



## 78.000 Verbraucher mit Charoluxe-Promoaktionen erreicht

Düsseldorf, Dezember 2015. Die französische Premium-Rindfleischmarke Charoluxe blickt auf ein erfolgreiches Kommunikationsjahr in Deutschland zurück – dies teilte der Verband der französischen Fleischwirtschaft Interbev mit. 2015 profitierten rund 200 Verkaufsstätten aus dem qualitativen LEH von den vielfältigen Promotionaktionen zur Unterstützung am Point of Sale. 78.000 Verbraucher wurden erreicht.



An Verkostungsständen im 2015 neu erstellten Corporate-Design luden Promotionsfachleute in den Märkten zum Probieren von Charoluxe ein.

Anfang 2015 standen 25 Termine im Handel auf dem Programm, an denen das Kampagnenjahr in engem Kontakt mit den Märkten geplant wurde. Auch auf den Hausmessen war Charoluxe vertreten. An knapp 400 Verkostungstagen kamen die Kunden in rund 200 Verkaufsstätten dann in den Genuss des französischen Charolais-Rindfleischs der Marke Charoluxe. Zudem lud Fleischermeister und Fachberater Gerd Köster zu zwölf Verkostungsabenden ein: Bei einem Charoluxe-Gourmetdinner konnten sich die insgesamt über 630 Gäste nicht nur vom Geschmack des Premiumrindfleischs überzeugen, sondern erfuhren auch, wo und wie die Tiere aufwachsen, und wie das Fleisch in die Läden kommt. „Von

### PRESSEKONTAKT

Barbara Peters  
barbara.peters@sopexa.com  
Tel.: 0211-49808-22  
[www.charoluxe.de](http://www.charoluxe.de)

unseren Partnern haben wir durchweg positive Rückmeldungen, sowohl zu den Aktionen als auch zum neuen Corporate Design, das dieses Jahr auf der Anuga vorgestellt wurde“, so Gerd Köster. Der Claim „Meine Wahl? Charoluxe“, bleibt 2016 bestehen, und Interbev wird in der Markenkommunikation weiterhin auf die Premium-Qualität des Rindfleischs und seine lückenlose Rückverfolgbarkeit setzen sowie die Herkunft Frankreich unterstreichen.

Ausführliche Informationen zu Charoluxe auf [charoluxe.de](http://charoluxe.de).

### **Pressekontakt**

Barbara Peters

barbara.peters@sopexa.com

Tel.: 0211-49808-22

### **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.