

| | |
|--|--|
|  <p><i>Humanités</i></p> <p>UTBM F90010 Belfort Cedex Tél. : 03.84.58.31.75 Fax. : 03.84.58.31.78 E-mail : <prénom.nom>@utbm.fr http://www.utbm.fr</p> | <p>GE06</p> <p>Fondements du marketing</p> <p>Examen final</p> <p>Durée : 2 heures</p> |
| <p>Christian GIRARDOT</p> | <p>Lundi 13 janvier 2025</p> |

Le sujet comporte six dossiers. Les six dossiers sont indépendants. Toutes les questions sont indépendantes.

Barème : 36 points

Consignes :

- *Les documents de cours, les documents de TD, les sujets et corrigés d'examens antérieurs, les micro-ordinateurs portables, les tablettes, les téléphones mobiles, les montres connectées, les oreillettes connectées, les casques audio, les calculatrices et les dictionnaires électroniques ne sont pas autorisés.*
- *Un dictionnaire papier est autorisé.*
- *Vous séparerez distinctement les différents dossiers et les différentes questions.*
- *Vous veillerez à écrire lisiblement.*
- *Vos réponses seront toujours rédigées et justifiées.*
- *Vous signerez chacun des copies restituées.*
- *Vous n'utiliserez ni le stylo rouge, ni le crayon de papier.*

Premier dossier

Publiciscope « Zapetti », LSA n° 2817, jeudi 31 octobre 2024

Une publiciscope est un document publicitaire et rédactionnel autour d'un produit (bien et/ou service), conçu le plus souvent par une agence de communication commerciale, et qui est utilisée par un industriel pour informer les distributeurs.

La marque Zapetti est spécialisée dans la fabrication de produits d'origine italienne (sauces et plats cuisinés). Elle a été créée *ex nihilo*¹ en 2005 par la société française Raynal et Roquelaure. Cette dernière a été fondée en 1876 par Théophile Raynal (1837-1922) et Ernest Roquelaure (1849-1933). La société française Raynal et Roquelaure a été rachetée par le groupe français Cofigeo en 1972.

Travail à faire :

1. Relever un signe de qualité imprimé sur l'emballage des produits « Zapetti ».
2. Préciser deux fonctions techniques des emballages de sauces pour pâtes « Zapetti » que remplissent bien les boîtes en métal.
3. Préciser la fonction commerciale « marchandisage » des emballages (les boîtes en métal) de sauces pour pâtes « Zapetti ».
4. Quelles sont les représentations que prend le nom de marque Zapetti ?
5. Préciser le contenu du plan de communication média de la marque « Zapetti ».
6. Préciser le contenu du plan promotionnel de la marque « Zapetti ».

Deuxième dossier

Encart publicitaire pour la montre *I.N.O.X. AUTOMATIC* de la société suisse Victorinox, *Le Monde Magazine*, pages intérieures, samedi 30 novembre 2024

La montre *I.N.O.X. AUTOMATIC* est vendue en France à un prix conseillé de 1 145 euros.

Victorinox est une entreprise de coutellerie suisse, fondée en 1884 à Ibach (canton de Schwytz, Est de la Suisse), par Karl Elsener (1860-1918).

Son fils, Carl (1886-1950), rebaptisa l'entreprise familiale Victorinox en 1921, associant le prénom Victoria au substantif Inox. Victoria était le prénom de la grand-mère maternelle (1836-1909) de Carl. Inox est l'abréviation habituellement utilisée pour désigner l'acier inoxydable, un alliage à base d'acier qui comporte moins de 1 % de carbone et plus de 10.5 % de chrome.

L'entreprise Victorinox fabrique des montres-bracelets depuis 2002 dans son usine de Delémont (canton du Jura).

Travail à faire : Avec cet encart publicitaire, l'entreprise Victorinox utilise la méthode de création de la copie stratégie traditionnelle. Procéder à l'analyse de cet encart en reproduisant et en complétant le tableau ci-après.

| | |
|---------------|--|
| Promesse | |
| Justification | |
| Discours | |
| Visuel | |

¹ Locution adverbiale latine qui signifie « en partant de rien ».

Troisième dossier

Encart publicitaire pour la montre *Reverso Chronograph Tribute* de la société suisse Jaeger-LeCoultre, *Le Monde Magazine*, pages intérieures, samedi 30 novembre 2024

La montre *Reverso Chronograph Tribute* de la société suisse Jaeger-LeCoultre est vendue en France à un prix conseillé de 27 000 euros.

