

TORRÉFIÉ ET  
CONDITIONNÉ  
à Lille

# méo

95 ANS  
DE  
SAVOIR-  
FAIRE

Méo-Fichaux présente  
sa dynamique d'innovations à 360°

(produits, distribution, achats en ligne, RSE,...) pour rendre durable, engagé et accessible le plaisir de déguster un café



Produit plaisir considéré comme essentiel par les consommateurs, le café n'échappe cependant pas au contexte inflationniste rencontré par l'ensemble des PGC-FLS. Pour poursuivre son ambition de rendre durable, engagé et accessible le plaisir de déguster un café, Méo-Fichaux, 1<sup>er</sup> torréfacteur français indépendant à capitaux familiaux, poursuit sa stratégie d'innovations au service de la qualité, de la préservation de l'environnement et du pouvoir d'achat des Français.

Nouveaux formats, lancement de recettes bio inédites, expériences clients réinventées, développement du marché RHD, investissements dans des process plus vertueux, actions RSE structurantes... la PME des Hauts-de-France, aujourd'hui 10<sup>ème</sup> marque du marché, 1<sup>er</sup> contributeur de la croissance volume, et 2<sup>ème</sup> contributeur valeur de la catégorie, ne cesse d'innover pour réenchanter la dégustation d'un bon café.



## INNOVATIONS PRODUITS

### Arôme Exquis Bio : le 1<sup>er</sup> robusta bio de France, par Méo

En 2022, Méo est devenue la 1<sup>ère</sup> marque de café bio en France et le 1<sup>er</sup> contributeur de la catégorie en valeur (+44% soit +9,7 M€) sur un marché BIO à +8%. La marque ne cesse de renforcer son positionnement bio-accessible en proposant un excellent rapport qualité prix (prix moyen constaté inférieur à 13€/kg). Résultat : Méo est aujourd'hui la 2<sup>ème</sup> marque bio la moins chère du marché. Un positionnement qui lui a permis de séduire 400 000 foyers consommateurs supplémentaires en 2022.

En 2023, Méo annonce le lancement du 1<sup>er</sup> robusta bio de France. Pour continuer à rendre le café biologique accessible au plus grand nombre, la marque propose un café 100% robusta, labellisé BIO. Cette offre inédite sur le marché, se décline en moulu dans un format de 4x250g en emballage papier recyclable et en dosettes souples (en matière d'origine végétale et dans un emballage éco-conçu sans aluminium et 100% recyclable).

Et Méo va encore plus loin cette année avec l'obtention du label « Elu produit BIO de l'année 2023 » pour ses capsules végétales compostables à domicile, et la refonte complète de sa gamme équitable labellisée Max Havelaar.



### KOOTA maintient le cap !

Lancée en mars 2022, KOOTA est la nouvelle marque de Méo : Bio, équitable, 100% traçable grâce à la blockchain et un QR Code sur ses boîtes de café, elle s'engage aussi à transporter une partie de son café par voilier !

En 2022, 10,5 Tonnes de café vert ont été acheminées depuis le Port de Santa Marta en Colombie jusqu'à Bordeaux. Le café a vogué pendant près de 8 000 km à bord de l'Avontuur, une goélette à deux mâts, construite en 1920 aux Pays-Bas. Et en 2023, la cargaison a été doublée puisque 21 tonnes de café Colombien sont arrivées en France, à Fécamp cette fois.



## INNOVATIONS DISTRIBUTION

### Coffee-shop in shop, boîtes consignées, Restauration Hors Domicile... Méo réinvente l'expérience de dégustation d'un café

Méo propose aux consommateurs de nouvelles expériences dans des espaces de dégustation qui valorisent la marque, sa qualité et son savoir-faire. 120 animations, appelées ATELIERS CAFES, sont ainsi déployées en hypermarché dans toute la France en 2022-2023.

Par ailleurs, après avoir investi le rez-de-chaussée du Printemps à Lille il y a 3 ans et l'installation de son espace dans le Monoprix de Croisé-Laroche à Marcq-en-Baroeul en 2022, Méo crée un partenariat avec le Super U de La Madeleine, à 200 m de son site de production.

Inauguré début mars 2023, cet hypermarché valorise un engagement fort dans la réduction de l'impact environnemental de son activité de distribution, en s'impliquant dans la vie économique locale. Méo installe ainsi un coffee-shop imaginé par le cabinet d'architecture Atipik pour faire (re)découvrir sa large gamme de cafés et de machines automatiques. Ce nouvel écrin fait la part belle aux entreprises locales sélectionnées minutieusement par le torréfacteur. Ainsi, outre les nombreuses variétés de cafés, les clients du Super U peuvent déguster les pâtisseries de Maxime Brice, de Bonobie's cookies ou encore les boissons au kombucha de Goodsy. Les équipes Méo apportent leurs conseils sur le choix des cafés et les différentes méthodes de préparation dans leur kiosque disposant de 12 places assises. Une sélection de machines Jura, Sage, Chemex, Hario,... est également proposée à la clientèle.

