



anos
ετη
año
年
40 ans
years

๗๓๗
Jarhe
anni
jaren
tuổi

Dossier de presse

40 ans d'aventure internationale

Virbac



Virbac

40 ans d'aventure internationale

Le groupe Virbac fête ses 40 ans en septembre 2008. L'occasion de retracer 4 décennies d'une histoire à la fois tournée vers l'international mais également nourrie de valeurs d'entreprise immuables. Flashback.



Dès le départ, une ambition par delà les frontières

Fondé à Nice en 1968 par un vétérinaire français, le Dr Pierre-Richard Dick, Virbac a dès ses débuts, exploré les possibilités offertes par les différents marchés étrangers. Une mission remplie les 10 premières années grâce à des accords de distribution qui ont progressivement posé les bases de l'internationalisation de l'entreprise. Au cours des années 80, l'expansion débute concrètement via l'implantation de filiales en dehors du sol français, notamment aux États-Unis, au Mexique, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Australie qui sont aujourd'hui les filiales les plus importantes du Groupe. Au passage, l'entreprise entre à la bourse de Paris en 1985. Au début des années 90, Virbac devient un groupe à part entière avec 10 filiales à l'étranger. Après une croissance effrénée, l'entreprise doit désormais se structurer pour poursuivre son développement. Les filiales s'organisent en réseau et s'enrichissent alors de 9 nouvelles entités dont le Japon, la Nouvelle-Zélande, le Vietnam et l'Afrique du Sud. Au début des années 2000, Virbac harmonise et développe son image de marque à l'échelon international. Dès lors, le titre ne cesse de progresser en bourse. Côté organisation, les améliorations se poursuivent : optimisation des processus et mise en place un outil industriel réactif... Résultat : une adaptation constante aux marchés locaux grâce à l'attention portée aux besoins clients et à une stratégie de régionalisation du portefeuille produits qui débouchent sur la création de 8 nouvelles filiales, notamment l'Inde en 2006 et le Danemark en 2008.

26 filiales internationales en 2008 (hors France 1968)

Allemagne (1982), Espagne (1983), Italie (1985), Pays-Bas (1985), Australie (1987), Royaume-Uni (1986), USA (1987), Brésil (1987), Suisse (1988), Mexique (1989), Japon (1992), Nouvelle-Zélande (1993), Belgique (1994), Autriche (1996), Corée du Sud (1997), Vietnam (1997), Thaïlande (1999), Afrique du Sud (1999), Philippines (2000), Portugal (2001), Taiwan (2002), Colombie (2002), Costa Rica (2002), Grèce (2005), Inde (2006), Danemark (2008).

Virbac values



Innovation

Market driven

Entrepreneur

Empowerment

Une identité et des valeurs qui traversent les époques

Depuis sa création, Virbac puise sa force à la fois dans le respect des valeurs humaines mais aussi dans des principes fondateurs qui lui ont permis de se développer. En l'occurrence : l'innovation (créativité à tous les niveaux et moteur de la croissance), l'orientation par le marché (anticiper les attentes présentes et à venir de ses clients), l'esprit d'entreprise (être audacieux, savoir prendre des risques calculés, mesurés), délégation et responsabilisation (décentraliser les pouvoirs et les décisions, gestion proche du terrain) et l'esprit d'équipe (partager pour mieux communiquer et fédérer les énergies).

Virbac aujourd'hui



CLASSEMENT

1^{er} laboratoire mondial indépendant exclusivement dédié à la santé animale (8^e rang tous laboratoires confondus)

OFFRE

le Groupe développe, fabrique et distribue la plus large gamme de produits et services destinés à la prévention et au traitement des principales pathologies des animaux de compagnie et de production.

SEGMENTS

Virbac est présent sur tous les segments où il est en mesure d'apporter une valeur ajoutée en termes d'efficacité, de praticité et d'observance : vaccins, antiparasitaires, produits de dermatologie, antibiotiques...

INNOVATION

Virbac emploie 230 collaborateurs R&D (près de 10% de l'effectif total). Les activités sont réparties dans 5 centres de recherche en France, Australie, États-Unis, Mexique et Vietnam (implantés de manière à répondre aux spécificités des grands marchés mondiaux).

INDUSTRIE

sites de production dans 7 pays : Paris, Nice, Verzeille, Vauvert (France), Johannesburg (Afrique du Sud), Ho Chi Minh (Vietnam), Crockwell (Australie), Sao Paulo (Brésil), Guadalajara (Mexique), St Louis et Fort Worth (USA).

BUSINESS

avec près de 2 800 employés dans le monde et une présence commerciale dans plus de 100 pays, Virbac a enregistré en 2007 un chiffre d'affaires de 438,5 millions € (soit +8% par rapport à 2006).

Pour plus d'informations
ou photos d'illustration,
merci de contacter

PRESSE GÉNÉRALISTE

Laetitia Iriart - Responsable des relations presse

Harrison & Wolf - 35 rue Baudin - F 92593 LEVALLOIS-PERRET
Cedex

Tél. : 01 41 49 70 87 - Fax : 01 41 49 70 60

e-mail : liriart@harrison-wolf.com

