



## Quand la couleur fait la marque

Groupe Appro, Roissy CDG Cedex

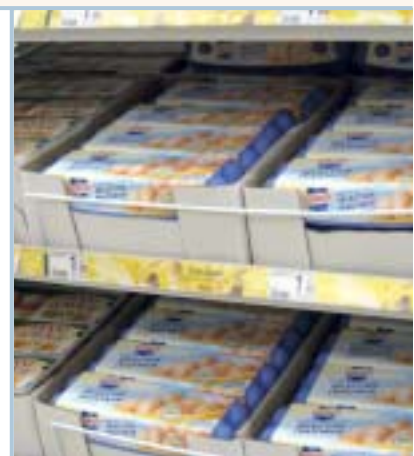
Créé en 1986, le Groupe Appro dispose aujourd'hui, avec 11 fermes de poules pondeuses réparties dans toute la France, d'une part de marché de 38%. Les œufs plein air sont distribués sous la marque Mère Poulard, avec les spécialités Bio et Label Rouge. La marque nationale, Lustucru, conjugue quant à elle depuis toujours fraîcheur et qualité et détient aujourd'hui en France une part de marché de 10,5%. Les œufs frais ont toujours été au cœur de l'histoire et de la tradition de Lustucru, la marque bleue qui utilise, depuis 1911, le nom d'un personnage imaginaire français (Père Lustucru) pour commercialiser d'abord des pâtes puis, plus tard, d'autres produits frais. Aujourd'hui, sur les 3 milliards d'œufs produits chaque année par le Groupe Appro, un total de 1,7 milliard est destiné au commerce de détail. Après les œufs datés du jour de ponte et les œufs « Gros Coques » destinés au petit déjeuner, Lustucru s'est de nouveau fait remarquer en 2005 avec la « Sélection Fraîcheur », des œufs mis en vente moins de 24 heures après la ponte.

Dans le contexte d'un marché où la qualité des œufs est principalement définie par le mode d'élevage et/ou par



la fraîcheur; il s'agissait avant tout, pour Lustucru, de mettre sur le marché des œufs innovants permettant à l'entreprise de tirer son épingle du jeu par rapport à la concurrence et de créer une référence attrayante pour la GMS et les consommateurs finaux. « La fraîcheur est la 1ère attente des consommateurs. C'est la raison pour laquelle APPRO a lancé la gamme Sélection Fraîcheur de Lustucru. Des œufs pondus tous les matins et expédiés dans les 24h après la ponte. Voilà notre réponse aux attentes des consommateurs. » déclare Philippe Lalère, Responsable Marketing du groupe. Les nouveaux œufs sont plus que frais. Lustucru Sélection le garantit : ils sont mis en vente dans un délai de 24 heures (Valable tous les jours ouvrables

La boîte bleue "12 Sélection Fraîcheur" est la référence la plus vendue en France.



success story

3

## Quand la couleur fait la marque

Groupe Appro,  
Roissy CDG Cedex



sauf avant le week-end et les jours fériés, fabrications spéciales ou cas de force majeure) et se distinguent ainsi des autres références. Ces œufs affichent, outre la date de ponte, la date limite de consommation directement sur la coquille. Bien évidemment, le nouveau produit avait besoin d'un emballage innovant. Toute une série de prix et distinctions l'ont mis en évidence : Lustucru sait se mettre en scène, et c'est là le résultat d'un marketing professionnel assorti d'une attention extrême aux besoins des consommateurs et aux tendances du marché.

Ceci explique le choix de l'emballage *imagic*<sup>®</sup> bleu de HARTMANN, déjà partenaire depuis des années. « Nous avons opté pour un emballage recyclable en papier 100% recyclé interpellant grâce à son design innovant un large éventail de consommateurs » déclare Philippe Lalère, responsable du lancement de Sélection Fraîcheur. « La fibre moulée, le design arrondi et la couleur bleue qui rappelle la marque mettent en valeur la fraîcheur et l'authenticité du nouveau produit. » Il se distingue largement

des autres références du Groupe Appro. La gamme Mère Poulard est également commercialisée depuis 2004 dans les boîtes *imagic*<sup>®</sup> dans un code couleur plus clair. Un sondage réalisé directement après le lancement en janvier 2005 met clairement en évidence son succès. 79% de tous les consommateurs interrogés, et 70% de ceux qui n'achètent normalement pas d'œufs Lustucru, trouvent le nouveau produit tellement séduisant qu'ils se déclarent prêts à acheter « Sélection Fraîcheur ». Enfin, Sélection fraîcheur s'est vu décerner le logo « Reconnu saveur de l'année 2006 ». Bien plus encore que le spot TV, c'est sans doute ce logo qui pousse les consommateurs à l'achat. Le message qui leur est adressé est clair : dans la boîte à œufs bleue, au milieu de toutes les autres références du rayon œuf, se trouvent les œufs frais spéciaux de Lustucru. « Et le succès est au rendez-vous ! En l'espace de 6 mois, Sélection Fraîcheur a pris la 1<sup>ère</sup> place en GMS en terme de volumes ! » conclut Philippe Lalère.

Dans tous les secteurs, nous connaissons des marques que nous reconnaissons d'emblée à leur logo, leur forme ou leur couleur même lorsque nous ignorons leur nom. La plupart du temps, l'emballage joue un rôle très important, si ce n'est le plus important lorsqu'il s'agit de créer un effet de reconnaissance. HARTMANN vous offre la possibilité de mettre en scène vos produits avec des coloris intenses. Nous serons heureux de contribuer à votre succès grâce à nos couleurs d'emballages.

Voici nos coordonnées:

Hartmann Verpackung GmbH  
Hauptstraße 71-79  
D-65760 Eschborn  
Allemagne  
Tel.: +49 (0) 6196-932-0

**dessus:** En plus de la gamme Fraîcheur, Appro propose une gamme plein air et bio sous la marque "Mère Poulard", aussi emballée en boîte *imagic*<sup>®</sup> de HARTMANN.  
**dessous:** Références qualité garanties: des informations claires pour le consommateur.



Protecting values

 HARTMANN