

Wenn die Farbe zur Marke wird

Unternehmensgruppe Appro, Roissy CDG Cedex

Die 1986 gegründete Unternehmensgruppe Appro verfügt heute mit elf in ganz Frankreich verteilten Legehennenbetrieben über einen Marktanteil von 38%. Die Freiland-Eier werden unter der Marke Mère Poulard mit den Spezialprodukten Bio und Label Rouge vertrieben. Die nationale Marke Lustucru, die seit jeher für Frische und Qualität steht, hat in Frankreich derzeit einen Marktanteil von 10,5%.

Frische Eier standen bei Lustucru schon immer im Zentrum der Unternehmensgeschichte. Die blaue Marke hatte bereits 1911 damit begonnen, zunächst Nudeln, später auch andere Frischeprodukte unter dem Namen der fiktiven Gestalt Père Lustucru zu vermarkten. Von den 3 Milliarden Eiern, die heute jedes Jahr von der Unternehmensgruppe Appro produziert werden, sind 1,7 Milliarden für den Einzelhandel bestimmt. Lustucru macht durch besondere Produkte auf sich aufmerksam: Eier mit Legedatum, „Gros Coques“- Eier für das Frühstück und 2005 die Eier „Sélection Fraîcheur“, die maximal 24 Stunden nachdem sie gelegt wurden, in den Geschäften verkauft werden.

In einem Markt, in dem die Qualität der Eier vorrangig durch die Haltungsart der Hühner und/oder die Frische

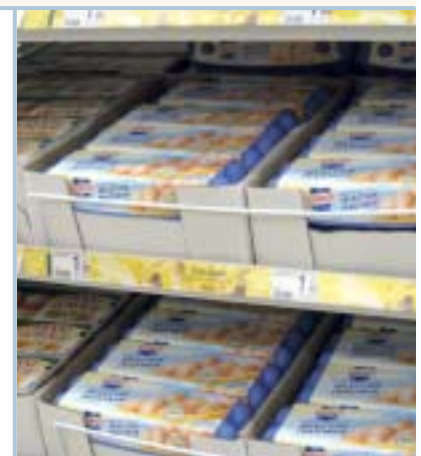


Groupe Appro,
Roissy CDG Cedex



bestimmt wird, ging es Lustucru vor allem darum, sich gegenüber den Mitbewerbern deutlich abzugrenzen und ein attraktives Produkt für große und mittlere Geschäfte sowie die Endverbraucher zu schaffen. „Was Verbraucher am meisten erwarten, ist Frische. Aus diesem Grund hat APPRO die Serie „Sélection Fraîcheur“ von Lustucru auf den Markt gebracht: täglich frisch gelegte Eier werden innerhalb von 24 Stunden (gilt an allen Öffnungstagen, außer vor dem Wochenende und vor Feiertagen, und nicht bei Sonderproduktionen und im Falle höherer Gewalt) in die Märkte geliefert. So reagieren wir auf die Bedürfnisse unserer Verbraucher“ erklärt Philippe Lalère, Marketingverantwortlicher der Unternehmensgruppe. Die Sélection-Serie von

Die blaue 12er-Verpackung Lustucru „Sélection Fraîcheur“ ist die meistverkaufte Referenz in Frankreich.



Protecting values



success story

3

Wenn die Farbe zur Marke wird.

Groupe Appro,
Roissy CDG Cedex



Lustucru garantiert es: die neuen Eier sind mehr als frisch und unterscheiden sich auf diese Weise von den Eiern anderer Unternehmen. Bei diesen Eiern ist nicht nur das Legedatum, sondern auch das Haltbarkeitsdatum direkt auf die Schale gedruckt. Natürlich musste für dieses neue Produkt auch eine innovative Verpackung gefunden werden. Zahlreiche Preise und Auszeichnungen haben es gezeigt: Lustucru versteht es, sich zu präsentieren, und als Marketing Profi den Verbraucherbedürfnissen und den Markttrends höchste Aufmerksamkeit zu schenken. Deswegen hat man sich für die blaue *magic*® von HARTMANN, eines langjährigen Partners, entschieden. „Wir haben eine recyclingfähige Verpackung aus 100% recyceltem Papier gewählt, die aufgrund ihres innovativen Designs sehr viele Verbraucher anspricht“ erklärt Philippe Lalère, der für die Markteinführung der Serie "Sélection Fraîcheur" verantwortlich ist. „Das Material, das abgerundete Design und die blaue Farbe als Kennzeichen der Marke unterstreichen die Frische und Authentizität des neuen Produkts.“ Es unterscheidet

sich deutlich von anderen Produkten der Unternehmensgruppe Appro, deren Serie „Mère Poulard“ seit 2004 ebenfalls in *magic*® Verpackungen vermarktet wird. Eine direkt nach der Markteinführung im Januar 2005 durchgeführte Umfrage zeigt ganz klar den Erfolg: 79% aller befragten Verbraucher und 70% derer, die normalerweise keine Lustucru Eier kaufen, finden das neue Produkt so ansprechend, dass sie bereit sind, „Sélection Fraîcheur“ zu kaufen. Diesem wurde das Logo „Ausgezeichneter Geschmack des Jahres 2006“ zuerkannt, das ohne Zweifel mehr noch als der begleitende TV-Spot die Verbraucher dazu bringt, dieses Produkt zu wählen. Die Botschaft an die Verbraucher ist klar: in der blauen Eierverpackung befinden sich inmitten aller anderen Angebote, die frischen Spezial-Eier von Lustucru. "Und der Erfolg hat sich bereits eingestellt! Innerhalb von 6 Monaten hat die Serie „Sélection Fraîcheur“ in punkto Volumen den ersten Platz in den großen und mittleren Geschäften eingenommen" sagt Philippe Lalère abschließend.

In sämtlichen Bereichen kennen wir Marken, die wir sofort an ihrem Logo, ihrer Form oder ihrer Farbe erkennen, auch wenn wir ihren Namen nicht wissen. Meistens spielt die Verpackung eine sehr wichtige, wenn nicht die wichtigste Rolle, wenn es darum geht, einen Wiedererkennungseffekt zu erzielen. HARTMANN ermöglicht Ihnen, Ihre Produkte mit intensiven Farben in Szene zu setzen. Wir freuen uns darüber, mit unseren einzigartigen Verpackungsfarben zu Ihrem Erfolg beizutragen.

So erreichen Sie uns:

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

oben: Neben der Erfolgsmarke Lustucru vermarktet Appro auch die Marke "Mère Poulard" in der *magic*® von HARTMANN.
unten: Qualitätsgaranten: Eindeutige Verbraucherinformationen auf der Verpackung.



Protecting values

