

# Etude de marché sur Kellogg's

## Sommaire :

- A propos de la compagnie, son histoire
- Valeurs et montants
- Concurrents et cibles
- Enjeux et problèmes
- Perspectives

## Histoire:

La Kellogg company est une entreprise américaine qui vend des céréales de petit déjeuner. Son siège aux Etats-Unis se trouve dans le Michigan, et en France il se situe à Noisy-le-Grand, en Seine-Saint-Denis.

La Kellogg company a été fondée par les frères Will Keith et John Harvey Kellogg.

John Harvey Kellogg (1852 - 1943) était un médecin et nutritionniste américain. Il suivit le mouvement américain de réforme sanitaire portant sur la prévention des maladies. Il était le dirigeant d'un établissement de soins dans lequel il appliquait les principes de santé de l'Église adventiste dont il était membre : pas de sexe, et rien de ce qui peut le susciter : alcool, tabac, café ...  
Il est le détenteur d'une trentaine de brevets dont le beurre de cacahuètes.

L'histoire commence en 1898, lorsque les frères Will Keith et John Harvey Kellogg inventent les Corn Flakes. Ils appliquent le même procédé au maïs qu'au blé pour créer les pétales de maïs. Ils cuisent des grains de maïs puis ils les passent entre des rouleaux pour former une fine feuille de pâte. Ils laissent ensuite durcir la pâte, qui devient ainsi les Corn Flakes.

1906 : Will Keith Kellogg fonde la Battle Creek Toasted Corn Flake Company qui devient plus tard la Kellogg Company. Il embauche ses premiers collaborateurs et ils vend ses premiers Corn Flakes.

1915 : Lancement des Bran Flakes, premières céréales à haute teneur en fibres.

1922 : Kellogg's en Angleterre (disponible seulement dans les épiceries).

50' : Lancement de Special K et Frosties.

1968 : Kellogg's arrive en France.

1969 : Kellogg's fournit le petit déjeuner à Neil Armstrong, Buzz Aldrin et Michael Collins lors de leur voyage sur la lune.

80' : Agrandissement de la gamme de produits.

Au cours de son existence, l'entreprise a racheté bon nombre d'entreprises et de filiales parmi lesquelles :

1999 : Kellogg's acquiert Worthington Foods (sauces, les produits carnés et végétariens).

2000 : Keebler Foods (entreprise américaine spécialisée dans les biscuits).

2012 : La célèbre filiale Pringles.

2016 : Participation majoritaire (plus gros actionnaire) dans Parati Group (entreprise brésilienne spécialisée dans l'alimentation sucrée).

2017 : Chicago Bar Company (une entreprise spécialisée dans les barres céréalières diététiques).

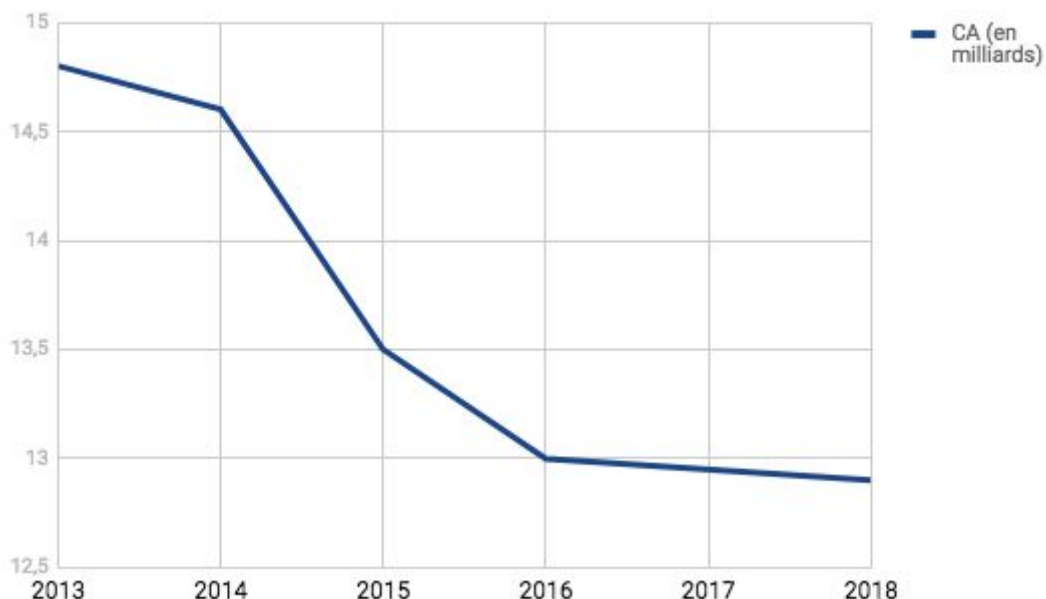
*“Plus de 100 ans après la création de la société, nous suivons fièrement les valeurs de W.K. Kellogg dans 180 pays à travers le monde. Notre mission est encore et toujours de proposer à nos consommateurs des petits déjeuners bons et sains qui feront de vos matins des matins réussis” - Le site de Kellogg's.*

