

# Dossier de Presse

2 & 3 avril 2009



Conférence de presse

---

**Contact presse : Bureau de Presse Agroalimentaire Laurence Maignan**  
laurence.maignan@bureaudepresseagro.com - Tel : 02 99 35 01 21



# Sommaire

---

Communiqué de synthèse	Page 1
Fiche d'identité	Page 2
Qui sommes-nous ?	Page 3-4
Projet Cap 2010	Page 5
Bilan 2008	Page 7
Objectifs 2009	Page 8
Les innovations 2009	Page 9-10-11-12
La Gamme Le Guillou	Page 13-14
Plan de communication 2009	Page 15-16

## Communiqué de Synthèse

### **Pâtisseries Gourmandes garde le cap pour 2009**

**Pâtisseries Gourmandes SA, spécialisée dans la fabrication de gâteaux et biscuits de tradition familiale, dévoile lors de sa conférence de presse des résultats 2008 en forte progression et une stratégie ambitieuse pour l'année 2009.**

Le Projet Cap 2010, présenté à la presse il y a tout juste un an et visant à atteindre une taille critique, a porté ses fruits. En effet, Pâtisseries Gourmandes affiche en 2008 un C.A. de 104 M€, en progression de 12,6 % par rapport à l'année précédente, soit près de cinq fois la progression du marché, avec une production de 32 500 tonnes.

Ces résultats prometteurs font suite à la mise en place d'une nouvelle organisation, à la remise à plat complète des gammes et à de forts investissements réalisés sur les marques (+ de 6 M€).

#### **La refonte de la marque Ker Cadélaç**

Pour rappel, la marque Ker Cadélaç a bénéficié en 2008 de la mise en place d'une nouvelle identité visuelle très impactante (logo + packagings) et d'une vraie segmentation de gammes (Achat malin, Quotidien gourmand et Tradition bretonne). Enfin, elle est venue se substituer à la marque Le Guillou en Distribution Automatique et en RHD, ce qui lui a permis de gagner en visibilité.

Cette nouvelle stratégie a permis de concentrer l'ensemble des moyens sur une marque forte et de multiplier les occasions de contacts avec les consommateurs (40 millions d'unités vendues par an, tous circuits confondus). Ker Cadélaç a d'ailleurs bénéficié pour la première fois de son histoire d'une campagne de communication grand public d'envergure nationale (Affichage + Presse), générant plus de 100 Millions de contacts. Enfin, 2008 est avant tout l'année du « Moelleux »! Ce nouveau produit a su s'imposer dans toutes les enseignes, où il s'en est vendu plus de 300 tonnes en huit mois.

#### **De belles ambitions pour 2009,**

En dépit d'un contexte économique tendu, Pâtisseries Gourmandes garde le cap en 2009 et souhaite plus que jamais devenir le leader de la pâtisserie en France avec un objectif de croissance de + 25 % en deux ans pour atteindre 130 M€ de C.A. en 2010.

Pour cela, la marque renforce son programme de communication et annonce le lancement d'une campagne d'affichage en deux vagues, la création d'un nouveau site Internet, des animations fortes en grande distribution et en distribution automatique.

Parallèlement, la marque peut compter sur des innovations majeures en 2009 : gamme complète de barres marbrées, gaufres, gamme sans sucre et produits Bio, pour l'aider à relever ce nouveau défi.

## Fiche d'identité

---

•Raison sociale	: Pâtisseries Gourmandes SA
•Marques	: Ker Cadélaç / Le Guillou
•Adresse	: Rue du Bourgeon – BP 217 – 22602 LOUDEAC Cedex
•Téléphone	: 02 96 66 17 17
•Site internet	: <a href="http://www.kercadelac.fr">www.kercadelac.fr</a>
•Email	: <a href="mailto:accueil@kercadelac.fr">accueil@kercadelac.fr</a>
•Contact Presse	: Laurence Maignan – tel : 06 63 57 95 36
•Date de création	: Le Guillou 1949 / Ker Cadélaç 1968 / Pâtisseries Gourmandes 2001
•Sites de Production	: 4 unités, Loudéac (siège) / St Tugdual / Tourc'h / Carhaix
•Surface de production	: 13 100 m <sup>2</sup>
•Effectif global	: 410 collaborateurs
•Capacité/an	: 35 000 tonnes
•CA 2007	: 92.3 M€
•CA 2008	: 104 M€
•Export :	: 5 %
•Normes de qualité	: Certification IFS niveau supérieur / ISO 9001 version 2000 Agriculture Biologique AB (site de Saint Tugdual) / BRC en cours

