



Sommaire

- Assemblée Générale 2014 : communiqué de presse
- Maïsadour engagé pour une nouvelle année de valorisation de notre modèle coopératif
- RSE : nouvelle évaluation en 2014
- Chiffres, dates clés... les métiers à la loupe



Hagetmau, le 2 décembre 2014

Communiqué de presse

Assemblée Générale 2014 : notre modèle économique prouve son efficacité

Les fondamentaux de notre Groupe restent solides. Notre modèle coopératif a démontré toute son efficacité face à une année 2013 / 2014 tumultueuse pour nombre de nos activités (printemps 2013 calamiteux, baisse importante de nos volumes de collecte, diminution de la récolte de semences dans le Sud-Ouest, dévaluation très forte des monnaies russe et ukrainienne, restructuration de l'activité saumon...). L'anticipation et la mutualisation des risques nous ont permis de surmonter ce contexte très particulier et exceptionnel.

Notre modèle économique reste résolument orienté vers les adhérents et une stratégie de diversification dans l'agro-alimentaire qui s'appuie sur des marques fortes et reconnues.

Le maintien d'un équilibre entre les activités de l'amont agricole et celles de l'aval en prise directe avec les consommateurs (Delpeyrat, Comtesse du Barry, Fermiers du Sud-Ouest), reste le cœur de notre stratégie de croissance.

Cette croissance repose toujours sur l'innovation, la responsabilité sociétale et environnementale et l'international.

Une croissance qui garde son essence : le maintien d'une vie sociale et économique sur notre territoire, à savoir le grand Sud-Ouest, l'évolution des pratiques agricoles et la valorisation des productions de notre territoire.

Nos organisations sont adaptées aux marchés et notre Groupe poursuit sa croissance de façon maîtrisée, tout en restant à l'écoute des opportunités d'alliances et de croissance.



1,55 milliard d'euros de Chiffre d'Affaires

Un tableau complet des actions conduites durant l'exercice 2013-2014 a été présenté en détail, à l'occasion de l'Assemblée Générale du Groupe. Michel Prugue, Président et Thierry Zurcher, Directeur Général, ont exposé tour à tour, la stratégie, les résultats et bilan chiffrés.

Avec 1,55 milliard d'euros de chiffre d'affaires et un excédent brut d'exploitation (EBE) d'environ 52 millions d'euros (en hausse de 6 %), le Groupe affiche une croissance de + 4 % de son chiffre d'affaires, équilibré entre le pôle agricole et les activités aval (Pôle Gastronomie, Pôle Volailles).

Le contexte de baisse de la consommation des ménages, les actions de structuration et de mutualisation engagées pour améliorer la rentabilité sur le Pôle Gastronomie (Sarrade, Delmas, Comtesse du Barry) ont démontré toute leur pertinence. Malgré ce contexte difficile, Delpeyrat a maintenu sa progression sur ses marchés.

La réorganisation industrielle conduite en 2012 / 2013 sur le Pôle Volailles (Fermiers du Sud-Ouest) a porté ses fruits puisqu'il retrouve une dynamique de rentabilité et affiche une très belle progression.

De vraies satisfactions sont à souligner durant cet exercice 2013 / 2014 somme toute particulier, tant en semences, en nutrition animale qu'en volailles.

- En semences, l'activité continue de conquérir de nouveaux marchés et affiche une très belle progression en tournesol (+ 30 %). Le développement s'appuie sur l'international et en particulier, sur un partenariat commercial exclusif avec Jouffray-Drillaud.
- En nutrition animale, Sud-Ouest Aliment est leader dans la région avec 32 % de parts de marché et enregistre une forte croissance de ses volumes.
- En volailles, les éleveurs sont tous mobilisés pour satisfaire la demande de Fermiers du Sud-Ouest sur les bassins de production historiques Landes, Gers et Périgord avec la marque St Sever en fer de lance.

Agriculture : quelle vision en ont les Français ?

Cette année, Michel Prugue, Président du Groupe, a invité **Roland Cayrol**, politologue et fondateur de l'institut de sondage CSA, à l'occasion de l'Assemblée Générale du Groupe. Directeur de recherche associé Fondation Nationale des Sciences Politiques (Centre de Recherches Politiques de Sciences-Po) et collaborateur régulier de France-Inter, France 2, France 3, France 5, RTL, BFM -TV, Europe 1, Le Parisien, Roland Cayrol s'est appuyé sur de récents sondages auprès de la population française pour exposer sa vision de l'agriculture.

