

Lancement du plan de communication pour les pommes de terre primeurs

Le CNIPT accompagne la saison des pommes de terre primeurs avec un plan de communication complet pour inciter la présence à l'esprit des consommateurs. Son objectif est de rappeler la saisonnalité du produit, sa fraîcheur et ses qualités gustatives.

Pour marquer énergiquement le lancement de campagne, un plan TV sera mis en place dès la mi-mai, avec un dispositif de parrainage de l'émission « Petits plats en équilibre » sur TF1. Outre la puissance de la chaîne, ce programme présente l'avantage d'une diffusion quotidienne, sur une heure de consommation : le lundi vers 12h50 et 13h40, du mardi au vendredi vers 11h50 et 13h40 et le samedi vers 11h50. Il bénéficie également de la « caution » culinaire de Laurent Mariotte qui en assure la présentation. Avec un dispositif qui va s'étaler sur 5 semaines, du lundi 14 mai au samedi 18 juin 2018, le spot va être diffusé 110 fois et permettra de toucher 194 millions de contacts au total, dont 62 millions de contacts parmi les 35-59 ans.

Sur Facebook, grâce à un « tour de France des saveurs », les principales régions de production des primeurs seront mises en avant au fur et à mesure de l'arrivée du produit sur le marché : les îles de Ré et Noirmoutier, la Bretagne, puis le Sud-Ouest, le Sud-Est, et enfin la Normandie et l'Alsace. Ainsi, chaque quinzaine entre mi-mai et fin juillet, une même mécanique d'activation sera reproduite pour chacune des 6 régions : jeu-concours, quiz, recette et contenu humoristique.

Enfin, une communication BtoB est prévue pour informer les opérateurs et les enseignes sur la communication mise en œuvre auprès du grand public : plan média en presse professionnelle, mailing aux contacts de la grande distribution (rappel des recommandations interprofessionnelles pour la campagne 2018, fiches qualité « primeurs » et « balisage » pour les magasins, présentation de la communication auprès du grand public et de la presse).

Pour rappel, le CNIPT émet des recommandations à chaque campagne pommes de terre de primeur, afin de structurer le marché et le différencier de celui de la conservation (ancienne ou « Nouvelle récolte »). Ces recommandations, si elles sont suivies, ont également pour objectif d'améliorer la gestion du produit tout au long de la chaîne logistique et la visibilité de l'offre en magasin.

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 au commerce.

Contact presse : Sabrina Adam – sadam@cnipt.com – Tél : 01 44 69 42 17