En écho à sa volonté de réduire ses emballages, Méo se tourne également vers la consigne. Ainsi, avec Koota, sa nouvelle marque de café qui vise la neutralité carbone, Méo a rejoint en septembre 2022 l'offre du Fourgon, le leader français de la consigne né dans les Hauts-de-France. Depuis 7 mois, près de 2 500 boîtes de café consignées (environ 600 kg de café torréfiés) ont déjà été livrées par les camionnettes électriques aux couleurs du Fourgon.

Au-delà de son engagement écologique, Koota s'engage aussi socialement : les boîtes consignées sont récupérées, nettoyées et de nouveau remplies par des personnes en situation de handicap ou en réinsertion, travaillant au CAT des Papillons Blancs de Marcq-en-Barœul.



### Méo se déploie dans le réseau RHD à Bordeaux !

Après Lille, les Flandres et Boulogne-sur-Mer, Méo se déploie pour la 1<sup>ère</sup> fois en RHD hors des Hauts-de-France et ouvre un entrepôt de 160 m<sup>2</sup> à Bordeaux. Avec un recrutement en cours, l'offre Méo sera ainsi proposée aux restaurateurs Bordelais au second semestre 2023.



## INNOVATION ACHATS EN LIGNE

Jusqu'à 10% d'économie sur meo.fr avec l'abonnement café by Méo

Le café est la  
**2<sup>ème</sup>**  
boisson la plus consommée  
au monde après l'eau

dégusté par  
**94** %  
des Français

avec une moyenne de  
**5,4** kg  
/an /habitant

Afin de répondre aux attentes des consommateurs, Méo lance dès mai 2023 son offre d'abonnement de cafés en ligne, permettant d'économiser jusqu'à 10% sur ses achats. Ce service, une première pour une PME, permet également de renforcer l'accessibilité prix de la marque.

Le consommateur aura le choix entre plusieurs packs :

- Le même café livré tous les mois pour les fidèles
- Un assortiment de café choisi par les experts Méo pour les curieux

Chaque pack sera disponible en moulu, grains, capsules ou dosettes.

L'abonnement permettra au consommateur de gagner du temps et de l'argent car la réduction de chaque pack se cumulera avec les autres promotions et frais de port offerts.

## LE POINT SUR LES ACTIONS RSE

### De la diminution des emballages et des déchets...

Depuis les années 90, Méo-Fichaux développe sa dynamique RSE et vise la réduction de son empreinte carbone, du champs à la tasse. Les actions structurantes d'ores et déjà mises en place s'intensifient avec un effort particulier sur le développement d'emballages recyclables et le recyclage des sacs en toile de jute et pellicules de café.

Ainsi, parmi les actions mises en place, les impacts sont d'ores et déjà significatifs :

- Le développement de formats plus économiques en emballage : en moulu, Méo privilégie le format 500 g (au lieu de 2 x 250 g) permettant une réduction de 23% de surface d'emballages
- Le recyclage à 100% des sacs en toile de jute en partenariat avec Soretex et Procotex sur le site de la Madeleine et Minot Textile à Billy Berclau pour le site de Lille. Ces sacs sont effilochés afin de servir d'isolant
- Le recyclage des pellicules de café : au total 450 T ont été recyclées en 2022 chez Angibaud à Bavay afin de devenir de l'engrais
- Les équipes se mobilisent également pour une diminution du taux de rebus pendant les process de production et une meilleure gestion de la fin de vie des produits : en 2022, Méo-Fichaux enregistre une diminution des déchets cartons de 29,6% sur son site de La Madeleine.
- Au total, 69% des déchets des sites de Lille et La Madeleine sont valorisés en amélioration continue avec l'objectif d'atteindre les 75% à fin 2023.



## ... aux économies d'énergie sur les sites de production

Dans le contexte de sobriété énergétique actuel, Méo-Fichaux s'engage plus que jamais à réduire sa consommation d'énergie sur ses sites de production à travers des équipements et des investissements spécifiques.

Depuis l'investissement dans la construction d'une nouvelle halle de production inaugurée en 2022 (8 M€), l'entreprise continue d'investir pour une production moins énergivore.

Voici quelques exemples des actions menées :

- Évacuation des fumées après catalyse
- Modernisation des brûleurs permettant une économie de la consommation de gaz
- Optimisation des palettisations et des chargements de transport
- Réutilisation de 70 à 80 % de l'air chaud en cycle fermé à la torréfaction

Et celles qui seront menées en 2023 :

- Mise en place de 4 bornes de recharges pour voitures et autres véhicules électriques sur ses sites
- Augmentation du taux de recyclage des fumées d'air chaud sur les torréfacteurs
- Valorisation du marc de café sur nos sites pour le transformer en compost

## DES COLLABORATEURS SENSIBILISÉS

Depuis 2 ans, dans le cadre de la journée de la Terre, nous proposons à l'ensemble de nos salariés et leurs familles, de participer à des ateliers écoresponsables installés au cœur même du site de production de La Madeleine.



En 2023, nous proposerons également d'autres actions aux collaborateurs: fresque du climat, repair café, sensibilisation zéro déchet...