Le thème de cette intervention : Quelle est la place de l'agriculture (et de l'agro-alimentaire) dans la société française ? Est-ce que ce secteur économique est une chance pour l'économie française ? Comment le modèle coopératif peut-il donner du sens et de la solidité dans une société qui perd ses repères.



Depuis juin 2014 et la clôture de l'exercice

Juillet 2014 :

- Gastronomie : obtention de l'agrément pour exporter du jambon de Bayonne vers les États-Unis.
- Sud-Ouest Aliment : obtention du 1^{er} certificat de projet délivré en France pour le projet d'usine d'aliments poissons à Arue-Roquefort (40).

Août 2014 :

- Semences : entrée en fonctionnement du second séchoir sur le site de production de Moguilev en Ukraine.



Hagetmau, le 2 décembre 2014

Communiqué de presse

Maïsadour engagé pour une nouvelle année de communication pour amplifier la valorisation de notre modèle coopératif

* * *



la
coopération
agricole
produisons l'avenir

La coopérative Maïsadour poursuit son engagement dans la campagne nationale de valorisation du modèle coopératif agricole initiée par l'Alliance des coopératives agricoles (ACOOA).

Cette campagne d'opinion s'adresse prioritairement au citoyen. Elle doit permettre de peser sur les politiques et les influenceurs et fédérer le mouvement coopératif agricole.

L'année 1 affiche des résultats encourageants

- Une identité déployée
- Une campagne TV vue et appréciée par 40 millions de Français
- Une mobilisation de la « communauté coopérative » enclenchée
- Des signes tangibles d'une présence médiatique « grand public »
- Une fréquentation record sur le stand au Salon de l'Agriculture à Paris
- Des opérations de relations publiques qui ont réuni presse et décideurs
- Une influence digitale installée sur les réseaux sociaux

Le dispositif en année 2

Deux nouvelles campagnes publicitaires programmées TV et radio en octobre-novembre 2014 et février-mars 2015.

En télévision, deux versions (15" et 30") du film publicitaire pour maximiser l'identification et la mémorisation de la coopération agricole.

En radio, 10 représentants de coopératives expliquent concrètement les atouts de notre modèle d'entreprise pour l'économie, l'emploi, la gouvernance, les territoires, la qualité, l'international...

Du 6 au 14 juin 2015, la 1^{ère} semaine de la Coopération Agricole en France, un événement phare pour faire connaître notre modèle et mettre en avant les coopératives engagées dans la campagne.

En décembre 2015, lancement du Concours des coopératives engagées dans la campagne... Les 1^{ers} Trophées de la Coopération Agricole.

- Pour montrer les atouts des coopératives
- Pour investir des thématiques stratégiques : l'innovation, les jeunes, l'entreprise
- Pour conjuguer visibilité, influence, animation de communautés, relations presse et réseaux sociaux
- Pour mobiliser les coopératives, « centres de gravité » du dispositif
- Pour animer efficacement les deux prochaines années : Congrès annuel, Salon de l'Agriculture, Semaine de la coopération agricole...



Responsabilité Sociétale et Environnementale : Renouvellement de l'évaluation AFAQ 26000, avec une note améliorée

Cette **évaluation au niveau « confirmé »** de notre démarche de Responsabilité Sociétale et Environnementale est le résultat de la volonté de progrès continu de notre Groupe avec une notation à **520/1000**, plus élevée qu'en 2011, date de notre première évaluation.

Le **niveau « confirmé » est le 3^e des 4 niveaux** du modèle d'évaluation AFAQ 26000 (jusqu'à 300 points : initial ; de 301 à 500 points : progression ; de 501 à 700 points : confirmé ; à partir de 701 points : exemplaire). Il marque l'atteinte d'une certaine maturité dans ce domaine où les enjeux d'avenir sont multiples.

Productions Végétales, Jardineries et la Motoculture, Semences, MVVH (Delpeyrat, Comtesse du Barry... à l'exception de l'activité poisson), Nutrition et Productions Animales et Fermiers du Sud-Ouest... Toutes nos branches d'activité ont été incluses dans le périmètre de l'évaluation 2014.