Le modèle *Chronograph* a été créé en 1924. Le modèle *Reverso* a été créé en 1931. Le modèle *Reverso Tribute* a été créée en 1996. Le modèle *Reverso Chronograph Tribute* a été créé en 2024.

En 1833, Antoine LeCoultre (1803-1881) citoyen suisse, créé une manufacture d'horlogerie dans la vallée de Joux à Le Sentier (canton de Vaud).

En 1903, Edmond Jaeger (1858-1922), citoyen français et horloger à Paris, s'associe à Jacques-David LeCoultre (1875-1948), petit-fils d'Antoine. La marque Jaeger-LeCoultre est née. Elle cherche à allier le style français et la technique suisse.

Après plusieurs changements de propriétaires depuis 1903, la marque Jaeger-LeCoultre appartient depuis juillet 2000, à la Compagnie financière Richemont, groupe suisse dont le siège social se situe à Bellevue (canton de Genève). Outre la marque Jaeger-LeCoultre, la Compagnie financière Richemont possède aussi les marques de montres Baume & Mercier, Cartier, Montblanc, Panerai, Piaget, Vacheron Constantin, Van Cleef & Arpels...

Lenny Kravitz (né le 26 mai 1964 à New York City), est un auteur-compositeur-interprète, musicien, producteur et acteur américain. Ses compositions empruntent au rock psychédélique, au hard rock, au rhythm 'n' blues, à la soul, au funk et à la pop. Depuis 1989, il a enregistré douze albums, le dernier *Blue Electric Light* est sorti en 2024. Il a vendu plus de 38 millions d'albums dans le monde depuis le début de sa carrière. Lenny Kravitz s'est produit deux fois aux Eurockéennes de Belfort : le 2 vendredi juillet 1993 et le vendredi 5 juillet 2024.

En France – y compris la principauté de Monaco –, la marque Jaeger-LeCoultre possède quatre boutiques officielles : Lyon (79 rue Edouard Herriot, II^e arrondissement), Paris (7 place Vendôme, I^{er} arrondissement), Monaco (allée François Blanc) et Strasbourg (20 rue du Dôme).

Travail à faire :

1. Quelles sont les représentations que prend le nom de marque Jaeger-LeCoultre.
2. Quelle politique de distribution utilise vraisemblablement la marque Jaeger-LeCoultre à l'occasion du lancement du modèle *Reverso Chronograph Tribute*.
3. Quelle méthode de création publicitaire utilise la marque Jaeger-LeCoultre avec cet encart ? L'analyse du message n'est pas demandée.
4. Quel rôle joue Lenny Kravitz pour la montre *Reverso Chronograph Tribute* de la marque Jaeger-LeCoultre ?

Quatrième dossier

« Le roi de la restauration garde un appétit d'ogre », extrait, Jean-François Arnaud, *Challenges* n° 853, jeudi 28 novembre 2024

Travail à faire :

1. Quelle est la stratégie de marque suivie par le groupe Bertrand ?
2. Quelles sont les politiques de distribution suivies par le groupe Bertrand ?
3. Qu'apprend-on sur la zone de chalandise des restaurants thématiques du groupe Bertrand ?

Cinquième dossier

« Comment les pâtes alsaciennes Grand'Mère ont gagné toute la France », Bénédicte Weiss, *Les Échos*, jeudi 12 décembre 2024

Travail à faire :

1. Les pâtes d'Alsace bénéficient du label de qualité IGP. Que signifie cet acronyme ? À l'initiative de qui a-t-il été créé ?
2. *Première question bonus facultative : Pouvez-vous citer un autre produit qui bénéficie du label de qualité IGP ?*
3. Les pâtes de la société Heimbürger sont vendues par l'intermédiaire de la grande distribution alimentaire, de la restauration hors domicile, de l'industrie agroalimentaire, et marginalement aujourd'hui par des artisans-boulangers ou des artisans-bouchers. Comment appelle-t-on ces moyens d'atteindre les consommateurs ?
4. *Deuxième question bonus facultative : La société Heimbürger est numéro un des ventes en Alsace et numéro trois des ventes dans la région Grand Est. Quels termes plus techniques devrait utiliser la rédactrice de l'article pour qualifier la position concurrentielle de la société Heimbürger en Alsace et en région Grand Est ?*
5. Comment appelle-t-on des marques comme Patrimoine Gourmand ou Reflets de France ?

