



ST MICHEL EST ÉLUE MARQUE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS DANS LA CATÉGORIE « BISCUITS SUCRÉS »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 27 mai 2024

Avec 50% des Français qui achètent ses produits, St Michel n'en finit pas de plaire aux consommateurs. Ses 1^{ères} galettes aux gros cristaux de sel sont nées en 1905 à Saint-Michel-Chef-Chef en Loire-Atlantique (44). Aujourd'hui, la marque familiale française et 100% indépendante a l'ambition de faire rayonner les biscuits et pâtisseries (galettes, madeleines et bien d'autres) en France et à l'international, en mettant l'accent sur l'innovation. Elle vient d'être élue Marque Préférée des Français dans la catégorie « biscuits sucrés ».

« C'est un grand honneur de recevoir le titre de Marque Préférée des Français dans la catégorie des biscuits sucrés. St Michel est une entreprise à taille humaine, comparée aux immenses compétiteurs de ce rayon. Notre culture familiale, locale et 100% française explique sans doute l'attachement fort des consommateurs à notre marque devenue patrimoniale. Forts de notre ancrage solide, nous n'hésitons pas à faire bouger la catégorie des biscuits, et les consommateurs nous le rendent bien. », explique Bruno Rousseau, Président Directeur Général de St Michel Biscuits.



St Michel s'est placée sur la 1^{ère} place du podium en obtenant le plus grand nombre de « J'aime » après une étude réalisée du 27 au 28 mars 2024, sur le panel d'OpinionWay, auprès d'un échantillon représentatif de 1015 personnes de la population française de 18 ans et plus.

Une entreprise familiale française, et indépendante

Tout commence en 1905 à Saint-Michel-Chef-Chef, en Loire-Atlantique (44). **Joseph Grellier** élabore cette année-là la fameuse galette, dont la recette est restée inchangée jusqu'à aujourd'hui. La marque prend son essor grâce à **sa femme, Constance**, qui a l'idée de vendre ces galettes aux femmes de la ville venues pour faire trempette sur les plages de la côte. **Comme emblème, ils optent pour la poule** : un symbole de la **France rurale** et de l'attention portée aux **bons produits**, et qui reste encore aujourd'hui une priorité pour St Michel.

En 1919, la 1^{ère} biscuiterie est inaugurée à Saint-Michel-Chef-Chef. Peu à peu, l'entreprise étend son savoir-faire et son périmètre géographique, en rachetant d'autres usines de biscuits. Les **Sablés de Retz** ont rejoint l'entreprise en 1920, les **Roudors** en 1979, les **Madeleines de Commercy** dans la Meuse en 1986 ...

Aucune sous-traitance

Le **siège** de St Michel est situé à **Contres**, près de Blois (Loir-et-cher). La marque compte aujourd'hui **10 usines en France : une par savoir-faire !** Tous ses produits sont fabriqués dans ses **usines détenues en propre**, et St Michel ne recourt à **aucune sous-traitance**. La marque emploie aujourd'hui **1800 personnes** sur le territoire.

Ses produits sont distribués à l'international dans plus de **100 pays**, et connaissent un grand succès dans des pays comme la Corée du Sud, ou le Japon. A titre d'exemple : **80% des crêpes St Michel partent à l'étranger !**

70 innovations par an

Très connue pour ses galettes et madeleines, St Michel cherche sans cesse à **renouveler son offre**, notamment avec ses donuts, galettes moelleuses, etc. Elle lance environ **70 innovations par an en moyenne !** Dernière innovation en date : le **lancement d'une gamme apéritif**, en 2024, avec des galettes et madeleines salées ... La marque, qui accorde un soin particulier au *sourcing* et à la qualité de ses matières premières, œuvre en continu pour réduire le sucre contenu dans ses recettes.

A propos de Marque Préférée des Français :

Depuis 2015, la Marque Préférée des Français est une distinction qui récompense une marque d'un gage de qualité et d'un niveau de recommandation par les consommateurs Français. Basée sur des études réalisées par un institut de sondage externe qui compare toutes les marques existantes du marché, elle récompense la marque préférée des Français dans sa catégorie, c'est-à-dire la marque ayant le taux d'empathie le plus élevé du marché. A l'issue des résultats de l'étude sectorielle, une seule marque est élue pour une durée de 2 ans, comme l'est aujourd'hui St Michel.

Pour en savoir plus : <https://marqueprefereedesfrancais.fr/>