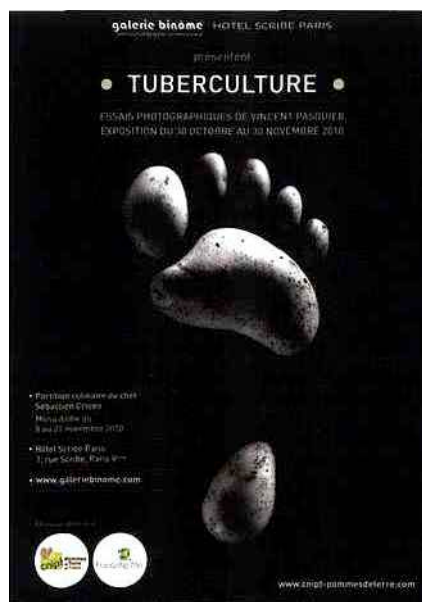


Caractères La pomme de terre, un produit médiatisé

Afin de positionner la pomme de terre comme un ingrédient frais, source d'inspiration et parfaitement adaptée à la cuisine d'aujourd'hui, un programme de communication générique est engagé pour trois ans avec le soutien de l'Union européenne et de FranceAgriMer. Il est aussi mené conjointement avec la Belgique et le Royaume-Uni. Articulé autour d'actions média et hors média, ce programme communique sur "Les pommes de terre, tellement de caractères!". Concrètement, depuis la mi-novembre, le nouveau site pommesdeterre-caracteres.fr invite les internautes à partager auprès du plus grand nombre leur intérêt pour les pommes de terre avec, notamment, des recettes, un chat nutrition ou encore des animations événementielles...

Ce nouveau programme vient compléter le dispositif de communication piloté par le Comité national interprofessionnel de la pomme de terre (CNIPT). L'interprofession s'est en effet associée, sous diverses formes, au Festival international de la photographie culinaire qui s'est porté, cette année, sur le végétal. Le CNIPT évoque ici le Grand Prix du festival décerné par le jury composé de

personnalités et d'un représentant du CNIPT, l'exposition Tuberculture consacrée à la pomme de terre et les Rencontres & Débats organisés dans le cadre du festival... Enfin, le CNIPT met en avant son partenariat avec l'Atelier des chefs : des cours de cuisine sont donnés, jusqu'à février 2011, dans 15 ateliers en France sur des thèmes comme "La pomme de terre en grande tradition". ■ E. K.



Photos D. R.