## Organigramme

---

- Président : *Mickaël Le Jossec*
- Directeur Commercial : *Franck Decourval*
- Directeur Industriel : *Xavier Lalanne*
- Directeur Administratif et Financier : *Jean-Yves Marquer*
- Directeur Marketing : *Jérôme Nalliod-Izcard*
- Chef de Groupe Gâteaux à Partager : *Benoît Chauvin*
- Chef de Produit Sénior Gâteaux Individuels : *Elise Peeters*

## Qui sommes-nous ?

**Pâtisseries Gourmandes est une société bretonne spécialisée dans la production et la commercialisation de gâteaux et biscuits de tradition familiale : quatre-quarts, madeleines, palets, galettes, gâteaux bretons...**

Elle affiche un chiffre d'affaires de 104 M€ pour une production de 32 500 tonnes et emploie 410 salariés.

Cette société est le fruit de la fusion de plusieurs entreprises initialement indépendantes comme Ker Cadélaç et Le Guillou, qui se sont regroupées en 2001 sous la même entité juridique : Pâtisseries Gourmandes.

## La Production

La fabrication est répartie sur 4 sites de production spécialisés : Loudéac (siège), St Tugdual, Tourc'h et Carhaix, situés au cœur de la Bretagne, qui disposent depuis 2002 d'une plateforme logistique commune.

Les produits fabriqués sont principalement issus de **recettes traditionnelles bretonnes** avec des gammes qui s'étendent des produits à partager (ex: quatre-quarts, barres, et gâteaux bretons), aux produits individuels (ex: madeleines, palets et galettes).

## Une présence multi-circuits

Ces gammes sont présentes sur différents circuits de distribution, que sont : la Grande Distribution, la Restauration Hors Domicile, la Distribution Automatique, les Grossistes et se développent également à l'export (5 % du C.A.).

Pâtisseries Gourmandes est un intervenant incontournable sur le marché de la «Pâtisserie à Partager», avec 17,6% de parts de marché en France et grâce à son cœur de métier, le Quatre-Quarts, pour lequel elle possède 24,2% de parts de marché.



## Qui sommes-nous ?

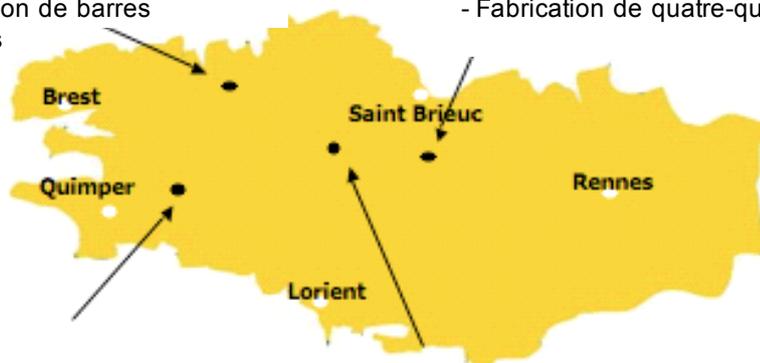
### 4 sites de production au cœur de la Bretagne

#### CARHAIX :

Site de production certifié IFS  
- 6000 tonnes produites en 2008  
- Fabrication de barres bretonnes

#### LOUDEAC :

Siège social + Site de production certifié IFS  
+ plateforme logistique  
- 15 600 tonnes produites en 2008  
- Fabrication de quatre-quarts et barres bretonnes



#### TOURC'H :

Site de production certifié IFS  
- 4600 tonnes produites en 2008  
- Fabrication de Madeleines, Brownies, Gâteaux fourrés, gâteaux bretons, quatre-quarts

#### SAINT -TUGDUAL :

Site de production certifié IFS  
- 6000 tonnes produites en 2008  
- Fabrication de Palets, Galettes, Rochers coco, Moelleux

