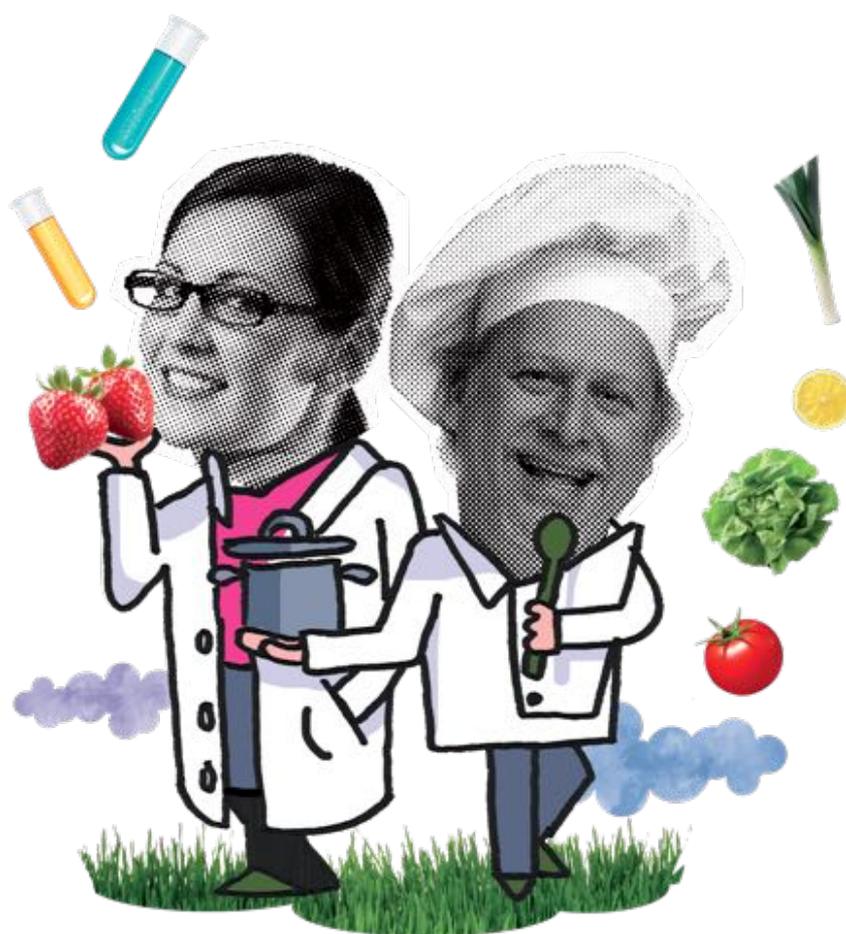


Nutrisens*

DOSSIER DE PRESSE



Conférence de presse - 29 novembre 2016

SOMMAIRE

Communiqué de presse	p 4
Partie I : Une stratégie payante	
• Chiffres clés	p 7
• Innovation & recherche	p 8
• Nutrisens, un animateur de l'écosystème en nutrition santé	p 9
• Des outils industriels intégrés	p 10
Partie II : De nouveaux axes de développement	
• 3 questions à Georges DEVESA, CEO de Nutrisens	p 12
• Vers de nouvelles pathologies	p 13
• Accélération internationale	p 14
• Accompagnement dans le retour ou maintien à domicile	p 14
Partie III : Vers une nouvelle organisation managériale	
• La « Marmite », pépinière d'entreprises	p 16
• ONE, un nouveau projet de management socio-économique	p 17
PHOTOTHEQUE	p 18

Nutrisens accélère son développement en France et à l'international

Elargissement des gammes, création de nouvelles business unit, ouverture d'autres filiales en Europe et aux Antipodes... Après un exercice 2016 marqué par une forte croissance organique, Nutrisens entend s'imposer à terme comme un acteur majeur de la nutrition santé dans le monde.

Groupe lyonnais fondé en 2011, Nutrisens poursuit et accélère son développement avec l'annonce d'une nouvelle stratégie de croissance en France et à l'international. Devenue en l'espace de cinq ans un acteur majeur de la nutrition santé sur le territoire national, l'entreprise née du regroupement des participations détenues par la holding Evolem entend renforcer ses positions sur son marché en misant avant tout sur l'innovation et son positionnement atypique, à mi-chemin entre l'alimentaire et le médical. « *Nos équipes de R&D, ainsi qu'un outil de production intégré et notre expertise désormais reconnue en nutrition santé, ont permis à Nutrisens de s'imposer comme le challenger naturel des grands industriels de l'agroalimentaire et des laboratoires pharmaceutiques* », se réjouit Georges Devesa, CEO de Nutrisens, faisant référence à une récente étude de Xerfi (1).

