

ST MAMET

— Depuis 1953 —

L'ANNÉE 2021
PLACÉE SOUS
LE SIGNE DU
CHANGEMENT

AVEC UNE NOUVELLE IDENTITÉ ET L'OBTENTION DE NOUVEAUX LABELS POUR ST MAMET

St Mamet, l'expert du fruit sous toutes ses formes depuis presque 70 ans qui a vu ses ventes grimper depuis le premier confinement, dévoile sa nouvelle identité suite à un rebranding, et poursuit ses engagements en obtenant une certification RSE PME+ et une certification environnementale HVE3.

Une identité renforcée et premiumisée

Pendant le confinement, les fruits St Mamet ont été largement plébiscités par les Français, à la recherche de produits locaux de qualité, made in France, sains et pratiques.

Forte de ce succès, St Mamet adopte un nouveau "branding", visant à (ré)affirmer ses valeurs : de l'engagement, de l'exigence, de la créativité et de l'épicurisme.

Depuis 1963, St Mamet donne accès à des fruits de qualité bénéficiant d'un réel savoir-faire (cueillis à la main en saison à pleine maturité), issus d'une agriculture raisonnée, et disponibles dans une conserve éco-responsable. Véritables alliés d'une alimentation variée, saine et de qualité, à prix juste toute l'année, les fruits St Mamet n'en restent pas moins gourmands, apportant plaisir au quotidien.

Cette refonte se dévoile également au travers d'une nouvelle identité visuelle signée Dupont Lewis, avec un logo et des packagings entièrement revus.

Le logo, dont la forme a évolué pour plus de modernité, a également vu sa couleur bleue s'intensifier et s'affirmer.

Les nouveaux packagings, plus premium, viennent quant à eux davantage sublimer les fruits, avec un style innovant. Conserves, cups de fruits ou encore berlingots affichent aussi clairement et fièrement les informations relatives aux apports nutritionnels, absence de conservateurs, nutri-score A ...

Cette nouvelle identité s'inscrit dans le prolongement des récentes évolutions de la marque et dans la stratégie à long terme : un nouveau « branding » premium plus moderne, pour valoriser la qualité des produits mais aussi le travail de toute la filière arboricole et le savoir-faire de St Mamet, et renforcer l'aspect gourmand et le plaisir à la dégustation des produits.

« Chez St Mamet, nous sommes engagés pour une agriculture toujours plus respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'homme. Et aussi, engagés au quotidien pour faire bouger les lignes établies pour créer un monde meilleur, plus généreux, plus gourmand et toujours au prix juste ! Nous voulons redéfinir le positionnement de la marque, et affirmer davantage ce qui nous caractérise à savoir notre savoir-faire, et l'exigence d'une qualité sans cesse renouvelée. Nous nous engageons à proposer les meilleurs fruits des meilleurs terroirs, pour procurer des émotions uniques à nos consommateurs, notamment plaisir et gourmandise à la dégustation »

Explique Valérie Sauvêtre, Directrice Marketing et Innovation

Une marque toujours plus responsable

Depuis sa création, St Mamet s'est toujours investie dans la RSE, en favorisant les démarches respectueuses de la nature & de l'environnement, en produisant en France, en innovant avec des recettes toujours plus saines... Aujourd'hui, la marque franchit une nouvelle étape avec l'obtention de deux nouveaux labels.

LA CERTIFICATION HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE (HVE) DE NIVEAU 3

Preuve de son engagement pour la préservation de l'environnement et de ses 25 ans de pratiques d'agriculture raisonnée, St Mamet arbore désormais la certification Haute Valeur Environnementale au niveau 3.

Le niveau 3 consiste en un outil de mesure des pratiques permettant d'évaluer la performance

agro-écologique de l'exploitation dans son ensemble (culture, élevage et environnement des parcelles et des animaux).

La certification HVE niveau 3 vient consolider l'engagement de St Mamet sur la thématique environnementale.