### Valeurs:

Le chiffre d'affaires de Kellogg's en 2016 est de 13 milliards de dollars.

863,8 millions de tonnes de céréales sont consommées par an en France ce qui représente 1,8 kg par habitant. Cependant les plus gros consommateurs restent les habitants du Royaume-Uni, avec 7 kilos de céréales consommées par an par habitant.

### Evolution du chiffre d'affaires de Kellogg's



On peut constater une légère diminution du chiffre d'affaires de Kellogg's, passant de 14,8 milliards de dollars en 2013 à un peu moins de 13 milliards de dollars en 2018.

### Principales marques distribuées par Kellogg's et leur part de marché :

Spécial K (18,3% de PDM)  
Coco Pops (4,6% de PDM),  
Trésor (4,5% de PDM),  
Miel Pops (3,4% de PDM),  
Frosties (2,6% de PDM)

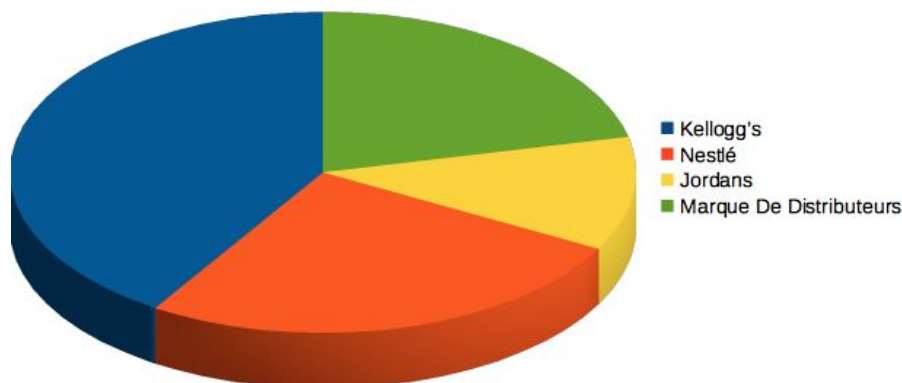
Avec 40% de part de marché en 2017, on peut dire que Kellogg's est le leader incontesté de la catégorie.

### Concurrents

Avec seulement 27,4% de parts de marché, c'est Nestlé, le principal concurrent de Kellogg's (celui-ci comptabilise plus de 43% des ventes).

Jordans représente + 12 % des parts de marché.

Réprésentation parts de marché des fabricants de céréales



Fabricants de céréales	Part de Marché
Kellogg's	43,00 %
Nestlé	27,40 %
Jordans	12,00 %
Marque De Distributeurs	22,50 %

MDD = Marques De Distributeurs

[http://julientap.free.fr/travail\\_fichiers/le\\_marche\\_du\\_petit\\_dejeuner.pdf](http://julientap.free.fr/travail_fichiers/le_marche_du_petit_dejeuner.pdf)

### Cibles

La marque vise un public large cherchant à satisfaire les plus jeunes comme les plus vieux. Elle prône un concept marketing qui lie santé et plaisir du palais.

