

France : Nouvelle communication collective de la pomme de terre

Les pommes de terre font leur retour sur les écrans à partir du 1er février 2015, avec une nouvelle campagne de communication collective.

Cette nouvelle communication a pour objectif de valoriser les pommes de terre fraîches. Intitulée « Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière », elle met en avant la segmentation culinaire par les usages.

Aujourd'hui, si 95% des français savent qu'il existe plusieurs sortes de pommes de terre, chacune adaptée à des usages différents, tous n'achètent pas encore les pommes de terre en fonction du mode de préparation envisagé. La nouvelle communication réaffirme ainsi aux consommateurs qu'à chaque sorte de pomme de terre correspond un usage.

Le nouveau film publicitaire met en avant les 3 grandes familles de pommes de terre et leurs usages (vapeur, rissolées ; four, purée ; spéciales frites). Il sera diffusé du dimanche 1er février au samedi 28 février, sur 8 chaînes nationales. La campagne est soutenue sur Internet et les réseaux sociaux, ainsi que dans les points de ventes.

Source : www.fructidor.fr/22/01/2015