble de beaucoup à son grand frère américain. « On y a ajouté un zeste de gèlian... pour le marketing... »

## Remède anti crise ?

Dix jours après l'annonce de commercialisation de l'Auvergnat Cola, et portée par la médiatisation, Julhes avait déjà enregistré la commande de 150 000 bouteilles soit l'équivalent de cinq semi-remorques. Conditionnées en bouteilles PET de 1,5 l et 33 cl, on lui réclame déjà des bouteilles en verre, des canettes ; une version light ; une autre sans sucre. Au Sirha, les Toques d'Auvergne ont déjà adopté le Cola régional. Certains, même, envisagent de l'intégrer dans de nouvelles recettes. « Dans la grande distribution, certaines centrales d'achat régionales, qui nous boudaient nous ont soudain sollicités pour un dossier de référencement en urgence », se réjouit Jean-Philippe Nicolaux. En bon Auvergnat, les bulles ne lui montent pas à la tête. Lucide, il admet que le soufflet peut vite retomber. « Mais au final, nous n'avons rien à perdre. Au mieux, ça peut marcher. Au pire, on aura parlé de nous. »

Dans un contexte économique difficile - « ce n'est pas la catastrophe, mais pas l'euphorie non plus », où la restauration gastronomique souffre, l'improbable Cola auvergnat pourrait bien permettre à l'entreprise Julhes de mieux résister à la crise. ■

(1) L'investissement est de l'ordre de 30 000 euros. 20 000 euros pour les étiquettes, 10 000 euros dans la communication.



L'entreprise, associée au bien manger, avec ses célèbres tripoux, ne va-t-elle pas souffrir de la mauvaise image de la boisson pétillante ? « C'est un risque que je prends », admet Jean-Philippe Nicolaux.

## carte d'identité

- ▶ Siège social : **Saint-Flour**
- ▶ P-dg : **Jean-Philippe Nicolaux, 42 ans. Il a repris l'entreprise en 2000**
- ▶ Nombre de salariés : **40**
- ▶ Circuits de distribution : **grande distribution (un tiers), grossistes pour détaillants (un tiers), restauration hors foyer (un tiers) et un peu de vente par correspondance.**

**Auvergnat Cola**  
Fai tot petar miladiu!

LA FORCE DES VOLCANS  
La fraîcheur des Montagnes  
www.auvergnatcola.com

Boisson gazeifiée à l'arôme naturel

Le Cola auvergnat est conditionné en bouteilles de 1,5 l et 33 cl. Mais on nous réclame déjà des canettes et des bouteilles en verre.