

## **Les pommes de terre : plan de communication automne 2017**

**Cet automne, le Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre (CNIPT) accompagne les professionnels de la filière dans la promotion des pommes de terre fraîches auprès du grand public. Le spot publicitaire « Le Duel », déjà relayé sur Facebook depuis août 2017, sera présent en replay et sur le web, du 23 octobre au 4 décembre 2017. En complément, des animations culinaires en magasin se dérouleront jusqu'à début décembre et des kits PLV (publicité sur les lieux de vente) présentant la segmentation culinaire ont été posés en rayons.**

Le spot publicitaire sera diffusé du 23 octobre au 4 décembre 2017, en format 20 secondes, sur les plateformes MyTF1, France.tv et 6play. Le plan média, qui cible des programmes en affinité avec les 25-49 ans et avec l'univers de la cuisine, devrait délivrer 9 millions d'impressions et toucher 19% des 25-49 ans. Lancée en 2015, le spot met en scène un duel entre trois pommes de terre -représentatives des trois familles de pommes de terre (vapeur/rissolée, four/purée et spéciales frites)- et un robot, Défibot.

La médiatisation du film publicitaire a déjà été initiée sur Facebook dès août, et a permis de toucher plus d'1,5 millions de personnes. En septembre, des posts ont été réalisés autour du duel, présentant Défibot comme l'éternel perdant face aux pommes de terre. Dernière phase du dispositif, 3 jeux concours sont prévus entre octobre et décembre. Ces jeux, ludiques et didactiques, permettront aux internautes d'interagir au cœur du fameux duel. A gagner : micro-ondes, friteuses, presse-purée, appareils à raclette... de quoi cuisiner à l'envi(e) les pommes de terre.

Enfin, le CNIPT poursuit les actions en points de vente organisées avec Interfel dans le cadre du programme « Envie de » cofinancé par l'Union européenne. La présence des pommes de terre en rayon est valorisée par 650 kits PLV présentant les 3 grandes familles de pommes de terre, par 500 îlots de théâtralisation communs avec les fruits et légumes de saison, et par la réalisation de 300 journées de démonstrations culinaires. Ces actions, prévues entre mi-septembre et début décembre 2017 permettent, au plus près de l'acte d'achat, de sensibiliser les consommateurs au plaisir et à la simplicité de cuisiner les pommes de terre.

Initiée en 2015, cette campagne répond à des objectifs de valorisation de l'image de la pomme de terre auprès du grand public et met en valeur les différentes familles de pommes de terre associées aux nombreuses recettes possibles. Elle s'appuie chaque année sur les deux pics de consommation de pommes de terre : à l'automne et en hiver.

**Contact Presse : Sabrina ADAM**

[sadam@cnipt.com](mailto:sadam@cnipt.com)

T : 01 44 69 42 17

### ***A propos du CNIPT***

*Le CNIPT, Comité National interprofessionnel de la Pomme de Terre, est l'organisme interprofessionnel reconnu par les Pouvoirs Publics (loi du 10 juillet 1975) dans le secteur de la pomme de terre de consommation, vendue sur le marché du frais. Il agit dans le cadre du règlement de l'Union européenne n°1308/2013 du 17 décembre 2013 et du Code Rural. Le CNIPT rassemble et représente tous les opérateurs du secteur de la pomme de terre, de la production à la distribution.*