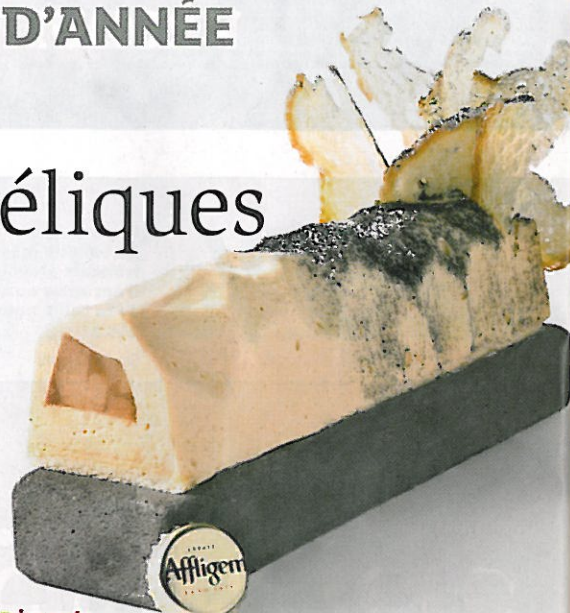


DOSSIER PRODUITS DE FIN D'ANNÉE

Alliances méphistophéliques

Pour créer de la valeur ajoutée et apporter à leur marque plus d'originalité que les autres en sortant des sentiers battus, les industriels et les distributeurs n'hésitent pas à braver les usages pour ces gammes éphémères. À un ingrédient incontournable, parce que symbolique des réveillons, ils en ajoutent un ou plusieurs autres, dont la combinaison transforme l'ordinaire en un mets atypique. Exemples avec l'immanquable

bûche de Noël que l'on modernise en adjoignant une lampée de bière, les truffes qui épousent du caramel au sel, ou une volaille agrémentée de saveurs étonnantes. L'astuce est de rassurer les consommateurs tout en les surprenant. Car ces derniers peuvent être quelque peu lassés des sempiternelles dindes aux marrons et autres classiques de fête. Il suffit d'imaginer – ou de reproduire – des associations telles que pourraient les inventer de grands chefs de la gastronomie. ■■ C. J.-N.



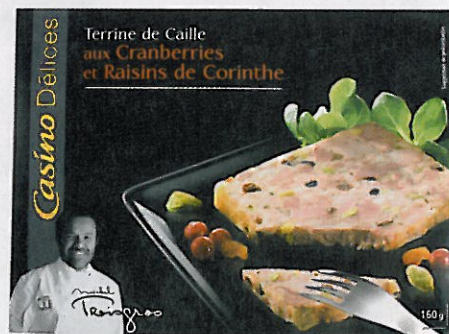
Bûche enivrante
La marque Affligem a demandé au chef Alexandre Gauthier de concocter une bûche glacée. Atypique, sa création mêle mousse au caramel, cœur de poires et gelée... de bière.

« Les menus de fête seront à 80 % classiques, mais il y aura quand même 20 % d'ingrédients inhabituels, car les consommateurs ont besoin d'échapper au quotidien et à ce retour de l'ordre moral qu'ils vivent comme une punition. »

VINCENT GRÉGOIRE, directeur de création à l'agence de style Nelly Rodi



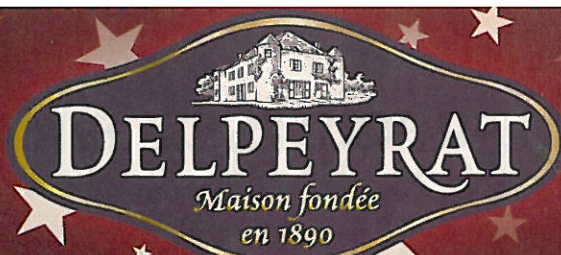
Minicane fruitée
La canette farcie aux pommes et raisins proposée par Auchan surprendra le palais de quatre à cinq personnes.



Volatile à la canneberge
Casino Délices ose une association diabolique avec sa terrine de caille aux cranberries et raisins de Corinthe.



Levée à la framboise
Motta conjugue la traditionnelle pâte levée d'un panettone à un coulis de framboise. Un sachet de sucre glacé permet d'enneiger le gâteau.

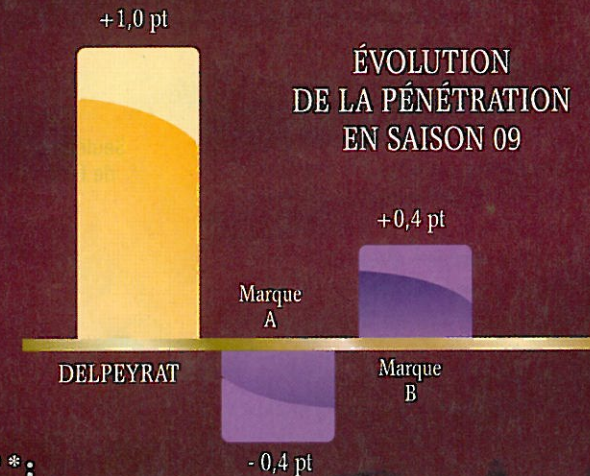


N° 1 DE LA CROISSANCE EN FOIE GRAS !

Delpeyrat, marque la plus dynamique depuis 3 ans !*

- ➔ Plus forte progression volume chaque année*
- ➔ La Marque qui a le plus recruté de nouveaux acheteurs en saison 09**
- ➔ Une croissance qui profite au marché !**:

68% de notre croissance en gain net pour la catégorie foie gras

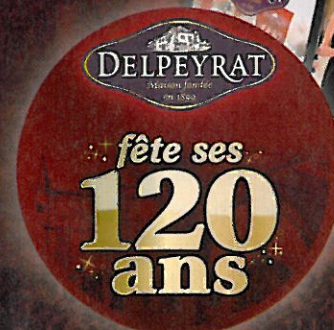


Delpeyrat investit massivement sur l'Entier

- ➔ En saison 2009, DELPEYRAT 1^{er} contributeur à la croissance volume et valeur de l'Entier*
- ➔ En 2010, DELPEYRAT innove sur ce segment pour séduire de nouveaux consommateurs!

Des moyens record !

- ➔ 3 vagues TV nationales puissantes en 2010
- ➔ Un film original avec Nathalie Simon
- ➔ Et un événement Historique d'envergure



Le Meilleur du Sud-Ouest est là !