Cette labellisation s'appuie sur 3 grands principes :

- 1 La protection de la biodiversité
- 2 La stratégie phytosanitaire
- 3 La gestion de la ressource en eau



LE LABEL RSE PME+

Engagée pour les Hommes, l'emploi et l'environnement, St Mamet est désormais certifiée RSE avec le label PME+.

Porté par la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) et décerné selon un cahier des charges issu de la norme ISO 26000, la marque s'engage à travers ce label à :

- Mettre l'humain au cœur de son entreprise
- Participer à l'emploi dans sa région
- Préserver l'environnement
- Proposer des produits associant savoir-faire et qualité
- Mettre en place une démarche RSE

Ce label garantit aux consommateurs, aux clients et à l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, la sérieux, la sincérité et la loyauté des pratiques en matière de RSE.



ST MAMET, C'EST AUSSI UN SAVOIR-FAIRE ET DES ENGAGEMENTS QUI NE CHANGENT PAS



Le développement et le soutien de la filière arboricole dans le sud est de la France

St Mamet a noué un partenariat historique avec la coopérative Conserve Gard depuis presque 70 ans et s'inscrit sur le long terme jusqu'en 2036. Ce partenariat engage la marque à la revalorisation chaque année du prix des fruits dont l'indication « fruits équitables français » sur les packagings en est la preuve.



Emballage éco-responsable

St Mamet porte avec son ADN le gène de l'écoresponsabilité dans notamment l'usage de la conserve en métal, matériau le plus recyclable à l'infini. La marque affiche aussi sa volonté d'aller vers des matériaux alternatifs pour supprimer le plastique à moyen terme. St Mamet a également récemment relancé une gamme de compotes au format berlingot de 100g 100% recyclable avec une paille en papier.



Des fruits français

Les poires, pêches, cerises et pommes que l'on retrouve dans les recettes St Mamet sont cultivées dans les vergers du Sud, de la vallée du Rhône se languedoc Roussillon, être récoltées à maturité et conditionnées dans les heures qui suivent, dans les ateliers de production sur le site de Vauvert, près de Nîmes, ce qui nous permet d'avoir des circuits ultra courts entre l'arbre et la conserve.



L'accompagnement de la conversion au bio

St Mamet a une position de précurseur dans le développement et la conversion du verger au bio depuis 2008 et travaille à créer le plus grand verger de France pour avoir 30% de surface en bio en 2022. La marque accompagne la transition au passage du conventionnel au bio par des aides à la plantation / replantation d'arbres fruitiers et rémunère les efforts des arboriculteurs sur les trois années de conversion en valorisant le prix d'achat des fruits.



Nutrition, qualité et sécurité alimentaire

Grâce à leur pasteurisation (processus ultra sécurisé garantissant une sécurité alimentaire contrôlée), permettant de conserver les recettes à température ambiante, sans avoir recours à des conservateurs, les produits St Mamet sont 100% sans conservateurs, mais aussi sans colorants ni arômes artificiels. Les fruits en morceaux St Mamet sont d'ailleurs tous crédités d'un Nutri Score A et également bien notés sur les applications Yuka et Siga.



À propos de St-Mamet

St Mamet est la marque française du fruit depuis presque 70 ans, née de la passion d'une poignée d'arboriculteurs. St Mamet c'est le fruit sous toutes ses formes (ou presque) : salades de fruits, fruits en morceaux, cups de fruits, compotes... Ancrée dans le sud, c'est à Nîmes et Vauvert dans le Gard que vous nous trouverez, mais également des vergers des arboriculteurs de la coopérative avec laquelle nous sommes engagés. Et pour longtemps !

@stmamet @SaintMamet

www.saint-mamet.com

CONTACT PRESSE : AGENCE DUPONT LEWIS

26, boulevard Poissonnière 75009 Paris

anne-charlotte@dupontlewis.com - 06 71 87 62 05