

Marketing

Jean Floc'h affiche ses nouvelles ambitions

Jean Floc'h aborde 2014 de façon très volontaire sur le plan marketing. Avec en toile de fond l'objectif — et la nécessité — de mieux tirer parti de la viande de porc sortant des abattoirs porcins. « *La filière porc doit mieux valoriser sa production et dégager plus de marge. Il faut sortir par le haut de la course actuelle aux volumes* », estime Michel Boulaire, p-dg du groupe breton. Cette stratégie se matérialise en premier lieu par une mise en avant de la marque Jean Floc'h. Rénové, le logo est associé à un nouveau slogan : « *Le porc de toutes façons!* ».

« *Nous avons la volonté d'être plus visibles sur le plan national en nous concentrant sur une seule marque forte* », explique le dirigeant. Fort de ses onze usines (voir ci-dessous), le groupe Jean Floc'h jonglait jusqu'à présent avec plusieurs signatures : Jean Floc'h, Bernard, Clermont, etc.

Des ribs en avril

L'autre volet de la nouvelle stratégie de Jean Floc'h est sa volonté d'être plus présent au rayon boucherie, avec davantage de nouveautés en produits élaborés. « *Avec nos outils industriels, qui bénéficient d'investisse-*



Rénové, le logo Jean Floc'h signe désormais toutes les gammes du groupe porc breton, tous rayons confondus. (Photos Linéaires).



Michel Boulaire. L'industriel compte bien faire jouer les synergies entre ses usines couvrant des rayons différents (boucherie, surgelés, conserves, charcuterie-traiteur). En revanche, il n'envisage pas de dupliquer au frais ses hachés de porc surgelés. Un segment qui n'a pas encore vraiment percé à la boucherie. Dommage.

Peu de marques fortes

Assurément, cette nouvelle orientation du groupe porc est une bonne nouvelle pour le rayon porc, ce dernier manquant cruellement de grandes signatures reconnues du grand public. Notons néanmoins que l'industriel n'a pas prévu de budget média pour faire de Jean Floc'h une marque à forte notoriété. Il est vrai que la conjoncture difficile dans la filière viandes n'incite guère les industriels à investir massivement dans des spots TV ou radio. ♦

F. Carlier-Lossouarn

ments réguliers, nous disposons d'un vrai savoir-faire pour proposer des produits élaborés répondant aux nouvelles attentes des consommateurs. Nous présenterons à la boucherie une belle largeur de gamme », indique Michel Boulaire.

« *Nous voulons apporter plus de marketing au rayon porc frais, comme nous l'avons fait avec succès aux surgelés, avec un effet de gamme et des packagings plus modernes, complète Mikaël Le Gallic, en charge du développement de la*

marque. *Il y a beaucoup de choses à faire en élaborés de porc, nous voulons commercialiser plus de produits prêts à l'emploi, pour séduire les jeunes consommateurs notamment.* »

Pas d'innovations de rupture néanmoins en ce début d'année. L'industriel procédera par étapes. Des nouveaux ribs sont annoncés pour avril, juste avant sa nouvelle gamme été. D'autres lancements suivront. « *L'objectif est de proposer environ cinq innovations majeures chaque année* », pointe

Jean Floc'h, c'est

- 500 M€ de chiffre d'affaires pour une production annuelle de 200 000 tonnes de viande et 50 000 à 60 000 t de produits élaborés. Le Breton abat 35 000 à 40 000 porcs par semaine, un volume globalement stable.
- La grande distribution pèse environ 20 % de ses ventes

contre près de 50 % pour le duo RHD-industrie et un tiers pour l'export. L'un des objectifs de sa nouvelle stratégie marketing est d'accroître la part de son chiffre d'affaires réalisé en grande distribution.

- Basé à Locminé (56), le groupe Jean Floc'h ne compte pas moins de 11 sites industriels, essentielle-

ment en Bretagne, et couvre tous les maillons de la valorisation de la viande de porc :

- abattage-découpe : Bernard à Locminé (56), Loudéac Viandes (22) ;
- viandes élaborées : Stergoz à Bannalec (29), Bernard à Montigny-le-Bretonneux (78) ;

- conserverie : Jean Floc'h à Baud (56) ;
- surgelés : Jean Floc'h à Guénin (56) ;
- Charcuterie-traiteur : Bernard à Moréac (56), Jean Floc'h à Baud (56), Clermont à Liffré (35), Quillard & Fils à Carquefou (44)