



PSL INFO-EXPRESS: Marketing générique pour le lait

Marquer des points avec les produits laitiers suisses

Des points rouges et blancs ornent actuellement les produits laitiers suisses. Les collectionner en vaut la peine, car ils peuvent être échangés contre des primes séduisantes. Cette action promotionnelle de Swissmilk vise à renforcer les ventes de produits laitiers indigènes et à contrer le tourisme d'achat.

La situation sur le marché du lait est tendue et s'est encore dégradée en raison de la force du franc, qui s'est accrue à la suite de la décision de la Banque nationale suisse.



En juillet, plus de 2,5 millions de magazines seront distribués afin d'informer le public sur le lait suisse et la promotion de fidélité.



De nombreuses primes de qualité fabriquées en Suisse peuvent être obtenues en échange des points rouges et blancs «Swiss milk inside».

On constate une augmentation de la pression des importations et des achats transfrontaliers. De nombreuses exploitations de production laitière sont mises à très rude épreuve. Le marketing Swissmilk a réagi en lançant une offensive de promotion des ventes de grande envergure.

110 millions de points

De nombreux partenaires importants de la branche laitière suisse ont décidé de participer à l'action. Swissmilk est ainsi parvenu à placer 110 millions de points, qui pourront être collectés au cours des prochains mois, sur le lait et les produits laitiers suisses.

Comment ça marche?

Pour participer, il suffit de décoller ou de découper les points de fidélité «Swiss milk inside» des emballages originaux, de les coller sur le collecteur de points, de choisir une prime et d'envoyer le

formulaire dûment rempli à Swissmilk. Les points «Swiss milk inside» orneront de nombreux produits laitiers suisses jusqu'à fin septembre 2015. Ils peuvent être collectionnés et envoyés jusqu'au 1er décembre 2015. Ainsi, les produits de longue conservation, comme le lait UHT, pourront également être écoulés.

Des primes suisses uniquement

Des primes séduisantes attendent les consommateurs de lait et les collectionneurs de points assidus. Un sac rétro pour les loisirs, une jolie couverture à pique-nique, un caquelon à fondue muni de cornes ou des billets pour les remontées mécaniques suisses: il y en a pour tous les goûts!

Contrer le tourisme d'achat

La campagne comprend également une action dans les régions de Suisse proches de la frontière. Vers mi-juillet, les ménages recevront

un publipostage avec un cabas et le message: «Merci d'apprécier les produits laitiers suisses et de faire vos achats en Suisse». Cela permettra de renforcer la solidarité avec les producteurs suisses, de contribuer à contrer le tourisme d'achat et de mieux faire connaître la promotion de fidélité.

L'union fait la force

Mettre en place cette action en si peu de temps a demandé d'importants travaux préparatoires et constituait un défi opérationnel et logistique que Swissmilk s'est fait un plaisir de relever. Cependant, il n'aurait pas été possible de placer 110 millions de points sur un large éventail de produits sans l'aide des divers partenaires. Swissmilk remercie cordialement tous les partenaires participant à la campagne pour leur solidarité.

Des informations détaillées et les collecteurs de points sont disponibles sur www.swissmilk.ch.

Tous avec le lait suisse!

Les producteurs de lait ont vu leurs revenus baisser massivement en raison de prix du lait très bas, de réductions des paiements directs parfois considérables et de la force du franc. Nous avons réagi à cette situation difficile avec les moyens que nous offre le marketing générique. Nous n'allons pas rester les bras croisés alors que la pression des importations et le tourisme d'achat menacent la vente de lait indigène et qu'il faut faire face à des pertes de parts de marché.

Nous avons donc révisé notre stratégie marketing pour 2015, mené d'intenses discussions avec les acteurs de la filière et rapidement mis sur pied une action nationale de promotion des ventes.

Le résultat de ces efforts est une campagne de fidélité à large échelle, organisée en collaboration avec de nombreux partenaires d'envergure. Nous souhaitons ainsi influencer activement et le plus directement possible la vente de lait et de produits laitiers suisses et sensibiliser le public à la question de la provenance des produits.

Nous espérons que la campagne de fidélité sera perçue de manière positive par les consommateurs et que ceux-ci y participeront activement. Avec cette action, nous investissons l'argent des producteurs de lait là où c'est le plus urgent, à savoir là où nous pouvons directement soutenir les ventes de lait et de produits laitiers suisses et augmenter la valeur ajoutée pour les paysans suisses ainsi que la visibilité des points de vente du pays.

Swissmilk

Le lait, pour un été riche en activités

En été, la population suisse aime être dehors. Cette année, Swissmilk participe à de nombreux événements dans le pays.

La Suisse accueille divers festivals et événements sportifs. Les activités qui y sont proposées par Swissmilk s'adressent principalement aux jeunes et aux jeunes d'esprit.

Écouter de la musique, un verre de lait à la main

Depuis des années, le stand Swissmilk attire les regards aux

grands festivals comme Frauenfeld, le Gurten, le Greenfield, le Paléo ou l'OpenAir de Saint-Gall. C'est un point de rencontre très apprécié des festivaliers, qui s'y retrouvent avant, pendant ou après les concerts pour déguster un milk-shake ou un frozen yogurt avec des fruits frais. Le petit-déjeuner directement servi à la tente connaît aussi de nombreux adeptes et redonne de l'énergie même aux festivaliers les plus fatigués.

Bouger avec le lait

Chaque année, plus de 400 000 amateurs d'exercice participent aux slowUp organisés dans toute la Suisse. Depuis quelques années,

Swissmilk prend part à ces événements avec son propre véhicule, qu'on ne peut rater. Le lait propose aussi deux stations de ravitaillement ainsi qu'un jeu d'adresse et d'équilibre, l'empilage de boîles à lait, qui attire de nombreux visiteurs. Grimpeurs ou spectateurs, tous se retrouvent ensuite au bar à lait branché pour une boisson énergisante.

Swissmilk participe également aux tournois de beach-volley et au festival Wake'n'Jam depuis plusieurs années. Pendant que les joueurs tapent la balle sur le sable chaud et que les plus téméraires font des démonstrations de sauts, les spectateurs dégustent de rafraîchissants milkshakes aux fruits

frais, mixés au bar. Par sa présence lors de ces manifestations, Swissmilk atteint au total quelque 100 000 fans de ces sports tendance.



Le lait, pour être en pleine forme tout l'été: Swissmilk sera présent aux festivals de musique et aux événements sportifs pour faire découvrir les qualités du lait aux jeunes générations.