



## LACTEL® CONFORTE SA POSITION DE LEADER EN 2020 ET ANNONCE UNE STRATÉGIE EN 3 AXES, SOUTENUE PAR UNE FORTE INNOVATION

Le contexte particulier de l'année 2020 a multiplié, dans les foyers français, les occasions de se retrouver autour du petit déjeuner et de cuisiner. Une situation qui a contribué à la performance du marché du lait, qui progresse en volume (+5,3 %) comme en valeur (+5,9 %). Lactel® maintient sa position de leader, avec 17 % de part de marché en volume et 21 % en valeur. Avec toujours la volonté d'offrir aux Français le meilleur du lait, la marque continuera cette année de leur proposer des produits de qualité, sources de bienfaits et de plaisir au quotidien. À cela s'ajoute une volonté de répondre aux enjeux sociétaux actuels avec le développement de filières vertueuses et de mener des actions concrètes pour diminuer son impact environnemental.

### SANTÉ, PLAISIR, ENVIRONNEMENT : LES 3 AXES D'UNE STRATÉGIE AMBITIEUSE

Présente dans 1 foyer sur 2 et dans le cœur des Français depuis plus de 50 ans, Lactel® entend consolider son leadership en 2021, tout en continuant à répondre aux attentes des consommateurs en matière de produits bons, sains et respectueux des hommes comme de l'environnement.

#### La santé, en continuant de valoriser les bienfaits du lait

**Les produits laitiers sont indispensables tout au long de la vie et tout particulièrement au moment de la croissance chez l'enfant.** Ils apportent le calcium nécessaire au maintien d'une ossature normale. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le PNSS recommande aux enfants et aux adolescents de consommer entre 3 et 4 produits laitiers par jour.

**Pour renforcer encore les bienfaits de ses laits classiques, Lactel® les enrichit depuis près de 20 ans en vitamine D**, essentielle pour aider le calcium à bien se fixer sur les os, et contribuant de surcroît au bon fonctionnement du système immunitaire.

Une initiative d'autant plus judicieuse que, comme le souligne l'étude INCA 3\*, les Français en manquent. L'ANSES a d'ailleurs revu les références nutritionnelles pour la population (RNP) en passant les besoins en vitamine D de 5 à **15 µg/jour**.

Dans ce sens, Lactel® a décidé d'adapter sa gamme de laits classiques pour contribuer encore mieux aux besoins des Français. Ainsi, dès le printemps 2021, **ces laits passeront de 0,8 µg/100 ml à 1,6 µg/100 ml. Un bol de lait (250 ml) permettra ainsi de couvrir 30 % des apports quotidiens recommandés.**



\* Étude de consommation menée entre février 2014 et septembre 2015 sur le territoire français auprès de 5 855 individus.

## Offrir tous les plaisirs du lait, en particulier au petit déjeuner

En 2020, les Français ont repris goût au lait, en particulier au petit déjeuner, avec une hausse de consommation sur ce moment qui a progressé de **9 %** pendant le confinement et s'est maintenue à 8 % à la suite (source Kantar). En 2021, Lactel® souhaite donc leur permettre de continuer à profiter de tous ses plaisirs. Parce que l'innovation fait partie intégrante de son ADN, la marque proposera donc, dès le mois de juin, **2 innovations gourmandes et saines** :

### Matin Léger « Note de »

Depuis sa création en 1998, la gamme de laits Matin Léger de Lactel® s'est étoffée pour permettre aux 30 % de Français qui déclarent mal le digérer\* de continuer à se faire plaisir. Elle affiche une croissance continue depuis sa création et occupe la place de leader incontesté sur ce segment avec 78 % de PDM en volume et 81,8 % de PDM en valeur.

Cette année, Lactel® innove encore pour réenchanter le petit déjeuner avec **deux nouvelles références gourmandes et saines : Matin Léger Note d'amande et Note de Coco**. Composées d'ingrédients 100 % d'origine naturelle, elles viendront sublimer les préparations du quotidien, telles qu'un bon chocolat chaud ou un bol de muesli.



### Lactel® Onctueux

Faire découvrir de nouveaux plaisirs et usages autour du lait, c'est toute l'ambition de Lactel® avec **L'Onctueux, un lait blanc gourmand à la texture onctueuse et inédite**. Son goût à la fois doux et léger a été plébiscité par 93 % des amateurs de lait. Cette innovation majeure dans l'univers du lait peut remplacer le lait demi-écrémé classique tout en offrant plus de plaisir. Elle apporte de la gourmandise au petit déjeuner, dans un bol de céréales grâce à sa texture nappante, ainsi qu'en cuisine pour amener de l'onctuosité à un riz au lait ou à une crème anglaise.



### Mieux faire connaître le lait entier

Le segment du lait entier progresse vite : +11 % en 2020. Ce lait est très utilisé au petit déjeuner (67 % des occasions – Kantar) mais aussi pour la confection de yaourts maison, par exemple. Lait plaisir par excellence, il séduit les consommateurs par son bon goût, tout autant que par ses bienfaits. En raison de sa teneur en matières grasses (3,6 % contre 1,5 % pour un lait demi-écrémé), il est en effet particulièrement bien adapté à certains âges de la vie, comme chez les jeunes enfants dès 3 ans, en relais du lait infantile, ainsi que chez les seniors.

