

## C'est bientôt la saison des pommes de terre primeurs !

C'est avec l'arrivée des beaux jours que les pommes de terre primeurs font leur apparition. La campagne va se lancer progressivement dans les prochaines semaines, en provenance des différentes régions françaises. Fraîches et goûteuses, avec leur peau fine et leur goût délicatement sucré, les pommes de terre primeurs se cuisinent idéalement au printemps et jusqu'au milieu de l'été !

Pour encourager leur référencement et soutenir les ventes, le CNIPT reconduit un dispositif de communication générique spécifique à la primeur, en radio et dans les points de vente.

### Publicité en radio : « La Pomme de Terre Primeur ? Il n'y a rien de meilleur ! »

Les pommes de terre primeurs des régions précoces sont commercialisées dès avril-mai, et les régions plus tardives les rejoignent à partir du mois de juin. Le cœur de la campagne se situe donc habituellement entre mi-juin et mi-juillet, avec un décalage possible de quelques jours selon les conditions météo.

Prévue courant juin, la publicité radio aura pour objectif d'accompagner ces volumes et de soutenir le cœur de la campagne. **Du 12 au 28 juin 2014**, elle vantera les atouts culinaires et gustatifs des pommes de terre primeurs. Diffusée durant 3 week-ends consécutifs, sur **NRJ, RMC, RTL2, Fun Radio et Chérie FM**, cette publicité sera signée « La pomme de terre primeur ? Il n'y a rien de meilleur ! ». Avec 47% de couverture et une répétition de 5,7, elle devrait toucher 54 millions de contacts parmi les 25-49 ans, cible privilégiée de ce plan média.

*Cette campagne est cofinancée par FranceAgriMer.*

### Dans les points de vente, avec le logo « Pommes de Terre Primeures de nos terroirs »

L'enjeu d'une bonne identification des pommes de terre primeurs dans le rayon reste d'actualité cette année. Ainsi, le dispositif combinant identification sur les packs et dans les rayons est reconduit. Les opérateurs qui le souhaitent, peuvent apposer le logo « Pommes de Terre primeures de nos terroirs » sur leurs emballages. Cette identification se retrouvera également dans le rayon, via des kits PLV diffusés par les opérateurs.

Pour cette campagne 2014, **1.800 kits PLV** sont prévus à destination des GMS (mobiles, stop-rayons, fiches recettes). Les détaillants des réseaux UMAP et Le Fruitiier recevront, eux, des fiches recettes.

De quoi animer le rayon et inciter les consommateurs à savourer les premières pommes de terre de l'année !



Pour toute information complémentaire  
Contact : CNIPT - Ludivine CUREAU  
Tel : 01.44.69.42.24  
information@cnipt.com