Le Groupe continue à progresser. En 2011, nous étions dans une période avec un fort développement. Il y avait donc besoin de structuration et stabilisation dans un contexte économique positif à l'époque.

Depuis, le Groupe a dû faire face à des problèmes conjoncturels, et malgré tout la démarche RSE a continué et les progrès aussi.

Cela démontre donc bien que cette **démarche de RSE est ancrée dans les valeurs**. Il existe une vraie capacité à mettre en lien les valeurs coopératives et les pratiques RSE dans notre Groupe.

Aujourd'hui, la responsabilité sociétale est bien comprise comme étant la nécessaire contribution du Groupe Coopératif Maïsadour au développement durable. Cette notion de développement durable n'étant, elle-même, plus considérée comme de l'écologie mais comme un choix d'aller vers des modèles créateurs de valeur globale.

L'évaluation 2014 en quelques chiffres

- 40 jours d'évaluation
- Période de mai à juillet 2014
- Conduite par une équipe de 3 évaluateurs
- Au total : 140 collaborateurs interviewés et une 40^{aine} de parties prenantes externes sollicitées pour des entretiens téléphoniques (clients, fournisseurs, autorités administratives...)

Pour rappel

En 2011, Maïsadour obtenait sa première évaluation AFAQ 26000 délivrée par AFNOR certification, pour sa démarche de responsabilité sociétale engagée formellement dès 2008.

Cette évaluation avait alors été réalisée sur 25 sites et grâce à 160 entretiens simples ou multiples avec plusieurs interlocuteurs, internes et externes, du Groupe.

Nous obtenions la note de 464/1000 correspondante à la catégorie « progression » de l'évaluation AFAQ 26000.



Repères : les activités à la loupe

Pôle Agricole

Productions Végétales

L'exercice a été particulièrement marqué par l'impact des pluies diluviennes du printemps 2013 sur les exploitations.

- ⇒ De très importantes pertes de rendements à déplorer en maïs céréale, en maïs doux ou en légumes de plein champ ou encore en vigne.
- ⇒ En céréales, face au manque de volumes de collecte, des achats extérieurs en proportion record, ont permis de consolider et de structurer la commercialisation du maïs du Sud-Ouest (une stratégie clients-marchés, gagnante).

Assurances et sécurisation

Dans ce contexte et pour sécuriser le revenu de nos adhérents, Maisadour a développé « l'assurance récolte » sous forme d'un contrat de groupe « risques climatiques ».

De la même façon, les caisses de compensation de l'Organisation de Production et des producteurs de maïs doux, ont été fortement mobilisées en productions spécialisées.

Aide à la Décision

En matière d'Outils d'Aide à la Décision, une nouveauté : Irré-LIS®, l'OAD de pilotage de l'irrigation d'Arvalis-Institut du Végétal. Ce dispositif enrichit la palette des outils de conseil agrofourniture (Phytnès et Epiclès).

Agriculture Biologique

Maïsadour conforte sa stratégie de développement dans l'agriculture biologique avec l'adhésion à l'union de coopératives spécialisées Agri Bio Union.

En asperges, la surface certifiée en Agriculture Biologique est en progression.

Agrofourniture

En agrofourniture, la campagne du printemps 2014 a commencé précocement et s'est déroulée entièrement sur l'exercice. La proximité est un axe majeur de notre politique commerciale en agrofourniture. Un accent particulier a été mis sur la livraison directe des agriculteurs, afin de diminuer les coûts de distribution.

Le chiffre d'affaires vigne poursuit son redressement, en particulier en agroéquipement.

La reprise d'Inovitis en août 2013, une micro-société de services en vigne accréditée Bonnes Pratiques d'Expérimentation, permet de conforter notre organisation.

Collecte 2013 et contractualisations

2013 aura été marquée par une collecte de maïs faible, très humide et très tardive, de mi-octobre 2013 à janvier 2014 (humidité moyenne exceptionnellement élevée de 34,5 %).

- ⇒ Une qualité en-dessous de nos standards habituels.

Les surfaces contractualisées en maïs spéciaux pour les semis 2013 ont fortement progressé, et dans le même temps, les primes offertes aux agriculteurs ont été revalorisées.