Sixième dossier

« La Cancalaise propose des moules de bouchot micro-ondables », Charlotte Barriquand, *LSA* n° 2823, jeudi 12 décembre 2024

Travail à faire :

1. Positionner sur la courbe de cycle de vie du produit les moules de bouchot micro-ondables vendues sous la marque La Cancalaise.
2. Quelle est la source d'innovation activée par la marque La Cancalaise pour mettre au point ses moules préparées micro-ondables ?
3. Préciser la fonction commerciale « reconnaissance » de l'emballage des moules préparées micro-ondables de la marque La Cancalaise.
4. En réfléchissant à de nouvelles recettes de moules prêtes en deux minutes pour l'été 2025, dans quelle stratégie de marque veut s'inscrire La Cancalaise ?
5. À quelle politique de gamme, la marque La Cancalaise a-t-elle procédé en proposant des moules préparées micro-ondables ?
6. *Troisième question bonus facultative : que signifie l'acronyme GSA ?*

Publiscope « Zapetti »
LSA n° 2817, jeudi 31 octobre 2024



**BOOSTEZ VOTRE RAYON
SAUCES POUR PÂTES,**

**AVEC LA MARQUE NATIONALE
FRANÇAISE N°1
SUR LES BOITES MÉTAL⁽¹⁾ !**



- ✓ Des tomates françaises
■ ■ mûries au soleil
et cultivées en plein champ !
- ✓ Du bœuf français
■ ■ sur la Sauce Italienne
à la Viande rôtie
- ✓ Des recettes
sans sucres ajoutés⁽²⁾

Un plan de soutien 360 pour la gamme fin 2024 !



(1) CAD P9 2024, Nielsen, Van der Veer (KCI), H&M marché des sauces pour pâtes - (2) Contient des sucres naturellement présents

Encart publicitaire pour la montre **I.N.O.X. AUTOMATIC** de la société
suisse **Victorinox**

Le Monde Magazine, pages intérieures, samedi 30 novembre 2024



VICTORINOX



I.N.O.X. AUTOMATIC
PRÊT À OFFRIR DU BONHEUR

Offrez le meilleur du design Victorinox et de la précision suisse, conçu pour relever les défis du quotidien au bureau comme à l'extérieur. L'I.N.O.X. Automatic est un garde-temps ingénieux, réalisé de main de maître et dédié à celles et ceux qui recherchent la performance.

