

*Le Lapin*  
**LOEUL & PIRIOT**  
— DEPUIS 1906 —

**LOEUL & PIRIOT  
INVESTIT POUR DYNAMISER  
LE MARCHÉ DU LAPIN**





## UN ACTEUR MAJEUR QUI CRÉE DE LA VALEUR SUR LE MARCHÉ DU LAPIN

Les derniers chiffres du marché attestent du rôle moteur de la marque. Sur un marché globalement à la baisse la consommation de viande de lapin est en baisse de 12% (données Kantar arrêtées à décembre 2017), LOEUL & PIRIOT affirme son leadership en créant de la valeur sur son marché

# 23,4%

de part de marché  
en volume en 2017\*

\* Source : kantar



## CONTRE

# 20,4%

de part de marché  
en volume en 2015\*

« Le consommateur a une image très positive de la viande de Lapin »

évocatrice de raffinement et de plaisir qui permet d'apporter un peu de variété au menu. Les recettes et modes de cuisson suggérés doivent naturellement être simples et adaptés aux attentes d'aujourd'hui et LOEUL & PIRIOT répond parfaitement à cette demande.





# DU 16 AVRIL AU 2 JUIN POUR LA GMS UN NOUVEAU TEMPS FORT



Pour la 1ère année en 2018, un temps fort « lapin » est proposé aux GMS.  
Ce dispositif valorisant et impactant est conçu pour susciter la présence à l'esprit de la marque  
LOEUL & PIRIOT dans les rayons volailles et traditionnels.



## Il comprend :

- Des **week-ends d'animations\***
- Des **bacs réfrigérés** aux couleurs du « bistrot lapin » pour renforcer la visibilité de LOEUL & PIRIOT et favoriser l'acte d'achat lapin\*
- Un **dépliant proposant 7 recettes** faciles et originales de lapin, dans la tendance de la cuisine de bistrot
- De la **PLV événementielle**
- Une **stratégie RP** pour relayer l'opération auprès des médias
- Un **jeu concours** : à gagner chaque jour un diner bistrotnomique pour 2 personnes

## En 2018

ce dispositif sera mis en place dans de nombreux magasins.

**L'objectif de la marque** : pérenniser et élargir cette opération au fil des années.

Cette approche événementielle et valorisante s'inscrit à la fois dans les rayons libre-service et traditionnels des enseignes.



*Loeul & Pirirot met les bouchées doubles pour  
mieux satisfaire le consommateur*

\* Selon conditions



« Loeul & Pirirot s'adapte aux grandes problématiques de la filière lapin de 2022 »

# Matthieu Loeul

Directeur Commercial et Marketing de LOEUL & PIRIOT



Pour apporter des solutions pérennes, l'interprofession (Clipp) travaille sur des plans d'actions dans le but de : poursuivre les efforts engagés et trouver des leviers pour redynamiser la production autour d'une stratégie de premiumisation. Un plan d'actions auquel participe activement la société LOEUL & PIRIOT.

## Dans un contexte difficile, comment se porte la société LOEUL & PIRIOT ?

M.L : La société LOEUL & PIRIOT doit faire face à des difficultés de marché. Mais nous poursuivons nos efforts engagés ces dernières années. LOEUL & PIRIOT est aujourd'hui la seule marque qui progresse alors que les autres marques diminuent. Ceci illustre donc qu'il reste encore de grandes choses à faire pour la marque.

## En quelques mots, pouvez-vous nous expliquer ce qu'est le Plan Filière Lapin ? L'objectif ?

M.L : Le plan Filière Lapin est une demande émanant du Président de la République aux différentes filières lors des états généraux de l'alimentation.

Leurs rôles : élaborer des plans de développement et de transformation des filières agricoles et agroalimentaires. Plus précisément, le Plan Filière Lapin a pour ambition de développer deux leviers.

Un premier pour une meilleure répartition de la marge auprès des différents acteurs de la filière.

Un second pour maintenir notre volume de consommateurs tout en essayant d'en séduire en général.

On le sait, la viande en général est décriée et se traduit par une baisse de la consommation. Pour éviter cela nous sommes en train de travailler sur plusieurs segments prenant en compte à la fois le consommateur (objectif de qualité que ce soit dans le domaine environnemental et sociétal) et le lapin (continuer nos efforts concernant la démédication).

## Quelle va être la stratégie adoptée par LOEUL & PIRIOT ?

M.L : Avec pour objectif de premiumisation et montée en gamme de la viande de lapin, LOEUL & PIRIOT a segmenté une offre qualitative.

Vous trouverez chez nous une gamme Label Rouge, une gamme « Les Eleveurs Responsables » (une offre de 4 produits créée dans le but de favoriser le comportement naturel de l'animal avec des espaces disponibles plus grands et mieux adaptés, des objets à ronger, des mezzanines...).

## Quels produits LOEUL & PIRIOT disponibles aujourd'hui en GMS font partie du programme de cette premiumisation ?

M.L : Nous avons développé une offre répondant à de nouveaux usages, facile à consommer au quotidien et nous tendons à « désanimaliser » la viande en proposant des produits sans os, bien souvent vu comme un frein à la consommation.

LOEUL & PIRIOT a privilégié des recettes demandant moins de temps de préparation ; une valorisation du nombre de parts adaptées à tout type de famille ainsi que l'affichage d'un temps de cuisson sur tous les packs.

Vous trouverez ainsi dans les linéaires, des produits comme des saucisses de lapin, des escalopes de filets extra fines, des émincés...

LOEUL & PIRIOT travaille sur une offre variée souhaitant ainsi apporter une réponse à chaque moment de consommation. Les gammes été et à griller illustrent cette stratégie de diversification.

## Quelles sont les actions à venir chez LOEUL & PIRIOT dans le cadre de ce Plan Filière Lapin ?

M.L : LOEUL & PIRIOT a travaillé sur un temps fort mettant en avant le lapin pendant la période du 16 avril au 2 juin 2018 afin de maintenir les parts de linéaire octroyées à sa marque. L'objectif de cette opération est de gagner ainsi en visibilité en GMS, auprès des médias ainsi que dans l'esprit du consommateur.

Pour cela, nous avons mis en place un dispositif important en GMS (animations, jeux-concours, têtes de gondole) ainsi qu'un partenariat avec un magazine culinaire et des restaurateurs parisiens.

« Toutes ces phases stratégiques de déploiements ont joué sur la courbe de croissance de Loeul & Pirirot. »



# LOEUL & PIRIOT

— DEPUIS 1906 —

Basée à Thouars, dans les Deux-Sèvres,  
l'entreprise LOEUL & PIRIOT s'inscrit dans une histoire familiale démarrée  
en 1906 et articulée autour des valeurs de qualité, savoir-faire et tradition.

*Spécialiste de la viande de lapin,*  
elle a développé une offre 100% française avec un engagement qualité  
contrôlé. Avec 4 sites de production employant 580 salariés,  
le Groupe LOEUL & PIRIOT est aujourd'hui  
*le leader européen dans la transformation de viande de lapin.*



CONTACTS PRESSE

Agence GULFSTREAM Communication

Mathilde de Lestanville • mdelestanville@gs-com.fr • 01 84 78 00 19 • 06 87 10 31 52