La contractualisation 2014, marquée par une baisse des prix, a concerné des surfaces de près de 4 300 hectares en maïs doux et 1 000 hectares en pois et en haricots.

En asperges, la production 2014 s'est élevée à 952 tonnes commercialisables à un bon niveau de qualité et avec une bonne cinétique de production, comparativement aux deux années précédentes. Les surfaces en IGP Sables des Landes progressent.



Semences

Le printemps historiquement pluvieux a fortement impacté la production et perturbé semis et levées ; mais la **bonne gestion paritaire du réseau de producteurs** qui fonctionne depuis de nombreuses années, a permis d'en limiter l'impact financier. Les producteurs de semences ont reçu plus de 90 % du produit brut d'objectif.

Le plan de production 2014 est logiquement **en hausse**, afin de reconstituer les stocks. Malgré le manque de volume disponible, conséquence du contexte 2013 défavorable, **Maïsadour Semences a pu maintenir ses parts de marché en maïs.**

En tournesol, un nouveau palier est franchi avec une **progression de plus de 30 %**. Il faut noter que depuis 2010, cette progression se confirme chaque année.

Développement international

Le développement international de Maïsadour Semences se poursuit et les investissements sont multiples.

Depuis 9 ans, Maïsadour Semences a beaucoup investi **en Ukraine**. Malgré les événements de ces derniers mois, la phase 2 d'**extension de l'usine de Moguilev** a pu être **menée à bien et sans encombre**. Elle a permis d'alimenter normalement une demande locale, en retrait, compensée par la forte progression des ventes en Russie.

La **nouvelle station de recherche inaugurée en Roumanie** illustre quant à elle, notre volonté de rayonnement au cœur de nos marchés.

De nouveaux territoires d'implantation sont à l'étude, comme en Afrique, où se conjuguent forte croissance et potentiels multiples.

Partenariat exclusif

En inscrivant **plus de 35 nouvelles variétés de maïs, tournesol et colza**, Maïsadour Semences reste très compétitive par rapport aux leaders mondiaux du secteur. Ce résultat est le fruit des recherches menées dans nos différents laboratoires et des investissements constants en R&D.

Le **partenariat commercial exclusif avec Jouffray-Drillaud à l'international** est prometteur : les commerciaux des filiales européennes de Maïsadour Semences vendent les luzernes et la gamme de Jouffray-Drillaud. Les activités de Maïsadour Semences et de Jouffray-Drillaud en Hongrie ont été fusionnées et portent désormais notre développement en Europe Centrale.

Nutrition Animale

Sud-Ouest Aliment est désormais leader de la nutrition animale régionale avec **32 % de parts de marché** et **une production d'aliments fabriqués et commercialisés de 752 000 tonnes.**

⇒ une croissance de 2,3 % sur le périmètre historique et de 17 % si l'on intègre les reprises des fonds de commerce.

La vocation première de Sud-Ouest Aliment est sans cesse renouvelée :

- ⇒ apporter de la compétitivité aux filières animales
- ⇒ transformer des matières premières locales.

Durant l'exercice, les investissements sur nos 12 sites de productions du Grand Sud-Ouest ont permis de maintenir un haut niveau de technicité pour l'ensemble des produits fabriqués. Le Groupe peut ainsi produire des aliments au plus près de leur utilisation par les éleveurs.



Accoupage

L'exercice aura été marqué par la structuration de l'ensemble des activités du Groupe.

- ⇒ **création d'un nouveau site de production** d'œufs de mulards, à **Carrère (64)**. Cette unité permet aux deux sociétés d'accoupage de canetons mulards, de produire tous les canetons à partir d'œufs dont les reproducteurs sont exploités dans le Sud-Ouest.
- ⇒ **+ de 70 % des besoins du Groupe Coopératif Maisadour satisfaits par les couvoirs** avec + de 8 millions de canetons produits.
- ⇒ **création de Caringa Sud-Ouest** en partenariat avec Hendrix Genetics. Cette entité permet de structurer la production régionale de poussins et d'approvisionner les élevages, au plus près des deux couvoirs du nouveau groupe. Avec plus de 30 millions de poussins, Caringa Sud-Ouest devient le **leader régional de la production** et exporte vers l'Espagne et le Portugal, tout en sécurisant ses approvisionnements.

