

MVVH

MVVH restructure son organisation et ses activités pour répondre à l'évolution des marchés

Saint-Pierre-du-Mont, le 26 juin 2020. Le Groupe alimentaire MVVH (marques Delpeyrat, Comtesse du Barry, Delmas, Sarrade) transforme son modèle et restructure son organisation pour répondre à l'évolution adverse des marchés et aux attentes des consommateurs. Un plan d'action a été lancé en concertation avec les équipes de MVVH pour renouer avec la croissance à court terme, s'allier et investir pour bâtir l'avenir.

Une nécessaire adaptation de son organisation et de sa structure industrielle

Après deux épisodes successifs d'influenza aviaire et fortement impactée par une restriction des ventes en promotion due à la loi Egalim, la filière canard gras de MVVH, en situation de surcapacité de production, aggravée par la crise actuelle du Covid-19, voit sa performance économique se dégrader fortement. Dans un contexte économique complexe, où de nombreux marchés évoluent également à la baisse, MVVH doit adapter son organisation et sa structure industrielle. « *Nous devons transformer en profondeur notre modèle, adapter nos outils de production et notre organisation aux nouvelles demandes du marché et aux nouveaux enjeux du métier pour retrouver de la performance industrielle, de l'agressivité commerciale, de la compétitivité et au final de la rentabilité* », explique Eric Humblot, Directeur Général du Groupe MVVH.

Un plan d'action stratégique en deux temps :

- **Pour renouer avec la croissance et la rentabilité à court terme, un plan de redressement d'urgence basé sur 3 priorités :**
 - Améliorer la performance industrielle (optimisation de la matière première, modernisation des outils, amélioration des process, rationalisation des gammes produits, réduction des stocks)
 - Se développer commercialement avec des marques innovantes, plus présentes et fortes sur tous les circuits de distribution
 - Adapter les organisations avec un plan qui comprend la suppression de 136 postes tout en limitant à 59 le nombre de départs contraints.

« Ces décisions importantes doivent contribuer au redressement de MVVH et lui permettre de renouer avec une croissance durable et financer les investissements nécessaires pour répondre à l'évolution des marchés. Elles constituent une étape indispensable pour notre Groupe », détaille Eric Humblot.

- **A plus long terme, nouer des partenariats stratégiques et investir pour bâtir l'avenir**

MVVH a pris la décision de rechercher des partenaires financiers pour accompagner et soutenir les investissements nécessaires à son activité salaisons.

MVVH va également poursuivre son développement sur des marchés porteurs comme l'aquaculture à travers sa filiale Delmas, ou les circuits courts.

L'ensemble de ce plan d'action stratégique s'inscrit dans l'accélération de sa politique RSE engageante et inspirante, basée sur des filières maîtrisées et responsables, des produits nobles, sains et bons, des ressources durables, et des valeurs humaines fortes.

« Nous sommes confiants », assure Eric Humblot. « MVVH appartient à des groupes coopératifs aux valeurs solides largement partagées par nos agriculteurs et nos collaborateurs. Ce plan à 3 ans dénommé « Rebond », doit rendre notre entreprise plus agile et plus innovante. Il a l'ambition de préparer notre activité pour les 10 prochaines années », conclut-il.

À propos. MVVH regroupe plusieurs marques sur les marchés du foie gras, du saumon et de la salaison (Delpeyrat, Comtesse du Barry, Delmas, Sarrade, En direct de nos Producteurs) présentes à la fois en grande distribution et en réseau de boutiques.

Contact presse

MVVH

Service communication
T. 06 33 81 34 42
presse@mvvh.fr

Agence Passerelles

Chantal Carrère-Cuny et Sophie Demaison
T. 06 15 63 25 46
maisadour@passerelles.com