

SODIAAL : 1^{er} groupe coopératif Laitier Français

2,2 milliards de litres de lait collecté

2,2 Milliards d'Euros de Chiffre d'affaires (hors Yoplait)
(dont 16% à l'international)



3 646 salariés en Europe, 5 filiales détenues à 50 % :

	Activité, <i>marques</i>	CA
	Fromages , <i>Cœur de Lion, Rustique, Riches Monts</i>	680 M€
	Laits en Poudre, concentrés, Infantiles	80 M€
	Beurres et crèmes	300 M€
	Poudres de Lait, Ingrédients laitiers	95 M€
	Ultra Frais, <i>Yop, Perle de Lait, Petits filous</i>	1 018 M€

Données 2007



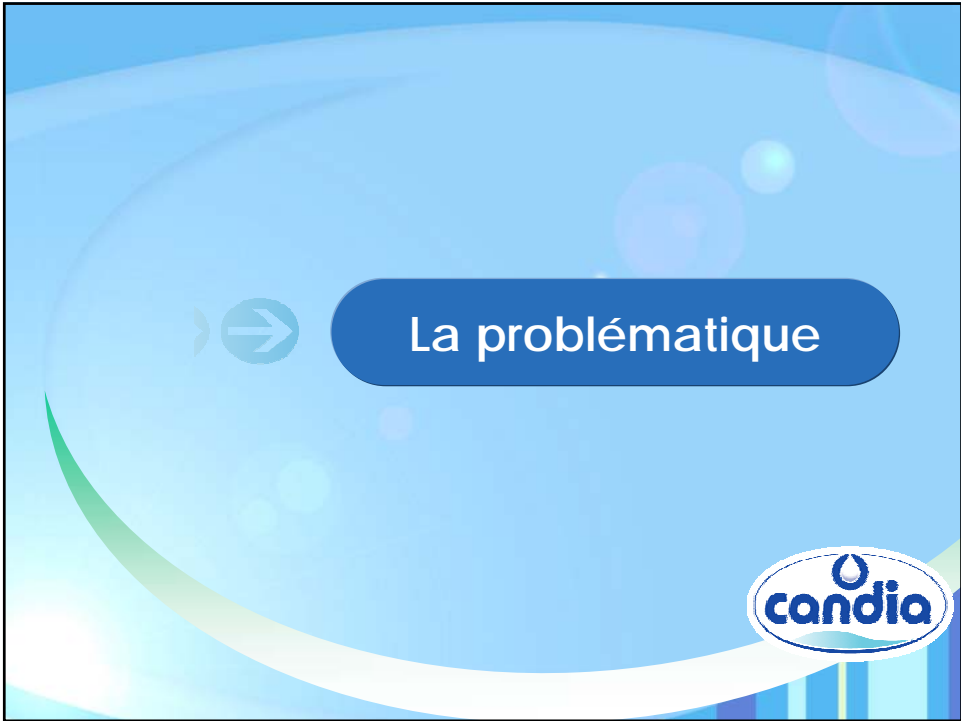
CANDIA : 1^{ère} marque de Lait en France

	Volumes (en ML)	Parts de marché Volume	CA (en M€)	Parts de marché Valeur
CANDIA	365,1	16,9	377,8	20,1
LACTEL	311,1	14,4	355,3	18,8

Portefeuille
de marques



Sources Panels IRI – Cumul Annual Mobile à fin Septembre 2009



SODIAAL / CANDIA : Une collecte de lait atypique

SODIAAL

2,2 milliards de litres de lait collectés dans 60 départements (sur 95)

9,700 producteurs

Une moyenne de 227,355 litres de lait / producteur

50 % de la production Française sur 4 régions : Haute et Basse Normandie, Bretagne, Pays de la Loire
 Seulement **18 %** pour SODIAAL

14 % de la production Française en Zone de Montagne

28 % pour SODIAAL

candia

Le Lait de Montagne, une valorisation très difficile

AUCUNE VALORISATION SIGNIFICATIVE VS DES CONTRAINTES ECONOMIQUES FORTES

Source : CNIEL

La production laitière de montagne (lait de vache) représente 3,4 milliards de litres en 2007 sur un total de 23.6 milliards de litres.

- Une production par exploitation plus faible de 20% en volume
- Des coûts de production supérieurs de 14% environ
- Des surcoûts de collecte (3,5 à 15 %)

Le lait valorisé avec la mention « montagne » ne représente que 4 % du lait de vache collecté en zone de montagne.

UN MARCHÉ PARTICULIÈREMENT BANALISÉ

Source: Panel TNS

Moins de 10% des consommateurs Français estiment que les marques nationales de lait sont de meilleure qualité que les marques de magasin.

Une seule Enseigne (Carrefour) a développé un Lait de Montagne, avec un prix de vente équivalent au prix moyen du Marché



Oui aux petits producteurs



Oui aux petits producteurs, avant tout une logique économique et écologique pour la coopérative

Ce développement repose sur un des principes phare de la Coopérative SODIAAL : la solidarité :

=>1 homme = 1 voix (les producteurs sont tous actionnaires de Sodiaal)

=>Pas de distinction économique entre petits et gros producteurs, zone de montagne et zone de plaine.