### Nos Valeurs

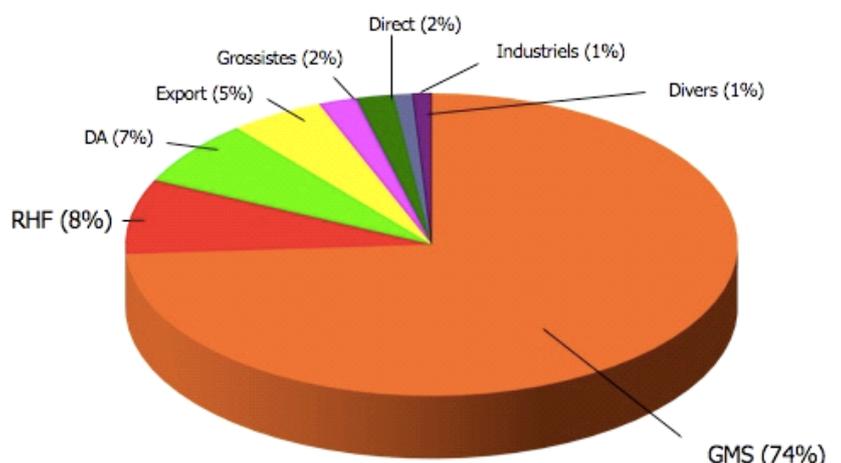
**Le Respect**, une valeur transversale qui s'applique aux individus, mais aussi à ses outils, ses marques, ses engagements et à l'Environnement.

**L'Exigence**, sur tous les plans.

**Le Pragmatisme**, synonyme d'esprit pratique, de bon sens, de simplicité et de réalisme.

**La Convivialité**, l'entreprise se veut chaleureuse et agréable.

### Répartition des ventes

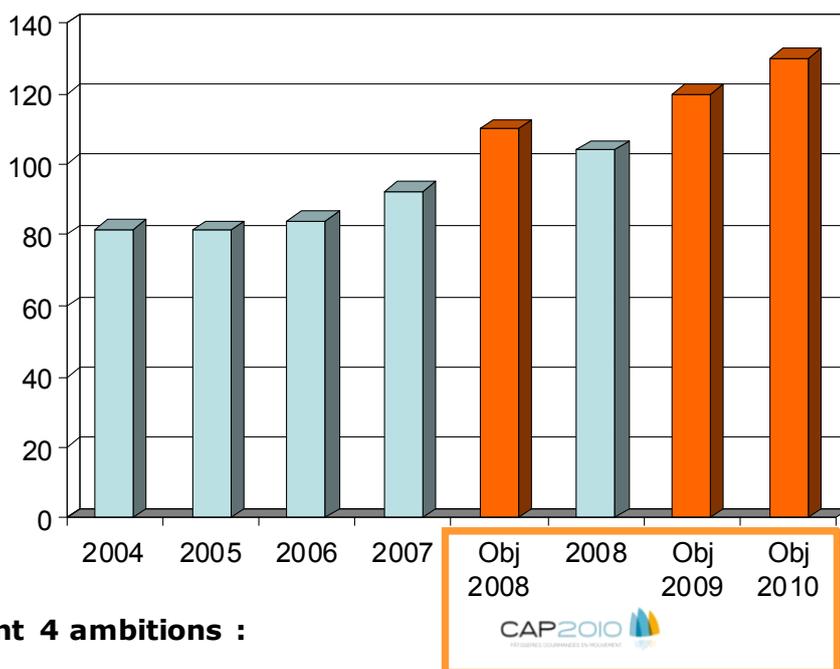


## Le Projet Cap 2010



Afin de structurer et appliquer une nouvelle stratégie globale de croissance, la Direction a défini un Projet à 3 ans, baptisé Cap 2010 avec pour objectif de faire de Pâtisseries Gourmandes :

### Le Leader incontournable de la Pâtisserie en France en 2010



et ce, suivant 4 ambitions :

**- Ambition Clients :**

Satisfaire les attentes des consommateurs de gâteaux et de biscuits avec des produits bons, sains et sûrs.

**- Ambition Collaborateurs :**

Développer la compétence et la motivation de chaque collaborateur.

**Ambition Pâtisseries Gourmandes :**

Accélérer le développement rentable de Pâtisseries Gourmandes.

**- Ambition Partenaires :**

Donner durablement à l'ensemble de nos partenaires l'envie de collaborer avec nous.