Productions Animales

Globalement, entre volailles et palmipèdes, le Groupe a produit sur l'exercice + de 20 millions de têtes.

En volailles

Le véritable temps fort de l'exercice est **l'augmentation des volumes de poulets label produits pour la marque St SEVER**.

Une dynamique est enclenchée. Pour répondre à la demande de Fermiers du Sud-Ouest, les producteurs de la région se sont mobilisés :

- ⇒ Les volumes sont en croissance
- ⇒ 30 bâtiments de 400 m² ont été mis en route chez 12 producteurs
- ⇒ 22 autres éleveurs ont investi dans la production de volailles liberté avec 93 bâtiments mobiles (60 m²).

Cet accroissement de notre capacité de production se poursuivra sur 2014-2015.

En palmipèdes

On note une légère hausse de + 3 % des volumes.

Fait marquant de l'exercice : **la mise aux normes des ateliers de gavage**. Plus de la moitié des ateliers de gavage de nos adhérents sont en conformité avec le règlement européen applicable au 1^{er} janvier 2016.

Service aux éleveurs et accompagnement

- ⇒ Sud-Ouest Agri Service reste un élément rassurant pour les nouveaux investisseurs avec l'attrapage des volailles.
- ⇒ L'appellation commerciale, « Nés, élevés, gavés, transformés dans le Sud-Ouest » utilisée par Delpyrat valorise les couvoirs de la région.
- ⇒ L'Organisation de Production Maisadour s'est engagée à déployer, auprès de nos adhérents la charte « Palmi G confiance » initiée par le CIFOG.
Cette charte a plusieurs objectifs :
 - ✓ La Garantie de la bonne application de la charte européenne du foie gras,
 - ✓ L'accompagnement des producteurs dans une démarche de progrès,
 - ✓ Le respect d'une logique d'éthique professionnelle.



Élevage Service

L'exercice a été marqué positivement par la **certification ISO 9001** attribuée à Élevage Service. C'est la première entreprise de son secteur d'activité à détenir cette certification. Cette démarche ISO, qui s'intègre dans le management quotidien des sociétés garantit le sérieux et la pérennité d'Élevage Service.

Avec une **progression de son chiffre d'affaires de + 20 %**, Élevage Service conforte sa position de leader sur son marché dans le grand sud de la France. Une croissance, qui s'appuie sur les ventes du logement collectif pour les palmipèdes à foie gras au niveau national, mais également, sur l'innovation avec la mise sur le marché d'un nouveau bâtiment déplaçable de 60 m², baptisé « Liberté ».

Pôle Jardineries & Motoculture

Jardineries et Soumo

Les jardineries Maïsadour et Gamm vert, tout comme les magasins Soumo, véhiculent les valeurs et engagements du Groupe auprès du grand public : développement durable, ancrage territorial, sens de la terre.

Le **succès de notre nouveau programme de fidélité** et le développement de notre carte ne suffisent pas à compenser un marché en décroissance.

Cette année, la **centrale d'achat Soumo a pris une dimension nationale** et est le partenaire de référence pour la motoculture, pour Gamm vert.

Parallèlement, la restructuration du parc de magasins se poursuit avec la fermeture de Saint- Paul-lès-Dax (40), celle de Bourg-sur-Gironde (33) et l'ouverture du « shop in shop » Soumo à Peyrehorade (40).



Pôle Gastronomie

MVVH (Maisadour, Vivadour, Val de Sèvre Holding)

Le Pôle Gastronomie compte cinq branches :

- Delpeyrat, société et marque référente de la gastronomie, en France et à l'international,
- Sarrade, une confédération de sociétés et de marques valorisant productions régionales et savoir-faire artisanal,
- Delmas, spécialiste du poisson frais, avec un produit d'exception, la truite d'Aquitaine,
- Traiteur, plats cuisinés toutes technologies.
- Comtesse du Barry, société et marque haut de gamme en circuits spécialisés,



Sa vocation :

- ⇒ valoriser durablement les productions de ses actionnaires grâce à des marques reconnues,
- ⇒ répondre aux besoins d'innovation et de différenciation des consommateurs,
- ⇒ être le référent des produits gastronomiques et du goût français à l'international.

