

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Berne, le 26 septembre 2019

Une campagne de Swissmilk finaliste d'un concours international de marketing

Chaque année, la Fédération internationale du lait (FIL) récompense la meilleure campagne marketing du monde en faveur du lait. À Istanbul, en Turquie, un jury international a propulsé la fédération des Producteurs Suisses de Lait / Swissmilk en finale pour sa campagne sur les réseaux sociaux. À l'occasion de la présentation des finalistes le 25 septembre 2019 devant un millier de personnes, l'Angleterre a été désignée vainqueur. Avoir terminé dans le trio de tête est un grand honneur pour la Suisse et un signe de l'esprit d'entreprise, du dynamisme et de l'expertise qui distinguent le marketing en faveur du lait et des produits laitiers suisses.

La FIL dispose d'un groupe de travail permanent qui passe en revue les programmes de marketing nationaux en faveur du lait. Ce groupe se compose de 17 membres issus d'organisations du monde entier qui se consacrent au marketing générique pour le lait.

Direction

Weststrasse 10
Case postale
CH-3000 Berne 6

Téléphone 031 359 51 11
Fax 031 359 58 51
psl@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch

swissmilk**La Suisse en finale**

Chaque année, tous les membres du groupe de travail ont la possibilité de soumettre pour examen des campagnes ou des études de cas. Trois finalistes sont ensuite sélectionnés selon une procédure extrêmement stricte en vue du rassemblement annuel. De tous les pays en lice cette année, la France, l'Angleterre et la Suisse se sont qualifiées pour la finale. "Notre sélection en finale était une grande récompense en soi. Je félicite toute mon équipe, que je remercie pour cette incroyable prestation et pour l'excellent travail qu'elle fournit chaque jour en faveur de notre lait suisse", a déclaré le responsable du marketing de PSL Stefan Arnold.

La campagne sur les réseaux sociaux a convaincu par son approche cross média, son contenu et son humour

En soumettant à la FIL sa campagne sur les réseaux sociaux, Swissmilk avait visé juste. Les invités internationaux ont été visiblement impressionnés par la manière d'associer les recettes appétissantes et les messages relatifs à la santé et au mode de production très durable du lait suisse. La campagne s'est surtout concentrée sur les jeunes consommateurs, qui sont nettement plus critiques face au lait et aux produits laitiers. Unanimes, les experts ont considéré qu'il s'agissait d'un mode de communication axé vers l'avenir que d'autres pays allaient suivre avec intérêt.

En plus des quatre millions de contacts générés par la campagne, le jury a également été conquis par la grande crédibilité dégagée par les producteurs de lait en tant qu'ambassadeurs de leur produit. Les réseaux sociaux ont en effet permis de construire un pont entre les producteurs et la jeune population citadine. La touche d'humour distinguant les nombreuses images et vidéos autour de l'humoriste Charles Nguela a certainement été décisive pour cette sélection en finale.



facebook.com/swissmilk.fr/

instagram.com/swissmilk_officiel/

twitter.com/smp_psl/

Renseignements:

Stefan Arnold, responsable du marketing PSL-Swissmilk

079 886 81 21

Ronny Kupferschmid, responsable d'équipe Social Media Swissmilk

079 137 49 51

2998 signes (espaces comprises); www.swissmilk.ch