



LACTEL®, UN LEADERSHIP PÉRENNE SUR LE MARCHÉ DU LAIT

— BILAN 2023 ET PERSPECTIVES 2024 —

EN 2023, LACTEL® CONFORTE SA POSITION DE LEADER SUR LE MARCHÉ DU LAIT

L'an dernier, le marché du lait a été, comme bien d'autres, soumis à l'inflation et à la baisse du pouvoir d'achat des Français. Dans ce contexte, Lactel® a continué à jouer son rôle de leader en proposant des offres adaptées aux familles, en soutenant la catégorie lait à travers sa présence forte sur les médias et en poursuivant sa politique volontariste en matière de RSE.

L'INFLATION IMPOSE SON RYTHME AU MARCHÉ EN 2023

L'an dernier, les Français, qui ont vu leur pouvoir d'achat régresser, ont adapté leurs habitudes de consommation, achetant en moins grandes quantités et à « petits prix ». Une situation qui a profité aux marques de distributeurs. Si Lactel® n'est pas épargnée par ce phénomène, elle parvient toutefois à maintenir son leadership, restant la première marque en valeur avec 21,7 % de part de marché.

Présente depuis 55 ans sur la table des Français, Lactel® a vendu 345 millions de litres de lait en 2023, soit une moyenne de 24,5 litres par foyer acheteur. Elle est aussi leader à marque sur les nouveaux circuits de distribution, tels que le drive ou le proxi, des formats prisés par les Français car ils permettent un plus grand contrôle de la liste de courses dans un contexte inflationniste.

Accessibilité, qualité et variété de produits : les principaux atouts de Lactel®

Pour défendre le pouvoir d'achat et proposer un prix attractif, Lactel® a lancé des formats familiaux de lait classique demi-écrémé (x 8, x 10 et x 12 bouteilles). La marque a également soutenu sa gamme Matin Léger, leader des offres dé lactosées sur un segment en développement (+2,5 %).

En 2023, la gamme bio a quant à elle fêté ses 30 ans. Elle représente toujours une part importante de l'offre de Lactel®, répondant à la demande de près de 28 % des consommateurs de lait. Cet anniversaire a donné lieu à de nombreux temps forts pour accompagner le consommateur dans une meilleure compréhension de la démarche « bio » et ainsi mettre en lumière les savoir-faire des filières agricoles françaises.

Avec près de 40 références, Lactel® offre donc un large choix aux consommateurs, l'un de ses atouts majeurs.

La 1^{re}
contributrice
en valeur
du marché :
21,7 %
de part de marché

La marque
choisie par près
de 1 foyer français
acheteur sur 2 :
45,9 %

345 millions de
litres de lait par
an et 24,5 litres en
moyenne par foyer
et par an

Leader avec
75,6 % de PDM
valeur des laits
dé lactosés

Leader avec
28,1 % de PDM
valeur des laits bio



PRENDRE SOIN DE L'ESSENTIEL : UNE STRATÉGIE 2024 QUI DONNE LA PRIORITÉ AUX FAMILLES

En 2024, Lactel® continuera de s'adresser aux familles afin de leur apporter le meilleur du lait à un prix accessible. Loin de réduire ses ambitions, la marque réaffirme aussi ses engagements auprès de la filière bio, notamment à travers un nouveau partenariat avec l'Association française d'agroforesterie.

DES TEMPS FORTS POUR VALORISER LE PLAISIR DU LAIT



Lactel® multipliera en 2024 les opérations de sensibilisation autour de la place du lait dans l'alimentation. Aliment naturel, riche sur le plan nutritionnel, il est en effet un produit essentiel qui allie à la fois plaisir et santé. Sa forte teneur en calcium et en protéines en fait un allié incontournable du petit déjeuner. Chaque jour, le lait s'invite aussi dans des recettes « maison » pratiques et gourmandes. Un « multi-ingrédient » au cœur d'une alimentation équilibrée et qui reste très accessible. En magasin, plusieurs temps forts, tels que la Chandeleur, rythmeront l'année pour mettre en avant cette variété d'usage et faire (re)découvrir aux familles le plaisir du lait.

