



Des hommes, une terre.

Information Presse, 26 novembre 2012

Nouvelle stratégie de la marque Paysan Breton

Paysan Breton une marque nationale désormais multi produits

La marque Paysan Breton, animée par l'entreprise coopérative Laïta, basée à Brest, a décidé de devenir une marque transverse multi produits. La marque créée en 1969 est connue au plan national pour son Beurre Moulé Paysan Breton emballé dans du papier vichy (45% de part de marché sur ce créneau).

Toujours le beurre, mais aussi désormais le Fromage Fouetté Madame Loïk, les crêpes et le Lait Ribot (du lait fermenté) portent progressivement la marque Paysan Breton.

Objectifs de la marque : capitaliser sur le succès du beurre, être plus présente dans l'alimentation des consommateurs et aussi, renforcer l'attachement à la marque en révélant qui est « Paysan Breton ».

Cette stratégie s'appuie sur 2 piliers :

- les valeurs de la marque : des produits simples (peu d'ingrédients, sans colorant ni arôme artificiels, sans conservateur), des recettes transmises de génération en génération, du lait 100% de l'ouest (Bretagne et Pays de Loire), un goût plébiscité par les consommateurs (études à l'appui) ;
- les valeurs de l'entreprise coopérative : entraide avec le monde agricole (valorisation du lait issu des fermes des 3 500 producteurs adhérents à Paysan Breton), pérennité du territoire, construction sur le long terme.

Engagée il y a tout juste 2 ans, cette stratégie commence à porter ses fruits, avec une croissance d'activité globale Paysan Breton de + 9% à fin 2012 et un taux de notoriété qui progresse.

Dans un contexte de consommation qui diminue sur le beurre, Paysan Breton a progressé de près de 20% sur ce segment sur les 3 dernières années. Deuxième axe fort : les Fromages Fouettés Madame Loïk de Paysan Breton enregistrent une hausse des ventes de + 59% sur les 2 dernières années malgré, la présence de concurrents majeurs sur le marché. En soutien : des moyens publicitaires multipliés par 3, des budgets promotionnels plus importants, des innovations accrues.

Concernant les crêpes, le passage à marque Paysan Breton permet une diffusion nationale en hyper et supermarchés. De même, le Lait Ribot (lait fermenté), un produit typiquement breton est en train de gagner les autres régions françaises.

Une stratégie d'extension de marque appelée à se poursuivre.

Contacts Presse :

Agence Diatomée, – diatomee@diatomee.fr / Tel. 01 42 36 13 13