



SMP · PSL

Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte  
Producenti Svizzeri da Latg

## PSL INFO-EXPRESS: Marketing générique pour le lait



Été comme hiver, le lait est bon pour la forme et fortifie les os. Les événements estivaux permettent à Swissmilk d'atteindre plus d'un million de personnes.

### Pour la forme

L'été, le lait prend l'air, car c'est à l'extérieur qu'il peut rencontrer la population suisse. Concerts open air, festivals pour enfants ou manifestations sportives: l'essentiel est de sortir au grand air, de bouger, de faire la fête. Mais pour tenir le coup, il faut de l'énergie. Heureusement, le lait vient à la rescousse des sportifs, familles et festivaliers fatigués. Grâce à Swissmilk, la plus ancienne boisson énergétique au monde est de tous les grands événements. Oui, le lait est bon pour la forme, cela se sait depuis longtemps dans nos contrées. Aujourd'hui, on peut l'affirmer avec des arguments scientifiques sérieux à l'appui. L'effort physique conduit à une baisse des réserves d'énergie, à une perte de protéines corporelles et à l'évacuation d'eau par la transpiration. Pour que l'organisme puisse se régénérer, il faut remplir les réserves de glucides, renouveler les protéines corporelles et compenser les pertes hydriques. Autrement dit, il faut bien boire et bien manger. Le lait a ceci d'inouï qu'il agit dans ces trois domaines, favorisant la récupération après une activité physique intense. À dire vrai, rien ne sert de se ruiner en boissons pour sportifs: le lait est excellent pour la forme. Et 100 % naturel.

Swissmilk vous souhaite un bel été.

## Du lait pour garder la forme tout l'été

Cet été, le sport, le soleil et le lait se sont donné rendez-vous à de nombreuses manifestations en plein air. Un trio gagnant qui, entre autres, fortifie les os.

L'équipe Swissmilk sera de tous les grands événements de l'été 2012, parcourant la Suisse pour servir avec le sourire du lait et des milkshakes fortifiants lors de tournois professionnels ou de manifestations sportives populaires. La présence à ces événements permet de répéter ce que beaucoup savent depuis longtemps déjà: le lait est bon pour la forme.

### Des pros en action

Les passes et les attaques s'enchaînent à un rythme effréné. Dans neuf villes suisses, les meilleures équipes de beach-volley s'affrontent sur le sable chaud, créant une ambiance de vacances en plein centre urbain. Tous visent le titre de champion suisse, qui sera décerné à la fin de l'été à Berne. Les quelque

100 000 spectateurs venus encourager les athlètes assistent à un spectacle captivant. Entre les matches, ils ont besoin d'un rafraîchissement. Après s'être offert un milkshake au bar à lait, ils ont tout juste le temps de participer au jeu-concours avant de rejoindre les tribunes: l'occasion pour Swissmilk de faire passer l'un ou l'autre message sur le lait. Au Wake + Jam de Morat (du 6 au 8.7) et au festival Boardstock à Zoug (du 28 au 29.7), de nombreux sports sont à l'honneur, à commencer par le basket-ball, le wakeboard et la zumba. Avec les lacs suisses pour toile de fond, des pros font leur démonstration. Les amateurs, quant à eux, s'essaient avec enthousiasme à de nouvelles disciplines.

### Du sport pour tous

En plus de dix ans d'existence, les slowUp se sont imposés comme événements de sport populaire incontournables, attirant désormais plus de 400 000 participants dynamiques. Durant l'été 2012, Swissmilk participe à douze slowUp. Son cycle géant ne passe pas inaperçu. À son bord, les membres de clubs recrutés sur Internet distribuent des Yogi Drinks aux piétons, cyclistes et

patineurs qu'ils rencontrent le long des 30 à 40 kilomètres de parcours. À chaque slowUp, Swissmilk propose en outre deux bars à lait où les sportifs fourbus peuvent reprendre des forces. Rien de tel qu'un verre de lait pour repartir de plus belle!

### La Suisse en musique

Nyon, Locarno, Gurten, St-Gall ou Zurich: des noms évocateurs pour tous les fans de musique. Le plus grand bar à lait de Suisse fait désormais partie intégrante des festivals. Avant, pendant et après les concerts, les festivaliers aiment s'y retrouver pour siroter un milkshake. Toujours tendance, il fait depuis des années la

promotion de cette saine boisson énergétique sur un ton jeune et branché. Parmi les tubes de l'été, les petits-déjeuners servis dans les campings des festivals rencontrent aussi un franc succès. Quant aux festivaliers en herbe, ils s'entraînent à chanter et à battre le rythme aux concerts pour enfants Lilibiggs. Ils peuvent même imiter les plus grands en dégustant un milkshake au bar à lait.

### Une présence gagnante

La restauration hors domicile a une place importante dans la société. Le marketing Swissmilk ne peut donc pas se contenter de faire la promotion du lait par des mesures publicitaires classiques. Le lait doit aussi aller à la rencontre des gens. Il faut s'adresser aux familles et aux jeunes adultes et leur présenter le lait comme une boisson rafraîchissante branchée. Les statistiques de l'été 2011 montrent que c'est une bonne stratégie: la présence du lait aux manifestations a permis de toucher plus d'un million de personnes, près de 70 000 milkshakes et 14 000 petits-déjeuners ont été vendus aux festivaliers et 30 000 portions de dégustation ont été distribuées lors des slowUp.



Lait nature, fruité ou chocolaté: il y a des boissons lactées pour tous les goûts.

## Lovely enfourche son vélo pour faire la promotion du lait

swiss milk  
Suisse. Naturellement.

**Le lait. Grandis et reste fort.**  
www.swissmilk.ch

swissmilk

Toujours en pleine forme, Lovely se met en selle cet été pour faire un tour de Suisse par le biais d'affiches publicitaires. Dans des remorques à vélo, sa progéniture apprécie le soleil, la brise rafraîchissante, et surtout la sympathie de la population. Les affiches et les annonces de Lovely à vélo peuvent être vues du 14 mai au 27 juin.