

## Logo commun pour fruits suisses, jus de pomme suisse et projets régionaux

# L'union fait la force

trad. Dès le 1<sup>er</sup> janvier 2016, la publicité pour les fruits suisses et le jus de pomme suisse se fera avec un nouveau logo. Il sera utilisé dans la campagne pour les fruits avec «Barry & Jean» et dans la campagne «Le jus de pomme suisse fait merveille». Le logo sert comme corporate design pour tous les projets de promotion de l'écoulement dans le secteur des fruits et devra être utilisé dès 2016 pour tous les projets soutenus par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG).

Que la publicité soit faite avec une affiche, une annonce ou une brochure: chaque forme détermine comment les consommateurs perçoivent les fruits suisses et le jus de pomme suisse. Pour que les moyens de communication de genres différents paraissent uniformes, les directives de présentation sont à cet effet consignées dans un manuel détaillé. Ce n'est que si ces directives sont strictement suivies que les efforts communs et les mesures conjointes auront le succès désiré.

### Logo commun, mais des campagnes séparées

La Fruit-Union Suisse, sur l'instigation de l'Office féd. de l'agriculture (OFAG) et en coopération avec un spécialiste externe du marketing, a étudié si une convergence des deux campagnes «Barry & Jean» et «Le jus de pomme suisse fait merveille» était possible et également judicieuse. Les régions



**Barry (links) und Hans werben auch zukünftig ausschliesslich für Schweizer Früchte. Barry (à g.) et Jean feront de la publicité aussi à l'avenir uniquement pour les fruits suisses.**

devraient, elles aussi, être encore mieux insérées dans les activités promotionnelles de la Fruit-Union Suisse. Le but est par là d'uniformiser et de renforcer la portée d'ensemble des mesures de marketing du secteur des fruits.

Les membres des Centres spécialisés (CP) compétents de la FUS, «CP pour la promotion des ventes de fruits frais» et «CP pour la promotion des ventes du jus de pomme et du cidre suisse» se sont penchés intensément sur le thème en question. On a unanimement reconnu qu'un rapprochement présentait des avantages pour les deux groupes de produits. C'est ce qui fait que les deux instances ont décidé d'utiliser un logo commun pour les fruits suisses et pour le

jus de pomme suisse sur la base du logo de la Fruit-Union Suisse. Les deux campagnes ne doivent toutefois pas (encore) être uniformisées, car elles jouissent toujours d'une haute acceptation auprès des consommateurs. Toutefois, la convergence lors d'une nouvelle édition reste envisageable. ■

### INFORMATION POUR ORGANISATIONS PARTENAIRES

Le 14 janvier 2016, la Fruit-Union Suisse informera personnellement ses organisations partenaires lors d'une séance commune au secrétariat à Zoug sur les innovations. Les personnes compétentes recevront les convocations en temps utile.

