

LES MARCHÉS **crémérie**

DES YAOURTS EN SEAUX DE 1 KG

Michel & Augustin jouent les pots de vache

Ils annonçaient une révolution. Michel & Augustin sortent des yaourts en seaux de 1 kg, un format inédit sur ce marché. Fidèle aux valeurs de la marque, la nouvelle gamme se veut naturelle, gourmande et drôle.

Après les vaches givrées et les vaches à boire, les vaches en pots. Michel & Augustin présentent leurs nouveaux yaourts comme une révolution au rayon ultra-frais. La marque au ton décalé créée en 2004 n'en est pas à son premier fait d'armes. Elle a notamment sorti en 2006 les vaches à boire au format 500 ml, qui se veulent complémentaires du fameux Yop, ainsi qu'une gamme de fruits entiers mixés en 2008, se différenciant par des mono-parfums conditionnés en gourde (fraise, pêche, poire, mangue). « On essaie à chaque fois d'apporter quelque chose de nouveau », indique Augustin Paluel-Marmont, co-fondateur de la PME.

Une pointe de crème fraîche

Cette fois, Michel & Augustin lancent un yaourt brassé au lait entier frais, avec une pointe de crème fraîche, vendu dans un seau au format 1 kg. Un conditionnement inédit, plus écologique. « Son impact carbone est quatre fois inférieur à celui d'un pack de 8 x 125 g, et le contenant peut facilement être réutilisé », fait valoir Augustin. Atout supplémentaire : reste son marketing cultivant



► Écologique, gourmand et drôle : le packaging reflète les valeurs de la marque.

l'humour et la proximité avec le consommateur. Sans oublier la formulation, voulue très gourmande et 100 % naturelle. « C'est quasiment de la crème dessert tellement c'est bon », s'enthousiasme (logiquement) Augustin. Le prix : à partir de 3,40 € le kg. « On ne se bat pas là-dessus, on cherche le meilleur rapport qualité-prix », plaide-t-il.

Livrer Carla Bruni-Sarkozy

La gamme compte deux références : nature et vanille infusée de Madagascar. Monoprix, Cora, Intermarché (Ile-de-France), Leclerc (Scadif, Scaouest, Scapest, Scapnor) et Carrefour (hypers d'Ile-de-France) accueillent les seaux en rayon. La marque prévoit déjà les nouveaux parfums de mars 2010 : banane-céréales « pour le petit-déjeuner » et framboise-mûre. La phase de rodage industriel sera alors terminée et

la ligne de production dans laquelle les tribulations du goût ont investi aura davantage de capacité. Pour le lancement, une série d'animations en magasins, mobilisant toute l'équipe (30 salariés), viendra en appui du dispositif de relation presse.

Michel & Augustin sont surtout des adeptes du buzz. Dernière initiative en date : un défi, annoncé via le site Facebook. La marque a dépassé avant le 30 septembre le nombre de 3 000 fans sur le réseau social et Augustin s'était engagé à livrer en petite tenue de vache un sac d'échantillons à Carla Bruni-Sarkozy. Las, le domicile de la première dame de France était surveillé par des agents inflexibles. Si la tentative a échoué, la marque s'est offert un bon coup de pub, et a boosté l'audience de sa page sur Facebook. Elle n'a pas fini de faire parler d'elle. ♦

Arnaud Monnier

Vite lu

Ils ont aussi des petits pots...



Quelques jours avant de présenter leurs seaux de 1 kg, Michel & Augustin avaient sorti des petits formats de yaourts, conditionnés dans des pots en carton de forme tronconique, caractéristiques des marques Malo et le Petit Basque. Trois références existent : miel, vanille infusée de Madagascar et citron vert. PVC : à partir d'1,99 € les 2 x 125 g.

...et mijotent quelque chose.

Après avoir lancé en 2008 une gamme de fruits mixés (fraise, pêche, poire, mangue) en gourdes de 165 g, dédiés aux corners snacking des magasins, Michel & Augustin prévoient une nouveauté du même acabit au printemps 2010. « Avec le même contenant mais un contenu différent », prévient Augustin. Peut-être une déclinaison des fameuses « vaches à boire »...

Savoie Yaourt dans le giron d'Alsace Lait

La coopérative Alsace Lait (112 ME de CA en 2008), spécialiste des fromages blancs, de la crème et du lait, reprend Savoie Yaourt. Leurs activités sont complémentaires puisque le Savoyard (15 ME de CA) intervient exclusivement sur le marché des yaourts, à marque Savoie Yaourt, Fruité, ou sous MDD. Il s'est récemment diversifié en fabriquant des yaourts au lait de chèvre, de brebis et au lait de vache bio.