

L'azienda ha chiuso un anno perturbato post-Covid19 ancora in crescita rispetto all'anno precedente. Abbiamo fatto del nostro meglio per rispondere alle richieste insolite dei clienti e stiamo registrando buoni risultati finanziari coerenti con i nostri impegni di investimento. Il lavoro di riorganizzazione e di spiegamento commerciale sta dando i primi risultati, con il consolidamento dei conti chiave, che dovrebbe permetterci di garantire la nostra crescita e la sostenibilità dell'azienda per il prossimo anno, che è il nostro obiettivo principale.

La nostra evoluzione deve accelerare intorno ai punti chiave che hanno fondato l'azienda, fondamenti di qualità, un'offerta di prodotti innovativi, un gusto di alta qualità dei prodotti, un servizio clienti acuto in un livello di performance economica, deve essere riaffermato.

L'impegno globale verso questi obiettivi ci permetterà di realizzare il nostro business plan. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo bisogno di:

1. Controllare l'approvvigionamento delle materie prime, dall'audit dei fornitori al protocollo di ricezione che certifica l'approvvigionamento impeccabile, la tracciabilità dei materiali e la valutazione qualificata degli articoli al ricevimento.
2. Assicurare un alto livello di sicurezza alimentare e rinnovare la certificazione FSSC 2200, garantendo così ai nostri clienti il rispetto dei requisiti legali e la conformità dei nostri prodotti. Il progressivo dispiegamento del progetto Meatscan (X-ray) è in linea con l'evoluzione delle esigenze identificate dei clienti.
3. Organizzare l'azienda rafforzando le responsabilità della gestione del campo. Mantenere un approccio di miglioramento continuo, sostenendo lo sviluppo delle competenze attraverso l'integrazione e la formazione, con l'obiettivo di ridurre drasticamente il turnover del personale, l'assenteismo e gli incidenti di squadra.
4. Diffondere una cultura della sicurezza per gli alimenti, le persone e i beni aziendali e aumentare così il nostro controllo industriale e i processi di produzione.
5. Gestire i flussi guidando la gestione ottimizzata delle scorte e i tassi di servizio massimi, controllando il fabbisogno di liquidità dell'operazione.
6. Progettare il rinnovamento dell'offerta di prodotti, riesaminando le formulazioni dei prodotti e ottimizzando i processi di fabbricazione.
7. Utilizzare gli strumenti informatici, continuare la loro implementazione e il reporting di gestione, al fine di migliorare la gestione della catena del valore e le prestazioni.
8. Aumentare le vendite attraverso varie azioni: spiegamento di una prospezione europea rinforzata sul "su misura" con i nostri obiettivi storici e una prospezione di esportazione, sviluppare il segmento B to B "standard" per le IAA europee per aumentare le vendite fino all'obiettivo commerciale 2022 di 51 M€ di fatturato.
9. Ottimizzare la gestione amministrativa e finanziaria permettendo l'adeguatezza delle risorse, la gestione autonoma della cassa e il controllo della nostra organizzazione con 5 strutture giuridiche.
10. Sviluppare una dimensione etica e anticorruzione all'interno della nostra responsabilità sociale, digitale e ambientale.

La qualità è parte integrante delle nostre attività. Ogni manager e ogni operatore ne è responsabile. La comunicazione deve essere lo strumento attraverso il quale queste linee guida vengono diffuse, comprese e seguite con obiettivi misurabili. Mi impegno a fornire ad ogni dipartimento i mezzi necessari per raggiungere i nostri obiettivi: un piano di formazione volontario, un piano di investimenti adeguato e lo sviluppo dell'organizzazione in atto per migliorare la gestione dell'azienda.

Sono sicuro che sarete coinvolti e che riusciremo ad avere successo in questo sviluppo in linea con gli obiettivi e i valori che ho sempre sostenuto.



Stéphane MALOISEL