

■ Retour de la publicité TV cet hiver 2016

Après un lancement puissant début 2015 et une nouvelle diffusion en replay cet automne, la communication générique sur les pommes de terre revient en force en février 2016. Signée "Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière", elle met en avant la segmentation culinaire, en explicitant les trois grandes familles de pommes de terre et leurs usages.

Le film publicitaire "Le Duel" revient sur les écrans du 7 au 27 février, en format 20 sec. et 10 sec. Ciblant prioritairement les 25-49 ans, le plan média 100 % TV permet d'allier visibilité et puissance, grâce à une présence uniquement après 20 h, sur France Télévisions (écrans réservés aux collectives) et sur des chaînes puissantes et affinitaires de la TNT (D8, W9, TMC, NT1, D17, 6ter, HD1, Numéro23 et TVBreizh). Ce dispositif permettra de toucher en moyenne 5,2 fois 75 % des 25-49 ans, soit un total de 75 millions de contacts.

Afin de renforcer le temps fort hivernal, en relais de la campagne publicitaire, un nouveau jeu-concours est organisé sur le site recette-pomme-de-terre.com, du 1^{er} février au 13 mars 2016. Intitulé "Recettes Devinettes", ce jeu s'articule autour de la segmentation culinaire par les usages. Dans un temps



> Nouvelle diffusion de la publicité en TV, du 7 au 27 février 2016.

limité, les internautes devront identifier des recettes à partir de visuels, puis choisir le type de pommes de terre le plus adapté à la réalisation de chaque recette. Un tirage au sort hebdomadaire rythmera le jeu, qui sera annoncé en digital (site Internet et page Facebook) ainsi que dans les points de vente, grâce à des stickers et une communication sur les bandes des emballages pour les opérateurs participant à l'opération.

Durant cette période aura aussi lieu le Salon International de l'Agriculture, où les pommes de terre seront présentes pour la troisième année consécutive... plus d'infos prochainement dans Pomme de terre Hebdo! ■

Carole Blandin, CNIPT