

ENTRETIEN AVEC LE PRÉSIDENT



« **Destination Desserts Durables** » était votre engagement en 2014, qu'en est-il actuellement ?

Courant 2013 nous avons élaboré notre projet stratégique à 5 ans. Celui-ci portait le titre DDD 2018 pour Destinations Desserts Durables 2018. Le Comité exécutif de Mademoiselle Desserts détermine sa feuille de route annuelle en poursuivant les objectifs de ce même projet. Notre développement à l'international, notre stratégie d'achats responsables, l'élaboration de notre charte éthique ou encore la mise en conformité de l'étiquetage des denrées alimentaires selon le nouveau règlement INCO, font partie des enjeux du groupe.

Nous avons également décliné en interne cette feuille de route vers l'ensemble de nos salariés. Chacun des près de 1000 salariés du groupe connaît ainsi nos objectifs et partage notre engagement RSE. Comme chaque année nous renouvelons notre engagement volontaire au Global Compact.

Fin 2014, vous avez intégré une sixième société basée en Angleterre, comment se porte l'International aujourd'hui ?

En 2009 lorsque nous avons commencé la construction de ce qui est aujourd'hui Mademoiselle Desserts, nous réalisons à peine 9% de notre chiffre d'affaires à l'exportation. Dès le début, nous avons souhaité augmenter ce pourcentage tant par croissance organique que par croissance externe. Aujourd'hui nous réalisons 27% de notre activité hors de France. Ceci comprend à la fois nos exportations au départ de la France et le chiffre d'affaires réalisé par nos sociétés anglaises sur leur marché ou ailleurs, mais hors de France.

Nous avons multiplié par 3 la proportion du Chiffre d'affaires « non français » dans le groupe en 6 ans. Et nous ne comptons pas en rester là. Notre projet stratégique à 5 ans DDD 2018 (période 2013-2018) fixait un objectif de 1/3 des ventes hors de France en 2018. Nous pensons que nous le tiendrons et espérons même le dépasser et pourquoi pas avant 2018 ! Nous sommes donc en train de transformer une société légèrement exportatrice en un groupe en cours d'internationalisation avec d'ores et déjà 2 marches « domestiques » la France et l'Angleterre.

Quels sont vos grands engagements pour l'avenir ?

Notre 1^{ère} priorité restera la santé et la sécurité des salariés. Nous travaillons chaque jour à améliorer la sécurité au travail dans chacune de nos usines. Nous obtenons déjà d'excellents résultats si l'on se compare à la moyenne de notre secteur. Mais nous voulons faire mieux, beaucoup mieux. Et au-delà de la sécurité c'est la santé des salariés qui nous importe.

Notre priorité santé & sécurité au travail n'oublie cependant pas nos clients et consommateurs. La sécurité de nos produits est un prérequis sur lequel nous sommes intransigeants. La santé des consommateurs fait l'objet de nos engagements : fabriquer des produits bons, sains et les plus naturels possibles. Nos collègues britanniques parlent de « clean label », c'est une bonne définition. Nous relevons les challenges que nos clients nous proposent mais sommes aussi engagés pro-activement afin d'éliminer de nos recettes tout ce qui n'est pas authentique, naturel et au plus proche de la matière première brute.

Didier Boudy