# LE GRAND LIVRE DES MARQUES

**VOLUME V** 

# PREFACE

La question de s'engager ou non ne se pose plus pour les Marques, c'est devenu un prérequis à condition de le faire concrètement et d'en apporter la preuve.

Aujourd'hui, on ne devient pas Marque Préférée des Français® sans un engagement fort et concret.

C'est donc naturellement que nous avons choisi l'engagement comme thématique pour ce cinquième volume afin de comprendre, dans des secteurs très différents, de quelle façon les Marques le mettent en œuvre.

Elles ont été élues Marques Préférées des Français® et quelles que soient leur histoire ou leur catégorie, vous découvrirez les axes choisis, leurs challenges mais aussi comment elles comptent aller plus loin pour s'engager.

Si l'engagement est un indispensable, il n'est pas facteur de différenciation. Plus que jamais dans l'Observatoire des Marques 2022, la confiance et la proximité avec les Français sont les premiers leviers d'attachement.

Vous retrouverez donc enfin ce qui fait l'originalité de cet ouvrage depuis 2011 : la mise en lumière du savoir-faire, des valeurs et du lien qui unit les Français à leurs marques de cœur ainsi que l'éclairage de nos partenaires OpinionWay, l'Union des Marques et l'ADN.

Claire Doin Benjamin Fagot Associés chez Marque Préférée des Français



Parce que le lait est une matière précieuse, pleine de bienfaits mais aussi particulièrement fragile, les équipes de Lactel veillent depuis plus de 50 ans à la protéger et à préserver sa richesse naturelle, pour que les familles puissent en profiter pleinement, et ainsi prendre soin de ceux qu'elles aiment.

# "UN LAIT PRODUIT DANS LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT EST UN LAIT BON POUR LA SANTÉ"

### À PROPOS

**DATE DE CRÉATION : 1967** 

SIÈGE SOCIAL : Laval

PDG : Anne Charlès-Pinault

**SECTEUR D'ACTIVITÉ:**Lait de grande consommation

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2021:** 

305 millions d'euros

**EFFECTIFS 2021:** 1000



### LE SAVIEZ-VOUS?

Au-delà d'être une marque innovante et de qualité, Lactel est également une marque engagée dans le respect de la nature, des animaux et de l'homme. Elle a lancé en 2019 sa fondation d'entreprise, qui est au service de l'ensemble des familles, pour sensibiliser aux bons réflexes de l'équilibre alimentaire, le petit déjeuner des enfants en étant la clé de voûte.

Lactel ne cesse également d'optimiser ses emballages pour atteindre une empreinte écologique plus vertueuse. La marque **intègre 50 % de plastique recyclé dans ses films** de regroupement et investit depuis 2021 dans une technologie d'avenir ; celle du RPEHD en mass balance qui permettra à terme d'intégrer 30 %, voire plus, de plastique recyclé dans les bouteilles.



### ACTUALITÉ ET PROJECTION

- La raison d'être de Lactel est de permettre à tous, quels que soit l'âge ou les besoins, de profiter des plaisirs et des bienfaits naturels du lait. Dans cette optique, Lactel va donc continuer d'investir et d'innover sur le segment des laits délactosés, segment qu'elle a créé en 1998 avec sa gamme Matin Léger, pour répondre aux besoins des consommateurs qui digèrent mal le lait.
- Et comme être leader, c'est aussi agir en acteur responsable dans l'intérêt de tous et de façon durable, Lactel, pionnière du bio, fêtera en 2023 les 30 ans de sa filière Bio. L'occasion de réaffirmer ses engagements forts en faveur de la biodiversité des prés. Elle poursuivra ainsi ses actions sur la plantation de haies (déjà 35 000 arbres plantés), et impulsera de nouveaux partenariats, tels que des ateliers de sensibilisation sur la biodiversité auprès des enfants.

### LES CHIFFRES CLÉS





### LA GRANDE INTERVIEW



### Qu'est-ce qui caractérise une marque engagée ?

C'est avant tout une marque qui est à l'écoute de ses consommateurs. Dans le secteur du lait UHT, c'est une marque qui va avoir à cœur de préserver la naturalité du produit et qui va savoir répondre aux exigences de ses parties prenantes sur les questions environnementales et sociétales.

### Quelles actions menez-vous pour développer cet engagement ?

Nous nous engageons pour l'humain parce que c'est le premier capital d'une entreprise. Nous voulons faire grandir nos collaborateurs et être dans une relation bienveillante avec eux. C'est la même attitude qui nous anime dans notre offre de produits.

