



Communiqué de presse

Leader sur ses marchés, Labeyrie Fine Foods poursuit sa conquête de nouveaux territoires

Paris, le 29 avril 2013,

Labeyrie Fine Foods conforte sa position de leader de l'alimentation plaisir en GMS en 2012, et confirme ses ambitions de croissance pour 2013

Xavier Govare, Président du Directoire de Labeyrie Fine Foods

« Cette année encore, *Labeyrie Fine Foods réaffirme ses ambitions de croissance en consolidant son statut de leader sur ses marchés historiques, notamment grâce à ses innovations, et en accélérant sa conquête de nouveaux rayons. Après avoir investi le rayon surgelé salé et sucré en 2011, le rayon boulangerie-pâtisserie en 2012, et renforcé notre présence en épicerie fine l'an dernier, nous partons désormais à la conquête du rayon traiteur frais libre-service. En proposant toujours des produits de grande qualité, le Groupe confirme ainsi sa volonté de rester l'acteur incontournable de l'alimentation plaisir tout au long de l'année* ».

Ce qu'il faut retenir de la saison 2012

Sur la fin de l'année 2012, Labeyrie Fine Foods conforte son leadership sur ses marchés clés* :

Le saumon fumé : 43,6 % (grâce à ses 2 marques Labeyrie et Delpierre respectivement n°1 et n°2 du marché)

Le foie gras : 27,6 %

Les crevettes plaisir : 39,7%

Le traiteur surgelé salé et sucré : 37,3 % sur l'apéritif surgelé et 23% sur la pâtisserie surgelée

* PDM en valeur - P13 source IRI

• *Saumon Fumé*

Avec 43,6% de parts de marché en valeur et 37,6% en volume, le Groupe réalise une **part de marché historique** pour son activité saumon fumé sur le mois de décembre avec ses marques Delpierre (+0,5pts en volume vs 2011) et Labeyrie (+1,2pt en val vs 2011). Un succès qui s'explique notamment par la fidélité des consommateurs à des marques, synonymes de qualité au rayon traiteur de la mer, et par leur attrait pour le bio et les gammes apéritif

|www.labeyrie-fine-foods.com|

- **Foie gras**

Avec 27,6%* de parts de marché en valeur et 22,5%* en volume, Labeyrie maintient sa position de leader incontesté en grandes surfaces sur le foie gras, son cœur de métier depuis l'origine. Il faut souligner notamment le très bon accueil des consommateurs vis-à-vis de la gamme apéritif spécialement conçue pour ce moment de consommation. Synonyme de convivialité et de spontanéité, l'apéritif n'a d'ailleurs jamais été autant apprécié par les Français qui lui donnent de plus en plus de place, et pour lequel le Groupe innove constamment.

* Foie gras frais

- **Les crevettes élaborées**

Avec 39,7% de parts de marché en valeur et 34,6% en volume en décembre 2012, Delpierre confirme sa position de leader sur les crevettes élaborées au rayon marée libre-service. Un succès qui s'illustre aussi par l'obtention du titre « Saveur de l'année 2013 » pour les « crevettes déjà décortiquées » de Delpierre.

Malgré un marché de la crevette surgelée en déclin en Grande-Bretagne, à la fois en termes de valeur (-3.7%) et de volume (-4.3%), Lyons Seafoods réalise une augmentation des ventes de 13,3%, notamment grâce au référencement de nouvelles lignes telles que Waitrose Essential.

- **Caviar**

Le succès du caviar en grandes surfaces se confirme et permet à la marque Labeyrie de réaliser une très belle performance pendant les fêtes de fin d'année. Le Groupe se classe en effet en 2ème position sur ce marché. En seulement trois ans, la marque Labeyrie est devenue un incontournable du caviar en grandes surfaces, la marque ayant doublé ses ventes sur la période festive 2012. Avec 80 000 boîtes vendues, la marque Labeyrie est celle qui dynamise le marché, en étant le premier contributeur de croissance, apportant 85% de la croissance en valeur du marché à Noël 2012.

Ce succès s'explique notamment par le savoir-faire du Groupe dans la sélection de ses élevages, garants d'un niveau de qualité très élevé. Un succès appelé à se pérenniser puisque de nombreux magasins ont décidé de proposer du caviar à marque Labeyrie toute l'année.

- **Surgelé**

Sur un marché de l'apéritif surgelé qui progresse de 7,1% en valeur sur 2012, Labeyrie Traiteur Surgelés détient 35,1% de parts de marché en valeur et reste le principal contributeur de valeur sur ce marché. Cette tendance est encore plus marquée pendant la période des fêtes de fin d'année où Labeyrie Traiteur Surgelés dépasse les marques distributeurs avec 37,3% de parts de marché en valeur. Une très belle percée également à souligner pour la marque Labeyrie, seulement deux ans après son arrivée dans l'univers de l'apéritif surgelé, avec une part de marché qui atteint désormais 10%.