Kellogg's se sert surtout de la publicité pour toucher son public.

### **Exemple de publicité visant plus les enfants :**

<https://www.youtube.com/watch?v=eNU9AZZEnig>

Cette publicité concerne plus les enfants avec une pub utilisant les mêmes codes que le dessin animé, plus une mascotte reliée au produit (en l'occurrence ici, une abeille pour les Miels Pops mais il existe aussi le tigre de Frosties, la grenouille de Smacks ou encore le singe de Coco Pops). Il y a également l'idée du clip musical qui influence l'enfant, futur consommateur.

### **Exemple de publicité visant plus les adultes :**

<https://www.youtube.com/watch?v=Fugfv8UjDtY>

Cette publicité est plus centrée adulte, laissant de côté le côté dessin animé pour laisser la place à de vrais acteurs.

La marque se place dans la vie du consommateur adulte pour promouvoir son produit. Et elle utilise des codes que seul un consommateur adulte comprend.

On remarque tout de suite le contraste entre ces deux publicités : d'un côté, une publicité qui se veut pleine de couleurs pour l'enfant et de l'autre, une publicité plus mature mais qui reste neutre.

Les publicités Kellogg's sont aussi l'occasion pour la marque de communiquer sur l'aspect diététique et nutritionnel de ses produits.

Cependant, la publicité n'est pas le seul moyen mis à disposition par Kellogg's.

La marque se sert également d'Internet pour toucher un public mixte qui vise autant les adultes que les enfants, mais également les adolescents.

On peut retrouver notamment la page Facebook "Trésor de Kellogg's" qui met en scène leur produit dans diverses situations. Ici, l'idée étant de viser un public jeune.

Il existe également le site "My Spécial K", destiné à la gente féminine comme masculine (adulte), permettant de se créer un programme personnalisable minceur.

On peut apercevoir sur la capture d'écran du site qu'il est possible de "suivre ces progrès", recevoir "des conseils forme", "Créer sa liste de course", "Astuces pour réussir", "Inviter ses amis" et "partager ses menus personnalisés".



Trésor de Kellogg's

21 juin

Ta tête en cours quand tu as oublié qu'il y avait un contrôle !!!!



J'aime · Commenter · Partager

1 165 16 1 partage

Commencez dès aujourd'hui à préparer l'été.

Passez un été en toute légèreté avec Mon Special K

Commencez votre programme

Déjà membre ? Connectez-vous



Voici les outils nécessaires pour bien démarrer votre programme et rester motivée jusqu'au bout.



#### Suivez vos progrès

Enregistrez régulièrement votre poids, votre humeur, votre activité physique pour suivre vos progrès.



#### Des conseils forme

Des conseils d'experts pour faire des exercices simples au quotidien



#### Créez votre liste de courses

Il est plus facile de suivre votre programme lorsque vous avez tous les ingrédients de votre menu à portée de main.



#### Astuces pour réussir

Quelques conseils pratiques peuvent faire une grande différence. Obtenez les informations personnalisées dont vous avez besoin pour rester motivée.



#### Invitez vos amis

Prendre soin de sa ligne est plus facile lorsque vous avez des amis à vos côtés pour vous encourager.



#### Partagez vos menus personnalisés

Vous voulez partager les menus de votre programme avec vos amis ou votre famille ? Vous pouvez leur envoyer un lien par e-mail ou en imprimer une copie.

Donc : Campagne de communication importante = Kellogg's se forge une communauté et s'émancipe grâce au consommateur.

## Enjeux

Avec la publicité, on comprend que l'enjeu principal de l'entreprise est un enjeu économique. Son but premier est d'engendrer les plus de bénéfices possibles au cours d'une année afin de rester le leader céréalier. Pour se faire, Kellogg's a déposé beaucoup de marque comme [Coco Pops®](#), [Kellogg's Corn Flakes®](#), [Miel Pops®](#), [Special K®](#)... De plus, en 2012, la boîte rachète la marque Pringles agrandissant ainsi son marché et faisant de Pringle's la deuxième grande marque de Kellogg's, derrière Spécial K. Enfin, la présence de Kellogg's au niveau international limite la chute de son chiffre d'affaires en cas de crise. En effet, certains pays étant à chaque fois moins impacté par la crise, ils compensent les chutes d'autres (ex : de la crise de 2008).