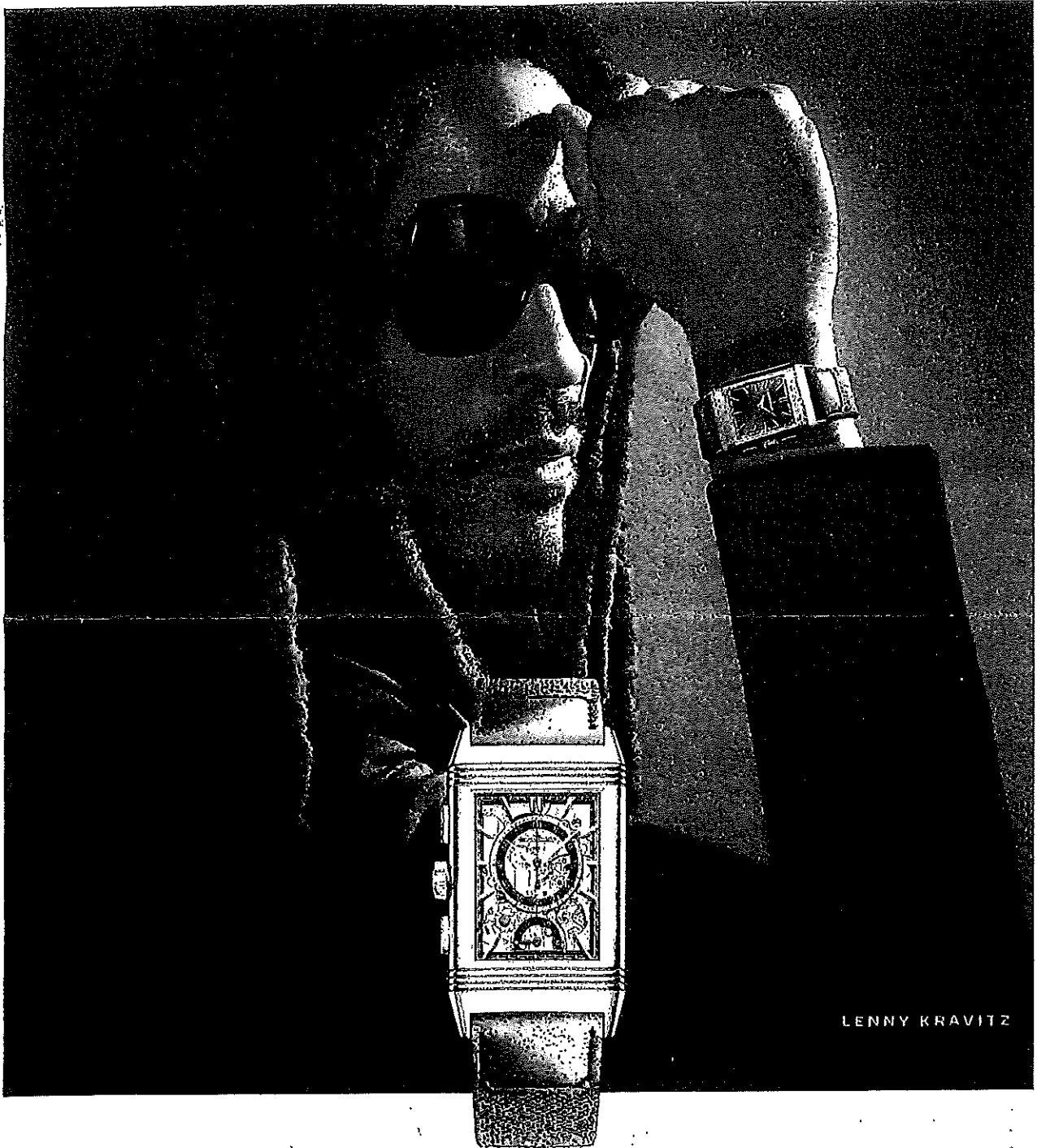
PAR LES CRÉATEURS DU COUTEAU SUISSE ORIGINAL™
MAISON FONDÉE EN 1884

Encart publicitaire pour la montre *Reverso Chronograph Tribute* de la
société suisse Jaeger-LeCoultre

Le Monde Magazine, pages intérieures, samedi 30 novembre 2024

**JAEGER-LECOULTRE**

THE WATCHMAKER.
OF WATCHMAKERS*



LENNY KRAVITZ

REVERSO

Paris - Lyon - Monaco - Strasbourg

Le roi de la restauration garde un appétit d'ogre

Extrait, Jean-François Arnaud, *Challenges* n° 853, jeudi 28 novembre 2024

C'est le grand paradoxe de cet Auvergnat taiseux de 55 ans, qui dirige le deuxième groupe de restauration en France, derrière la filiale française du groupe américain de restauration rapide McDonald's. Il fuit la lumière et n'accepte les interviews qu'au compte-gouttes. Et pourtant, il a donné son nom à une entreprise qui est devenue incontournable dans le secteur, avec des marques-enseignes connues et très fréquentées, comme Angelina², Au Bureau³, Burger King⁴, Hippopotamus⁵, Léon⁶, Pitaya⁷ ou Volfoni⁸, ainsi que des marques-enseignes de grandes brasseries parisiennes comme Au Pied de Cochon⁹, La Coupole¹⁰, L'Alsace¹¹, Lipp¹² ou Le Procope¹³... « *On a les plus jolies marques-enseignes du marché* », se réjouit Olivier Bertrand, président du groupe éponyme, depuis son bureau au sommet de l'immeuble qui abrite le siège social de l'entreprise à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine, Île-de-France).

Le groupe Bertrand ouvre 175 nouveaux restaurants par an et emploie 40 000 salariés à travers ses différentes filiales, qui toutes portent le nom du patron, et ce sans fausse modestie : Bertrand Concessions, Bertrand Franchise, Bertrand Hospitalité, Bertrand Immobilier Bertrand Restauration... [...]

