

L'acTuche* du CNIPT partenaire du film « Les Tuche 3 » Sortie en salle le 31 janvier 2018

Le Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre (CNIPT) est partenaire du film « Les Tuche 3 » qui sort au cinéma le 31 janvier 2018. Placement de discours, campagne publicitaire diffusée pour la première fois au cinéma, activation digitale autour du concept des « recettes reTuchées », grand jeu organisé sur Facebook et annoncé en magasins sur les emballages de pommes de terre, un dispositif à 360° sera déployé du 15 janvier au 13 février 2018.

Jeff Tuche est élu Président de la République. La famille Tuche s'installe à l'Élysée et la première dame de France, Cathy Tuche, distille ses bons conseils pour réussir de savoureuses frites maison. Car il s'agit avant tout de choisir les bonnes pommes de terre, c'est-à-dire des pommes de terre spéciales frites ! Ce discours, placé sous le signe de la segmentation culinaire et réalisé dans le cadre du partenariat entre le CNIPT et le distributeur du film, Pathé, s'inscrit dans la droite lignée de la communication menée par le CNIPT. Le film mettra également en avant le logo « Pommes de terre de France ».

Au-delà du film, le CNIPT met en œuvre différentes actions de communication autour du concept des « recettes reTuchées », du 15 janvier au 13 février 2018.

Le spot publicitaire « **Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière** » sera diffusé au **cinéma et en replay**. Au cinéma, du 24 février au 13 février 2018, il sera vu par 2,7 millions de spectateurs dans 700 salles, soit 65 cinémas, dans les 11 plus grandes villes de France. En replay, du 22 janvier au 11 février 2018, 3,1 millions d'impressions sont attendues sur les plateformes MyTF1 (TF1, TMC, NT1 et HD1) et 6play (M6, W9 et 6ter).

Sur la page **Facebook « Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière »**, quatre vidéos de recettes imaginées par les Tuche seront dévoilées tout au long de l'opération. Le principe de ces « recettes reTuchées » est de revisiter des recettes en y intégrant de la pomme de terre. En complément, quatre jeux d'une semaine seront organisés et concerneront les films Tuche ou/et les « recettes reTuchées ». Des centaines de cadeaux sont à gagner : un voyage d'une semaine en Bulgarie, des places de cinéma pour les Tuche 3, 400 coffrets DVD des Tuche 1 & 2...

Ce jeu sera également **relayé sur les emballages** de pommes de terre, pour une présence en magasins. Ainsi, 3 millions de stickers vont être apposés sur les emballages des 23 opérateurs qui ont souhaité participer à l'opération. Une création de bande face B a également été mise à disposition des opérateurs, pour impression sur leurs filets.

Rendez-vous à partir du 15 janvier sur les écrans et sur la page Facebook « Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière » pour quatre semaines « épousTuchantes ! ».

*l'acTuche = l'actualité

Contacts Presse :

Sabrina ADAM
sadam@cnipt.com
T : 01 44 69 42 17

Carole BLANDIN
cblandin@cnipt.com
T : 01 44 69 42 16