

LA MARQUE APPOSÉE SUR LES LABELS GERS ET ANCENIS

Douce France se sent pousser des ailes

Gastronome accroît la visibilité de sa marque Douce France en l'apposant sur le poulet entier Label Rouge. Le volailler fait aussi de nouvelles propositions sur l'élaboré cru ou cuit.

Gastronome donne de la voix à la volaille. La filiale du groupe coopératif Terrena pousse sa marque Douce France. Le logo a été retravaillé. « La visibilité de la marque en linéaires était insuffisante, explique Pascal Lebert, directeur marketing. Nous avons aussi voulu renforcer le positionnement de la marque comme garantie d'une qualité supérieure. »

La concrétisation la plus spectaculaire de cette démarche concerne le poulet Label Rouge. Sur les fourreaux des poulets fermiers entiers du Gers et d'Ancenis figure désormais le logo Douce France. « L'ajout de l'indication « Douce France sélectionne » va permettre de développer les ventes des deux Labels sur le plan national. En revanche, dans leurs zones d'influence respectives comme le Sud-Ouest pour le Gers par exemple, la marque Douce France n'apparaîtra pas », précise Pascal Le-

Sur ses poulets PAC, Douce France indique le nombre de portions et le temps de cuisson.



► **Gastronome ajoute la marque Douce France sur les Labels Gers et Ancenis qu'il distribue.**

Parmi les innovations en découpe, 7 marinades en sachet micro-ondable.



bert. Le sujet est délicat. L'association d'une marque commerciale avec un bassin de production Label n'est pas du goût de tous les groupements d'éleveurs fermiers (lesquels sont propriétaires des Labels : Gers, Ancenis, Loué, etc.). Au Synalaf, l'association des volailles fermières, on reste vigilant. « Nous n'y sommes pas opposés par principe mais nous craignons des dérives, explique Éric Cachan, son président. L'indication du bassin de production doit être très claire sur les packagings et primer sur la marque commerciale. Nous nous interrogeons aussi sur les réactions des consommateurs qui pourraient ne



pas comprendre qu'un Label soit associé à une marque qui commercialise par ailleurs du poulet standard. »

Des marinés micro-ondables

Sur le poulet entier (Label ou standard), Gastronome initie aussi une démarche de segmentation intéressante. Le volailler propose du poids fixe (1,2 kg et 1,45 kg pour les Labels ; 1,2 kg, 1,35 kg et 1,5 kg pour le standard) et identifie, pour chaque référence, le nombre de portions et le temps de cuisson. Exemple : « pour 4 personnes » et « 1h10 de cuisson au four » pour le poulet blanc fermier Label Rouge du Gers de 1,45 kg. Gastronome s'oriente vers le 100 % poids fixe même si, pour l'heure, une offre en poids variable est maintenue.

Sur le front des découpes crues, l'offre en Label est élargie avec par exemple la sortie d'un sot-l'y-laisse. En standard, les escalopes

de dinde et de poulet extra-fines sont déclinées en version aromatisée : andalouse, indienne, tex-mex, tomate, basilic-huile d'olive et milanaise. Pour réduire le temps de cuisson de la découpe de canard et proposer un prix plus attractif, Gastronome lance aussi une escalope extra-fine de canard en poids fixe (4 € la barquette de 210 g).

Le kebab en barquette de 1 kg

Côté élaborés crus, Douce France aligne en permanent une gamme de farcis en croûte déjà proposés en fin d'année (pour une consommation du type friand). Le steak haché Steakys est décliné à l'unité (100 g), les émincés de dinde kebab en barquette de 1 kg et l'offre en panés « premium » (à base de filet) est élargie (ex : aiguillettes panées). Gastronome lance aussi un rôti de filet de dinde conditionné dans sa barquette de cuisson en aluminium (une extension de gamme au poulet et au canard est prévue). L'industriel relance enfin le concept de la cuisson de découpe au micro-ondes avec 7 références de volaille marinée (ex : pavés de dinde marinés au curry, pavés de canard marinés au poivre, etc.).

Filiale lapin de Gastronome, Multilap (49) lance également de nouvelles références d'élaborés crus. « Nous cherchons à faciliter la tâche des consommateurs en conditionnant nos produits dans des packagings pratiques », explique Jean-Luc Desgranges, directeur commercial. En janvier prochain, Multilap mettra notamment sur le marché des emballages micro-ondables (émincés, escalopes marinées), un pavé de lapin à passer au grill et un lapin découpé mariné à la moutarde déjà conditionné dans une barquette four. ♦

F. Carluher-Lossouarn