L'organisation est en adéquation avec les circuits de distribution. Face à une consommation stable voire en régression sur certains produits, et une pression économique liée aux prix toujours aussi forte, les actions de structuration et de mutualisation engagées pour améliorer notre compétitivité montrent toute leur pertinence.

2013 a été marquée par un recul et pour la 1^{ère} fois l'impact de la crise économique. **Delpeyrat** maintient toutefois sa position de **n°2 en foie gras**. Delpeyrat a marqué la saison 2013 avec le développement d'innovations orientées vers l'excellence produit tel LE foie gras et la promotion de ses filières à l'origine garantie avec les gammes 100 % Sud-Ouest ou Périgord.

Dans le même contexte, **le marché du jambon sec** reste quasi stable. Grâce à sa stratégie de valorisation produit centrée sur les grandes origines, principalement Bayonne mais aussi Serrano et Italien depuis avril 2014, **Delpeyrat** affiche **une croissance importante**.

Les activités foie gras et jambon de Bayonne Delpeyrat du périmètre historique affichent des performances économiques conformes aux objectifs.



Avec un **marché du saumon fumé** très tendu, **Delpeyrat** s'impose comme la **2^e marque du marché en seulement 18 mois**. La **gamme Saumon fumé Supérieur Delpeyrat** a été plébiscité par les consommateurs et le produit élu « **Saveur de l'année 2014** ».

Durant les premiers mois de l'exercice, le Pôle Gastronomie a poursuivi son développement dans les produits de la mer avec la reprise des activités saumon fumé de Ledun Pêcheurs d'Islande et la création de Delmas.

Pour **Comtesse du Barry**, l'exercice a été marqué par la définition et la mise en œuvre d'un **nouveau business model**. La marque se concentre sur les **produits fabriqués dans le Sud-Ouest**.

Elle développe également **une offre centrée sur le cadeau gastronomique** incluant des produits, sélectionnés par Comtesse du Barry, avec de belles marques. Par exemple, du chocolat Pariès ou Michel Cluzel, Alain Milliat pour des confitures des Pyrénées... Des entreprises fabriquant des produits haut de gamme vont créer des recettes spéciales pour Comtesse du Barry. Quand on rentrera chez Comtesse du Barry, on trouvera des occasions d'offrir des cadeaux gastronomiques à ses amis.

Cette société est désormais gérée comme une start-up.

Un nouveau magasin vient d'être inauguré à **Lille** début novembre avec le **nouveau concept basé sur cette notion de cadeau gastronomique**. Il va nous servir de vaisseau amiral pour monter tous les magasins.

Une autre boutique a été inaugurée le 2 décembre à **Saint-Germain-en-Laye**.

Rappel

L'activité Foie Gras

(depuis 1998)

Le pôle foie gras s'appuie sur deux bassins de production : en Vendée et dans le Sud-Ouest, grâce à l'association de trois coopératives : Maïsadour, Vivadour et Val de Sèvre (MVVH) et sur la création d'un sourcing « canards IGP Périgord » pour la marque Delpeyrat Périgord.

Saint-Pierre-du-Mont est le vaisseau amiral des 16 sites de Gastronomie du Sud-Ouest, installés dans les Landes, le Gers et le Périgord. Parmi eux, on compte :

- 5 outils d'abattage et de découpe : Delpeyrat à La Pommeraie-sur-Sèvre (85), Saint-Sever & Mugron (40), Vic-Fezensac (32), Excel à Gibret (40),
- 7 sites de transformation (dont Saint-Pierre-du-Mont), installés à Payrignac (46) pour Delpeyrat Périgord, Aurice (40) et Fleurance (32) pour Delpeyrat, Dax (40) pour Excel, Lauzerte (82) pour Auguste Rey, et Gimont (32) pour Comtesse du Barry,
- 2 plateformes logistiques à Thouars (79), Saint-Pierre-du-Mont (40).

L'activité Traiteur

(depuis 2006)

Malgré un marché difficile et des coûts de matières premières en hausse, Delpeyrat Traiteur possède un véritable savoir-faire dans les technologies du frais et de l'ultrafrais.

- Un site à Agen (47) et un site à Chinon (37).



