



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Brest, 29 avril 2019

Paysan Breton : 50 ans, engagée et toujours agile !

Oui, depuis 50 ans, Paysan Breton fait du beurre ! Mais aussi une gamme d'autres produits qui lui permet d'afficher de belles performances en 2018 avec un CA en progression de + 9% tous marchés confondus. En 2019, engagements coopératifs réaffirmés on pack, lancement de son 1er produit laitier bio en France, test pour supprimer un suremballage, engagement sur les œufs pour les crêpes d'ici 2025, nouvelle campagne TV... Paysan Breton a 50 ans et reste engagée et toujours agile.

50 ans : une occasion unique pour inviter le consommateur à mieux connaître la marque...

Dans un contexte aux attentes sociétales fortes, la marque coopérative veut clairement afficher ses valeurs. 2019 voit l'apparition sur ses emballages de son « cercle vertueux » qui dit aux consommateurs un demi-siècle d'engagements coopératifs avec les producteurs de lait adhérents, de bien-être animal, et d'implication dans la vie des territoires. Une étude menée par l'institut Ipsos début 2019, pour le compte de Paysan Breton, confirme que ce pictogramme informe bien les consommateurs sur les engagements de la marque : 93% des interviewés (479 personnes) se disent mieux éclairés.

50 ans, c'est aussi l'occasion de lancer une campagne TV mettant en avant l'ensemble des gammes. Un spot global pour montrer la diversité des produits de la marque accompagné de campagnes digitales et de nombreuses animations/promotions sur 2019. Un jeu concours « spécial 50 ans » permettra à une quinzaine de consommateurs de faire un **voyage découverte** au cœur des bonnes pratiques « de la ferme aux sites de production ».



Le CA 2018 progresse de 7% en GMS en France, signe de la vitalité de la marque malgré des disparités sur ses marchés

Avec un CA 2018 de 187 millions d'€ sur ce périmètre, Paysan Breton s'offre une belle performance sur des marchés disparates et très bataillés. Focus marché par marché.

Le Beurre Paysan Breton garde le bon cap, malgré un recul

Le marché global du beurre confirme un recul entamé en 2015. Il touche toutes les marques ou presque et tous les formats (à l'exception notable du bio : +42% entre 2016 et 2018). Si Paysan Breton reste en 2018 le n°2 des marques nationales avec 15% de PDM valeurⁱ, ses ventes volumes de beurre reculent de 14%. Plusieurs explications : des désaccords commerciaux ont entraîné un déréférencement chez Intermarché (hors Grand Ouest) depuis juin 2018. La matière grasse disponible pour produire le beurre Paysan Breton, provenant exclusivement des éleveurs adhérents à la marque, tous situés en Bretagne et Pays de la Loire, contraignent Paysan Breton à limiter le développement commercial de ses volumes et à réduire les promo (5,1% de ventes sous promotion contre 19,1% pour le marchéⁱ).

+16% en volume : c'est la performance 2018 du beurre « Pointe de sel » de Paysan Breton, avec plus de 1 000 000 d'acheteurs !

Exception notable : les performances du beurre « La Pointe de Sel », avec 1 million de foyers acheteurs (+370 000 nouveaux consommateurs en 2018ⁱⁱ), le positionnent dans le peloton de tête des innovations « beurre » depuis 3 ans.

Le Fromage Fouetté « Madame Loïk » poursuit sa croissance à deux chiffres et dépasse 3 000 tonnes vendues. Les ventes ont triplé en 8 ans !

En 2018, les Fromages Fouettés Madame Loïk sont les 1ers contributeurs en gains volumes du marché. Ils enregistrent une progression à 2 chiffres dans un contexte de marché stable.

Sa version « nature » place Paysan Breton en n° 2 des marques nationales avec 13,6% de PDM volumeⁱ. Sur les versions aromatisées, Madame Loïk croît de 10,9% quand le marché chute de 3,5%ⁱ.

Après la relocalisation du sourcing de ses aromates en France, Paysan Breton va tester en 2019 la suppression du sur-emballage carton du Fromage Fouetté Madame Loïk. Une étude en situation réelle en magasins, en zone test à Angers, permettra de mesurer si cette volonté de réduire son empreinte environnementale en produisant moins de déchets est compatible avec une bonne visibilité en rayon et donc une performance des ventes.

Sur le segment de l'emmental, Paysan Breton est l'une des rares marques nationales à évoluer positivement avec +6,5% en volumeⁱ. Même si sa part de marché reste aujourd'hui faible, la volonté de la marque est de se développer sur ce marché, en obtenant de nouveaux référencements sur le territoire national.

Crêpes : des difficultés mais la marque parie sur l'innovation et la filière

Des offres alternatives « faites sur place » en magasin poussent le marché des crêpes de pâtisserie industrielle dans le rouge. Les consommateurs plus sensibles à la fraîcheur des produits imposent de redéfinir l'offre.

Côté innovation, Paysan Breton lance en avril 2019 une crêpe fourrée « chocolat-nougatine » : ce parfum inédit sur ce segment colle aux tendances du marché. Par ailleurs, pour reprendre des PDM, la crêpe traditionnelle Paysan Breton, en décroissance de 14,4%ⁱ, affichera désormais plus clairement l'origine Bretagne et Pays de la Loire des principaux ingrédients, et le message clé « au nom du bon ». **La marque s'engage à utiliser 100% d'œufs plein air d'ici 2025, et a déjà entamé ce sourcing sur une partie de ses œufs dès 2019.**

100% d'œufs de plein air d'ici 2025 et ce, progressivement dès 2019.

Paysan Breton fait ses premiers pas dans le bio !

Le Lait Ribot Bio : 1er produit bio à faire son entrée dans la gamme Paysan Breton, mais aussi 1er produit bio dans le rayon des laits fermentés !

Le marché des laits ribot conserve son dynamisme et Paysan Breton en reste le leader incontesté avec 51,3% de PDMⁱ en volume et a donc la légitimité pour faire le 1er pas dans le bio, un marché en plein essor. **Le lait Ribot Bio**, fabriqué sur le site de Lanfains (22) est prévu en **septembre 2019**, et apportera un CA additionnel, avec **65% des** acheteurs de lait Ribot qui affichent une intention d'achat.

CONTACT PRESSE

Diane Hurstel-Capron : 06 44 15 39 69 / diatomee@diatomee.fr

Paysan Breton est né au cœur de la campagne Finistérienne il y a un demi-siècle. Marque patrimoniale présente sur la table d'un foyer sur deux en France, elle est animée par Laita, (3 100 exploitations collectées soit 7 000 producteurs, 2 800 salariés, 2ème entreprise coopérative de l'Ouest). Créée et gérée par et pour les producteurs de lait adhérents, Paysan Breton est une marque différente, une marque solidaire. De cette proximité avec le monde agricole sont nés ses valeurs de partage et son engagement pour la pérennité du territoire. Paysan Breton propose une large gamme de produits (beurres, fromages, crêpes, laits, crème) fabriqués en Bretagne et Loire Atlantique avec le lait de ses éleveurs adhérents.

ⁱ INFOSCAN Censur Cumul courant Dec. 2018

ⁱⁱ Données CAM P8 2018