



## **JACQUET BROSSARD un rapprochement réussi !**

En devenant en mai 2011 la filiale boulangerie-pâtisserie du groupe coopératif agricole international Limagrain, Jacquet Brossard s'est donné les moyens de son ambition. En seulement deux ans, elle a su trouver son équilibre après avoir réussi le rapprochement de ses différentes compétences à la fois humaines, agricoles, techniques et financières. Aujourd'hui, la nouvelle entité s'impose comme le 1<sup>er</sup> acteur national sur le marché de la boulangerie-pâtisserie industrielle. Avec un C.A. consolidé de 292 M€ sur l'exercice 2012/2013, elle entend désormais conforter ses positions sur le marché français en s'appuyant sur ses marques et l'innovation mais aussi exporter son savoir-faire français à l'international.

### **Le mariage heureux des savoir-faire et des hommes**

#### **Un rapprochement gagnant dans un contexte difficile**

Bénéficiant d'un savoir-faire sur tous les segments des pains (55 références Jacquet), et des gâteaux (45 références Brossard), Jacquet Brossard affiche une croissance de +5% en 2012/2013 (+16% en 2 ans). Une véritable réussite dans un contexte pourtant difficile, avec un cours des matières premières très volatile, associé à une pression soutenue sur les prix de la part de la grande distribution.

Son projet d'entreprise s'appuie à la fois sur ses savoir-faire acquis au fil des années mais aussi sur ses hommes et sa capacité à développer un esprit coopératif. Une vision qui lui permet de s'engager aujourd'hui, et encore davantage demain, afin de garantir des produits toujours plus savoureux et responsables.

#### **Un acteur social et économique majeur en France**

Dans l'hexagone, Jacquet Brossard est un acteur économique de tout premier plan. Tous ses produits, à l'exception des gaufres élaborées en Belgique, sont fabriqués sur le sol français. L'entreprise regroupe 1 300 collaborateurs à travers ses 8 unités de production, 6 en France et 2 en Belgique, et ses 2 plateformes logistiques. De la même façon, 90% des achats de Jacquet Brossard proviennent de sociétés implantées sur le territoire français, dont 100% des farines.

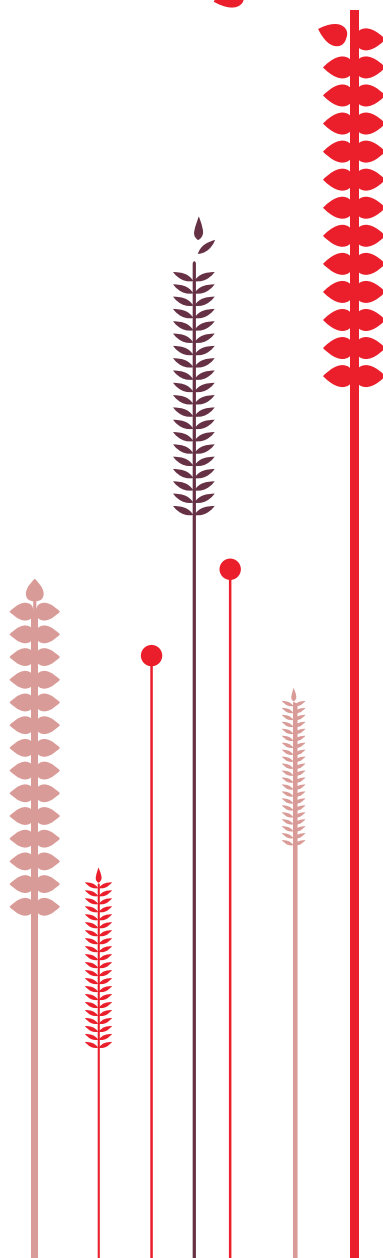
### **Un esprit coopératif et des valeurs fortes**

Filiale de la coopérative agricole internationale Limagrain, fondée et dirigée par des agriculteurs français, Jacquet Brossard place l'humain au cœur de son métier et de sa stratégie de développement. Sa mission : valoriser le travail des 3 500 agriculteurs adhérents, en offrant aux consommateurs des produits innovants, savoureux et portés par des marques patrimoniales.