Chacune de ces 4 ambitions est ensuite déclinée en 3 priorités puis en actions concrètes pilotées au quotidien grâce à des indicateurs spécifiques.

## 2008, un grand cru pour Pâtisseries Gourmandes

L'année 2008 a marqué un véritable tournant pour Pâtisseries Gourmandes.

### Un chiffre d'affaires en progression

Avec un chiffre d'affaires s'élevant à 104 M€, en hausse de 12,6 %, l'entreprise s'impose définitivement comme l'un des leaders de la Pâtisserie en France.

### Des investissements conséquents

Ces résultats prometteurs sont le fruit de la remise à plat complète des gammes et des forts investissements (+ de 6 M€) réalisés sur les marques, tant sur le plan du marketing que de la communication, mais également sur les lignes de production et dans la structure commerciale, avec l'embauche de dix nouveaux vendeurs.

### La refonte de la marque Ker Cadéac

Pour rappel, la marque Ker Cadéac a bénéficié de la mise en place d'une nouvelle identité visuelle très impactante (logo et packagings) et d'une vraie segmentation de gamme (Achat malin, Quotidien gourmand et Tradition bretonne). Enfin, elle est venue se substituer à la marque Le Guillou en Distribution Automatique et en RHD, ce qui lui a permis de gagner en visibilité.

### Un plan de communication national

Par ailleurs, la marque Ker Cadéac a bénéficié pour la première fois de son histoire d'une campagne de communication grand public d'envergure nationale (Affichage + Presse) générant plus de 100 Millions de contacts.



### Le Moelleux, un lancement phare de 2008

Enfin, 2008 est avant tout l'année du « **Moelleux** »!

Ce nouveau produit a su s'imposer en quelques mois dans toutes les enseignes, où il s'en est vendu plus de 300 tonnes en huit mois.



## 2008, une nouvelle segmentation de l'offre



### Tradition bretonne



3€

### Quotidien gourmand



2€

### Achat malin



## 2009, une année charnière

### **Pâtisseries Gourmandes garde le cap**

En dépit d'un contexte économique inédit, marqué par des cours de matières premières volatiles, de réelles inquiétudes concernant le pouvoir d'achat des consommateurs et une perte des repères nutritionnels, Pâtisseries Gourmandes garde le cap en 2009 et souhaite plus que jamais devenir le leader de la pâtisserie en France avec un objectif de croissance de + 25 % en deux ans pour atteindre 130 M€ de C.A. en 2010.

#### **1 - Consolider le cœur d'activité sur les gâteaux à partager**

Pâtisseries Gourmandes fabrique 41,9 % des gâteaux à partager en GMS et souhaite consolider cette position de leader en 2009 grâce aux investissements prévus en matière de communication et au lancement de 3 nouvelles recettes de barres marbrées.

#### **2 - S'imposer sur le segment des gâteaux individuels**

Avec une position encore faible sur ce segment en GMS, Pâtisseries Gourmandes dispose d'un fort potentiel de développement qui sera exploité en 2009 avec la mise en place d'animations fortes en magasin et à l'introduction de nouveautés en fin d'année.

#### **3 - Consolider sa position sur le marché des biscuits bretons.**

### **4 - Conforter son leadership en D.A.**

Leader incontesté de la pâtisserie en DA avec plus de 17 millions de produits vendus en 2008, Pâtisserie Gourmandes a effectué un repositionnement complet de ses produits en les regroupant sous une seule et même marque : Ker Cadélaç, sur tous les circuits de distribution!

En 2009, Ker Cadélaç continue sur sa dynamique et conforte sa position de leader en s'appuyant sur trois leviers principaux pour animer le circuit de la Distribution Automatique tout au long de l'année : l'innovation, l'animation sur le lieu de vente et la communication.

### **5 - Proposer une offre encore plus adaptée à la RHD**

Principalement présente en restauration collective, la marque s'attache à répondre aux attentes des marchés publics en se conformant aux recommandations du PNNS2 et en proposant des produits d'un excellent rapport qualité-prix, ce qui donne naissance en 2009 au lancement d'une nouvelle gamme de goûters sans sucre et à une nouvelle gamme Bio, toutes deux particulièrement bien accueillies.