Mais, malgré sa grande ambition et sa volonté de toujours séduire, l'entreprise tente de remplir d'autres enjeux que ceux économiques. Elle est ainsi engagé dans une lutte environnementale et sanitaire.

D'un point de vue environnementale, sa lutte se matérialise par la production, depuis maintenant plus de 100 ans, d'emballages en carton 100% recyclables et fabriqués à 88% à partir de carton recyclé. D'autre part, le plastique des sachets utilisé pour préserver la fraîcheur des aliments est 40% plus fin qu'il y a 30 ans afin de lutter contre la pollution engendré par celui-ci (le plastique). Kellogg's surveille aussi sa consommation d'eau et d'énergie, et tente de limiter au mieux le gaspillage (objectif : taux zéro).

( Depuis peu, l'entreprise essaie également d'aider les agriculteurs et leurs fournisseurs agricoles à :

- s'adapter aux changements climatiques
- optimiser l'utilisation d'engrais sains
- estimer et mesurer les émissions à effet de serre
- améliorer la santé des sols.) à voir, si c'est pas trop long, c'est pas forcément utile de développer

D'un point de vue sanitaire, kellogg's a mis en place un programme solidaire: Breakfasts for Better Days (des petits déjeuners pour des jours meilleurs). Son objectif est de lutter contre la faim dans le monde et d'aider ceux dans le besoin, en faisant par exemple des dons à la Banque Alimentaire ou en menant des actions de lutte contre la faim → USA « Fighting hunger » ou encore pour la santé → « Heart Healthy Selection ». Pour lutter contre le surpoids et l'addiction au sucre, Kellogg's s'est diversifier en proposant notamment une gamme « diet » avec Spécial K et veillant à ce que ses produits ne soient pas trop riches en sucre.

Cependant, la marque doit faire face à plusieurs problèmes qui viennent entacher son image de meilleure marque céréalière au monde. En effet, malgré une qualité certaine, Kellogg's possède des prix élevés comparé à la concurrence, ce qui entraine l'achat de produits de substitution par les clients pour réduire le coût des petits déjeuners. De plus, les céréales sont de moins en moins consommés au petit dej et les produits de Kellogg's sont déjà sur



presque tous les marchés à travers le monde, il y a donc peu de place pour l'expansion géographique (un marché saturé). La marque se retrouve au coeur de scandale qui viennent ternir son image, elle est par exemple accusée de racisme (cf tweet) ou de sexisme (enfant de 10 ans) → slogan sexiste changé. Enfin, une organisation indépendante américaine de santé publique, Environmental Working Group (EWG), publie une étude selon laquelle les céréales contiendraient trop de sucre et seraient potentiellement diabétogène.



## Perspective

En 2014, la consommation de céréales baissait alors que la consommation de confitures ou de miel augmentait.

L'objectif pour Kellogg's est alors de réussir à relancer cette consommation, pour ce faire il faut innover. A ce sujet, François Rouilly, PDG de Kellogg's France disait : "Les céréales ont encore du potentiel, avec 43,6% de part de marché" De plus, les Français en consomment quatre fois moins que les Anglais ce qui leur laisse une vraie marge de progression.

L'entreprise va tenter de développer l'offre adulte où le taux de pénétration n'est que de 25%, et travailler la fréquence d'achat sur la cible enfant. ».

En effet, aujourd'hui les enfants consomment beaucoup plus facilement ce qu'ils veulent pour le petit déjeuner parfois au détriment des céréales. Pour y remédier et continuer à prospérer la marque tente de avant tout de toucher les enfants afin que, convaincus par le produit, demandent à leur parents de l'acheter.

