

PRÉSENTATION INÉDITE

Plus d'informations sur les packs de Jazz

Jazz, "la pomme de caractère", arrive dans les rayons avec une nouvelle barquette flowpack comportant des informations inédites, en rapport direct avec l'actualité de la variété. Par exemple, on pourra y trouver, pour la première fois en grande distribution, la photo de vrais consommateurs lauréats du concours de selfies, mais également des stickers spéciaux pour annoncer les événements et jeux à venir en 2016, avec des gains insolites comme "Oser dormir avec les loups", "Oser piloter un avion de chasse"... Au dos de ce nouvel emballage rouge et noir laissant voir les fruits en transparence, on pourra également trouver le détail des caractéristiques organoleptiques de la variété Jazz ainsi qu'une suggestion de recette à base de pommes. Enfin, il convient de signaler que la barquette où sont disposés les 6 fruits est en carton recyclé. Jazz a été élue Meilleure pomme du monde par la chaîne américaine de magasins Whole Foods, pour son goût intense et son exceptionnelle capacité naturelle de conservation.



CONCOURS PHOTO

Lyon-Corbas encourage les "selfruits"



Le marché de Gros de Lyon-Corbas a organisé la 2^e édition de son concours de photos selfies avec des fruits et légumes. Du 27 novembre au 3 janvier, les volontaires (professionnels et grand public) ont été conviés à se photographier avec des fruits ou des légumes. A gagner : un vélo tout terrain d'une valeur de 199 €. Les photos sont publiées sur la page facebook du marché. Pour information, Lyon-Corbas est le deuxième marché de Gros de France avec 300 000 t de marchandises vendues chaque année.

COMMUNICATION COLLECTIVE

Les coopératives repartent en campagne



Elle se compose de trois nouveaux films de 20 secondes, par 628 coopératives. Au programme : "Cette vache ne vous fera pas avaler n'importe quoi", "Cet épi de blé va réveiller tout un village" et "Ce raisin sera juteux pour l'emploi". Ces spots ont été diffusés sur les grandes chaînes de télévision jusqu'au 20 décembre. Ils reviendront au moment du Salon de l'agriculture, du 8 février au 6 mars, accompagnés d'un dispositif de communication dans la presse agricole et régionale, ainsi qu'un affichage dans les gares TGV de Paris et province. Enfin, en juin prochain, à l'occasion de la Semaine de la Coopération, la campagne s'achèvera par des spots radio et des publicités dans la presse quotidienne régionale.

Le 2 décembre dernier, la Coopération agricole a lancé sa nouvelle campagne publicitaire, nationale et collective. Cette démarche, initiée en 2013, vise à valoriser le travail et l'engagement des 2 700 entreprises coopératives françaises.

CAMPAGNE 2016

Poro futé communique à nouveau



Lancé par Planète Végétal en 2005, Poro Futé, premier poireau du marché coupé et préemballé (750 g), revient sur le devant des étals en 2016 avec une nouvelle campagne de communication adossée à un jeu adressé aux consommateurs du produit. Pour participer et tenter de gagner l'un des trente cours de cuisine, il suffit de s'inscrire sur planetevegetal.com

avant fin février. Poro futé est cultivé dans les terres sablonneuses au cœur du Parc Naturel des Landes de Gascogne, qui lui confèrent son goût délicat et sa texture douce et fondante.