## Les Innovations 2009

**Ker Cadélaç innove avec une offre économique en réponse aux attentes des consommateurs : Un Gâteau à Partager conçu pour une utilisation familiale dont le bénéfice est le meilleur rapport Quantité / Qualité / Prix.**

### La nouvelle gamme Marbrée

Après le succès de la Barre Marbrée Cacao 500G, qui bénéficie d'un excellent taux de rotation\* en magasin, Ker Cadélaç décline son offre avec 3 nouvelles références de barres marbrées :

- La barre marbrée saveur fraise
- La barre marbrée saveur caramel
- La barre marbrée saveur praliné

qui viennent compléter la gamme Achat Malin de la marque.

Par ailleurs, la barre marbrée s'adapte parfaitement au contexte économique actuel. Elle permet, en effet, de réaliser **20 belles tranches** à déguster au goûter ou au petit-déjeuner **pour moins de 2 €**.

Enfin, la nouvelle gamme de marbrées se démarque par **une composition sans arôme ni colorant artificiels**, qui répond aux attentes de bon nombre de consommateurs.

\* La barre marbrée Ker Cadélaç est la première rotation des marques nationales de gâteaux à partager VMM hypers = 92 unités



Lancement : 1<sup>er</sup> Avril 2009  
Prix de vente consommateurs  
recommandé : 1,80 €  
Poids net : 500 g  
Vendus par 12  
DLUO : 30 jours

## Les Innovations 2009

*Ker Cadélac lance à partir d'avril deux nouvelles références « Impulsion » en Distribution Automatique :*

### Les Gaufres

La marque s'approprie ainsi le traditionnel goûter de notre enfance, synonyme de plaisir et de gourmandise...

Ces gaufres Ker Cadélac, savoureuses et particulièrement fondantes, pensées pour répondre aux envies de chacun, se déclinent en 2 versions :

- **La Gaufre Saveur Vanille 60 g** , parfaite pour combler les petits creux . Elle est, en effet, légère et savoureuse grâce à sa texture aérée et son goût subtil de vanille.

- **La Gaufre Tout Cacao 90 g**, plus adaptée aux grosses faims ou aux élans de gourmandises grâce à son format généreux et son enrobage chocolat sur les 2 faces...



Conditionnement : 30 UVC par colis  
DLUO : 50 jours  
Lancement : Avril 2009  
Circuit : Distribution Automatique

## Les Innovations 2009

### Une Gamme Sans Sucre pour la Restauration

Ker Cadélaç innove avec le lancement d'une gamme de pâtisseries sans sucre ajouté destinée au marché de la restauration collective et plus précisément aux personnes touchées par une pathologie telle que le diabète.

La gamme est composée de 4 références présentées en sachets individuels colorés et séduisants :

- Madeleines (25 g)
- Mini cake citron (30 g)
- Mini cake framboise (30g)
- Mini cake cacao (30g)

Bien que ces pâtisseries soient réalisées sans sucre, elles n'en sont pas moins gourmandes et savoureuses ! Un édulcorant (le maltitol) confère en effet, à ces gâteaux une petite touche de douceur. De plus, Ker Cadélaç n'utilise, dans ces recettes, que des matières premières de qualité supérieure : farine de blé, oeufs frais, beurre pâtissier etc. pour garantir aux consommateurs un pur moment de plaisir !



**Mini cakes : conditionnements x 60**  
**DLUO : 75 j**  
**Madeleines: conditionnement x 120**  
**DLUO : 90 j**  
**Disponible chez les distributeurs**

## Les Innovations 2009

### Une nouvelle Gamme Bio pour la Restauration

Pour répondre aux nouvelles attentes du marché, Ker Cadéac lance une nouvelle gamme de goûters BIO destinée au marché de la restauration collective.

En effet, en RHD, le Plan National Nutrition Santé (PNNS) fixe de nouvelles exigences nutritionnelles : l'objectif du gouvernement est d'incorporer 20% de produits biologiques dans la composition des repas en restauration collective d'ici à 2012.

La gamme est pour le moment composée de 2 références incontournables présentées en sachets individuels :

- Madeleine BIO pur beurre (25 g)
- Gâteau aux pépites de chocolat BIO (30 g)

A cette occasion, les packagings ont été revisités afin d'intégrer de façon très impactante une nouvelle signalétique BIO.

