

Paris, le 5 décembre 2017

**Sodiaal lance un nouveau plan stratégique
et réaffirme sa volonté de valoriser ses productions**

Sodiaal, 1^{ère} coopérative laitière française et 3^{ème} européenne, lance le plan de transformation stratégique #Value, visant à remettre la valeur au cœur de sa stratégie. Le groupe se fixe l'objectif d'atteindre le niveau de rentabilité du top 5 européen du secteur à horizon 2025.

Forte de son modèle coopératif, Sodiaal contribue depuis de nombreuses années à consolider la filière laitière française et à valoriser la production de ses 20 000 producteurs répartis sur 70 départements.

Les différents rapprochements opérés depuis six ans, en particulier avec Entremont en 2011 ou 3A en 2014, ont permis à Sodiaal d'atteindre une taille critique, tout en lui imposant d'absorber les excédents de lait issus de ces reprises. C'est sur ce travail indispensable que s'était concentrée la coopérative ces dernières années.

Sodiaal se fixe désormais l'objectif d'accélérer sa croissance et d'atteindre le niveau de rentabilité du top 5 européen des entreprises laitières généralistes à horizon 2025.

Pour cela, la coopérative mettra l'accent sur la valeur à volumes constants, en réorientant son mix vers les productions les mieux valorisées. Le groupe compte générer de ce fait une croissance organique de 500 millions d'euros entre 2017 et 2025.

Pour soutenir cette stratégie de valeur, la coopérative consacrera sur la période 230 millions d'euros supplémentaires à ses investissements, dont l'enveloppe récurrente s'élève chaque année à 80-100 millions d'euros. Par ailleurs, la coopérative pourra mener, sur des opérations créatrices de valeur, une stratégie de croissance externe opportuniste.

Une stratégie de création de valeur portant sur les quatre métiers de Sodiaal

Cette nouvelle stratégie orientée vers la recherche de valeur ajoutée se traduira par la montée en gamme de l'ensemble du mix produits de Sodiaal.

- **Le pôle Fromages** mettra l'accent sur le développement des fromages à valeur ajoutée (AOP et spécialités) en France, en Europe et sur les marchés grand export. En particulier, sur les AOP/IGP, Sodiaal se fixe l'objectif d'accroître sensiblement sa part de marché en France où le groupe est déjà l'un des leaders, et de devenir n°1 en Allemagne, en Belgique, en Italie et en Espagne. Le groupe se fixe également l'objectif d'atteindre 10% de part de marché à la coupe en France à horizon 2025. En parallèle, le pôle poursuivra le travail mené depuis la reprise d'Entremont pour améliorer la croissance de ses catégories cœurs en France et en Europe (développement à la marque Entremont).
- **Le pôle Lait/Crème/Beurre**, sera résolument orienté vers les attentes des consommateurs, dans un contexte de déconsommation accrue du lait, notamment en France. L'un des objectifs est de revaloriser le cœur de marché grâce à une démarche spécifique s'appuyant sur la création d'un label de qualité, dont les critères ont été déterminés en phase avec les

nouvelles attentes sociétales (pâturage, alimentation non OGM des vaches, bien-être animal, rémunération équitable des producteurs, etc). Sur les laits spéciaux, le pôle mènera une politique d'innovation ciblée, avec l'objectif de doubler la part des segments les mieux valorisés dans son mix global.

- **La Nutrition Infantile**, marché en croissance de 10 % par an en Asie, fait désormais l'objet d'un pôle distinct. Elle tirera parti de la qualité et de l'image du lait français en Chine pour se concentrer principalement sur les marchés premium. L'objectif est d'accroître la part des laits bio et des laits spéciaux dans le mix, et de cibler les canaux de distribution préférés des consommatrices chinoises de classes moyennes et supérieures. Le pôle vise des positions significatives pour ses marques en Chine, mais également dans d'autres géographies ciblées, avec une part importante de produits biologiques.
- **Le pôle Ingrédients** (sérum), adoptera une posture de conquête sur tous les marchés. Il confortera sa position de leader mondial du lactosérum déminéralisé, grâce à une politique d'innovation visant à améliorer les caractéristiques de ses produits et à élargir leur champ d'application. Il enrichira également son portefeuille de produits afin de répondre aux besoins des marchés très dynamiques de la nutrition infantile et des poudres protéinées.

Pour soutenir ces développements, les métiers s'appuieront sur une structure de recherche et innovation groupe renforcée, avec un focus spécifique sur la valorisation nutritionnelle des composants du lait.

Par ailleurs, **les activités détenues en joint-venture et partenariat**, qui conservent toute leur place dans la stratégie de valeur menée par la coopérative, poursuivront leur développement autonome. Concernant les produits frais, Sodiaal croit au potentiel de croissance à l'international de Yoplait, marque phare détenue en partenariat avec General Mills qui connaît une croissance continue à l'international, notamment en Chine où elle a ouvert avec succès sa première usine en 2016.

La collaboration avec Savencia dans CF&R continuera à contribuer positivement au développement des activités fromagères du Groupe, particulièrement dans les pâtes molles. Enfin, Régilait, marque détenue avec la coopérative Laïta, poursuivra sur la dynamique positive entretenue depuis plusieurs années.

Un plan de performance de 150 millions d'euros sur quatre ans

Afin de se donner les moyens de sa stratégie, Sodiaal lance un plan de performance destiné à générer 150 millions d'euros d'économies sur quatre ans portant sur l'optimisation des achats, la performance industrielle et l'adaptation des fonctions support.

Ce plan de performance, qui permettra à la coopérative de se réformer en profondeur pour gagner en efficacité, sera porté par une nouvelle organisation du groupe, plaçant au cœur de ses priorités le développement international - appelé à représenter 35 % du chiffre d'affaires à l'horizon 2025 (contre 29 % en 2017) et l'évolution des attentes des consommateurs partout dans le monde.

Des règles claires de répartition du résultat avec les producteurs

La coopérative rappelle les résolutions votées par l'Assemblée générale en juin dernier afin de garantir le retour de la valeur à ses adhérents : un tiers du bénéfice reviendra aux producteurs sous forme de ristourne, un tiers sous forme de placement long terme dans la coopérative et un tiers sera mis en réserve impartageable de façon à continuer à investir.

Une nouvelle formule de calcul du prix du lait, en test aujourd'hui, sera également proposée au vote des producteurs sociétaires lors de la prochaine AG en juin 2018.

A propos de Sodiaal

Première coopérative laitière française et troisième en Europe, Sodiaal comptait au 31 décembre 2016, plus de 20 000 sociétaires producteurs sur 12 541 exploitations, 9100 salariés et plus de 70 sites industriels en France. Sodiaal a collecté 4,71 milliards de litres de lait dans 70 départements français et réalisé un chiffre d'affaires de 4,8 milliards d'euros en 2016. La coopérative est présidée par Damien Lacombe et dirigée par Jorge Boucas. Le Groupe est présent sur tous les métiers du lait : les fromages (Entremont, Monts&Terroirs, les Fromageries Occitanes et CF&R), le lait de consommation, la crème et le beurre (Candia), la nutrition et les ingrédients laitiers (Eurosérum, Nutribio, Bonilait et Régilait**), l'ultra-frais et les surgelés (Yoplait*** et Boncolac).*

*(*en partenariat à 50% avec Savencia Dairy et Fromage, **en partenariat à 50% avec Laïta, ***détenue à 51% par General Mills)*

Contact presse

Rose Devillers - Havas Paris - 06 71 26 24 54 – rose.devillers@havas.com