Chiffre d'affaires et rentabilité en hausse

Classé dans le Top 100 des PME les plus innovantes par le magazine LSA, Nutrisens devrait boucler l'exercice 2016 sur un chiffre d'affaires de l'ordre de 60 millions d'euros (+10%), uniquement par croissance organique, avec un résultat net lui aussi en progression. « *On espère poursuivre notre dynamique en 2017, tant en termes de chiffre d'affaires que de rentabilité* », confie Georges Devesa.

Dans cette optique, le CEO de Nutrisens envisage trois grands axes de développement. D'une part, l'élargissement de la gamme à de nouvelles pathologies, à l'instar des allergies alimentaires, d'Alzheimer et de la dialyse en 2016 ; d'autre part, le renforcement de sa présence sur le réseau ville en optimisant la force de vente en pharmacie et en multipliant les opérations de sensibilisation et de dépistage, comme celle menée auprès des personnes âgées du 6^e arrondissement de Lyon (2). Enfin, Nutrisens, déjà présent dans une vingtaine de pays, va accélérer sa croissance à l'international avec l'ouverture de trois nouvelles filiales de distribution en Australie, en Belgique et en Allemagne. « *A terme, l'export devrait représenter la moitié de notre chiffre*

d'affaires, contre 20% actuellement, sur quatre grandes zones : Europe, Asie/Australie, Moyen-Orient et Amérique du Nord », annonce Georges Devesa.

Nouvelle organisation managériale

Pour mettre en œuvre cette stratégie de croissance ambitieuse, le groupe Nutrisens s'est doté d'un système de management socio-économique révolutionnaire baptisé « ONE » pour fédérer et responsabiliser les 200 salariés du groupe. *« L'idée est de casser les hiérarchies en créant de micro entreprises en interne »*, confie Georges Devesa. Cette nouvelle organisation managériale est complétée par la création de « La marmite », une pépinière d'entreprises destinée à aider les start-up et favoriser l'innovation dans le domaine de la nutrition santé.

(1) *Etude nationale sur le marché de la nutrition clinique publiée en mars 2016.*

(2) *Le projet baptisé SAS (Seniors, Alimentation et Santé) est mené en partenariat avec la Marie Lyon 6^e, la CARSAT Rhône-Alpes et le Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse*

A propos de Nutrisens

Nutrisens conçoit, produit et commercialise des produits de nutrition santé (sans transiger sur le goût) et apporte des solutions nutritionnelles aux différents états pathologiques liés au vieillissement (dénutrition, dysphagie, Alzheimer...), aux maladies chroniques (diabète, insuffisance rénale, ...) ou aux allergies alimentaires.

www.nutrisens.com

Contact presse :

Anne-Sophie Negroni – 06 60 54 40 47 – anne-sophie@negroni-associes.fr

UNE STRATEGIE PAYANTE

CHIFFRES CLES

CA prévisionnel 2016 : 60 millions d'euros

Croissance prévisionnelle : + 10%

Part du CA international : 20%

Nombre de collaborateurs : 200

7 000 clients

900 références réparties en 4 familles de produits : Dénutrition, Dysphagie, Nutrition Spécifique, Minceur & Sport.

Présence dans 20 pays

Extrait de l'étude Xerfi Research

Le marché de la nutrition clinique | Mars 2016

NUTRISENS, FUTUR GRAND DU MARCHE ?

L'avantage décisif pris par les leaders ne doit toutefois pas masquer la belle réussite de certains *challengers* dans la nutrition orale. La plus rapide et sans doute aussi la plus riche en enseignements est celle de Nutrisens, acteur né en 2011 du regroupement de participations détenues par la holding Evolem, qui s'est imposé comme un rival de poids en l'espace de quelques années. La capacité du groupe à exister sur le marché français face aux grands industriels de l'agroalimentaire et aux laboratoires pharmaceutiques tient à plusieurs conjoints :

- **une politique d'innovation intensive.** Nutrisens lance régulièrement de nouveaux produits sur le marché. En février 2016, il a ainsi présenté Hydra'fruit, une gamme d'eaux gélifiées permettant d'hydrater le patient et de stimuler sa déglutition. Cette gamme se décline en trois grades différents selon l'intensité des troubles.