**Gâteaux aux pépites de chocolat Bio :**  
conditionnements x 60

**DLUO : 75 j**

**Madeleines Bio :**

conditionnement x 120

**DLUO : 90 j**



## La nouvelle Gamme **Le Guillou**

**Au même titre que Ker Cadélaç, la marque Le Guillou bénéficie depuis fin 2008 d'une nouvelle identité visuelle comprenant la refonte du logo et de l'ensemble des packagings.**

La marque Le Guillou se positionne comme une marque régionale Bretonne, prioritairement réservée à la commercialisation sur cette région.

En deux mots, Le Guillou, c'est la Bretagne qui défend, chez elle, son terroir et son savoir-faire



## Les nouveautés 2009 **Le Guillou**



**Le Gâteau Breton  
1/2 Lune aux pommes 400 g.**



## Plan de Communication 2009

Après une première campagne de communication nationale en 2008, axée sur le lancement du « Moelleux », la communication 2009 devient plus globale afin de contribuer à développer la notoriété et le contenu d'image de la marque Ker Cadélaç.

### Une campagne d'envergure

Une première vague d'affichage 4x3 sera déployée entre le 18 mai et le 7 juin 2009 dans les principales zones de chalandise de France avec un objectif de plus de 360 millions de contacts, puis sera suivie d'une autre vague à l'automne.



### La refonte du site internet

Après le repositionnement de la marque Ker Cadélaç, effectué en 2008, Pâtisseries Gourmandes souhaite intégrer internet comme un média incontournable dans sa politique de communication.

L'objectif étant de développer sa notoriété, de renforcer la proximité avec les consommateurs et de générer du trafic autour de la marque.

Le nouveau site **www.kercadelac.fr** sera en ligne à partir du 1er avril 2009. Il se veut clair et intuitif, préparant une réelle interactivité avec les consommateurs. Le nombre de rubriques est volontairement limité, mais l'attractivité est forte avec la présentation de la gamme, la mise en scène de la Bigoudène, des actualités, des jeux en ligne et des recettes.



## Embarquez pour l'aventure « Destinations Madeleine » !

**Chose promise, chose due ! Ker Cadélaç avait annoncé une année 2009 très dynamique sur le circuit de la Distribution Automatique et en GMS et elle s'y tient...**

En effet, la marque, s'approprie le territoire de « la Madeleine » de façon originale et décalée, par le biais d'un jeu intitulé :

«**Destinations Madeleine**». Ce dernier a pour objectif de faire gagner aux consommateurs des escapades en lien avec la « Madeleine ».

**Bienvenue sur**

[www.destinationsmadeleine.com](http://www.destinationsmadeleine.com)



Organisée du 1er Avril au 31 Juillet, l'opération sera véhiculée sur les packs de **4 références vendues en Distribution Automatique à marque Ker Cadélaç** :

- Les « 6 Madeleines Moelleuses Extra 84 g »
- Les « 4 Madelons Pépites de Chocolat 80 g »
- Le « P'tit Guillou Cacao 80 g »
- Le « P'tit Guillou Framboise 80 g »

Ces « best sellers », annonceurs du jeu, seront expédiés de mi-Mars à fin Avril 2009 aux revendeurs nationaux, permettant ainsi une croissance de leur chiffre d'affaires via le développement des rotations.

**La marque s'appuie également sur sa forte présence en GMS pour décupler l'impact de cette opération.** En effet, les références de Madeleines Ker Cadélaç vendues en GMS seront également porteuses de l'offre.



### Pour le consommateur, la marche à suivre est très simple :

Il se connecte au site internet **www.destinationsmadeleine.com**, il s'inscrit en remplissant un formulaire, puis répond à 3 questions portant sur la Madeleine et la marque Ker Cadélaç. A la validation du Quizz, le consommateur découvre s'il a gagné ou non. Il ne peut jouer qu'une seule fois par jour, cependant il peut retenter sa chance une seconde fois, dans la même journée, en parrainant 3 amis.

Pour les plus chanceux, une croisière en « Baie de la Madeleine », en Norvège, est à gagner. D'autres gourmands, 20 plus précisément, pourront bénéficier d'un week-end, dans un hôtel 3\* du quartier de la Madeleine, à Paris.