Kellogg's s'est donc lancé dans de nombreux partenariats notamment avec de grosses marques de jeux vidéo comme Blizzard et Nintendo en créant des boîtes de céréales à l'effigie des perso principaux (Blizzard et le personnage de Lucio du jeu Overwatch ou encore Nintendo avec celui de Mario). Ces partenariats permettent d'élargir la gamme de céréales proposées et de toucher un public différent.

En parlant de public, les adultes quant à eux restent un enjeu majeur pour la marque. En effet, ils prennent de moins en moins de temps pour leurs petits déjeuners et cela augmente la consommation de produits finis, prêts à être consommés tels que les céréales ou les barres de céréales, ce qui n'est que positif pour Kellogg's, qui en profite pour lancer la gamme Special K Crunchy Muesli, destinée en premier lieu aux femmes.

Autre innovation, en 2016 à New York, voit le jour le premier Kellogg's bar, un bar à céréales qui a pour but de se rapprocher de ces consommateurs et rajeunir l'image déclinante des céréales.

Par la suite, la marque devrait continuer sur cette lancée avec, entre autre, de nouveaux produits et innovations qui devraient voir le jour permettant d'alimenter la croissance des ventes ainsi que l'acquisition de nouvelles marques dans les prochaines années, en effet, nombreuses sont les entreprises qui souhaitent s'offrir une des marques de Kellogg's puisque cela leur permet de lever des fonds, de réinvestir dans l'entreprise, ou encore de financer une partie des dettes de cette dernière. Actuellement, il reste un défi majeur pour la marque Kellogg's : le développement de produits bio qui est un marché encore émergent. Cependant, cela ne devrait pas poser de problèmes, comme dit Will Keith Kellogg « nous sommes une entreprise dont l'ambition est de proposer des produits de qualité pour un monde plus sain ».



## Sources

Dossier pour étudiants en Marketing :



<https://www.marketing-etudiant.fr/marques/kelloggs-marketing.html#>

<https://www.marketing-etudiant.fr/cours/k/swot-kelloggs.php>

<https://www.marketing-etudiant.fr/cours/k/matrice-pestel-kelloggs.php>

Site officiel Kellogg's : **kelloggs.fr**

Facebook Kellogg's : <https://www.facebook.com/Kelloggs-France-897016170357398/>

Twitter Kellogg's : <https://twitter.com/KelloggCompany>

Instagram Kellogg's : <https://www.instagram.com/kelloggsus/>

Page Wikipédia : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Kellogg's>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/John\\_Harvey\\_Kellogg](https://fr.wikipedia.org/wiki/John_Harvey_Kellogg)

[https://www.kelloggs.fr/fr\\_FR/who-we-are/our-history.html](https://www.kelloggs.fr/fr_FR/who-we-are/our-history.html)

[https://www.kelloggs.fr/fr\\_FR/who-we-are/our-locations.html](https://www.kelloggs.fr/fr_FR/who-we-are/our-locations.html)

<https://www.actugaming.net/overwatch-blizzard-sassocie-avec-kelloggs-pour-des-cereales-173489/>

<https://www.lavantgardiste.com/p-tit-dej-a-tartiner/5539-kellog-s-cereales-super-mario.html>

<http://www.lefigaro.fr/societes/2016/12/08/20005-20161208ARTFIG00016-kellogg-s-ouvre-u-n-bar-a-cereales-a-new-york.php>

## Feuille Youna oral

enjeux principal : économique pour rester leader mondial

- Beaucoup de marques déposées
- 2012, Pringles, agrandit le marché
- limite chute pendant crise

enjeux environnementaux :

- emballages recyclable et carton recyclés
- plastique 40 % plus fin
- surveillance conso eau, énergie
- lutte gaspillage
- aide fournisseurs, agriculteurs (X4)

Enjeux sanitaires :

- programme solidaire : lutter faim et pour la santé dans le monde
- Dons banque alimentaire et actions (faim USA, santé)
- Gamme Diet et moins de sucre

Problèmes :

- prix élevés / concurrence
- moins consommé et marché saturé
- scandale (racisme et sexisme)
- mauvais pour la santé