- **une politique d'acquisition agressive.** Nutrisens a procédé au rachat en fin d'année 2014 de la société Les Repas Santé (environ 20 M€ de chiffre d'affaires par an). Devenue Nutrisens Repas Santé depuis son changement de mains, celle-ci figure parmi les principaux opérateurs des produits mixés, proposant plus d'une centaine d'aliments à texture modifiée pour les personnes âgées souffrant de dysphagie.

- **une politique d'intégration horizontale.** Nutrisens intervient sur l'ensemble du spectre de la nutrition santé, qu'il s'agisse de produits à usage clinique (Nutrisens Médical, Nutrisens Repas Santé), destinés au bien-être (Nutrisens Ligne et Bien-être) ou à la récupération (Nutrisens Sport). La couverture de ces segments lui permet de construire une marque globale, et lui assure une notoriété supplémentaire auprès des prescripteurs comme des patients.

INNOVATION ET RECHERCHE

LE CENTRE D'INNOVATION

Cette structure inédite rassemble chercheurs, ingénieurs, professionnels de santé et industriels autour d'une volonté commune : **l'innovation en nutrition santé.**

De la réponse aux besoins de clients, à l'analyse fine des marchés, de l'écosystème, orienté **Open innovation**, permet à Nutrisens d'allier réactivité et créativité pour proposer des solutions toujours plus efficaces et adaptées aux besoins nutritionnels.



LE CENTRE DE DEVELOPPEMENT

Créé en 2014, le centre de développement intégré, basé à Beaune (21), a pour mission de concrétiser l'innovation en produit.

Ingénieurs et techniciens pluridisciplinaires sont formés pour relever chaque jour les défis techniques et technologiques nécessaires au développement de produits innovants pour les marchés Français et Internationaux.

Les principaux savoir-faire :

- Textures modifiées
- Produits laitiers
- Produits pulvérulents
- Produits stérilisés

Quelques chiffres :

- Nombre de personnes : 5

Nombre de projets en 2015 : 24 dont 205 recettes développées.

NUTRISENS, UN ANIMATEUR INCONTOURNABLE DE L'ECOSYSTEME ET DE L'INNOVATION EN NUTRITION-SANTE EN EUROPE

Membre de pôles de compétitivité et clusters



Des partenariats avec des scientifiques et des centres de recherches



Incubateur de Start-up



Concours & Prix

Nutrisens propose des **prix « coup de cœur »** aux lauréats des principaux concours d'innovation dédiés aux start-up agroalimentaires.



Le **trophée NutriD***, créé en 2015, a pour objectif de récompenser et faire connaître les acteurs qui proposent à leur échelle des solutions innovantes, répondant à des problématiques liées à la nutrition, au plaisir et à la santé.



DES OUTILS INDUSTRIELS INTEGRES

Nutrisens a investi 2 millions d'euros en 2 ans dans ses propres outils de production en France afin de disposer de sites performants, de préserver sa réactivité mais également pour développer des produits innovants.

Nutrisens est ainsi certain de garder l'entière maîtrise de sa production, tant en termes de qualité que de traçabilité.

3 sites de production :

- Beaune (21) pour la confection des produits mixés,
- Autun (71) pour les produits déshydratés,
- Loudun (86) pour les plats appertisés.



DE NOUVEAUX AXES DE DEVELOPPEMENT

Trois questions à... Georges Devesa, CEO de Nutrisens



L'exercice 2016 a-t-il été conforme aux objectifs de Nutrisens ?

Oui, complètement. Les résultats ont été à la hauteur de nos espérances, voire supérieurs, puisque nous terminons en avance sur notre plan de marche avec un chiffre d'affaires proche de 60 millions d'euros, en hausse de plus de 10%, et un résultat net lui aussi en progression. Le tout exclusivement par croissance organique associée à une forte percée à l'international, en hausse de 30%.

Quelles sont les perspectives de croissance pour 2017 ?

