



ADVERTISEMENT

OEUFS

Comment Matines veut doubler ses volumes en 5 ans

20/05/2014 10:00

113

Tandis que le marché des œufs est traditionnellement segmenté par mode d'élevage, la société Matines, dont le capital est détenu à 73% par Sofiprotéol depuis avril dernier, lance une nouvelle stratégie basée sur l'alimentation des poules pondeuses pour passer ses volumes annuels de 300 à 600 millions d'œufs d'ici 5 ans. Constatant le potentiel de développement du marché et pour dynamiser sa croissance annuelle de 2 à 3 %, « nous avons travaillé sur l'alimentation des poules pondeuses afin de garantir la qualité de l'œuf », résume Jean-Philippe Puig, directeur général de Sofiprotéol.

Formulation spécifique de l'alimentation animale

En s'appuyant sur les savoir-faire de Sanders, spécialisée sur la nutrition animale, du centre de recherches en nutrition animal de Sourches (72), de l'ISIPCA (Institut supérieur international du parfum et de la cosmétique et de l'aromatique alimentaire) et d'Eurofins, une alimentation exclusive a été mise au point. La recette spécifique composée de matières premières soigneusement sélectionnées permet d'obtenir un œuf gustativement très qualitatif et d'un beau jaune, quelle que soit la saison. Pour informer les consommateurs de cette différenciation, tous les œufs portent le logo Matines, le packaging met en avant l'œuf et non plus la poule, et la campagne télévisée diffusée en avril reviendra sur les chaînes à forte audience en août. Impliquant toute une filière, cette innovation engendre des surcoûts de production de 5 à 6 %. Pour que Matines pérennise sa stratégie, des hausses de tarifs équivalentes doivent être appliquées en magasins. Avec une croissance de 16 % enregistrée depuis l'arrivée des nouveaux œufs en février, la société s'avoue confiante dans la réalisation de ses objectifs ambitieux.