



josiane

Communiqué de presse, le lundi 27 juin 2022.

Prince de Bretagne en télé avec Josiane pour ses tomates d'antan

Les maraîchers Prince de Bretagne et leur agence Josiane lancent fin juin une nouvelle campagne TV pour souligner le savoir-faire historique de la marque autour de la tomate d'antan.

La tomate, un ingrédient source d'insatisfaction des Français

Aujourd'hui, les fruits et légumes sont pointés du doigt faute de goût. Les tomates ne sont pas épargnées puisque 75% des Français en sont insatisfaits. Les maraîchers Prince de Bretagne, passionnés et engagés au quotidien, continuent de faire valoir leur savoir-faire. La coopérative prend la parole sur ses tomates d'antan, cueillies au jour le jour, uniquement à maturité, pour conserver le meilleur goût.

Laurent Allias, Fondateur de Josiane : « *Après les choux-fleurs, Prince de Bretagne reprend la parole une 2ème fois avec Josiane, sur ses tomates d'antan qui répondent parfaitement aux attentes des français : la tomate d'antan n'a jamais été autant aux goûts du jour.* »

Avec Prince de Bretagne et leurs tomates d'antan, la satisfaction reprend enfin place

Pour comprendre d'où vient le bon goût des tomates d'antan Prince de Bretagne, nous suivons la vie d'une d'entre elles. Jour après jour, observée par un maraîcher, nous la voyons arriver à maturité puis cueillie. Le bouclage valorise le savoir-faire de la coopérative : « Les maraîchers Prince de Bretagne attendent que leurs tomates prennent de belles couleurs pour être pleines de goûts ».

Jérôme Diez, Directeur de la Création de Josiane : « La vue est le premier sens en action dans le mécanisme du goût. Nous avons donc favorisé un plan très rapproché sur une belle tomate pour faire ressentir la saveur qu'apporte le savoir-faire Prince de Bretagne. »

Une campagne 100% bretonne

Dans la continuité du premier volet de la saga concernant les choux-fleurs, le film sur les tomates d'antan met en scène de vrais maraîchers Prince de Bretagne. La campagne, diffusée en télévision dès fin juin, sera disponible en version longue, en version courte, ainsi qu'en sponsoring sur les chaînes de France TV, TF1 ainsi que M6.

Le film est à retrouver sur Youtube sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=s2lf5p662cY>

Et en différents formats sur ce lien : <https://we.tl/t-JEqjdK2obl>

Crédits

Annonceur : Prince de Bretagne (Cerafel)

Agence : Josiane

Responsable Agence : Laurent Allias

Responsable Annonceur : Sylvie Tassin

Directrice des Stratégies : Evelyne Bourdonné

Planneur stratégique : Clara Laffont

Directeur de la Création : Jérôme Diez

Directeur Artistique : Lisa Chaput

Conception-rédaction : Léa Côme
Directeur Conseil : Jérémy Frappat

Chef de groupe : Pauline Mariotte

Chef de projet : Victor Quarello

Maison de production : Ganache studio

Autres : Laurent Allias, Evelyne Bourdonné, Jérémy Frappat, Pauline Mariotte, Victor Quarello, Clara Laffont

A propos de Prince de Bretagne

Créée en 1970, Prince de Bretagne est la marque collective des maraîchers bretons, passionnés et engagés au quotidien. Depuis maintenant 50 ans, leur volonté de défendre leur terroir et proposer des légumes frais et de qualité ne cesse de grandir. Prince de Bretagne met en avant l'agroécologie maraîchère au travers de plusieurs gammes et labels.

A propos de Josiane

Ni une agence de publicité. Ni une agence digitale. Ni une agence intégrée. Ni une agence corporate. Une agence. Avec plein d'idées dedans. Josiane accompagne les marques pour qu'elles deviennent vertueuses, belles et fortes. En tant qu'agence, Josiane souhaite inscrire de nouveaux symboles porteurs de progrès social dans la culture publicitaire.

www.josiane.fr

Contact Fondateur : Laurent Allias, cofondateur, laurent@josiane.fr / 06 76 53 87 71 ou 01 83 75 04 21

Contact Communication : Clara Laffont, Planneur Stratégique, clara@josiane.fr / 06 23 43 64 44