



Communiqué de presse - Octobre 2022

Daunat : 45 ans d'une success story « Made in France »

650 000 produits Daunat sont consommés en moyenne chaque jour en France.

Si le snacking compte parmi les modèles alimentaires préférés des Français, comment expliquer la longévité de l'entreprise Daunat ? Sa place de n°1 sur le secteur très concurrentiel du snacking ? Premier élément de réponse : car ses innovations produits se sont au fil des décennies, ancrées dans la vie de chacun.

Alors que ce marché connaît une croissance régulière, à la fois solution de repas pratique au rapport qualité/prix imbattable, essentiel en cette période de pression sur le pouvoir d'achat, Daunat ne cesse d'en réinventer les codes.

Le pionnier du « snacking à la Française »

C'est en 1970 que Jean-Claude Daunat, coureur cycliste professionnel, propose aux stations-service de s'équiper en bacs réfrigérés pour les approvisionner en sandwichs. De cette idée révolutionnaire, va naître Daunat en 1977, initiatrice du sandwich pré-emballé en France.

En 1996, sous l'impulsion de Mr Bruno CARON, Daunat devient la **1ère marque de sandwichs pré-emballés commercialisés en grandes surfaces**. Depuis, elle n'a cessé de réinventer le « snacking à la Française » en proposant des produits de plus en plus goûteux, qualitatifs et toujours variés:

2008 : Gamme XXL, 1ers sandwichs triangles x 3.

2014 : Daunat se lance dans la commercialisation de salades snacking

2018 : Très à l'écoute des consommateurs pour plus de naturalité, Daunat lance son programme « MIEUX", à l'origine de ses engagements RSE.

2019 : Daunat innove encore avec l'arrivée des « Tartinades Maxx », des clubs XXL pour les plus gourmands.

2020: Arrivée de la gamme de sandwiches « Bien Fait », nouvelle marque 100% sans conservateurs.

2021 : Lancement de la nouvelle plateforme de marque « Le Plein de vie ».

La marque érige la qualité et la responsabilité comme un axe prioritaire de développement avec un maximum d'ingrédients d'origine française.

2021 : L'entreprise devient actionnaire majoritaire de la start up « Horizon des mets», pour la marque So'NiGiRi et commercialise des onigiris japonais.

2022: Nouveaux sandwiches « Pains du Monde » et nouvelle gamme de salades au packaging très innovant.

Daunat peut ainsi s'enorgueillir de squatter les premières places dans l'univers du snacking grâce à ses produits phares : le sandwich triangle XXL, les Minis, le wrap ou encore le burger.

Emblème de la restauration « sur le pouce »

Satisfaisant les appétits des consommateurs qui recherchent une solution repas pratique et économique, le sandwich Daunat a su se réinventer.

Comme le souligne Maye El Maghrabi, Directrice Marketing et R&D de Daunat : *« Quand tout s'accélère, il est essentiel de ralentir, ne serait-ce que pour un petit instant. Où que vous soyez et à tout moment, pendant les pauses Daunat, vous retrouverez l'équilibre, le plaisir et la vitalité dont vous avez besoin pour continuer vos activités à votre rythme. Nous proposons des recettes équilibrées aux formats pratiques, adaptés à votre mode de vie. Faire une pause Daunat c'est se recharger, corps et esprit. Se recharger c'est se donner l'opportunité d'apprécier pleinement la vie et d'être à 100% toute la journée ! ».*

Daunat ce sont des sandwiches triangles... mais pas que !

En effet, Daunat fabrique également des salades, des sandwiches baguettes, des wraps, des burgers, des parts de quiches et de tartes et même des desserts.

Aujourd'hui Daunat compte 1500 collaborateurs répartis sur 4 sites de production : Guingamp, Arras, Laon et Secrey. Ses équipes, marketing et R&D notamment, entièrement dédiées à l'innovation, relèvent en permanence de nouveaux défis sur le marché du snacking.

