

COMMUNICATION COLLECTIVE

Ce printemps, la pomme de terre primeur arrive sur vos étals et vos écrans !

La primeur d'une présence en télé

Pour cette campagne 2016, le CNIPT communiquera pour la première fois sur la pomme de terre primeur via un parrainage télé. Des spots publicitaires de 8 et 4 secondes seront diffusés avant, pendant, et après l'émission "Tout le monde veut prendre sa place", présentée par Nagui tous les jours à 12 h sur France 2.

Un plan média puissant, puisque le film publicitaire, présent du 9 mai au 19 juin 2016 sur la chaîne, sera vu en moyenne 13,5 fois par les 35-59 ans. Il sera renforcé par une présence en télévision de rattrapage (replay) sur le [site internet de France 2](#) 📺.



Une forte présence en magasins...

Ciblant les 35-59 ans, le spot fera la part belle au logo Primeur de France, que le consomma-

teur retrouvera sur les emballages en linéaires.

Des animations et démonstrations culinaires seront également réalisées en magasins, en partenariat avec Interfel.



... renforcée par une communication digitale

Un dispositif relayé et renforcé sur notre [page Facebook "Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière"](#) 📺 : un jeu-concours mettant en avant les qualités de la pomme de terre primeur permettra de remporter un week-end en bulle, des recettes la mettront en avant, des conseils et astuces informeront les consommateurs...

Et des relations presse en PQR

Le film publicitaire 📺 "Le duel" sera pour l'occasion présent sur les sites internet d'un panel d'émissions phares de France 2, telles que "Parents, mode d'emploi", "Fais pas ci, fais pas ça", "Les maternelles", et un portage de pommes de terre primeurs est également prévu en Presse Quotidienne Régionale à la fin du mois de mai.

Un plan de communication puissant, qui mettra en valeur notre jolie primeur! 🍷

Lydie Wolff, CNIPT