



Châteaulin (29), le 4 mai 2010

Communiqué de presse

Groupe Doux : Résultats financiers 2009 et perspectives 2010

Forte progression du résultat d'exploitation et du résultat net du Groupe Doux qui a su adapter ses volumes de production et son organisation aux évolutions de ses marchés, notamment à l'export

Un début d'année 2010 confirmant le retour à la croissance et le renforcement de la rentabilité

Le Groupe Doux, premier producteur européen et un des leaders mondiaux à l'export de volaille et de produits élaborés à base de volaille, annonce ses résultats financiers pour l'exercice 2009 clos au 31 décembre 2009 : un résultat d'exploitation (EBITDA) à 104,3 M€, soit 7,6% du Chiffre d'Affaires net contre 5,6% en 2008, et un résultat net à 12 M€. Cette évolution favorable de la rentabilité du Groupe a été réalisée au cours d'un exercice marqué par des prix de vente à un niveau faible sur le début de l'année et par un ajustement des volumes. Le chiffre d'affaires s'établit à 1,309 milliard d'euros.

Les résultats 2009 montrent :

- **Une adaptation des ventes à la conjoncture économique**

L'année 2009 a été caractérisée par un léger recul des volumes de vente par rapport à 2008 (-3%), lié à un premier trimestre particulièrement difficile sur les marchés export. Les prix de vente moyens sur les marchés internationaux ont considérablement baissé au 1^{er} trimestre 2009 du fait d'un déstockage massif des acteurs brésiliens avec une offre supérieure à la demande. Ce n'est qu'au 2^e trimestre 2009 que l'on assiste à un rattrapage progressif des prix de marché à l'Export.

Le Groupe a, durant cette période, fait le choix, dans un premier temps, de réduire ses mises en place, pour ensuite progressivement les augmenter en se concentrant sur les marchés les plus porteurs. En fin d'année, le Groupe a enregistré un record en termes de volumes vendus avec plus de 47 000 tonnes de poulets entiers vendues sur le seul mois de décembre.

- **Des positions renforcées à l'international**

Le Groupe a aussi su compenser la faiblesse d'activité sur le marché français et augmenter ses ventes vers le Grand Export : en 2009, le Groupe a poursuivi sa croissance en Arabie Saoudite et renforcé sa présence dans d'autres pays du Moyen-Orient et conquérir de nouveaux marchés tels que l'Irak, l'Iran et la Jordanie.

Parallèlement, le Groupe a poursuivi son développement au Brésil au cours de l'année 2009. La croissance en volume des produits élaborés à plus forte valeur ajoutée, tels que la saucisse, ainsi qu'une politique commerciale et marketing ciblée portent leurs fruits et ont permis d'améliorer les marges. Le déploiement des implantations commerciales à travers le pays ainsi que l'optimisation des coûts de production devraient permettre de renforcer plus encore la présence du Groupe sur ce marché dans les années à venir.

- **Une amélioration de la productivité globale et la poursuite de la réorganisation industrielle**

L'année 2009 a été marquée par une amélioration de la productivité globale et par la poursuite de la réorganisation industrielle grâce à :

- La réduction des outils industriels et la concentration de la production réalisée en 2008 en France avec notamment
 - une réduction des frais fixes (-10%) ;
 - un redressement des marges de l'activité Frais (en progression de 11 M€ d'Ebitda).
- Des programmes de réduction des coûts au Brésil et notamment :
 - une productivité en nette amélioration (+ 11%) ;
 - une réduction des coûts logistique de 23 % grâce à l'optimisation des trajets sur les marchés domestiques et maritimes.
- La sous-traitance de la production de viande de dinde au Brésil (via la cession des outils de production) tout en maintenant les ventes mondiales et en conservant le portefeuille clients. Le Groupe continue en effet à approvisionner en dinde, sur une base de négoce à prix concurrentiels, ses clients européens et brésiliens.
- La saturation des sites de production de poulet au Brésil avec une utilisation de 90% de la capacité de production nominale des sites de Montenegro et Passo Fundo.
- Le maintien de moyens importants au service de l'innovation et de la R&D afin de répondre de façon permanente aux attentes de plus de 130 marchés à travers le monde.

Les perspectives 2010 sont encourageantes et valident la stratégie adoptée

En 2010, la stratégie du Groupe Doux continuera de se concentrer sur deux axes principaux :

- La poursuite de la politique d'expansion mondiale grâce à :
 - Un développement des parts de marché sur les marchés en croissance ;
 - Une stratégie R&D, marketing et commerciale ciblée par segments de clientèle et par marchés.
- Une constante amélioration de la productivité grâce à :
 - La poursuite de la réduction des coûts ;
 - L'optimisation permanente des ressources : rendement matière, rotation accélérée des actifs, gestion et développement des compétences.

Les résultats du 1^{er} trimestre 2010 attestent de la pertinence de cette stratégie et sont en ligne avec le budget. L'Ebitda du 1^{er} trimestre 2010 s'établit à 25,1 millions d'euros (versus 2,6 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2009) avec un Ebitda prévu pour l'année 2010 en progression par rapport à 2009.

Guy Odri, Directeur Général Délégué du Groupe Doux, commente : « *L'année 2009 confirme la pertinence de notre stratégie et du travail engagé par les équipes du Groupe. D'une part, nous maintenons une présence forte sur 130 marchés à travers le monde, là même où la croissance démographique et économique assurera demain et pour les années à venir la croissance de la demande. D'autre part, les efforts en faveur d'une meilleure organisation industrielle nous permettent d'aborder la compétition mondiale avec un outil plus compétitif. Et sur nos marchés traditionnels, et notamment la France, nous sommes actifs sur les segments en croissance (poulet classique et élaborés de volailles notamment) qui nous permettent de dégager une rentabilité accrue et d'apporter des réponses adaptées à l'évolution de la demande* ».

A propos du Groupe Doux

Premier producteur européen de volaille, avec plus de 1 million de tonnes de produits, et l'un des 5 leaders mondiaux à l'export, le Groupe Doux a réalisé, en 2009, un chiffre d'affaires de 1,309 milliard d'euros. Le Groupe et ses filiales sont présents sur l'ensemble des segments du marché de la volaille, depuis les produits frais et congelés jusqu'aux produits élaborés (panés, plats cuisinés, charcuterie de volaille,...). Interlocuteur majeur de la distribution, de l'industrie alimentaire et de la restauration hors foyer, le Groupe Doux commercialise ses produits dans plus de 130 pays, sur les 5 continents. Les principales marques du Groupe sont Père Dodu, Doux, Lebon, AlSabia, ou encore Cœur de Bretagne et Malvoisine pour les volailles fermières et Label Rouge. Le Groupe dispose d'une vingtaine de sites de production en France et au Brésil, et réunit plus de 10 300 collaborateurs.

Contact Presse

Marine Champon – Groupe Doux – Tel. 02.98.86.69.64 – marine.champon@doux.com