**Le lait entier de Lactel® est aujourd'hui la seule référence du marché à être enrichi en vitamine D.**



\* Étude Omnibus Ipsos 2010 et 2013

### Encourager le développement de filières vertueuses

Engagée depuis plus de 25 ans dans le bio, Lactel® a lancé en 2019 sa démarche de qualité « **Bio et Engagé** ». Codéveloppée avec les éleveurs bio partenaires, celle-ci repose sur des engagements forts pour proposer un lait bio et de qualité qui découle de pratiques toujours plus respectueuses de l'environnement, des animaux et des hommes : développement du pâturage au minimum 180 jours par an (objectif à fin 2021), sensibilisation et formation des éleveurs au bien-être animal, accompagnement à la plantation de haies au sein des exploitations pour préserver la biodiversité, meilleure rémunération des producteurs engagés dans la démarche. Des engagements qui vont au-delà de la réglementation bio en vigueur et qui séduisent les consommateurs puisqu'ils ont élu Lactel® Bio et Engagé « Saveur de l'Année 2021 Bio & Vertueux ».



En moins de 2 ans, **250 éleveurs ont déjà été formés** par des vétérinaires et **20 000 arbres ont été plantés sur les exploitations**. Cette année, cette filière sera plus que jamais au cœur de la stratégie Lactel®, pour continuer à la faire grandir et connaître.

### Des emballages toujours plus vertueux

Créée en 1990, la bouteille de lait UHT Lactel®, 100 % recyclable, adopte une fabrication vertueuse. Conçue et fabriquée directement dans les laiteries pour éviter du transport inutile, elle n'a cessé de s'améliorer au fil des années : intégration de 30 % de plastique issu de chutes récupérées ou recyclées et réduction de son poids de 9 %.

Lactel® travaille également à faire entrer toujours plus de plastique recyclé dans ses emballages. En 2021, la totalité de ses formats 6X1 L intégreront 50 % de plastique recyclé dans le film de regroupement. En parallèle, la marque réfléchit à l'emballage de demain et souhaite apporter des solutions permettant de limiter toujours plus l'impact de ses conditionnements.



Autre action majeure menée par Lactel® autour des emballages, le renouvellement de son programme **Recyc'lait**, lancé en 2019. La marque réitère cette opération de sensibilisation pour promouvoir le tri et le recyclage de manière ludique, avec l'installation de machines de collecte dans les grandes villes de France.

Cette seconde édition se veut **solidaire et citoyenne**. Lactel® a fait le choix de s'associer à la start-up **Plast'if**, qui a développé **une machine innovante 3 en 1** destinée à collecter les bouteilles, à les réduire en paillettes et à les transformer en nouveaux objets utiles grâce à l'impression 3D.

Ces objets seront ensuite offerts à l'association **Les Blouses Roses**, reconnue pour son engagement social auprès des enfants dans les hôpitaux, et des personnes âgées.

Elle se déroulera entre mars et juillet dans 3 métropoles : Lille, Bordeaux et Paris.



« Le regain d'intérêt autour du petit déjeuner en 2020, l'essentialité reconnue du lait, ainsi que les attentes en matière de consommation responsable mettent en lumière l'importance du rôle d'une marque leader comme Lactel®. Et justement en tant que marque leader tournée vers l'avenir et plus que jamais vers les consommateurs pour leur offrir le meilleur du lait, notre feuille de route 2021 fera de la valorisation des bienfaits du lait, de la catégorie et de nos engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale des priorités stratégiques. Trois grands chantiers qui traduisent les ambitions de toute l'entreprise », conclut **Anne Charlès-Pinault, directrice générale de Lactel**.



### À propos de Lactel®

Depuis sa création en 1967, Lactel, la marque leader du marché du lait, n'a cessé d'innover pour proposer une large gamme de laits adaptés aux attentes, aux besoins et aux envies de chacun. En 1990, la marque lance la première bouteille UHT 1 L. Lactel est pionnière et n° 1 sur le lait BIO, le lait facile à digérer *Matin Léger*, les laits de Chèvre et de Brebis. Elle renforce également son offre sur les laits aromatisés avec Lactel Max et la gamme des *Caffè Latte*. Lactel est le leader du marché du lait avec 21 % de PDM en valeur sur le total lait longue conservation\*.

\* Panel cumul annuel mobile P13/2020 - HM SM HD Drive Proxi

RELATIONS MÉDIAS LACTEL® : @FHCOM  
42, rue des Jeûneurs - 75002 Paris  
+33 1 55 34 24 24 - [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)  
[mangara.sambakessy@fhcom.net](mailto:mangara.sambakessy@fhcom.net) - [julie.menard@fhcom.net](mailto:julie.menard@fhcom.net)  
[frederic.henry@fhcom.net](mailto:frederic.henry@fhcom.net) - +33 6 20 83 23 73