



25 septembre 2007

A chaque saison,
son envie de salade.
Dès le 1^{er} octobre
Florette lance les Mélanges de Saison.

Sur un marché en croissance avec une augmentation des foyers consommateurs (+ de 669 000 sur un an), Florette bouscule le segment des salades mélangées qui est le seul à souffrir d'une désaffection des consommateurs. Consciente que l'offre s'est très peu renouvelée ces trois dernières années alors que les foyers consommateurs de salades composées représentent près de 68% des acheteurs de salades 4^e gamme, Florette part à leur conquête avec Mélanges de Saison.

Mélanges de Saison est une gamme qui évolue au gré des saisons en proposant d'associer aux mélanges un autre végétal -salade, cruditité, ou encore herbe aromatique. Les mélanges se font plus gourmands en automne et en hiver, plus parfumés au printemps et plus rafraîchissants l'été pour coller au plus prêt des envies de chacun. Ces nouvelles compositions devraient séduire un public jeune, amateur de changement et d'originalité.

En lançant les Mélanges de Saison, Florette, leader sur le marché, ambitionne de retrouver et de fidéliser les consommateurs qui se sont détournés des salades mélangées faute d'une offre correspondant à leurs attentes.



C
O
M
M
U
N
I
Q
U
E
D
E
P
R
E
S
S
E



		PRINTEMPS	ETE	AUTOMNE	HIVER			
	Base	Du 1er mars au 31 mai	Du 1er juin au 31 août	Du 1er sept. au 30 nov.	Du 1er déc. au 28 fév.	GENCOD	PVC en euros	DLC en jours
<i>Envie de saison</i> 180 g 400 g	Scarole, Frisée, Chicorée rouge	+ ciboulette	+ chou blanc et chou rouge	+ romaine rouge	+ roquette	3280220408078	1,60	7
						3280220308071	2,80	7
<i>Délice de saison</i> 180 g 320 g	Frisée, Mâche, Chicorée rouge	+ cerfeuil	+ menthe	+ red chard	+ endive rouge	3280220608072	2,35	7
						3280220508075	3,10	7
<i>Saveur de saison</i> 400 g	Frisée, Scarole, Endive rouge, Jeunes Poussettes d'Epinards	+ persil	+ carottes râpées	+ chou rouge	+ betterave rouge	3280220708079	3,40	6

Le packaging des **Mélanges de Saison** a été étudié pour éveiller la curiosité des consommateurs et bien mettre en avant la composition : un code couleur évoluant avec les saisons, l'ingrédient phare clairement identifié.

Avec cette nouvelle gamme, Florette satisfait aussi la distribution en lui simplifiant la gestion de son rayon : un gencod unique et un même tarif toute l'année pour chacune des références.

*Après avoir innové dans les coeurs de salades avec « Belles à croquer »
Florette poursuit sa stratégie de différenciation
en impulsant un souffle nouveau sur le segment des salades mélangées.*

* Chiffres AC Nielsen arrêté au 24 juin 2007

Service Presse MSC,A
Dominique Goupillon
Tél : 01 42 79 92 18
dominique.goupillon@mscacommunication.com

Florette. Cueillez la fraîcheur !

www.florette.com