



Échelle d'Intensité des Poivres A chaque poivre, une intensité, un numéro !

Élu Produit de l'Année 2016

Une utilisation multisupport du logo à 360°



Digital



Annonce presse



Spot TV



Karine Billard, Chef de Produit Ducros témoigne :

« Indémodable et incontournable depuis 1963, le Père Ducros régale les papilles des consommateurs grâce à ses **Poivres, Herbes, Epices et Mélanges**.

Marque leader en France, Ducros relève tous les défis du goût : du grain de poivre aux Herbes de Provence, des goûts exotiques aux aides culinaires pratiques et savoureuses. **Avec plus de 200 références**, Ducros a su s'imposer dans toutes les cuisines.

En 2015, **Ducros continue de croître et de dépasser** les performances de la catégorie PHEM (Poivres Herbes Epices Mélanges) : **+0,9% contre +0,5% en moyenne¹**, en particulier grâce à la stratégie mise en place sur le segment des poivres. Ducros a, en effet, **renouvelé sa gamme Poivres** en proposant au consommateur **une échelle des forces**, lui permettant de choisir son poivre en fonction de son intensité : de plus doux au plus fort.

Depuis le 3^{ème} trimestre 2015, **la gamme de Poivres ne cesse de croître en valeur** (+4,1% à P2 2016 par rapport à l'année dernière à la même période).² Aujourd'hui, **plus de 30% des foyers français craquent pour nos Poivres !³**

Cette gamme de Poivres avec l'échelle d'intensité des forces a été **élue Produit de l'Année 2016 !**

Déjà lauréat **Produit de l'Année 2015** pour notre gamme de Moulins Poivres Premium et plébiscités à nouveau par les consommateurs, **le logo « Élu Produit de l'Année » est pour nous une chance de démontrer une qualité supérieure** tant pour nos consommateurs que pour nos distributeurs ainsi que de **renforcer la notoriété de la gamme**. C'est pourquoi, nous avons choisi de **l'exploiter sur nos supports de communication** : en télévision, dans la presse et sur le digital.

Ducros, il se démarque et ça change tout !

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.ducros.fr

Suivez-nous également sur notre page Facebook Père Ducros et sur notre chaîne Youtube : [YouTube/chaineducros officiel](https://www.youtube.com/channel/UCducros) »

Quel est l'impact du logo sur les CONSOMMATEURS ?

Notoriété : 99%⁽¹⁾
Incitation à l'achat : 76%⁽²⁾

Et côté DISTRIBUTEURS ?

Pour 86%, le logo permet d'augmenter le CA des produits lauréats !⁽³⁾

Et 7 distributeurs sur 10 référencent plus volontiers les produits porteurs du logo⁽³⁾

Génial ! 😊 Comment on s'inscrit ?

Les candidatures 2017 sont ouvertes sur www.produitdelannee.com. Sinon contactez l'équipe au 01.46.04.76.76 ou sur info@produitsdelannee.com

COMMUNIQUÉ



*Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits nouveaux de marques nationales vendus en France. Étude administrée par Nielsen en octobre 2015 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. www.produitsdelannee.com (1) Source : www.journaldefemmes.com en mai 2014 / (2) Étude en ligne réalisée par Nielsen en octobre 2014 (15-65 ans) / (3) Étude téléphonique réalisée par Nielsen en avril 2011. Produits de l'Année France, 66 rue Escudier, 92100 Boulogne - Billancourt - SAS au capital de 120 000 euros - RCS Nanterre 511 268 468 - Henkel France SAS, 161 rue de Sully, 92100 Boulogne Billancourt, RCS Nanterre - 552 117 590 - CAP 115 138 5086

1 : IRI, total HM+SM, base PHEM / 2 : IRI P02 2016 - HM+SM - PHEM Epicerie Standard
3 : KANTAR 21 février 2016 - Ducros Poivre PHEM Epicerie Standard