

Une communication radio renforcée du 10 au 14 juillet pour les pommes de terre primeurs !

Les pommes de terre primeurs connaissent une campagne difficile, avec des débouchés largement en-deçà des volumes disponibles, pour toutes les régions désormais présentes sur le marché. Le référencement, bien qu'en progression depuis le mois de juin, n'atteint pas le niveau des années précédentes, la concurrence est vive au niveau du rayon.

Face à ces difficultés, l'interprofession continue à se mobiliser pour soutenir le marché des pommes de terre primeurs et a décidé de renforcer la communication radio pour le week-end à venir.

Un plan média puissant avec des radios nationales, et tactique avec les radios d'autoroute

La campagne de publicité en radio, diffusée durant 3 week-ends du 12 au 28 juin, a d'abord été prolongée le week-end du 4-5 juillet. Grâce à un cofinancement de FranceAgriMer, obtenu en raison des difficultés de marché qui perdurent, la communication radio prévue les 11 et 12 juillet va être renforcée, diffusée **du jeudi 10 juillet au lundi 14 juillet 2014**. Il s'agit aussi bien de continuer à vanter les mérites gustatifs et culinaires de la pomme de terre primeur auprès des consommateurs, que d'inciter la distribution à accélérer le référencement de ce produit de saison.

Le plan média a été adapté aux habitudes d'écoute radio qui changent pendant l'été. Ainsi, la publicité va être diffusée à la fois sur de grandes radios nationales (**NRJ, RTL2, RMC, Fun Radio et Chérie FM**), dans la continuité du plan média de juin, et sur des radios d'autoroute pour cibler les auditeurs durant les grands week-ends de départ en vacances et jour férié (**Vinci Autoroutes 107.7 FM**).

Ce dispositif complémentaire va permettre de toucher 35% des 25-49 ans, en moyenne 2,3 fois, soit un total de 16 millions de contacts.

Renforcement de la campagne publicitaire en radio :

Du jeudi 10 au lundi 14 juillet 2014

NRJ, RMC, RTL2, Chérie FM, Fun Radio et Vinci Autoroutes



Depuis début juillet, la communication radio aura permis de toucher 40% des 25-49 ans, en moyenne 3,1 fois, soit un total de 25 millions de contacts.

Animer les points de vente

En complément de la communication radio, le CNIPT tient à la disposition des enseignes et des opérateurs, des outils pour animer les points de vente : kits PLV d'identification des pommes de terre primeurs françaises, spot radio publicitaire pour diffusion en magasins.

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