



## Avery, spécialiste des supports d'impression, présente sa stratégie 2009

Ecully, le 4 décembre 2008. Fort d'une année 2008 riche en actualités (plus de 80 nouveautés produits, obtention d'une certification environnementale FSC, mise en place d'une stratégie de partenariat soutenue avec ses clients, ...), Avery présente aujourd'hui les 3 axes majeurs de sa stratégie 2009. Le leader mondial des supports d'impression vise à confirmer sa position et à développer les orientations prises en 2008, au travers de partenariats renforcés avec les distributeurs, et d'un positionnement sur les produits « verts » encore accru.

### Le développement du taux de pénétration, un axe majeur

Depuis plusieurs années, Avery axe sa stratégie sur le développement de la connaissance de ses produits et de ses solutions par les consommateurs, en s'appuyant sur de nombreux outils permettant le développement de la pénétration tels que des actions de communication croisées, des mailings et e-mailings ciblés, des campagnes de liens sponsorisés sur les moteurs de recherche Internet ou des échantillonnages ciblés (plus de 300 000 par an).

En parallèle, Avery, précurseur sur le e-marketing dans la fourniture de bureau, continue ses investissements sur Internet, avec :

§ Le **programme de fidélisation Avery Plus**, qui permet de recenser les besoins des utilisateurs, regroupe plus de 50 000 consommateurs ayant détaillé leur profil, sur une base complète de plus de 250 000 consommateurs.

§ Le **lancement**, d'ici la fin de l'année 2008, d'un **nouveau site Internet**, plus ergonomique, plus clair et plus complet, qui permet aux internautes de trouver la solution produit la plus adaptée à leur besoin (à la maison comme au bureau), le support logiciel gratuit pour se faire aider dans leurs réalisations, ainsi que des idées créatives et des démonstrations didactiques.



### L'innovation, clé de voûte de la politique d'Avery, et le lancement de nouveaux produits « verts »

Après avoir obtenu en 2008 la certification environnementale FSC, garantissant le respect des problématiques de développement durable dans l'industrie papetière, l'année 2009 sera marquée chez Avery par le lancement d'un nouveau produit « vert » : les **étiquettes entièrement recyclées** (étiquettes recyclables, fabriquées avec du papier 100% recyclé, une colle à base d'eau sans danger pour l'environnement, vendues dans un emballage en carton lui-même recyclé et protégées par un film biodégradable).

Afin d'appuyer sa démarche environnementale, Avery a également développé un **partenariat avec l'association « Green Belt Movement »**, de sorte que pour chaque boîte d'étiquettes certifiées FSC achetée, l'utilisateur permettra à l'association de planter un arbre au Kenya, et ainsi offrir aux populations locales la possibilité de restaurer leur écosystème pour se prémunir contre les effets néfastes du réchauffement climatique.



L'année 2009 sera également ponctuée par le **lancement de plus de 40 nouveautés**, en extension des gammes d'intercalaires imprimables, d'étiquettes d'identification, de cartes de visite, de papier photo ou encore de supports d'impression créatifs.

## La consolidation des partenariats entre Avery et ses distributeurs

Déjà présent sur les deux grands marchés de la fourniture de bureau ; « circuits spécialisés » (fournituristes, grossistes, VPCistes, ...) et « grand public » (GSS, GSA et e-commerce) ; Avery aura pour objectif en 2009 d'**optimiser sa présence sur les réseaux spécialisés**, avec la mise en place d'actions de **category management** visant à développer la performance de la catégorie support d'impression dans les ventes des distributeurs.

Pour ce faire, de nombreuses actions seront mises en place comme des promotions adaptées tout au long de l'année (environ 200 promotions spécifiques et adaptées par distributeur), la participation aux salons spécialisés, l'échantillonnage, la mise en page pour les catalogues, le travail sur le site web des distributeurs ou l'optimisation du référencement en fonction de la cible clients.

Sur le marché « grand public », Avery souhaite **développer son taux de pénétration en renforçant sa présence sur les points de vente**, grâce à l'élargissement de la gamme et à une stratégie commerciale adaptée (merchandising spécifique, opérations promotionnelles sur mesure,...).

---

### Contacts Presse – AMALTHEA

Floriane Gouache – Tél : 04 26 23 41 46 – E-mail : [fgouache@amalthea.fr](mailto:fgouache@amalthea.fr)

Audrey Magnoli – Tél : 04 26 23 41 55 – E-mail : [amagnoli@amalthea.fr](mailto:amagnoli@amalthea.fr)

---

### A propos d'Avery Dennison Office Products

Créé en 1935 avec l'invention de l'étiquette par R.Stanton Avery, le groupe Avery Dennison réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 6,3 milliards de dollars et emploie plus de 30000 personnes dans ses 275 usines et bureaux à travers le monde. Avery Dennison Office Products est l'entité leader mondial de la fabrication d'étiquettes adhésives et d'articles en papier pour imprimantes laser et jet d'encre, de logiciels d'étiquetage, ainsi que d'autres fournitures maison et bureau. En Europe, Avery Dennison détient des services de fabrication en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni, et des bureaux commerciaux dans pas moins de dix pays en Europe. Pour de plus amples informations sur les produits Avery, rendez-vous sur [www.avery.fr](http://www.avery.fr)