Oui aux petits producteurs revêt également un enjeu fort d'allier le développement économique des petites exploitations et critères environnementaux engageants.

=>Commercialisation d'un lait spécifique et valorisé durant la période de conversion vers une agriculture Biologique (2 à 3 ans)...

=>... en s'appuyant sur un véritable potentiel sur le MARCHÉ du lait en France et des moyens promotionnels comparables à n'importe quelle innovation.

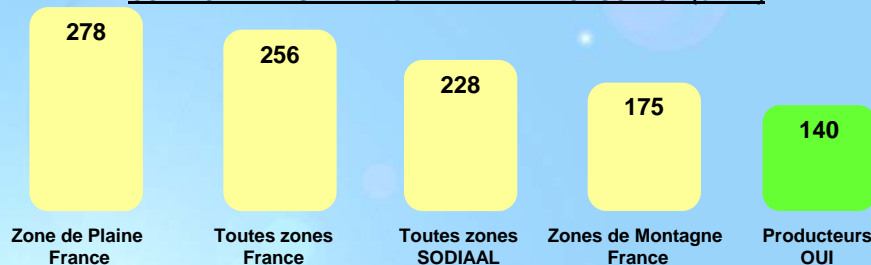


Un Cahier des Charges précis

Des producteurs situés en zone difficile d'accès (Zone de Montagne, Massif Central)

Des producteurs dont la collecte est inférieure à la moyenne nationale

COLLECTE ANNUELLE MOYENNE PAR PRODUCTEUR (en KL)



Des producteurs qui s'engagent dans la reconversion de leur exploitation en agriculture Biologique



Une démarche en relation étroite avec la « réalité » du marché

Une offre qui doit nécessairement trouver « sa place » sur le marché.
Une logique de création de valeur par une démarche « amont » que le consommateur doit accepter de payer plus cher pour être viable à long terme

Les « bénéfices » de « Oui aux petits producteurs » :

ENVIRONNEMENT
Une production qui tend à devenir Biologique.
Un emballage plus écologique



ECONOMIQUE ET SOCIAL
Un soutien « solidaire » au développement économique des producteurs et à la préservation de leurs territoires

VISIBILITE
Une valorisation du territoire par une communication s'appuyant sur l'image positive associée au MASSIF CENTRAL



Un petit producteur de lait peut-il vous plonger au cœur du Massif Central ?

ENGAGEMENT DE CANDIA N°1 :
OUI À LA SAUVEGARDE DES RÉGIONS !

En maintenant la présence d'exploitations familiales dans des zones de montagne, vous participez à la préservation de la vie économique en milieu rural.

Un petit producteur de lait peut-il récolter la fine fleur du lait ?



**PROTEGEZ
Tous les
Produits**

respirez !

Qui
AUX PETITS
PRODUCTEURS !

Lait demi-crème

UN LAIT SOUS-ABRÉ
ISSU D'EXPLOITATIONS
FAMILIALES DU
MASSIF CENTRAL

condia

**ENGAGEMENT DE CANDIA N°2 :
OUI À L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE !**

Les pâturages préservés du Massif Central permettent aux petits producteurs de garantir un lait d'un goût et d'une qualité exceptionnels.

condia

Un petit producteur de lait peut-il vous emmener au sommet du goût ?



**PROTEGEZ
Tous les
Produits**

respirez !

Qui
AUX PETITS
PRODUCTEURS !

Lait demi-crème

UN LAIT SOUS-ABRÉ
ISSU D'EXPLOITATIONS
FAMILIALES DU
MASSIF CENTRAL

condia

**ENGAGEMENT DE CANDIA N°3 :
OUI À LA SAUVEGARDE DES RÉGIONS !**


Pour contribuer à sauvegarder les ressources et l'équilibre naturel de nos montagnes, les petits producteurs se sont engagés à développer leur exploitation vers une agriculture biologique.

condia

Un petit producteur peut-il préserver toute la nature de son lait dans une brique ?

ENGAGEMENT DE CANDIA N°4 : OUI AU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT !

Les petits producteurs ont choisi un emballage carton issu de ressources renouvelables, qui préserve toute la qualité de leur lait.



Oui !... mais...



Après 1 an et demi, encore du chemin à parcourir

Malgré de lourds investissements, le produit peine à décoller...

Un niveau de rotation en magasin qui ne laisse pas le temps d'installer durablement le produit dans les linéaires....

....alors même que ce type de démarche demande beaucoup de temps pour se faire connaître

Un offre qui séduit mais une notoriété malgré tout faible et une véritable difficulté à émerger.

Cependant,

Une démarche porteuse d'avenir que CANDIA entend maintenir et poursuivre durablement.

Un produit fidèle aux valeurs de la coopérative SODIAAL et à ce jour meilleur moyen d'expression de l'identité du groupe et de sa spécificité économique et géographique.

Un écho positif parmi les instances qui se penchent depuis longtemps sur cette problématique



Bilan et perspectives