Il a construit un empire en moins de vingt ans à coups d'acquisitions menées au pas de charge. Le mois dernier, il a encore mis la main sur le Paradis du Fruit¹⁴. À ses débuts, on le comparait à ses aînés aveyronnais, les frères Costes, qui avaient constitué dans les années 1980, un groupe de restaurants parisiens branchés. Mais aujourd'hui, il les a largement dépassés. Il est notamment devenu l'un des tout premiers franchiseurs de France. Réticent à communiquer des données chiffrées, il confie toutefois tableur sur « *un chiffre d'affaires de*

² Angelina est une enseigne française de salons de thé, fondée en 1903. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2005.

³ Au Bureau est une enseigne française s'inspirant des pubs anglais et des brasseries françaises, fondée en 1989. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2010.

⁴ Burger King est une enseigne américaine de restauration rapide, fondée en 1954 à Miami (Floride). Elle appartient au fonds d'investissement américano-brésilien 3G Capital depuis 2010.

⁵ Hippopotamus est une enseigne française de restauration spécialisée dans les viandes, fondée en 1968. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2017.

⁶ Léon (ex-Léon de Bruxelles) est une enseigne française spécialisée dans les moules et les frites fraîches, fondée en 1989. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2020.

⁷ Pitaya est une enseigne française de *street food* thaï, fondée en 2010. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2022.

⁸ Volfoni est une enseigne française de restauration à l'italienne, créée en 2012 par le groupe Bertrand.

⁹ Au Pied de Cochon est une brasserie parisienne traditionnelle, fondée en 1947 dans le I^{er} arrondissement. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2016.

¹⁰ La Coupole est une brasserie parisienne traditionnelle, fondée en 1927 dans le XIV^e arrondissement. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2018.

¹¹ L'Alsace est une brasserie parisienne traditionnelle, fondée en 1968 dans le VIII^e arrondissement. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2016.

¹² Lipp est une brasserie parisienne traditionnelle, fondée en 1880 dans le VI^e arrondissement. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2002.

¹³ Le Procope est un café-restaurant parisien traditionnel, fondé en 1957 dans le VI^e arrondissement. Elle appartient au groupe Bertrand depuis 2016.

¹⁴ Le Paradis du Fruit est une enseigne où l'on peut consommer jus pressés de fruits et de légumes frais, cocktails maison, plats gourmands et salades vitaminées. L'enseigne a été fondée en 1982. Elle appartient au groupe Bertrand depuis octobre 2024.

3,35 milliards d'euros en 2024, dont 2 milliards avec *Burger King* », dont il détient la master franchise¹⁵ pour la France et la Belgique depuis novembre 2013. S'inspirant de McDonald's France, il a francisé l'offre – un burger à la viande de Salers¹⁶ avec une tranche de fromage de Cantal est à la carte –, et les fournisseurs de *Burger King*, faisant de la France le premier marché de l'enseigne, avec le plus fort chiffre d'affaires au m² par restaurant.

En parallèle du succès des marques-enseignes de restauration thématiques, il réalise aussi 300 millions d'euros de chiffre d'affaires avec ses brasseries parisiennes et ses concessions dans les musées et les parcs (le Café Georges au Musée Beaubourg, le Café Marly au musée du Louvre, The Royal Pub à Disneyland Paris, le restaurant La Flottille dans le parc du Château de Versailles...). [...] Avec son impressionnant portefeuille de marques-enseignes, le groupe Bertrand est capable de proposer une palette de menus dont les prix varient de 9 à 150 euros. Il règne souvent en maître – sans que cela se sache –, sur les meilleurs emplacements des centres-villes et des centres commerciaux. Car contrairement à l'équipement de la maison et au prêt-à-porter, la restauration continue à attirer des clients, et ce malgré les hausses de coûts supportées. [...]

15 Une master franchise est un contrat conférant à une entreprise (dénommée le master franchisé), l'exclusivité du développement en franchise d'une enseigne pour un territoire donné. Ce territoire est souvent à l'échelle d'un pays (par exemple la France) ou d'un ensemble de départements sans que ceux-ci recouvrent forcément une région administrative (par exemple le Grand Ouest de la France, le Grand Est de la France...). Le master franchisé est choisi pour son savoir-faire, ses compétences spécifiques... En France, l'enseigne La Mie Câline, fut l'un des premiers réseaux à expérimenter la master franchise.

