



Communiqué

Face au déclin structurel des ventes de soupes industrielles, Unilever annonce un projet d'évolution de sa production de soupes en France

- **Cessation de l'activité de l'usine de Duppigheim (Bas-Rhin)**
- **Mise en place d'un dispositif de transition professionnelle renforcé pour les 261 salariés du site et leur accompagnement vers des emplois durables, avec dès à présent l'identification de 70 postes chez Unilever en France et un programme de reclassement externe local pour tous.**
- **Identification d'entreprises industrielles françaises pour la fabrication Made in France des soupes Knorr destinées au marché national.**

Duppigheim, le 25 mars 2021. Après avoir étudié toutes les alternatives possibles, Unilever se résout à envisager un projet d'évolution de sa stratégie industrielle sur la catégorie des soupes pour faire face à la baisse structurelle de ses ventes depuis 10 ans et qui s'accélère depuis 5 ans, les consommateurs privilégiant de plus en plus le fait maison.

Ce projet prévoit la cessation des activités de son site de Duppigheim dans le Bas-Rhin, produisant à 47% pour les marchés européens et à 53% pour la France, outil industriel utilisé à seulement 40% de ses capacités. Il serait privilégié une production des soupes liquides pour le marché français chez un tiers français tandis que le reste des productions serait consolidé principalement sur d'autres sites en Europe de l'Ouest.

Un projet difficile mais inéluctable dont Unilever France entend limiter l'impact social en proposant à chaque salarié une solution concrète et un accompagnement sur-mesure, au plus près de ses besoins.

L'engagement d'une transition industrielle respectueuse des salariés et du territoire

Aujourd'hui, Unilever entend bâtir ce projet avec quatre priorités :

1. **Mettre en place un dispositif de transition professionnelle renforcé** pour les 261 salariés du site incluant un accompagnement respectueux de tous et les formations nécessaires permettant d'acquérir de nouvelles compétences et qualifications pour une employabilité maximum. D'ores et déjà, **70 postes sont identifiés au sein des usines d'Unilever** dans le quart Est de la France, à Chevigny en Côte-d'Or, à Saint-Dizier en Haute-Marne et à Compiègne dans l'Oise. Ces solutions seraient complétées par un programme de reclassement externe local pour tous.
2. **Sélectionner des entreprises industrielles françaises** pour la production Made in France des soupes liquides Knorr destinées au marché national.

- 3. Rechercher des repreneurs du site**, soit pour une reprise totale ou partielle de l'activité, soit pour une reconversion industrielle du site en étroite coordination avec l'Etat et les acteurs publics du territoire alsacien.
- 4. Identifier des projets locaux de revitalisation industrielle**, en étroite coordination avec l'État et les acteurs publics du territoire alsacien, pour co-construire une démarche industrielle locale exemplaire.

Ce projet va faire l'objet d'une concertation dans le cadre d'une procédure de consultation avec les représentants du personnel et ses partenaires sociaux. Sa mise en œuvre interviendrait d'ici fin 2021.

Un marché des soupes ambiantes en déclin

En Europe, le marché des soupes et des sauces est en fort déclin, les consommateurs privilégiant le fait maison. Le marché français des soupes est en déclin structurel de **26%** (volumes 2012 -2019).

En France, la marque Knorr a perdu **4,6 points** de part de marché (2017-2020) sur le marché des soupes.

Ces changements ont entraîné une chute massive des ventes Unilever France de soupes de **-23%** en volume (2016-2020), 2020 faisant exception dans un contexte sanitaire exceptionnel.

Les volumes produits par l'usine de Duppigheim ont baissé de **-17,3%** (2015-2019) malgré les efforts déployés pour stimuler les volumes produits. Cette baisse des volumes fabriqués a entraîné des taux d'utilisation de l'outil industriel à fin 2019, très limités, de **40%**.

Depuis plusieurs années, des actions fortes d'amélioration ont été menées : d'importants projets d'économies, des investissements à hauteur de plus de **21,4** millions d'euros (2014-2020), la réinternalisation sur le site de la fabrication de Maïzena, ainsi que plusieurs réorganisations.

Mais ces mesures et l'engagement de tous n'ont pas permis de compenser les défis structurels du site, la baisse des volumes pesant lourdement sur la chaîne d'approvisionnement (hors matières premières et emballage) avec des coûts de conversion qui ont continué à augmenter de **+11%** (2016-2019).

Les soupes Unilever ne sont aujourd'hui plus suffisamment compétitives sur le marché français : en prix, en investissements publicitaires, en part d'assortiment et d'investissements chez nos clients. Il y a un besoin urgent de recréer des marges de manœuvre via un redéploiement des capacités industrielles en France et en Europe pour réinvestir dans le développement de la marque et reconquérir les consommateurs.

FIN

Contacts presse :

Sophie Jayet-Creusot, Directeur Communication Unilever France : 00 33 610461326

Alexis Volanov, Volanov & Associés : 00 33 6 15 58 31 10