

LABEYRIE

FINE FOODS

- **Chiffre d'affaires annuel 2011/2012 audité au 30 juin 2012 : 753 millions d'euros, +6,3% vs 2010/2011**
- Les Français toujours prêts à dépenser pour l'alimentation plaisir
- **Activité dynamisée par plus de 100** nouveautés-produits par an
- Ouverture à de nouveaux territoires de l'alimentation plaisir pour poursuivre la croissance

Paris, le 18 septembre 2012

« Le Groupe Labeyrie Fine Foods, après être revenu sous actionnariat 100 % français en janvier 2012, poursuit sa croissance grâce à son positionnement centré sur l'alimentation plaisir. Grâce à la qualité de ses produits, à ses nombreuses innovations, **le Groupe a connu une croissance de son chiffre d'affaires annuel 2011/2012 de +6,3 % dans un contexte macroéconomique et une consommation alimentaire moroses.** Fidèle à sa stratégie, Labeyrie Fine Foods, s'appuie d'une part sur ses marques fortes (notamment Blini, Delpierre et Labeyrie), et propose d'autre part les meilleures solutions aux distributeurs pour leur propre marque. **Le Groupe envisage l'avenir sous le signe de la croissance organique à travers de nouvelles offres et est également prêt à saisir les opérations de croissance externe qui se présenteront et seront cohérentes avec son positionnement sur le marché de l'alimentation plaisir.**

Groupe européen, Labeyrie Fine Foods qui s'appuie sur 15 usines, dont 13 en France, défend le « produit en France » et milite pour une amélioration de la compétitivité de la production en France face à une concurrence mondiale agressive. Le Groupe souhaite une réelle prise de conscience des consommateurs à ce sujet, suivie d'une évolution de leurs habitudes d'achats plus orientés vers des produits fabriqués en France » déclare Xavier Govare, Président du Directoire de Labeyrie Fine Foods.

Croissance 2011/2012 : +6,3%

Le Groupe Labeyrie Fine Foods affiche un chiffre d'affaires annuel 2011/2012 au 30 juin 2012 de 753 millions d'euros contre 708 millions d'euros l'année précédente, soit une croissance de +6,3 %, tirée par ses 5 expertises métiers, à savoir :

- Le saumon fumé, caviar et autres spécialités marines
- Les crustacés
- Le foie gras et les spécialités du terroir
- Le traiteur surgelé salé et sucré
- L'apéritif cosmopolite frais

Cette croissance s'explique par le travail remarquable réalisé par les 4500 collaborateurs du Groupe sur :

- La qualité et l'innovation sur chacune des expertises métier du Groupe
- La croissance des savoir-faire acquis récemment par le Groupe : pâtisserie surgelée salée et sucrée

- La conquête pour nos marques phares, Blini, Delpierre et Labeyrie grâce à un déploiement sur de nouveaux rayons des hypers et supermarchés
- La dessaisonalisation de nos produits phares : le foie gras et le saumon fumé

Par ailleurs Labeyrie Fine Foods continue d'investir dans ses usines, et y consacre en moyenne une enveloppe d'investissement de 20 millions d'euros par an.

Un consommateur qui se réfugie dans l'alimentation plaisir

Indéniablement, le consommateur français doit aujourd'hui faire face à un pincement de son pouvoir d'achat, et revoir à la baisse une partie de ses dépenses alimentaires. Cependant, nous observons une nouvelle tendance liée directement à la crise, comme le souligne Pascale Hebel, sociologue et directrice de la communication du Credoc « *Après le tout light, nous sommes passés au tout santé, puis aujourd'hui au tout plaisir, en maintenant toutefois la valeur de bien-être* ». Malgré la crise, le consommateur français se réfugie dans ces petits moments d'alimentation plaisir entre amis, à la maison, et bien plus économiques qu'une soirée au restaurant. L'alimentation « *plaisir* » prend encore plus de sens en période de crise, car beaucoup plus accessible que bien d'autres plaisirs. L'ensemble de l'offre Labeyrie Fine Foods, répond à toutes les envies gourmandes et permet ainsi de varier ces plaisirs.

D'après le Crédoc, **41 % des Français estimaient en 2011 que l'alimentation doit avant tout être un plaisir**, contre 36 % 4 ans plus tôt. Le critère d'achat le plus important est, quant à lui, d'abord le goût à 96 %, bien avant le prix et la durée de conservation à 86 %, et l'avantage santé du produit à 74%.

De nouveaux territoires à conquérir

Fort de ses marques (Blini, Delpierre et Labeyrie), de leurs différents savoir-faire et ADN, **Labeyrie Fine Foods poursuit également son développement au sein de la GMS dans de nouveaux rayons**. Ainsi le Groupe, grâce à l'acquisition de Brossard Surgelés en 2010, rebaptisé Labeyrie Traiteur Surgelés, développe une offre traiteur surgelé innovante, de l'apéritif au dessert, avec des produits à la fois savoureux, gourmands et de grande qualité.

Labeyrie Fine Foods développe la marque Labeyrie dans le rayon Boulangerie/Pâtisserie des grandes surfaces en apportant sous un packaging très valorisant des « *pauses sucrées* » de grande qualité et abordables. Il en est de même au rayon épicerie où le Groupe va proposer toute une gamme d'Épicerie Fine haut de gamme à marque Labeyrie (foies gras d'exception, plats mijotés, terrines et rillettes premium, sauces, condiments et truffes)

Delpierre, le spécialiste traiteur marin, lance une nouvelle offre très qualitative de poisson et crevettes préparées sur le rayon surgelé, ainsi que Blini, présent désormais sur ce rayon, avec une gamme de bouchées apéritives cosmopolites.

De nouveaux moments de consommation à développer

Le Groupe accentue son offre sur un moment clé et précieux pour les Français : l'apéritif. Ce moment correspond à un nouveau mode de vie se prolongeant d'ailleurs souvent en moment de convivialité, débordant sur le dîner. C'est pourquoi, le Groupe, développe via ses marques de nouveaux produits, spécifiques dédiés à ce moment : des offres foie gras, saumon et bouchées apéritives chez Labeyrie, comme de nouveaux tartinables et blinis ou autres grignotages pour la marque Blini ou encore des assortiments de crevettes et de poissons marinés, chez Delpierre.

76 % des Français considèrent l'apéritif comme un des fleurons des traditions de l'hexagone, car il marque, autour du partage et de la convivialité, des moments clé de leur vie familiale ou sociale. **72 % d'entre eux déclarent prendre l'apéritif au moins une fois par mois (enquête Sofres 2010)**.

Le Groupe Labeyrie Fine Foods, fort de ses savoir-faire, de sa créativité et de sa compétitivité dans l'alimentation plaisir, envisage aujourd'hui l'avenir avec envie, dynamisme, et confiance.

Contact presse

Publicis Consultants

Caroline Decaux

caroline.decaux@consultants.publicis.fr

01 44 82 46 38