16 La Salers est une race bovine française caractérisée par sa robe de couleur acajou et plus rarement noir ébène. C'est une race mixte, apte à la fois à produire du lait et de la viande de qualité. Bonne grimpeuse, elle n'est pas sujette au vertige, ce qui lui permet de pâturer sur les pentes des monts d'Auvergne.

Comment les pâtes alsaciennes Grand'Mère ont gagné toute la France

Bénédicte Weiss, *Les Échos*, jeudi 12 décembre 2024

Dans la grande famille des pâtes, demandez celles qui comptent sept œufs frais par kilogramme de semoule de blé dur, et vous aurez une forte probabilité de vous trouver dans l'ex-région Alsace. Premier producteur de pâtes alsaciennes, la société Heimbürger, installée à Marlenheim (Bas-Rhin, Grand Est), s'est tournée vers la grande distribution alimentaire voici un demi-siècle. Ce qui lui a permis de renforcer son assise sur le territoire alsacien [les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, Ndr], tout en faisant progressivement connaître au reste de la France ses recettes dotées – depuis 2001 –, du label de qualité IGP « Pâtes d'Alsace ».

Auparavant, les pâtes Grand'Mère – nom de la marque créée en 1970 par la société Heimbürger –, étaient distribuées par les artisans-boulangers ou les artisans-bouchers-charcutiers. Des points de vente qui disparaissent progressivement du paysage commercial : la grande distribution alimentaire représente désormais 80 % de la production vendue. Le reste passe par la restauration hors domicile et l'industrie agroalimentaire qui s'approvisionne auprès de la société Heimbürger, pour fabriquer certains plats cuisinés ou certaines conserves. L'exportation représente environ 5 % de l'activité. Elle emprunte aussi les magasins de la grande distribution.

Le développement de la société Heimbürger s'est fait en deux temps. « *Nous avons d'abord connu un essor rapide en Alsace, où nous sommes aujourd'hui numéro un, devant de grands groupes comme Panzani ou Barilla* », insiste Éric Ferry, directeur commercial de la société Heimbürger. À l'échelle de la région Grand Est, la marque Pâtes Grand'Mère occupe la troisième place.

« *L'obtention du label IGP a fait que nous avons été ensuite sollicités par la grande distribution alimentaire. Nous travaillons depuis lors pour des marques comme Reflets de France¹⁷ ou Patrimoine Gourmand¹⁸* », poursuit Éric Ferry. La production pour les enseignes de la grande distribution alimentaire qui en profitent pour mettre en avant le label de qualité IGP « Pâtes d'Alsace », représente 42 % des volumes produits (de l'ordre de 8 000 tonnes annuelles). Cette entrée dans la grande distribution a permis d'étendre la notoriété des pâtes d'Alsace à toute la France. Depuis six ans, 20 % des ventes de la société Heimbürger sont réalisés hors Alsace.

La société Heimbürger enregistre de bons résultats malgré la période récente de forte inflation. Alors que les pâtes d'Alsace IGP sont vendues relativement plus chères, du fait de la présence d'œufs frais de poules élevées en plein air, et de l'utilisation de semoule de blé dur de qualité supérieure exclusivement française, les ventes n'ont pas reculé en 2023. La société Heimbürger a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires d'environ 22 millions d'euros et emploie 90 salariés.

¹⁷ Reflets de France est une marque créée en 1996. Elle appartient au groupe Carrefour.

¹⁸ Patrimoine Gourmand est une marque créée en 2002. Elle appartenait au groupe Cora – il a été racheté début juillet 2024 par le groupe Carrefour.

La Cancalaise propose des moules de bouchot micro-ondables

Charlotte Barriquand, LSA n° 2823, jeudi 12 décembre 2024

Il souffle un vent d'air frais sur le rayon traiteur de la mer ! Un vent venu de Cancale (Ille-et-Vilaine, Bretagne), insufflé par la marque La Cancalaise¹⁹, avec la vente de moules de bouchot²⁰ prêtes en deux minutes. « *Nous voulions apporter de la nouveauté sur un marché des produits de la mer en recul, et sur lequel il y a très peu d'innovations* », explique Géraldine Ribault, responsable marketing et communication de la société Mytilimer, spécialiste historique du marché des moules proposées à l'éta²¹.