L'activité Salaison

(depuis 2007)

Delpeyrat est leader de l'appellation Bayonne et challenger sur le marché du jambon sec. Les produits fabriqués (du salage à l'affinage) vont de 7 à 14 mois.

- Un site à Aïcirits (Haraguy), un site à Orthez et un autre à Sauveterre-de-Béarn (64) (Delpeyrat Chevallier), un site à Ibos et un site à Bordères-sur-l'Echez (65) (Salaisons Pyrénéennes).

L'activité Caviar

(depuis 2012)

La marque Delpeyrat était connue en grandes surfaces pour ses nombreux foies gras (leader en épicerie au rayon frais) et ses jambons secs, elle commercialise aussi depuis novembre 2012 du caviar. Un caviar fabriqué en France et plus précisément à Neuvic (24). Le site de production d'esturgeons Huso y est installé depuis 2011.

Pour les fêtes 2013, le caviar est référencé sous plusieurs marques (Delpeyrat, Comtesse du Barry, L'atelier du Caviar...) de MVVH grâce à cet approvisionnement périgourdin.

L'activité Saumon et Produits de la Mer

(depuis 2012)

MVVH a racheté depuis mi-septembre 2012 la saumonerie Saint-Ferréol (43). Il s'agit d'une entreprise de tranchage et fumage de saumon. Ce produit de très grande qualité est commercialisé sous les marques Delpeyrat, et Comtesse du Barry. L'objectif étant de développer cette production de saumon très haut de gamme.

En août 2013, MVVH a poursuivi son développement dans les Produits de la Mer en rachetant la société Ledun Pêcheurs d'Islande, installée à Cany-Barville (76). Il s'agit désormais d'un site Delpeyrat.

En décembre 2013, MVVH a racheté au groupe Norway Seafoods ses actifs de Castets (40) et Boulogne-sur-Mer (62). Ces deux sites sont désormais dans le périmètre de l'entreprise Delmas. À Castets, il s'agit d'une activité de pisciculture de daurades, bars, saumons, truites. À Boulogne-sur-Mer, le site travaille du poisson issu de la pêche : cabillauds, lieux, merlus, sébastes...



Pôle Volailles

La filière volailles : Fermiers du Sud-Ouest

Les ambitions de **Fermiers du Sud-Ouest**, se sont concrétisées au cours de l'exercice, à savoir :

- ⇒ valoriser la production des actionnaires,
- ⇒ satisfaire nos clients,
- ⇒ pérenniser l'emploi
- ⇒ **un groupe rentable et reconnu**

Portés par des **résultats encourageants**, Fermiers du Sud-Ouest prévoit une **progression de 5,5%** en s'appuyant sur une **dynamique de l'ensemble de ses pôles** et une **montée en puissance de ses marques** (Landes, Gers, Périgord, St Sever, Marie-Hot...).

Il faut continuer la **stratégie de conquête**, en s'appuyant sur des circuits GMS et Export en pleine expansion et une activité Bouchers Charcutiers Traditionnels (marque Marie Hot) toujours plus performante.

Cette croissance va s'appuyer sur chacun des bassins de production :

- ⇒ Fermiers Landais en maintenant la dynamique à la fois sur les Bouchers Charcutiers Traiteurs et sur l'activité Grande et Moyenne Surface.
- ⇒ Fermiers du Gers en continuant le développement régional et en relançant les volumes au plan national en association avec Gastronomes.
- ⇒ Fermiers du Périgord en améliorant sa rentabilité.

Fermiers du Sud-Ouest a besoin de :

- ⇒ **développer de nouveaux bâtiments** pour accompagner la dynamique commerciale,
- ⇒ **renforcer et organiser les équipes commerciales et marketing**,
- ⇒ nourrir de vraies **ambitions à l'export** en confortant nos positions actuelles,
- ⇒ identifier de **nouvelles cibles de conquête**,
- ⇒ travailler sur le **positionnement de nos marques** et sur des plans de communication adaptés,
- ⇒ **renforcer son avance sur le circuit des Bouchers Charcutiers Traiteurs.**

Repères sur FSO

Les sites industriels de Fermiers du Sud-Ouest :

Fermiers Landais à Saint-Sever et Pontonx-sur-l'Adour (40), Fermiers du Gers à Saramon et Condom (32) et Fermiers du Périgord à Terrasson (24).