

Laïta veut garder son avance dans le beurre moulé

ANCENIS (44) ♦ Le groupe laitier lance un nouveau beurre et annonce la modernisation de ses beurreries.

Fondée en 2009, Laïta* s'est fixé comme mission de valoriser le lait des adhérents de ses coopératives actionnaires, dont la production a augmenté de 20 % depuis sa création. Dans un contexte laitier largement désorganisé par la fin des quotas européens et l'embargo russe, la compétitivité et la quête de la valeur ajoutée sont au cœur de la stratégie du groupe. Sa marque, Paysan Breton, s'est hissée dans le top 30 des marques les plus achetées en France. Elle propose de la crème fraîche, du beurre, des fromages fouettés, du lait ribot ou fermenté, et depuis peu des crêpes et du caramel... au beurre salé. « Paysan Breton est leader des beurres moulés doux et demi-sel, avec près de 45 % des volumes. Sur le segment, la marque gagne +9,6 %, face à des MDD en recul de 8,6 % et dans un marché global du beurre qui perd 1,1 % de ses volumes », souligne Véronique Ayres, chef de groupe marketing. Forte de cette position, la marque a décidé d'innover, en créant une nouvelle catégorie, entre le beurre doux et le demi-sel



1



2



3

(lire l'encadré). Baptisé La Pointe de Sel, ce produit vise à initier aux saveurs salées les adeptes du doux (45 % d'acheteurs exclusifs), tout en proposant une alternative moins salée aux inconditionnels du demi-sel.

Laïta exploite deux beurreries, à Ancenis (44) et Landerneau (29), taillées pour élaborer globalement près de 50 000 t par an. À Ancenis, la beurrerie a été créée en 1978. « Elle emploie 65 salariés et traite 300 millions d'équivalents litres de lait, dont 70 % traités à Ancenis. Globalement, 60 % de sa production est signée Paysan Breton », explique Véronique Mérot, sa directrice. Elle rappelle que les investissements ont été multipliés par cinq entre 2012 et 2016. En particulier, un deuxième pasteurisateur de crème a été installé (20 000 l/h de capacité), les corps des deux butyrateurs ont été rénovés et certaines des douze lignes de conditionnement renouvelées. **Après ce premier schéma directeur qui a permis de développer la production de 19 % depuis 2011, un second plan vient d'être**

La beurrerie d'Ancenis est logée dans l'un des principaux sites du groupe (photo 1), qui y élabore 21 700 t de beurres, 21 000 t de fromages à pâte molle et 38 500 t d'ingrédients secs. Pasteurisée (2) puis maturée, la crème est barattée dans deux butyrateurs (3). Salé ou non, le beurre est ensuite moulé.

EN CHIFFRES

- CA 2015: 1,3 Md€.
- Effectif: 2 670 salariés.
- Outils: 8 sites industriels.
- Export: 35 %.
- Paysan Breton: 15 % du CA et 30 % de l'activité PGC du groupe.

validé par la direction pour accompagner une croissance des volumes de 5 à 10 % en cinq ans. Il fixe trois priorités: mettre le cap sur la valeur de la marque, améliorer l'organisation et le pilotage des flux poussés et tirés de crèmes (anticipation de la production de crème et des demandes des clients en spécialisant les outils par types de marchés, par exemple), et rationaliser les outils industriels. Le groupe annonce ainsi vouloir investir 24 M€, à parité entre ses deux beurreries. De quoi améliorer la gestion globale de la ressource laitière, dans la perspective de l'entrée en activité de la nouvelle tour de séchage de Créhen (22).

FRANÇOIS BIAGGINI

*Laïta est détenue par les groupes coopératifs Even (51 %), Terrena (31 %) et Triskalia (18 %).

La Pointe de Sel entre salé et doux

♦ **Ni tout à fait doux, ni tout à fait salé.** La Pointe de Sel est en fait un beurre « quart de sel ». « Sa mise au point a nécessité dix-huit mois et plusieurs phases de test », reconnaît Sabine Humbert, responsable R & D. Il contient 1,4 % de sel (1,2 % de sel ajouté et 0,2 % naturellement présent), contre 2 % pour le demi-sel Paysan Breton. Cela fait de lui un beurre demi-sel d'après la

réglementation (doux: inférieur à 0,8 %, demi-sel: inférieur à 3 %).

♦ **Paré de violet, mélange du bleu du doux et du rouge du demi-sel,** il est présenté en format 250 g (1,89 €). Paysan Breton vise 2 % du marché les trois prochaines années avec

La Pointe de Sel, dont le lancement sera soutenu par une campagne massive (télé et presse).



DOMINIQUE-GUILLEME BREIST