



Natürlich Genuss pur

PRESSEINFORMATION

Düsseldorf, Mai 2011

Nach erfolgreichem Jahr 2010 soll Charoluxe nun die Grills erobern Barbecue-Events und neues Info-Material unterstützen die Aktion

Seit ihrem Start vor über 15 Jahren erfreut sich die Premium-Marke Charoluxe in Deutschland stetig wachsender Beliebtheit. Neben der hohen Qualität und dem großen Genusswert tragen die einfallreichen Verkaufsförderungsaktionen zum Erfolg bei. Für die zweite Hälfte des Jahres schnüren die Franzosen für die Handelspartner erneut ein umfassendes Promotionpaket.

Grill-Events am POS

Auf dem Programm stehen zwischen Anfang Mai und Mitte Juli sommerliche Grillaktionen in zehn Globus-Märkten (Termine und Märkte unter www.charoluxe.de). Begleitet werden die mehrtägigen Events von einer Cross-Promotion mit französischen Rhône-Weinen. Auf der sommerlich dekorierten und animierten Aktionsfläche im Markt verkosten die Endverbraucher vor Ort zubereitetes Charoluxe-Fleisch frisch vom Grill sowie darauf abgestimmte Weine. Im Rahmen einer Verlosung lässt sich Profi-Zubehör für die nächste heimische Grillparty gewinnen. Zusätzlich zu den Barbecue-Events sind in diesem Jahr rund 700 Verkostungstage mit Charoluxe-Rindfleisch vorgesehen.

Informationsmaterial für Endverbraucher

Neben dem Geschmack stehen Herkunft und Gelingsicherheit bei der Fleischzubereitung im Fokus. Angesprochen werden die Konsumenten mit



Natürlich Genuss pur

einem neu gestalteten Informations-Etikett für die Verpackungen. Es garantiert die rein natürliche, pflanzliche Ernährung des Rindes, das Herkunftsland Frankreich sowie die lückenlose Rückverfolgbarkeit des Fleisches von der Geburt des Tieres bis zum Verkauf gemäß der Vorschriften. Ergänzt wird die Information durch eine neue Endverbraucherbroschüre, in der Aspekte zur Auswahl des Fleisches und köstliche Charoluxe-Gerichte vorgestellt werden.

Training für die Theken-Teams

Weil hochwertiges Grillfleisch am liebsten an der Theke der Fleischerei und des Lebensmitteleinzelhandels eingekauft wird, steht auch weiterhin die Schulung des Fachpersonals auf dem aktuellen Programm. Charoluxe-Fachberater Gerd Koester ist in der ganzen Bundesrepublik unterwegs, um die Verkaufsteams im Rahmen eigens konzipierter Fachseminare mit Hintergrundwissen, Beratungskompetenz und praktischen Tipps auszustatten.

Breit gefächerte Kommunikations-Strategie

Dieses Jahr wird die Aufmerksamkeit der Konsumenten seit längerer Zeit wieder über die Publikumspresse geweckt. In Kooperation mit den Handelspartnern werden außerdem Kochkurse für Endverbraucher in fünf deutschen Städten organisiert, bei denen das hochwertige Rindfleisch und dessen Veredelung in der Küche im Mittelpunkt stehen. Die positiv besetzten Begriffe „Geselligkeit“ und „französischer Lebensstil“ werden so angenehm miteinander verknüpft.

Spannendes Programm zur Anuga

Die Vielfalt der kulinarischen Möglichkeiten, die in französischem Rindfleisch das ganze Jahr über steckt, soll zudem auch über die Fachmedien vermittelt werden. Ein Glanzlicht für die Präsentation der Premium-Marke wird die diesjährige Anuga (8. bis 12. Oktober in Köln) sein. Die Weltmesse der Ernährung bietet die Plattform für eine Abrundung der aktuellen



Natürlich Genuss pur

Dreijahreskampagne für Charoluxe auf dem Deutschen Markt. Erklärtes Ziel ist es, die Position von Charoluxe als Premium-Rindfleischmarke dauerhaft zu stärken.

Diese Pressemitteilung sowie die Endverbraucherbroschüre und das Verpackungs-Etikett stehen auf www.charoluxe.de und www.sopexa.com zum Download bereit.

Hüter des guten Geschmacks: der Charoluxe-Exportclub

Hinter der Marke Charoluxe stehen die sieben Mitglieder des französischen Charoluxe-Exportclubs: Bigard, Bressuire Export, Charal, Elivia, Montluçon Viandes, 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.

Pressekontakt

Sopexa S.A., Deutschland
Barbara Peters
Sternstr. 58, 40479 Düsseldorf
Tel. 0211/49808-27, Fax: 0211/49808-21
barbara.peters@sopexa.com
www.charoluxe.de