La progression est également à souligner sur la partie pâtisserie surgelée où Labeyrie est désormais la première marque avec 23% de parts de marché en valeur. Un créneau qui offre de belles perspectives pour la marque puisqu'elle a, en 2012, très fortement progressé : 5,7% en volume et 8,8% en valeur.

|www.labeyrie-fine-foods.com|

En 2013, Labeyrie Fine Foods confirme ses ambitions de croissance et continue sa conquête de nouveaux rayons

- *Un Groupe qui continue sa conquête de nouveaux rayons*

Blini accélère son développement au sein de la GMS et fait son entrée au **rayon traiteur frais libre-service** (rayon frais des plats individuels préparés prêts à consommer), avec une offre très qualitative et pleine d'authenticité dans l'univers de l'apéritif cosmopolite : l'**Atelier Blini**.



Inspirée de la qualité artisanale, cette gamme inédite en grande distribution se compose de 18 références principalement méditerranéennes et asiatiques, élaborées dans le respect des recettes traditionnelles. Elle sera disponible dans les rayons dès le mois d'avril.

La marque Blini était jusqu'à maintenant présente en grandes surfaces, au rayon traiteur de la mer, à côté des saumons fumés.

Une arrivée au rayon traiteur frais libre-service qui **pose la première pierre des nouvelles ambitions du Groupe sur un rayon très porteur et dynamique.**

- *Se renforce sur ses métiers historiques en privilégiant l'innovation*



Labeyrie, la marque emblématique du Groupe, **incontournable** sur le marché du saumon fumé, n'a cessé de se renouveler et continue en 2013 avec le lancement en avril d'une nouvelle gamme de saumon de qualité préparé sans fumage avec juste ce qu'il faut de sel et d'aromates, le « NJORD ».

Dans le même temps, Labeyrie lance également les « **Truites de France** », une nouvelle gamme de truites fumées, élevées sur 8 sites sélectionnés et transformées en France. En lançant ces deux nouvelles gammes, Labeyrie souhaite dynamiser ce marché en désaisonnant la consommation du poisson fumé, dont 30% des ventes se font toujours en fin d'année.



Delpierre, la marque référente des produits de la mer en grandes surfaces, continue elle aussi d'innover en proposant dès mai toute une gamme estivale prête à consommer, composée de produits frais, légers et simples principalement en grillades. L'objectif pour le Groupe est ici d'augmenter la consommation des produits de la mer tout au long de l'année, s'appuyant sur une volonté affichée des Français de consommer des produits plus sains : les ventes de poissons frais en grandes surfaces ont augmenté de 8% en volume en août 2012 comparé à la même période en 2011.

|www.labeyrie-fine-foods.com|

- *Et confirme sa récente arrivée sur la pâtisserie surgelée*

S'appuyant sur un marché de la pâtisserie surgelée en forte progression (+5,7 % en volume, +8,8 % en valeur) au moment des fêtes de fin d'année 2012, Labeyrie développe son offre sucré au rayon surgelé.



En avril 2013, la marque Labeyrie proposera une nouvelle gamme de tartes faites à partir de recettes adaptées aux petits plaisirs du quotidien : tarte tatin aux pommes, tarte aux fraises, tarte normande, crumble aux fruits rouges et tarte au chocolat noir.



Dans le même temps, la marque Labeyrie lancera également une nouvelle gamme de desserts glacés, en revisitant les grands classiques de la pâtisserie : opéra, tarte au citron, forêt noire.

A propos de Labeyrie Fine Foods

Depuis presque 70 ans, Labeyrie Fine Foods crée et propose au plus grand nombre des produits de qualité synonymes de purs plaisirs alimentaires. Groupe agro-alimentaire européen de référence, leader sur ses différents marchés, Labeyrie Fine Foods cultive tous les plaisirs gourmands en créant sans cesse de nouvelles expériences gustatives.

Riche de belles marques sur le marché de l'alimentaire plaisir et festif avec Blini, Delpierre, Labeyrie et Lyons Seafoods, Labeyrie Fine Foods offre des mets savoureux, raffinés et créatifs de l'apéritif jusqu'au dessert. En fabriquant pour les marques propres des plus grandes enseignes, le Groupe est également un partenaire privilégié de la grande distribution.

Au 30 juin 2012, le Groupe affiche un chiffre d'affaires annuel de 753M€ et compte 4 500 collaborateurs.

Labeyrie Fine Foods, donner du goût aux bons moments

Contact presse

Publicis Consultants

Caroline Decaux/Lise Arduin

caroline.decaux@consultants.publicis.fr/lise.arduin@consultants.publicis.fr

01 44 82 46 38/01 44 82 46 95

www.labeyrie-fine-foods.com |