



## APRÈS UNE ANNÉE 2021 TRÈS POSITIVE, LACTEL® ENTEND CONFORTER SA POSITION DE LEADER ENGAGÉ ET RESPONSABLE EN 2022

Sur la table de 1 Français sur 2 depuis 55 ans et n° 1 incontesté sur le marché du lait depuis plus de 10 ans, Lactel® confirme son leadership en 2021, affichant 18,7 % de PDM volume et 22,3 % de PDM valeur, tous circuits de distribution confondus. Responsable, la marque continue de s'engager et de développer ses positions cette année, en s'appuyant sur son ancrage territorial, afin de proposer aux Français des produits sains, gourmands et de qualité.

### LACTEL® SIGNE UNE BELLE CROISSANCE EN 2021

Sur un marché du lait de consommation en recul de 6,3 % en 2021 sur l'ensemble des segments, et après un fort rebond en 2020 lié aux confinements, Lactel® tire son épingle du jeu et progresse au global de **3,2 %**, franchissant le seuil des **400 millions de litres produits**. Une croissance tirée notamment par sa gamme de laits classiques (16,8 % de PDM volume et 16,6 % de PDM valeur).

Enfin, Lactel® a accéléré encore sur le drive l'an dernier, réalisant une très belle progression de 13 %<sup>1</sup> ; un canal de distribution sur lequel la marque est présente depuis sa création et qui connaît une forte croissance, représentant désormais 10 % des volumes vendus dans la grande distribution et étant aussi en croissance (+1,2 %).

### DES ENGAGEMENTS RÉAFFIRMÉS EN 2022

Être leader implique des responsabilités, dont celle d'impulser les tendances du marché, mais aussi de créer la surprise et d'innover pour apporter des réponses adaptées aux attentes des Français, qui ne cessent d'évoluer. C'est aussi inscrire son action dans un **contexte de défis majeurs à relever** – environnementaux, sociaux et sociétaux –, en agissant en **acteur** responsable et dans l'intérêt de tous et de façon durable.

Parce que maintenir ce leadership ne doit pas se faire au détriment de la planète et des hommes, Lactel® poursuit et réaffirme **ses bonnes pratiques auprès des filières**. Son objectif : offrir aux Français un lait de qualité aux bienfaits nutritionnels reconnus, qui leur donne envie de continuer à se faire plaisir au quotidien.



### Une production de lait engagée et responsable

Lactel® s'engage depuis plusieurs années déjà dans la valorisation et l'accompagnement de **filiales aux qualités spécifiques**, qui vont au-delà des recommandations officielles. Il s'agit pour la marque de soutenir des pratiques responsables, dans un contexte où les Français sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental de leur consommation. Amorcé depuis de nombreuses années, ce travail se concrétise aujourd'hui dans **deux démarches porteuses de sens, à la fois responsables et durables** : « **Bio et Engagé** » et « **Les 20 fermes** ».

- Les « 20 fermes » : la filière qui valorise la proximité et le bon lait !

La filière « Les 20 fermes » incarne le meilleur des pratiques Lactel® pour produire un lait responsable de qualité. Cocréée en 2017 avec 41 producteurs dans 20 exploitations, elle prend alors le nom de « L'Appel des Prés » et bâtit son positionnement autour de deux piliers : la qualité de l'alimentation des animaux et sa valorisation auprès des éleveurs. **En 2022, elle évolue pour devenir « Les 20 Fermes », valorisant ainsi l'ensemble du cahier des charges et la dimension locale.** Dans cette filière de proximité, en effet, **tous les éleveurs partenaires sont situés à moins de 50 km de la laiterie Lactel® de Vitré (35).**

Au-delà du nom, le packaging des produits est retravaillé pour raconter **l'histoire de ce mouvement à taille humaine.** Ainsi, tous les éleveurs partenaires respectent **un cahier des charges exigeant** : alimentation des vaches sans OGM, surface de pâturage de 10 ares pour chaque animal, 200 jours minimum de pâturage, mais aussi une rémunération minimum garantie pour l'éleveur.

Présentée en exclusivité lors du dernier Salon international de l'agriculture, la gamme « Les 20 fermes » bénéficiera au premier semestre d'un plan de soutien en points de vente.



- « Bio et Engagé » : un soutien sans faille à la filière bio

**Précurseur et créateur de la filière laitière bio en France en 1993,** Lactel® prône depuis un modèle respectueux de la nature et des hommes, qui favorise la biodiversité et place le bien-être animal au cœur des pratiques d'élevage. Pour faire connaître cette démarche, la marque lui a donné un nom en 2019 : « **Bio et Engagé** ». Cette démarche s'organise autour d'**engagements forts**, qui vont bien **au-delà des exigences réglementaires du label bio**, avec pour objectif de produire un lait bio de bonne qualité.

