



Mit neuem Markenauftritt auf der Anuga

Charoluxe unterstreicht Premium-Qualität und Herkunft Frankreich

Düsseldorf, September 2015. Pünktlich zur Anuga präsentiert der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev den neuen Auftritt seiner Premium-Marke Charoluxe. Und läutet damit eine neue dreijährige Promotion- und Kommunikationskampagne zur Unterstützung des deutschen Handels ein. Das überarbeitete Motiv mit dem Claim „Meine Wahl? Charoluxe“ wird am Point of Sale, bei Events sowie in Anzeigen und Informationsmaterial zum Einsatz kommen. Die neue Optik bringt die Premium-Qualität der Rindfleischmarke zum Ausdruck und unterstreicht die Herkunft Frankreich. Denis Lerouge, Direktor Produktkommunikation und Promotion bei Interbev, erläutert: „Charoluxe richtet sich an Gourmets, die Fleischgenuss zelebrieren und ein qualitativ hochwertiges Produkt wünschen. Damit bieten wir eine Antwort auf aktuelle Verbraucherwünsche in Deutschland: Immer mehr Menschen essen weniger Fleisch, zelebrieren jedoch den selteneren Konsum und setzen dabei auf einwandfreie Qualität.“ Charoluxe-Fleisch ist lückenlos rückverfolgbar und stammt ausschließlich von der Rasse Charolais und deren Kreuzungen. Die Jungbullen werden in Frankreich geboren, aufgezogen und geschlachtet und genießen eine artgerechte Haltung.

PRESSEKONTAKT DEUTSCHLAND

Barbara Peters
 barbara.peters@sopexa.com
 Tel.: 0211-49808-22
 www.charoluxe.de

HÄNDLERKONTAKT DEUTSCHLAND

Gerd Köster
 Charoluxe-Fachberater
 info@gerd-koester.com
 Tel.: 02373-914888



„Meine Wahl? Charoluxe“. Im Vordergrund des neuen Markenauftritts stehen die Premiumqualität des Fleisches sowie die Herkunft Frankreich

Starkes Eventprogramm am Anuga-Montag

Branchenvertretern, Journalisten und kulinarisch interessiertem Fachpublikum präsentiert sich Charoluxe mit schmackhaften Aktionen im Rahmenprogramm des Wettbewerbs „Koch des Jahres“ auf der größten Food- und Beverage-Messe der Welt:

12.10.2015

iChefs by Koch des Jahres präsentieren: Charoluxe Showcooking

10.30 Uhr bis 12.00 Uhr

Culinary Stage, Halle 7



Die jungen Spitzenköche Tristan Brandt, Sebastian Frank und Christian Sturm-Willms präsentieren Charoluxe im Showcooking und lassen dabei drei gänzlich unterschiedliche Küchenstile einfließen

Im Zentrum der iChefs-Show stehen Trends, Techniken und Produkte der Highend-Küche. Drei Spitzenköche zeigen im Charoluxe-Showcooking am 12.10. ab 10.30 Uhr (Culinary Stage, Halle 7) unterschiedliche Kreationen rund um das Premium-Rindfleisch: Tristan Brandt (Küchenchef des Opus V in Mannheim), Sebastian Frank (Küchenchef des Horvath in Berlin und Koch des Jahres 2011) sowie Christian Sturm-Willms (Küchenchef des Yunico in Bonn und Koch des Jahres 2013). Dabei lassen sie ihre gänzlich unterschiedlichen Küchenstile einfließen. Während Franks puristischer Stil maßgeblich von der traditionellen österreichischen Küche geprägt ist, steht Brandt für eine moderne Küche mit den Aromen der Welt, zeitgemäß und ohne Schnickschnack. Sturm-Willms vereint in seiner Asia-Fusion-Küche Elemente der japanischen Welt mit denen der modernen mediterranen Küche.

12.10.2015

Charoluxe lädt zum Get Together

INTERBEV-Stand, [Stand C010a., Halle 9.1]

12.30 Uhr bis 13.30 Uhr

Im Anschluss an das Showcooking lädt Interbev ein zum Get Together an Stand 9.1. in Halle C010a. Die Vertreter des französischen Charoluxe-Exportclubs (Bigard, Bressuire Export, Charal, Elivia, Sicavyl und Socopa Viandes) sowie Fachberater Gerd Koester freuen sich auf interessante Gespräche. Für das leibliche Wohl sorgt Spitzenkoch Tristan Brandt.

Charoluxe unterstützt Handelspartner mit zahlreichen Verkostungstagen

Weitere Aktionen in diesem Jahr umfassen 390 Verkostungstage sowie Kundenabende und Fachseminare. Beratend steht dem Handel seit über 20 Jahren Rindfleisch-Experte und Charoluxe-Fachberater Gerd Koester zur Seite. Charoluxe gibt seinen Partnern zudem attraktives Promotionmaterial an die Hand, das Endverbrauchern die fünf schlagkräftigen Argumente für die Marke Charoluxe näher bringt: erstklassige Fleischqualität, 100 Prozent pflanzliche Ernährung der Rinder, artgerechte Aufzucht, regelmäßige unabhängige Kontrollen sowie garantierte Rückverfolgbarkeit von der Aufzucht bis zur Verkaufsstelle. Presse- und Medienarbeit runden die Kampagne ab.

Die Marke Charoluxe

1994 vom Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev gegründet, garantiert die französische Marke für Premiumrindfleisch Charoluxe seit über 20 Jahren Sicherheit und Rückverfolgbarkeit auf dem deutschen Markt. Für das Fleisch werden nur französische Fleischrinder der Rasse Charolais und deren Kreuzungen verwendet, die in Frankreich geboren, aufgezogen, gemästet und geschlachtet wurden. Um den Erwartungen des deutschen Marktes zu genügen, bemüht sich Charoluxe fortwährend darum, die strengen Kriterien des eigenen Lastenhefts an die aktuellen Entwicklungen anzupassen und Vorreiter für sicheres und genussvolles Rindfleisch zu sein.

Hüter des guten Geschmacks: der Charoluxe-Exportclub

Hinter der Marke Charoluxe stehen die sechs Mitglieder des französischen Charoluxe-Exportclubs: Bigard, Bressuire Export, Charal, Elivia, Sicavyl und Socopa Viandes. Als „Hüter des guten Geschmacks“ bürgen die Firmen für die Einhaltung der strengen Kriterien des Lastenheftes und achten auf deren Anpassung an aktuelle Entwicklungen. Sie sorgen dafür, dass den Handelspartnern in Deutschland stets frisches Charoluxe-Fleisch in gewohnt hoher Qualität zur Verfügung steht.

Der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev

Interbev, der Verband der französischen Fleischwirtschaft, wurde am 9. Oktober 1979 auf Initiative verschiedener Organisationen der französischen Fleischbranche gegründet. Er vertritt die gemeinsamen Interessen der Akteure des Sektors aus Tierzucht, Industrie, Handwerk und Handel. Neben der internen Verbandsarbeit (Erarbeitung gemeinsamer Positionen und Erstellung von Lastenheften sowie Leitfäden) zählt insbesondere die externe Kommunikation zu den Aufgaben von Interbev – von der Definition einer gemeinsamen Strategie über die Umsetzung bis hin zur Evaluation der Maßnahmen. Damit möchte der Verband die Unternehmen der Branche bei ihren wirtschaftlichen Aktivitäten unterstützen.