

TRANSFORMATEURS

ST MICHEL, La biscuiterie familiale engagée

2019



St Michel

Chiffre d'Affaires : 450M d'€ - en 2018
Effectif : 1800
Pays (siège social) : France
Site internet : <https://www.stmichel.fr/>
Contact :

02 54 79 79 79



Document(s) liés

CONTEXTE

En 1905, Joseph Grellier a créé les galettes rondes et dorées pour régaler son village de Saint Michel- Chef-Chef, sur les côtes atlantiques. La biscuiterie fut inaugurée en 1919 à la suite de la réussite fulgurante du créateur de la marque.

Plusieurs produits devenus phares ont vu le jour jusqu'à la fin du XXème siècle, tels que les Madeleines ou les Roudors.

OBJECTIF

- Promouvoir une fabrication française de produits traditionnels
- Utiliser des matières premières de qualité pour ses produits (farine, beurre, huile)

DÉMARCHE

L'entreprise ST MICHEL est une entreprise familiale française qui a su garder son indépendance. Face à des concurrents comme Mondelez ou United Biscuit, l'entreprise a pour particularité d'être active dans trois catégories, les biscuits, la pâtisserie traditionnelle (comme les madeleines) et la pâtisserie dite élaborée (comme les brownies), sur lesquelles elle revendique au global environ 10 % de part de marché en valeur. Elle dispose pour cela d'une dizaine d'usines en France.

Depuis 2015, 100% des biscuits et pâtisseries St Michel sont élaborés avec des œufs de poules élevées en plein air. Ils font partie des précurseurs en la matière parmi le secteur de la biscuiterie française. Cette politique plein air s'inscrit dans une démarche citoyenne initiée par la marque il y a déjà plusieurs années, la poule étant l'emblème de l'entreprise depuis sa création.

En février 2019, l'entreprise a lancé ses premières gammes de produits bio pour répondre à la demande des consommateurs et toucher un nouveau public. Pour respecter ses partis pris, St Michel a attendu de pouvoir assurer son approvisionnement en ingrédients français.

Depuis 2009, St Michel soutient la filière CRC® (Culture Raisonnée Contrôlée) en utilisant de la farine de blé, cultivé en France selon de bonnes pratiques agricoles favorables à la biodiversité.

Depuis plus de dix ans, St Michel a supprimé l'huile de palme de l'ensemble de ses produits pour utiliser uniquement des ingrédients connus de tous : du beurre, de l'huile de colza ou de l'huile de tournesol.

FACTEUR CLÉ DU SUCCÈS

- Marque française reconnue pour ses engagements et la qualité de ses produits
- Capacité d'innovation dans un secteur pourtant très concurrentiel
- Bonne communication de ses engagements environnementaux

CONTRIBUTION À LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE

- Récompensé par un Œuf d'Or par CIWF France, l'Organisation dédiée au bien-être animal
- Au total, les innovations représentent chaque année quelque 10 % des volumes contre environ 2 % en moyenne sur le marché.

BÉNÉFICES POUR LA FILIÈRE

- Favorise l'agriculture française
- Favorise le bien-être animal en améliorant les conditions de vie de 300 000 poules chaque année.

Ce document a été réalisé par les membres d'AgroParisTech Service Etudes

Pour en savoir plus :

<https://www.ciwf.fr/actualites/2015/10/st-michel-sengage-pour-les-poules>