Passée de 6 à 650 éleveurs depuis ses débuts, cette filière a permis à Lactel® de devenir **une marque incontournable sur le bio**, avec 70 millions de litres produits en 2021. Les laits Lactel® « Bio et Engagé » et « Matin Léger Bio » réalisent aujourd'hui 108 millions d'euros de chiffre d'affaires sur ce segment, ce qui en fait la 1<sup>re</sup> référence bio du marché sur le total produits laitiers bio.

Pour maintenir le dynamisme de cette filière, Lactel a rénové son pack de lait entier « Bio et Engagé » en fin d'année dernière, afin de mieux valoriser ses engagements. La marque participera également en 2022, comme chaque année, au Printemps de la Bio, pour aller à la rencontre de ses consommateurs en magasin.

## Des initiatives sur l'emballage, qui vont toujours plus loin au service de leur circularité

- En 2022, Lactel accélère sur le R-PHED

Produire des emballages écoresponsables est plus que jamais une exigence pour les marques comme Lactel®. C'est pourquoi sa R&D travaille de longue date pour améliorer l'empreinte environnementale de ses packagings et leur durabilité. Vertueuse dès sa conception en 1990, la bouteille Lactel® en PEHD, **100 % recyclable**, n'a ainsi jamais cessé de s'améliorer au fil des ans. Elle franchit aujourd'hui une nouvelle étape en intégrant du plastique recyclé (R-PEHD), une première mondiale. Les tests autour de cette technologie en mass-balance, menés en partenariat avec INEOS et débutés l'an dernier au sein de la laiterie de Montauban certifiée RSB, se poursuivront en 2022. Cette fois, **l'objectif est de produire entre 1,5 et 2 millions de bouteilles intégrant du R-PEHD, soit 20 tonnes de plastique en PEHD, intégrant 30 % de plastiques recyclés.**



## • Continuer de sensibiliser les consommateurs aux gestes du recyclage

Produire des contenants durables ne sert que s'ils sont ensuite intégrés dans la filière de recyclage. C'est pourquoi Lactel® mène depuis plusieurs années **diverses actions de sensibilisation à ce geste auprès du grand public**. Parmi elles, son opération Recyc'lait, menée en 2019 et 2021, rencontre à chaque édition un franc succès. De plus, au-delà d'intégrer sur ses étiquettes et films de regroupement les consignes de tri, en partenariat avec Citeo, Lactel® va plus loin et prévoit, dès le mois d'avril, une **sensibilisation, via l'apposition d'un pictogramme, sur la prochaine publicité de sa gamme « Bio et Engagé »**, diffusée en TV et digital.

## Valoriser les bienfaits naturels du lait pour donner envie aux Français de continuer à se faire plaisir

Parce que le lait est **un produit riche en bienfaits naturels** (calcium, protéines, vitamines...) et synonyme de plaisir, 96,4 % des foyers français en achètent. En tant que leader de ce marché, Lactel® donne chaque jour à ces amateurs, notamment aux familles, une nouvelle raison de s'en régaler en développant une large gamme, avec **plus de 40 références qui répondent à chaque usage**. C'est ainsi que, depuis 55 ans, Lactel® s'efforce de mettre de **la modernité, de la praticité, de l'usage et surtout du plaisir dans cette consommation**.



Cette dynamique d'innovation s'est traduite par de belles innovations ces dernières années, à l'image de **Matin Léger** en 1998, une gamme de laits dé lactosés particulièrement adaptée aux personnes intolérantes au lactose et qui s'est étoffée au fil des années : bio, aromatisés... Un segment sur lequel la marque surperforme avec, en 2021, plus de 300 KL écoulés. L'an dernier, la famille Matin Léger s'est encore agrandie avec l'arrivée des références « Note d'Ammande » et « Note de Coco ».

Le dernier lancement Lactel® en date, **L'Onctueux**, a de son côté déjà trouvé son public puisque cette nouvelle référence s'est écoulée à hauteur de 536 KL en 2021. Les Français ont été séduits par ce produit gourmand à la texture onctueuse inédite, au goût doux et léger. Plébiscité par les amateurs de lait (93 % d'évocations positives), il a profité début 2022 d'une belle visibilité à la télévision.



Lactel mène par ailleurs **un travail pédagogique, afin de combattre les idées reçues autour du lait alors qu'il s'agit d'une matière première naturelle**. Préservé par les équipes Lactel®, il est mis en bouteille sans aucun conservateur. La marque répond aujourd'hui avec humour et pédagogie aux interrogations des Français à travers de courtes vidéos mettant en scène un petit garçon prénommé Baptiste. ans celles-ci, Lactel® présente en toute transparence le processus de fabrication du lait, dont l'étape de stérilisation UHT qui permet d'obtenir une DLC de plusieurs mois, sans conservateurs. Avec une collecte réalisée sur les exploitations partenaires toutes les 48 heures, Lactel garantit également aux consommateurs une qualité et une fraîcheur optimales.





#### 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 22,3 % de PDM en valeur et 18,7 % en volume sur le total lait longue conservation\*.

\* Panel cumul annuel mobile P13/2021 - HM SM HD Drive Proxi