Nous nous engageons aussi pour la biodiversité, en plantant des arbres, ainsi que des haies, avec nos producteurs de lait partenaires. Nous en avons planté 35 000 depuis deux ans. Cela concerne aussi l'élevage, pour protéger les bêtes des intempéries.

Nous travaillons aussi sur la circularité de nos emballages. Aujourd'hui nos bouteilles sont 100 % recyclables. Et nous investissons dans une filière de RPEHD

### Anne Charlès-Pinault Directrice Générale de Lactel

afin d'intégrer prochainement du PEHD recyclé au sein de nos bouteilles. Elles peuvent être transformées en tuyaux pour le bâtiment, en sacs poubelles, en sièges auto, ou en équipements à l'intérieur des voitures.

Et bien évidemment, nous nous impliquens sur le sujet de la nutrition puisque nous sommes une entreprise agroalimentaire. Récemment, nous avons lancé une gamme avec des arômes entièrement naturels, ce qui nous permet aussi de réduire le taux de sucre... En outre, nous menons, par le biais de la fondation d'entreprise Lactel, des actions en partenariat avec le Secours populaire pour promouvoir les bonnes habitudes alimentaires auprès des familles défavorisées, notamment sur l'importance d'un petit déjeuner équilibré.

Enfin, nous traitons la question du bienêtre animal, en organisant des formations avec un cabinet vétérinaire, par exemple sur la médecine alternative auprès des bêtes, que nous finançons entièrement.

### Comment embarquez-vous vos collaborateurs sur ces enjeux ?

La meilleure façon de le faire, c'est de les associer. Dès le départ, nous avons



Nous travaillons aussi sur la circularité de nos emballages. Aujourd'hui nos bouteilles sont 100 % recyclables.



présenté aux responsables des différents métiers nos ambitions, notre feuille de route et notre cadre d'action. Depuis, nous nous réunissons à peu près deux fois par an pour définir nos objectifs. C'est clairement un projet qui appartient aux collaborateurs, pas seulement à la direction générale. Ils sont parties prenantes des groupes projets et ce sont eux qui font avancer les actions. C'est ce qui fait que ça fonctionne.

### Quels sont les freins à lever pour pouvoir faire encore mieux ?

Il y a un frein technique. Pour produire du plastique recyclé en boucle fermée, et c'était une première mondiale, il faut faire du recyclage avancé, ce qui est très compliqué et nécessite un temps extrêmement long. Nous comptons travailler avec toutes nos parties prenantes pour réduire ces délais.

Ensuite, il y a un frein réglementaire. Par exemple, nous savons recycler l'eau dans nos industries, mais nous n'en avons pas le droit. Il faut donc faire évoluer le cadre réglementaire.

Et enfin, il y a un frein économique. Le lait est l'une des protéines les plus saines et les plus accessibles. Il faut donc que ces solutions vertueuses n'entraînent pas un surcoût pour les consommateurs.

### À quoi pourrait ressembler l'entreprise idéale de demain dans votre secteur?

C'est une entreprise qui continuera à apporter le meilleur du lait et qui aura su réduire son empreinte carbone. C'est ce que Lactel souhaite devenir.

### MAISON de la LITERIE®

Présente depuis plus de 40 ans dans la vie des Français, la Maison de la Literie œuvre pour le bien-être de ses clients en leur permettant de mieux dormir grâce à une literie de qualité économiquement accessible. En parallèle, le Groupe mise sur une fabrication hexagonale pour réduire son empreinte carbone.



### "NOTRE MISSION EST D'APPORTER À TOUS NOS CLIENTS

### LE MEILLEUR DES SOMMEILS"

### À PROPOS

DATE DE CRÉATION : 1980 SIÈGE SOCIAL : Suresnes PDG : Pierre Elmalek

**SECTEUR D'ACTIVITÉ:** Distribution spécialisée literie

CHIFFRE D'AFFAIRES 2021 : 400 M€

**EFFECTIFS 2021:** 2 200 collaborateurs



### LE SAVIEZ-VOUS?

La Maison de la Literie est fabricantdistributeur depuis 2012. Les gammes de matelas et de sommiers sont fabriquées dans les usines du groupe, qui sont situées en France, en Saône-et-Loire et en Vendée. Le tout à grande échelle, mais avec un mode de confection qui reste en partie à la main. En 2017, Pierre Elmalek, le fondateur de la Maison de la Literie, a révolutionné le marché en créant le Contrat Qualité Service : le concept de **Location avec Option d'Achat** (LOA) est désormais appliqué à l'acquisition d'une literie. Pour les Français, ce fut une révolution qui est toujours d'actualité aujourd'hui. La LOA permet l'accès du plus grand nombre à une literie de qualité.



