

Douce France



2009 : une année Douce France spectaculaire

+40%*

la plus forte progression
du marché volaille

n°1

sur la catégorie poulet
en dynamisant
le marché **(+ 10%)***

n°2

sur le marché
de la volaille *

*Source TNS 2009

2010 : une année Douce France toute aussi prometteuse

Une identité visuelle forte
et résolument différente :

- logo retravaillé
- recettes intégrées
- garantie sans conservateur
- effet de gamme impactant en linéaire



5 temps forts promotionnels qui vont rythmer l'année

une communication TV soutenue
avec plus de 106 millions de contacts