Pour mener à bien ce projet, les équipes de La Cancalaise ont développé des moules de bouchot cuisinées, à réchauffer simplement au four micro-ondes. Si la cuisson ne prend que deux minutes au consommateur, deux années de recherche et développement (R&D) auront été nécessaires, notamment pour concevoir un emballage hermétique et micro-ondable, utilisant des matériaux recyclés et recyclables sans limite dans le temps ! Ces moules sont disponibles depuis juillet dernier [2024, Ndr], dans toutes les GSA. « *C'est d'ores et déjà un joli succès commercial* », se réjouit Géraldine Ribault, qui souligne l'intérêt des clients pour cette nouveauté. Ces moules sont 100 % françaises et récoltées sur les côtes bretonnes. Une différence majeure avec les moules surgelées déjà préparées que l'on peut trouver en GSA, puisque celles-ci sont le plus souvent importées depuis le Chili.

Pourtant, ce n'était pas gagné, car il y a de nombreux freins à la cuisson de moules au four micro-ondes, notamment l'altération des aliments. « *Mais nous avons beaucoup travaillé cet aspect. Nous avons développé un nouveau processus, qui nous a permis de définir un barème de cuisson optimal, permettant de conserver les moules les plus tendres possible. Car c'est un produit fragile, qui peut vite devenir sec ou caoutchouteux* », indique Géraldine Ribault. L'entreprise a également rédigé un cahier des charges recommandant l'utilisation de moules les plus charnues possibles. Le cahier des charges a aussi intégré la conception d'un emballage micro-ondable en forme de cocotte de 500 g (400 g de moules et 100 g de sauce), comme celui dans lequel les consommateurs ont l'habitude de déguster des moules lorsqu'ils sont au restaurant. Le couvercle de la cocotte a aussi été pensé pour accueillir les coquilles vides.

Deux références de produit seront disponibles dans les rayons entre juillet et janvier : des moules marinières²² classiques d'une part ; des moules à la crème d'Isigny-Sainte-Mère²³ et

¹⁹ La marque La Cancalaise a été créée en 1998. La marque La Cancalaise est née de la vocation de producteurs de moules et d'huîtres installés dans la baie du Mont-Saint-Michel, de proposer des produits de la mer de qualité au plus grand nombre. Outre le commerce des moules et des huîtres, La Cancalaise exploite une conserverie qui fabrique des soupes de poissons (filet de merlu à la patate douce, filet de lieu au potimarron...) et des rillettes de crustacés et de poissons (langoustine, maquereau, sardine...). La marque La Cancalaise appartient à la société Mytilimer, fondée en 2003 à l'initiative de Charles Beaulieu (1954-2021) et Christophe Le Bihan. Son siège social se situe à Cancale.

²⁰ Un bouchot est un pieu en bois partiellement immergé à marée haute, qui sert de support pour l'élevage et la récolte des moules et d'autres coquillages.

²¹ C'est le nom donné à la table en bois épais sur laquelle les bouchers débitent la viande, ou sur laquelle les poissonniers écaillent et éviscèrent les poissons.

²² C'est la recette la plus traditionnelle pour déguster des moules. Elle consiste à cuisiner les moules avec des échalotes ciselées, du persil haché, du poivre moulu, de l'ail, du beurre et du vin blanc.

oignons de Roscoff²⁴, d'autre part. « *Il est important pour nous de respecter la saisonnalité des moules, et de ne pas proposer ce produit en dehors* », insiste Géraldine Ribault. Les équipes de La Cancalaise réfléchissent déjà à de nouvelles recettes de moules prêtes en deux minutes pour l'été prochain [l'été 2025, Ndr].



23 Isigny-Sainte-Mère est une coopérative agricole laitière française spécialisée dans la transformation du lait (beurre, crème et fromages). Elle est issue de la fusion en 1980 de la laiterie coopérative de Sainte-Mère-Église, créée en 1909, et de la laiterie coopérative d'Isigny-sur-Mer, créée en 1932. Le siège social de la société coopérative Isigny-Sainte-Mère est située à Isigny-sur-Mer (Calvados, Normandie).

²⁴ Roscoff est une commune française située dans le département du Finistère (Bretagne). La ville est connue pour ses oignons rosés, que les cultivateurs locaux partirent vendre au XIX^e siècle au Royaume-Uni, notamment dans la ville de Plymouth (Devonshire).