LA DÉFENSE DU BIO : UN AXE D'ENGAGEMENT FORT

Pionnière du lait bio, filière qu'elle a créée en France, Lactel® renforce encore ses engagements dans ce domaine et va plus loin cette année avec sa gamme Bio&Engagé en lançant un partenariat avec l'Association française d'agroforesterie (AFAF). Cet acteur accompagnera les éleveurs engagés dans cette filière pour les aider à développer les techniques agroforestières favorisant une agriculture fertile et durable. Un nouveau partenariat qui s'inscrit dans le prolongement de l'action initiée en 2019. Celle-ci a d'ores et déjà permis de planter 49 000 arbres et contribué à préserver 15 000 hectares de biodiversité.

Pour défendre la démarche bio auprès des consommateurs, le temps fort promotionnel « le printemps du bio » sera également reconduit en 2024.



DES ENGAGEMENTS RSE RENFORCÉS AU SERVICE D'UNE FILIÈRE DURABLE

En 2024, Lactel® publiera les engagements de son projet d'entreprise « Lactel® l'Essentiel ». Ils se déclinent autour de 3 axes : le lait, l'humain et la planète.



PRENDRE SOIN DU LAIT

Lactel®, ce sont plus de 2 500 éleveurs partenaires et un process industriel exemplaire qui permettent d'offrir aux consommateurs un lait de qualité, dont les bienfaits sont préservés. Au-delà de la production, la marque porte aussi une mission : celle de sensibiliser les consommateurs autour du rôle du lait dans l'alimentation. À travers sa fondation d'entreprise, Lactel® organise ainsi des opérations « petit déjeuner » qui ont déjà bénéficié à près de 100 000 personnes. L'objectif en 2024 est d'atteindre les 120 000 bénéficiaires.

Un groupe de réflexion, « Lactel® 2050 », mène également un travail prospectif avec des experts internes et externes pour travailler à la durabilité du modèle au bénéfice des générations futures.



PRENDRE SOIN DES FEMMES ET DES HOMMES

Avec 6 laiteries et 1 000 collaborateurs, les femmes et les hommes sont la première richesse de Lactel®. Un capital humain et un vivier d'emplois, mais aussi de formation que la marque s'attache à préserver et à développer. Lactel® est fière d'avoir des collaborateurs impliqués et motivés. Son baromètre managérial 2023 indique en effet un taux d'engagement de 65 %. Un indicateur que l'entreprise veut encore améliorer en 2024 par la prise en compte des attentes exprimées par les collaborateurs.



PRENDRE SOIN DE LA PLANÈTE

La marque œuvre pour un modèle responsable et durable. Le projet d'entreprise « Lactel® l'Essentiel » contient de nombreuses pistes de réflexion pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'eau. Au niveau de la production, 100 % des sites Lactel® sont par ailleurs certifiés ISO 14 001 depuis octobre 2023.

D'ici à 2030, Lactel® ambitionne de réduire son empreinte carbone de 42 % (Scopes 1 et 2) et sa consommation d'eau de 30 %.

Dans le domaine des emballages, Lactel® a été la première marque à lancer une bouteille R PEHD et à intégrer du plastique recyclé dans ses films de regroupement. En 2024, la marque poursuit ses engagements : remplacement des bouchons sur les cafés latte par une solution réduisant de 13 % l'utilisation du plastique ; reconduction de son opération Recycl'lait pour sensibiliser au tri et développement du R PEHD.

Depuis 2021 ont été vendues près de 5 millions de bouteilles R PEHD contenant 30 % de plastique recyclé. En 2024, l'objectif est de commercialiser 10 millions de bouteilles de plus.



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. Lactel est le leader du marché du lait avec 21,7 % de PDM en valeur et 17 % en volume sur le total lait longue conservation**.

* à marque nationale – ** Panel cumul annuel mobile P13 2023 – HM SM HD Drive Proxi