



INFO-EXPRESS PSL: Marketing générique pour le lait



La promotion de Swissmilk récompense la consommation de beurre suisse pendant la période de l'avent.

Ambiance de Noël avec Swissmilk

Manger de bonnes choses fait partie des joies de Noël. La préparation de mets et de pâtisseries y prend une grande place. Swissmilk profite donc de cette période pour intensifier les mesures de promotion du beurre et du lait.

Le beurre est un pur produit suisse. Naturel et sain, il ne contient aucun additif et sa composition lui confère de hautes qualités nutritionnelles et un goût unique. La promotion sur le beurre et le concours de l'avent du beurre permettent à Swissmilk de mettre en lumière les aspects positifs du beurre et de favoriser ses ventes.

Promotion du beurre 2016
On ne saurait se passer de beurre en cuisine. Pendant les fêtes, il est même incontournable! Avec sa promotion sur le beurre, Swissmilk renforce la consommation et l'envie de manger du beurre suisse en récompensant les consommateurs: s'ils

collectionnent les codes-barres de 1,5 kg de beurre suisse, ils reçoivent une boîte à biscuits exclusive en forme d'étoile contenant des emporte-pièces et une recette.

Concours de l'avent du beurre

La confection de biscuits et de gâteaux est traditionnelle durant l'avent. Et pour que le beurre ne soit pas oublié, Swissmilk organise un grand concours de l'avent mettant en jeu 7777 lots exclusifs comprenant une tasse décorée avec finesse, un emporte-pièce en forme d'angelot et une recette. Parions qu'avec de jolis biscuits en forme d'ange, le plaisir

de la dégustation sera encore plus grand! Pour gagner, il suffit de répondre correctement à la question du concours qui a trait au lait et aux produits laitiers. Le concours est en ligne jusqu'au 19 décembre sur www.swissmilk.ch.

Recettes de biscuits à croquer

Avec plus de 7000 recettes illustrées, Swissmilk offre la plus grande base en ligne de Suisse. Laissez-vous inspirer! Petits biscuits, gâteaux ou menus de fête, www.swissmilk.ch/recettes propose des recettes pour toutes les envies de l'avent et de Noël.

Plus de 360 000 écoliers boivent du lait à la pause

Swissmilk et les paysannes et femmes rurales de Suisse s'engagent pour des dix-heures sains.

Le 3 novembre, Journée du lait à la pause, du lait a été distribué sur plus de 2700 sites. La participation de nombreuses écoles de toutes les régions linguistiques montre que les collations saines sont un enjeu pour les enseignants. L'événement principal à l'école primaire de Goldau, qui a réuni 550 enfants et des invités de marque, restera dans les mémoires.

De l'énergie pour des têtes intelligentes

«Le lait et les produits laitiers sont indispensables aux écoliers pour rester concentrés et performants en classe», souligne Hanspeter Kern, président de la FPSL. En Suisse, les jeunes filles et garçons ne savent souvent pas que le lait contient beaucoup de calcium, de protéines et de vitamines. Pour remédier à cela, des brochures informatives sur les collations saines sont distribuées lors de cette journée.

Un grand merci!

Swissmilk remercie les paysannes, les femmes rurales et les producteurs de lait, mais aussi les parents, les enseignants et les nombreux bénévoles pour leur engagement sans

faille lors de la distribution de lait dans toute la Suisse. Un grand merci aussi à l'école primaire de Goldau qui a participé à l'organisation de l'événement principal. Le succès de cette journée est étroitement lié à l'aide et à l'enthousiasme des responsables de stands et des innombrables auxiliaires. Pour l'an prochain, les participants peuvent déjà se réjouir et inscrire dans leurs agendas le mardi 7 novembre, date de la prochaine Journée du lait à la pause!

Les images de la Journée du lait à la pause peuvent être téléchargées sur www.swissmilk.ch/laitalapause



Dans tout le pays, près de 40 % des écoliers ont bu un verre de bon lait à la récréation.

Swiss milk inside marque des points auprès des consommateurs

Plus de 115 000 primes commandées: grand succès de la promotion sur les yogourts.



83 millions de points ont orné les yogourts suisses en 2016.

Les points rouges à collectionner ont orné les yogourts suisses jusqu'à la mi-octobre. Ils pouvaient être échangés contre des primes attrayantes. Le but de la promotion était d'encourager les ventes de yogourts fabriqués à base de lait suisse et d'éveiller l'intérêt des consommateurs pour la provenance des produits laitiers.



Un soutien indispensable
De nombreux partenaires de renom de la filière laitière suisse, notamment les deux plus grandes enseignes du commerce de détail du pays, ont activement collaboré à la promotion sur les yogourts. L'artiste Ted Scapa, personnalité de la télévision suisse-alémanique, a également produit le design exclusif de plusieurs primes de la promotion.

Tous les détails de la promotion sont sur inside.swissmilk.ch

Nouveau didacticiel «Du pré au verre»

Grâce au didacticiel gratuit, les élèves du primaire 1 et 2 suivent le chemin du lait dans ses diverses étapes de production. À chaque scène, les enfants doivent effectuer une tâche et en apprennent ainsi davantage sur la vache et le chemin du lait. Les enfants peuvent par exemple jouer à traire une vache, à fabriquer du fromage ou à protéger le lait du camion-citerne de la saleté. Ce didacticiel est accompagné de fiches récapitulatives, d'une série de fiches de travail, d'une affiche et d'un commentaire pour l'enseignant.

Tous les supports sont disponibles gratuitement sur www.swissmilk.ch/dupreauverre



Lovely se surpassé

Lovely, la vache de la publicité, joue au football, danse, fait du skeleton, s'élançait avec les sauteurs à ski et, depuis cet été, fait du downhill dans les fenêtres publicitaires des émissions sportives. Elle a aussi été présente sur différents portails vidéos (par ex. YouTube) ou s'adressant aux jeunes. À l'occasion du concours «Es-tu en forme? Montre-le-nous.», le public et le jury ont désigné quatre gagnants parmi les nombreuses photos et vidéos envoyées.

Les divers contrôles de l'efficacité publicitaire réalisés ont montré que le nouveau clip de Lovely plaît au groupe cible visé. Une revue publicitaire suisse a publié un article sur une étude indépendante montrant que ce spot a atteint des résultats supérieurs à la moyenne.

