



# Tesco, La crème fraîche ultra-épaisse provenant de la Laiterie de Jersey.

## **Le marché**

En 2010 l'industrie de la crème fraîche au Royaume-Uni pesait environ 300 millions de livres sterling par an et tous les produits du marché étaient fabriqués à base de lait provenant de toute l'Europe. La crème de Jersey n'utilise que le lait produit par le bétail avec pedigree de l'île de Jersey, qui se distingue des produits à base de lait provenant des troupeaux de Jersey installés sur une autre partie du territoire britannique. La seule origine reconnue en tant que telle est celle dont le lait vient de l'île de Jersey.

## **L'objectif de notre client**

La laiterie voulait introduire ses produits de premier choix chez les grandes enseignes de distribution britanniques et sur le marché de la restauration hors domicile.

## **Notre action**

Notre client venait d'investir 10 millions de livres sterling dans une infrastructure de production ultramoderne mais il n'avait jamais auparavant travaillé directement avec des grandes enseignes au Royaume-Uni. Au moment de nos premiers échanges, La Laiterie de Jersey venait d'avoir un premier contact avec Tesco. Ils n'avaient cependant aucune idée comment les enseignes fonctionnent et ce qu'on attendait d'eux pour un lancement réussi. Nous avons supervisé le processus concernant la gamme de produits à lancer ainsi que les coûts impliqués et ceci comprenait :

- Amener la laiterie de Jersey au niveau technique requis, et aboutir à l'obtention de l'agrément nécessaire pour travailler avec Tesco
- Faire agréer l'usine comme producteur de marque de distributeur de Tesco
- Etablir l'enseigne en tant que client de notre client, y compris compléter tout le cahier des charges concernant cette nouvelle gamme
- Mettre en place l'interface EDI
- Diriger la distribution vers les 11 entrepôts de l'enseigne, 7 jours sur 7
- Gérer le retro-planning, le design et régler les problèmes éventuels pour s'assurer du lancement les produits à temps.
- Faire des pronostics concernant le plan de production
- Lancer le produit en temps voulu

Une fois les produits lancés nous avons tenu le rôle de compte-clé en manageant les opérations au jour le jour, établi le plan commercial annuel et développé les nouveaux produits.



## Les résultats

Nous avons lancé deux nouveaux produits dans la gamme premium de marque de distributeur de Tesco et dès la première année la crème ultra-épaisse de Jersey chez Tesco a récolté la Médaille d'Or aux récompenses du magazine THE GROCER.