On espère poursuivre notre dynamique sur une croissance identique à cette année, en s'appuyant sur les mêmes leviers, en l'occurrence l'innovation,

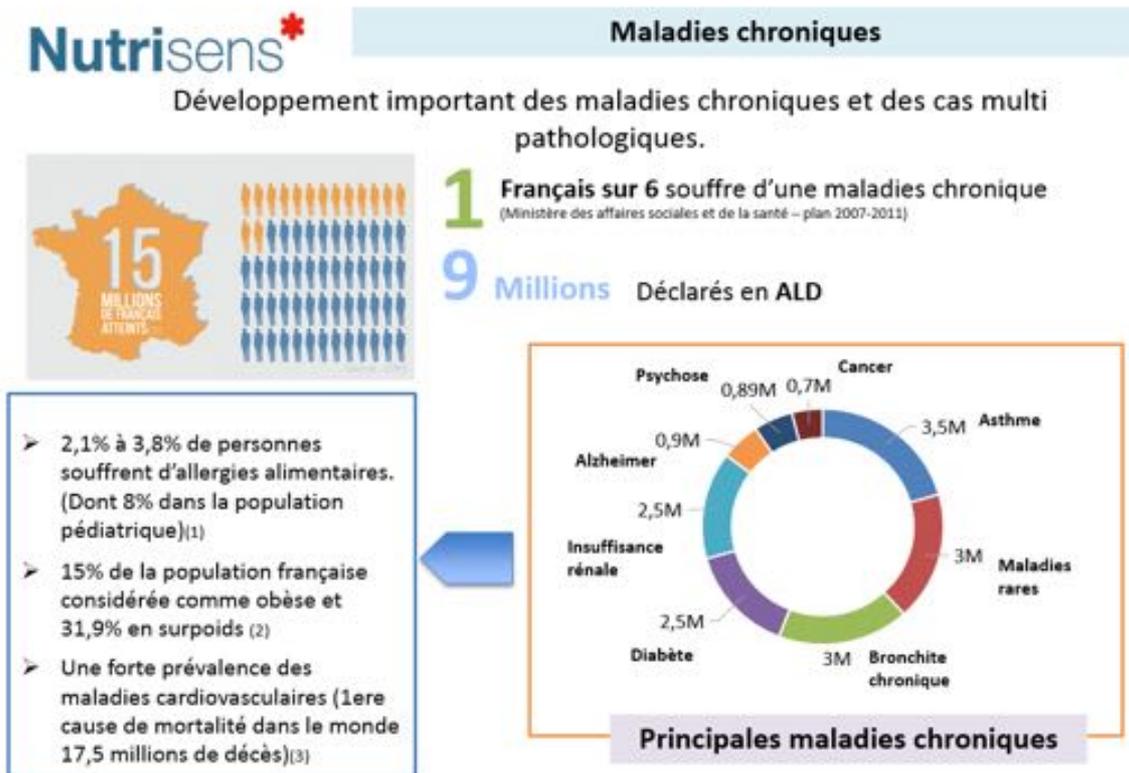
l'élargissement de notre portefeuille produits à de nouvelles pathologies et l'accélération de notre développement à l'international.

A plus long terme, l'international constitue-t-il le grand challenge de Nutrisens ?

Oui, clairement. Notre expertise du mix produits alimentaires/besoins nutritionnels est déjà reconnue en France. Il faut maintenant que l'on exporte ce savoir-faire partout dans le monde. Après l'Italie, Nutrisens vient de s'implanter en Australie et ouvrira deux nouvelles filiales de distribution en Allemagne et en Belgique en 2017. A terme, l'international devrait représenter la moitié de notre chiffre d'affaires, contre 20% actuellement, sur quatre grandes zones : Europe, Asie/Australie, Moyen-Orient et Amérique du Nord.

VERS DE NOUVELLES PATHOLOGIES

=> Explosion des maladies chroniques et des cas multi-pathologiques dans les pays développés



Une maladie chronique est un problème de santé qui nécessite une prise en charge sur une période de plusieurs années ou plusieurs décennies. Source OMS

¹ Moneret-Vautrin D et coll. : A population study of food allergy in France : a survey concerning 33110 individuals. Journal of Allergy and Clinical Immunology 1998 ; 101 : S87

² étude publiée, mardi 25 octobre, dans le Bulletin épidémiologique hebdomadaire.