Jacquet Brossard cultive ainsi le sens du partage et du dialogue à travers des valeurs fortes : épanouissement personnel, ouverture d'esprit, solidarité, engagement, confiance et innovation. Dans ce sens, l'entreprise développe une démarche de RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) en accord avec ses convictions, qu'elle renforce chaque année un peu plus. Celle-ci doit lui permettre d'offrir davantage d'opportunités et de bien-être à ses collaborateurs mais aussi d'assurer toujours plus de sécurité, de transparence et de qualité à ses consommateurs.

### **Une stratégie de conquête, en France et à l'international**

#### **Capitaliser sur les marques et l'innovation en France**



Pionnières sur leurs secteurs respectifs (invention du pain grillé, 1<sup>ère</sup> commercialisation du pain de mie, du pain à hamburger, mais aussi du gâteau industriel, du brownie à partager...), Jacquet et Brossard, aujourd'hui réunies, entendent bien capitaliser sur la force de leurs marques pour gagner en leadership sur les segments où elles sont présentes.

L'entreprise mise également sur une forte stratégie d'innovation, avec la volonté de développer des produits toujours plus séduisants, les plus proches possibles du « fait maison ». Ainsi, 100% de ses nouveautés proposées sont sans additif et sans huile de palme en boulangerie comme en pâtisserie. D'ici 3 ans, l'entreprise ambitionne de faire évoluer l'ensemble de son offre en ce sens. Son leitmotiv : toujours plus d'authenticité pour toujours de plus de plaisir.

En matière d'innovation, Jacquet Brossard s'est fixé 2 objectifs : faire en sorte que 15% des volumes réalisés soient issus d'innovations de moins de 3 ans et que plus de 75% de sa croissance soit impulsée par l'innovation.

#### **Exporter la « marque France »**

Déjà présent à l'export dans 35 pays, Jacquet Brossard souhaite renforcer sa présence à l'international en s'appuyant notamment sur son allié Limagrain qui dispose de 120 filiales à travers le monde. Jacquet Brossard, qui réalise à ce jour 15% de son C.A. à l'international, ambitionne ainsi d'atteindre 30% d'ici 5 à 10 ans. L'entreprise souhaite également aller jusqu'à exporter son savoir-faire français en matière de boulangerie et de pâtisserie. Ainsi, 2012 a marqué l'arrivée de Jacquet Brossard sur le sol brésilien où l'entreprise a inauguré un premier site de fabrication de pains et pâtisseries.

Depuis janvier 2013, une gamme de pâtisseries est commercialisée dans les magasins d'un acteur majeur de la distribution brésilienne, Pão de Açúcar (groupe Casino). Importés de France dans un premier temps, les produits seront fabriqués sur place dès l'été 2014 par des équipes locales formées aux techniques françaises de fabrication.

DEPUIS 1885  
**Jacquet**

**Brossard**

Un rapprochement réussi pour Jacquet et Brossard, aujourd'hui leader sur le marché de la boulangerie-pâtisserie industrielle en France. Une belle histoire d'hommes et de savoir-faire qui marque le début d'une aventure faite d'innovations et de conquêtes...

Pour 2014, l'entreprise annonce la suppression de l'huile de palme de son fameux Savane dès février et des innovations produits qui vont développer de nouveaux gestes et de nouveaux moments de consommation en pain comme en pâtisserie...  
Affaire à suivre !

Une Business Unit de



*Jacquet-Brossard est une Business Unit de Limagrain, groupe coopératif agricole international, spécialiste des semences de grandes cultures, des semences potagères et des produits céréaliers. Fondé et dirigé par des agriculteurs français, le Groupe est le 1<sup>er</sup> semencier européen et le 4<sup>ème</sup> mondial.*

**kingcom**

*Success Story Tailor depuis 1990*

SERVICE DE PRESSE : kingcom

Audrey Dupont

[a.dupont@kingcom.fr](mailto:a.dupont@kingcom.fr)

TEL +33 (0)1 40 40 50 00 - [www.kingcom.fr](http://www.kingcom.fr)

