

### Qui êtes-vous et quelles sont les activités de la société Céréco?

Je suis Anaïs Lebastard, je suis chargée d'études marketing chez Céréco. Je suis rattachée au category management et je travaille aussi avec le marketing. **Céréco est une entreprise créée il y a plus de 35 ans, qui fabrique des produits céréaliers biologiques.** Nous produisons toutes les catégories de produits de céréales pour le petit-déjeuner (mueslis croustillants, mueslis floconneux, flocons, céréales pour enfants, flocons, flakes...), mais également des tartines craquantes et des produits apéritifs. Nos marques de produits sont **Terres et Céréales**, distribuée en GMS, et **Grillon d'Or**, distribuée en circuits spécialisés bio. Nous fabriquons aussi des **MDD** (marques de distributeurs) et **MDS** (marques de distributeurs spécialisés). **Céréco est le 1er fabricant des céréales bio en France.** À l'origine, Céréco a été créé par un agriculteur bio qui s'est lancé dans l'entrepreneuriat. Depuis, l'entreprise a gardé son **engagement en faveur de l'agriculture biologique.**

*“Depuis juin 2015, Céréco est certifié « Bioentreprise durable » et fait partie du groupe Olga depuis 2017”*

Nous avons **trois sites de production** : Le site principal est à Domagné (en Ille-et-Vilaine), notre site de fabrication des tartines craquantes se situe en Normandie et notre site de floconnage, où se déroule la transformation des céréales des champs en flocons se situe dans les Deux-Sèvres.

### En tant que Chargée d'études marketing, quelles sont vos missions?

Une de mes missions est de travailler sur les panels distributeurs avec les Category managers. J'étudie les parts de marché sur la GMS pour nos deux marchés principaux, les céréales bio et les tartines craquantes bio. Ces données nous permettent de mieux **promouvoir nos marques et nos assortiments.** Je travaille aussi sur les parts de marché en circuits spécialisés. Le but est de **suivre nos performances sur le marché, d'être les experts de nos catégories et pouvoir référencer nos produits.** En GMS, nous sommes la deuxième marque nationale du marché et en circuits spécialisés, nous sommes leaders en France. Notre chiffre d'affaire est de 45 Millions d'euros en 2022. Une autre de mes missions consiste à **mener des études Ad hoc avec le Marketing, en fonction des besoins.**

### Comment avez-vous connu AQUALEHA?

Céréco travaille avec Aqualeha depuis au moins 10 ans. Pour ma part, étant originaire de Vitré, je connaissais bien Aqualeha ! **La proximité géographique entre Céréco et Aqualeha est un avantage pour nous car nous avons cette “culture du local”.** Aqualeha réalisait déjà des prestations en qualité par le passé et ces dernières années, nous collaborons régulièrement avec Aqualeha pour réaliser des études sensorielles et marketing.

*“Les études sensorielles d'Aqualeha répondent à nos besoins, qu'ils soient de contrer un concurrent, tester un changement de recette, ou mesurer l'impact d'un changement de process sur l'appréciation des consommateurs”*



**Anaïs LEBASTARD,**  
Chargée d'études marketing, Céréco

### Quelles sont les prestations pour lesquelles vous avez fait appel à AQUALEHA?

Nous avons réalisé de multiples études avec Aqualeha selon nos besoins et problématiques marché. Par exemple, en 2018, l'arrivée de gros acteurs du conventionnel sur le marché des céréales bio enfant, a bousculé notre marché. **Nous avons alors sollicité Aqualeha pour refaire un bilan complet de notre gamme enfant et pour réaliser des tests hédoniques.**

*“Le but des études sensorielles pour nous est de pouvoir se comparer aux concurrents, savoir si nos recettes doivent être ajustées et pouvoir avoir des arguments sur la perception de nos consommateurs de nos produits.”*

**Suite à ces tests hédoniques, Aqualeha a réalisé un Focus group,** ce qui nous a permis de comprendre les attentes des consommateurs, les défauts et qualités de nos produits... **Après échange entre le marketing et la R&D au sein de notre entreprise, et grâce à ces études sensorielles, plusieurs innovations ont vu le jour et nous avons pu nous démarquer de la concurrence** avec un produit fabriqué à partir de matières premières 100% françaises et un produit Nutri-score A.

*“Avant de faire un changement de recette, on préfère tester nos nouvelles formulations auprès des consommateurs.”*

Aqualeha a aussi réalisé d'autres tests hédoniques sur certains de nos produits suite à un **changement de recettes** afin de voir quel **impact** ce changement aura auprès de nos consommateurs. Le prochain test pour lequel nous avons sollicité Aqualeha est un **test hédonique, qui a pour but d'évaluer l'impact d'un changement de process de fabrication.** Nous souhaitons nous assurer que nos produits sont toujours autant appréciés.

### En quoi la collaboration avec AQUALEHA a-t-elle été bénéfique pour Céréco?

Les études sensorielles répondent à nos besoins, qu'ils soient de contrer un concurrent, tester un changement de recette, ou mesurer l'impact d'un changement de process sur l'appréciation des consommateurs”. Ces tests consommateurs **nous aident à prendre des décisions sur certaines de nos meilleures ventes.** Par ce biais, nous avons des résultats rapidement et fiables, avec des méthodologies structurées.

### En quelques mots, AQUALEHA c'est ...?

La proximité, l'expertise reconnue, la fiabilité et le contact fluide avec les équipes.

*“CÉRÉCO fait partie des clients avec lesquels nous partageons les valeurs du Bio, du Made In France et de la culture du local mais aussi l'engagement pour le développement durable”*

**Mélanie Leclerc - Directrice Commerciale**  
**AQUALEHA**

