

LABEYRIE, UNE STRATÉGIE DE DÉSAISONNALISATION GAGNANTE

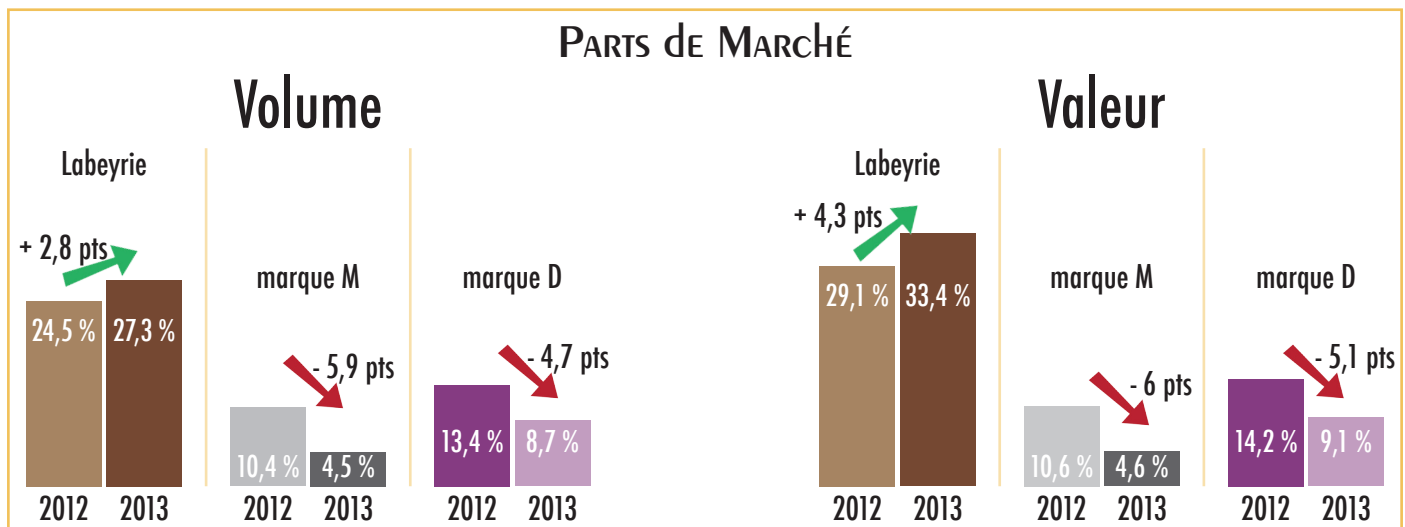
DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES, LABEYRIE A DÉCIDÉ DE DÉVELOPPER LE MARCHÉ DU FOIE GRAS EN DEHORS DE NOËL. CETTE STRATÉGIE DE DÉSAISONNALISATION INITIÉE À PÂQUES 2012 EST UNE VRAIE RÉUSSITE, GRÂCE À DES ACTIONS CONJUGUÉES À LA FOIS EN TERME DE STRATÉGIE PRODUITS ET DE SOUTIEN :

- DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS ADAPTÉS À DE NOUVELLES CIBLES ET DE NOUVEAUX INSTANTS DE CONSOMMATION
- MISE EN AVANT DES GAMMES FOIE GRAS DANS LES POINTS DE VENTE
- POLITIQUE PROMOTIONNELLE EFFICACE
- POLITIQUE DE COMMUNICATION (MÉDIA TV, INTERNET...) SOUTENUE ET MASSIVE.

LE SUCCÈS EST ENCORE AU RENDEZ-VOUS EN 2013 SUR PÂQUES.

FORTE DE SA POSITION DE LEADER, LABEYRIE EST LA PREMIÈRE MARQUE CONTRIBUTRICE À LA CROISSANCE ET À LA VALORISATION DU MARCHÉ.

	Valeur Evolution 2012/2013	Volume Evolution 2012/2013
Labeyrie	+22,7%	+15,7%
Marché	+6,9%	+4%



LA MARQUE S'IMPOSE ENCORE PLUS COMME LE PREMIER ET VRAI MOTEUR DU SUCCÈS DE SA CATÉGORIE, EN S'APPUYANT SUR DES GAMMES PILIERS SOLIDES ET SUR DE NOUVELLES OFFRES À FORT POTENTIEL.

LA STRATÉGIE DE DÉSAISONNALISATION DE LA CONSOMMATION DU FOIE GRAS, ENTREPRISE PAR LABEYRIE, EST DONC UN RÉEL SUCCÈS.