### ACTUALITÉ ET PROJECT<u>ION</u>

- L'un des axes de développement de la Maison de la Literie se situe à l'international. Le groupe est déjà présent en Suisse, en Tunisie, en Côte d'Ivoire et en Chine. Un nouveau magasin a ouvert ses portes en septembre 2022 à Waterloo en Belgique, et d'autres ouvertures suivront au Maroc et en Pologne.
- La Maison de la Literie vise l'amélioration constante de l'expérience de ses clients en magasin en leur offrant un accueil personnalisé et les meilleurs conseils pour les guider dans leurs choix.
- La Maison de la Literie entend poursuivre son développement sur le haut de gamme via son enseigne Maison de la Literie Prestige avec des matelas et des sommiers d'exception, et des lits cousus main dans le respect des traditions et des matières nobles.

### LES CHIFFRES CLÉS

PLUS DE

300

MAGASINS
À MOINS DE

30 MINUTES DE
CHEZ VOUS

40 ANS D'EXPERTISE ET DE SAVOIR-FAIRE



### LA GRANDE INTERVIEW



Pierre Elmalek Fondateur

### Qu'est-ce qu'une marque engagée pour vous?

Une marque engagée mettout en œuvre pour satisfaire les consommateurs les plus exigeants, tout en optimisant et en préservant les ressources qu'elle a à sa disposition.

### Quels sont les axes majeurs de l'engagement de votre marque?

Nous misons sur une fabrication française, une haute qualité de conception et de fabrication pour améliorer le sommeil des Français, et l'accès au plus grand nombre à une literie de qualité grâce à notre offre de Location avec Option d'Achat (LOA).

#### Comment cela se concrétise-t-il?

Chaque matelas et chaque sommier est confectionné à la main par des maîtres artisans dans nos deux ateliers de fabrication situés dans l'hexagone. Nous sommes très fiers de nos matelas français. Opter pour une fabrication de matelas Made in France, cela signifie également contribuer à l'emploi dans nos régions tout en diminuant notre empreinte carbone.

Nous nous engageons aussi à employer les matériaux les plus nobles et les techniques les plus à la pointe. Nos artisans travaillent dans les règles de l'art pour offrir à nos clients un sommeil toujours plus reposant. Rien n'est aussi vital que le sommeil. C'est un facteur déterminant pour l'équilibre personnel, la forme physique et la qualité de vie. Mieux vous dormez, mieux vous profitez de votre quotidien.

Une bonne literie n'est pas un luxe mais une nécessité. De ce fait, notre mission est d'apporter à toutes et à tous le meilleur des sommeils. C'est pour cette raison que j'ai créé le Contrat Qualité Services en 2017. Chacun peut désormais profiter pleinement de ses nuits en louant un lit de qualité, avec des loyers mensuels qui sont accessibles à tous les budgets.



Opter pour une fabrication de matelas Made in France, cela signifie également contribuer à l'emploi dans nos régions tout en diminuant notre empreinte carbone.

### Comment embarquez-vous vos collaborateurs sur ces enjeux ?

Ces enjeux sont inscrits dans l'ADN de l'entreprise. Nous les vivons et nous les partageons au quotidien. Nous avons un journal interne grâce auquel nous communiquons à nos collaborateurs les actualités et les projets du groupe. Et nous réunissons chaque année notre réseau de franchisés lors d'un séminaire dont la vertu principale est de partager la culture du groupe et les moments de convivialité - comme une famille! C'est aussi ce qui fait notre force aujourd'hui.

### Comment mesurez-vous et pilotez-vous le succès de vos actions ?

La satisfaction des clients se vit et se mesure en magasin. Notre réseau de franchisés est très précieux pour mesurer la performance de nos opérations, et pour faire remonter les améliorations possibles.

### À ce stade, qu'est-ce qui vous empêche d'aller plus loin?

Nous avons encore beaucoup de projets à réaliser : développement de produits, développement du réseau, développement de l'expérience en magasin. Rien ne nous empêche d'aller plus loin, seul le temps peut peut-être nous ralentir!