Très tôt, Daunat a eu conscience des enjeux qui sont aujourd'hui autant de priorités. Et si l'entreprise est ressortie plus forte de la période post-crise du covid, c'est en grande partie car les engagements pris et la transformation de l'entreprise, sont en phase avec les attentes des consommateurs.

Les engagements de la marque

Daunat s'engage à proposer aux consommateurs toujours plus de goût et de qualité, pour des produits Made in France, avec des farines de blé, du bœuf, du jambon Origine France, tout comme le poulet rôti des sandwiches. Véritable boussole, cette raison d'être guide sa démarche RSE pour faire le « Plein de Mieux » pour la planète, les salariés, les clients, les fournisseurs et les consommateurs.

**L'équilibre nutritionnel « bon pour la santé et la planète »
est au coeur de la démarche de l'entreprise.**

L'enjeu environnemental

Avec déjà 33 tonnes de plastique économisé sur les emballages en 2020, l'utilisation de 25 % de PET recyclé dans les salades Bulles Fraîcheur ou encore 100 % du packaging en carton certifié FSC/PEFC à fin 2021, la marque poursuit ses efforts en la matière avec comme objectifs affichés à horizon 2025, 15 % de réduction de tonnage d'emballage, 50 % de matériaux recyclés et 100% des emballages en carton certifiés FSC/PEFC depuis fin 2021.

Les récentes innovations intègrent évidemment cette dimension RSE :

- la gamme "Bien Fait" développée avec un emballage en carton recyclable & responsable
- les fourchettes en bois présentes sur l'ensemble des salades, sont issues de forêts gérées durablement.

Objectifs pour 2023

- 100% déchets industriels recyclés
- Moins 3% de tonnage de déchets.

Et pour 2025 ?

- 15% de réduction du tonnage des emballages
- 50% de matériaux recyclés
- 100% recyclables.

Consommer moins, mieux et local sont autant de paris relevés

L'amélioration nutritionnelle des recettes et la simplification des listes d'ingrédients (84% des produits Daunat ont un Nutriscore A, B, ou C) ont figuré parmi les priorités de ces dernières années.

En effet, les équipes Daunat veillent en permanence à sélectionner les meilleurs matières premières et les meilleurs producteurs, pour proposer les produits les plus savoureux, toujours sans huile de palme et sans matières grasses hydrogénées.

Le bien-être animal : une préoccupation toujours plus présente

En janvier 2020 Daunat a signé le « Better Chicken Commitment » (BCC).

D'ici à 2026, Daunat s'engage à ce que :

- la totalité des œufs et ovoproduits utilisés, proviennent de poules élevées hors-cage
- 100% de l'approvisionnement en viande de poulet soit issu d'élevages et d'abattoirs respectant la totalité des critères du « European Chicken Commitment » pour l'ensemble des activités en Europe.

Parmi les nouveaux produits, citons :

- les salades-plateaux accompagnées de leur tartinade de Boursin® (*Boursin® est une marque de la société BEL*)
- les sandwiches Pains du Monde
- la gamme de sandwiches baguettes « Escales Gourmandes »
- ou encore deux recettes de salades présentées dans de **nouveaux packagings plus vertueux** : la barquette étant composée à 90% de carton FSC et d'un film plastique ultra-fin séparable en 1 geste, pour faciliter le tri.

Comme le souligne **Frédéric Oriol, Directeur Général Daunat** : « *Nous sommes très fiers de proposer une nouvelle gamme de salades, équilibrée et gourmande, contenue dans un emballage composée à 90% de carton. Cette gamme répond pleinement à nos engagements RSE* ».

DAUNAT, Le plein de Vie

Contact Presse Daunat

Agence Com by BA - Béatrice Arosio

Alexandra Monsacré

T / +33 (0)6 08 93 76 00 - M / alexmonsacre@hotmail.com