³ OMS

=> Une offre complète de produits alimentaires par pathologie adaptée au lieu et au moment de consommation

SOLUTIONS AUX PATHOLOGIES					
DÉNUTRITION	DYSPHAGIE	ALZHEIMER	DIABÈTE	INSUFFISANCE RÉNALE	ALLERGIES ALIMENTAIRES
Compléments Nutritionnels	Eaux gélifiées et plats mixés	Manger-Main	Biscuits et desserts sans sucre	Plats pour dialysés	Plats sans allergènes
Ingrédients enrichissement	Ingrédients texturants	-	Préparations de desserts	-	-

ACCELERATION INTERNATIONALE

Présent dans une vingtaine de pays, Nutrisens s'est implanté cette année en Australie. Deux nouvelles filiales devraient être ouvertes en 2017 en Allemagne et en Belgique.



ACCOMPAGNEMENT DANS LE RETOUR OU LE MAINTIEN A DOMICILE

En raison de l'évolution démographique et du vieillissement de la population, de plus en plus de français sont dans une situation de dépendance liée à l'âge ou à des problèmes de santé. **Le retour ou le maintien à domicile est dans la majorité des cas le souhait de ces personnes vulnérables** qui ont besoin de solutions nutritionnelles adaptées.

Pour répondre à cette problématique, Nutrisens développe des réseaux de distribution adaptés :

- Développement de la **distribution en officines** : renforcement de la force de vente
- Mise en ligne d'un site de **e-commerce**
- Partenariat avec **Toupargel** pour commande et livraison à domicile
- Partenariat avec **Saveurs et Vie** pour du portage de repas à domicile
- Détection de la dénutrition des seniors (*expérimentation avec la Mairie du 6^{ème} arrondissement de Lyon*)

VERS UNE NOUVELLE ORGANISATION MANAGERIALE

LA MARMITE, PEPINIÈRE D'ENTREPRISES

« La marmite » est une pépinière d'entreprises fondée par Nutrisens en 2015 ayant pour objectif de **favoriser l'innovation** dans le domaine de la nutrition-santé en partageant avec des jeunes pousses.

Composée d'experts en innovation, elle se positionne comme accélérateur pour les start-up en proposant à ses lauréats des **espaces de co-working**, un accès privilégié à l'écosystème Nutrisens et un programme d'accompagnement à la carte selon les besoins du ou des porteurs de projets.

Au programme, 1 an d'accompagnement stratégique sur les thématiques telles que :

- Stratégie R&D, formulation produit
- Innovation
- Marketing
- Digital
- Stratégie Industrielles
- Stratégie Financière et Ressources Humaines
- Stratégies Commerciales
- Développement International

Conditions pour intégrer notre programme :

Etre porteur d'un projet ou créateur d'entreprise (Création de moins de 2 ans)



ONE

UN NOUVEAU PROJET DE MANAGEMENT SOCIO-ECONOMIQUE

Le Groupe Nutrisens est né, il y a 5 ans seulement, de la fusion de plusieurs sociétés. Un challenge managérial consistant à réunir des équipes de culture et d'horizons différents.

Le défi 2016 de Nutrisens a été de casser ces différents silos afin d'entamer un changement profond d'organisation.

Transformer de manière innovante l'entreprise :

En intégrant tous les collaborateurs à la **résolution des dysfonctionnements**

En responsabilisant toutes les équipes : **tous acteurs**

En privilégiant la **concertation** et la **coopération** entre les équipes « **Ecouter, Accepter, Faire confiance** »

En dotant les managers d'**outils** pour favoriser la prise de décision et **faire grandir** l'ensemble des collaborateurs

En rassemblant les équipes autour d'un **projet fédérateur** et d'un **langage commun**

« Casser » les services :

Nutrisens offre la possibilité de créer des « Business Unit », des start-up internes autour de projets bien identifiés, avec des objectifs sur 3 ans. Un challenge valorisant la constitution d'équipes nouvelles ainsi qu'une responsabilisation. Ces business unit intègrent à leur tour la Marmite.

Quelques chiffres :

173 collaborateurs ont été vus en entretiens sur 18 mois

40 groupes de travail impliquant **100% des effectifs** ont été mis en place

252 actions en cours de résolution pour améliorer le fonctionnement de l'entreprise

10 outils de management concrets sont actuellement déployés dans l'entreprise

51 encadrants formés à ces différents outils

1750 heures de formation

335 k€ d'investissements en formation et en accompagnement

PHOTOTHEQUE





Contact presse :
Anne-Sophie NEGRONI
☎ 06 60 54 49 47 – ✉ anne-sophie@negroni-associes.fr

www.nutrisens.com