

INFO-EXPRESS PSL: Marketing générique pour le lait

# Lancement de la nouvelle campagne Swissmilk sur les atouts suisses

Il faut savoir tirer profit de ses forces. Swissmilk l’a bien compris et met les atouts de la provenance suisse du lait au centre de l’attention!

Swissmilk a élaboré sa nouvelle publicité autour du message «Trop fort. Le lait et les produits laitiers suisses». La campagne met en exergue les atouts du lait et des produits laitiers suisses – principalement le bien-être animal et la durabilité – comme facteurs de différenciation déterminants. Selon les sondages, le consommateur suisse se fonde essentiellement sur ces deux arguments pour choisir les produits agricoles suisses. Il est prêt à acheter ces derniers à un prix plus élevé. Le lait et les produits laitiers suisses font face à une forte



Un assortiment de produits laitiers appétissants apparaît à la fin des spots publicitaires pour encourager le consommateur à acheter des produits suisses.



L’atout «bien-être animal»: les vaches laitières suisses ont la belle vie. Elles sortent souvent et mangent surtout de l’herbe suisse, tendre et savoureuse.

concurrence, et les substituts du lait, les produits d’importation bon marché et le tourisme d’achat restent très attractifs. En plus des aspects santé et plaisir, la provenance suisse et les avantages qu’elle présente sont les points centraux de la nouvelle campagne. Ceux-ci veulent faire la différence avec les produits concurrents étrangers et soutenir les ventes de lait et de produits laitiers.

La nouvelle communication générique en faveur du lait et des produits laitiers souhaite attirer l’attention de la population suisse et faire parler de cette valeur ajoutée en termes positifs. La campagne vise surtout à promouvoir une image positive auprès des jeunes citadins, et à ancrer, sur le long

terme, les atouts de la provenance suisse des produits laitiers dans l’esprit des jeunes consommateurs.

La vache publicitaire «Lovely», connue et appréciée dans toute la Suisse, voit son rôle redéfini. Auparavant touche-à-tout et maître d’agilité dans de nombreuses disciplines, la nouvelle Lovely séduira dorénavant le consommateur de façon plus naturelle, mais non moins charmante. Elle apparaîtra dans son environnement naturel, un beau paysage suisse où elle se sent manifestement bien.

Les nouvelles publicités sont visibles depuis le 1<sup>er</sup> mars à la télévision, sur des affiches, en ligne et sur les principaux médias sociaux.



L’atout «durabilité» est présenté avec humour: la production laitière suisse est proche de la nature et n’implique que de courtes distances de transport, d’où son côté durable.

## De la ferme: paysans et ambassadeurs

Les producteurs de lait sont les meilleurs ambassadeurs du lait suisse et de sa valeur ajoutée. Le nouvel espace en ligne «De la ferme» (lancement au 1<sup>er</sup> trimestre 2018) est dédié aux producteurs de lait pratiquant la vente directe. Ces derniers présentent leur ferme, leurs offres et leurs produits aux consommateurs en quête d’un magasin à la ferme près de chez eux. Une façon convaincante de montrer les atouts des produits laitiers suisses! Le projet vous séduit et vous souhaitez y participer? Alors écrivez à l’adresse suivante: Producteurs Suisses de Lait PSL, Marketing-membres, Weststrasse 10, 3000 Berne 6, ou par courriel à: farmer@swissmilk.ch. Nous vous contacterons avec grand plaisir!



La valeur ajoutée est créée à la ferme. Voilà pourquoi les paysans (sur la photo: Mario Leuenberger, Movelier, JU) sont des ambassadeurs crédibles.

## «Swiss milk inside®»: visibilité au magasin

Pour aider le consommateur à reconnaître en un coup d’œil si un produit est fabriqué avec du lait suisse, il faudrait qu’un maximum de produits portent le signe «Swiss milk inside®». La marque est appliquée sur des produits contenant une part importante de lait – suisse, naturellement! Un second logo a été conçu spécifiquement pour les exportations: il représente une boille à lait, symbole compréhensible aussi à l’étranger. Le lieu de production doit se trouver en Suisse et les ingrédients lactiques doivent provenir de Suisse à 100%. Les signes sont légalement protégés.

