

Markteinführung von Diwa® und Mairac®

Akzeptanz im Handel

In den Monaten März und April 2007 sind insgesamt 90 000 kg Äpfel unter der Apfelmарke Mairac® den KonsumentInnen bei Coop, Migros und Manor angeboten worden. «Die Kampagne zu Mairac® ist in diesem Frühjahr in der Westschweiz und im Wallis hervorragend gelaufen», so Michael Weber, Geschäftsführer der VariCom GmbH. Es gab eine starke Präsenz in den Medien und die Akzeptanz der KonsumentInnen war sehr positiv. «Die Nachfrage und Beachtung der Marke war hervorragend. Manche KonsumentIn erinnert sich selbst 12 Monate nach dem letzten Einkauf an Mairac®», so Francois Thury von Fruits du Roi aus Etoy. Das erste Etappenziel für Mairac® ist eine Anbaufläche von 50 ha, das spätestens bis 2009/10 erreicht werden soll. «Das aktive Marketing und Geschmackserlebnis realisieren einen gerechtfertigten Mehrwert», so Francois Thury. Das Motto: «Mairac® – mein Apfel» trifft den Charakter des Apfels auf den Punkt. Mairac® hat festes Fruchtfleisch, ist saftig, knackig und vermittelt durch seine frische Säure bei relativ hohem Zuckergehalt von 13° bis 16° Brix ein Aroma von Frische. Auch ohne Kühlung lässt er sich zu Hause gut lagern.

Erstmals konnte dem Handel und damit einem Teil der Schweizer KonsumentInnen bei Globus in Zürich im Mai, 7000 kg Diwa® Qualität angeboten werden. Der Apfel ist ausgesprochen saftig und findet ein breites Publikum aufgrund seines milden Aromas.

Lancement de Diwa® et de Mairac® sur le marché

Adoptées par le marché

Courant mars et avril 2007, un total de 90 000 kilos de pommes de marque Mairac® ont été proposés aux consommateurs de Coop, Migros et Manor. Selon le directeur de VariCom sarl, Michael Weber «La campagne mise en place ce printemps pour Mairac® a été un véritable succès en Suisse romande et dans le Valais». Mairac a bénéficié d'une forte présence médiatique et a été très bien acceptée par les consommateurs et les consommatrices. «La demande et l'intérêt porté à la marque étaient incroyables. Un an après avoir acheté leurs premières Mairac®», la plupart des consommatrices se souvenait encore du nom de la marque, dit Francois Thury de Fruits du Roi de Etoy. L'objectif visé pour la première étape de Mairac® était d'atteindre une surface de culture de 50 hectares d'ici 2009 – 2010 au plus tard. «Le marketing actif et le souvenir du goût constituent une valeur ajoutée indéniable» dit François Thury. Le slogan: «Mairac® – ma pomme» met l'accent sur le caractère de la pomme. Mairac® a une chair ferme, juteuse et croquante tout en donnant une sensation de fraîcheur grâce aux acides frais qu'elle renferme tout en ayant une teneur en sucre assez élevée de 13° à 16° Brix. Elle se conserve aussi parfaitement à la maison même sans être mise au réfrigérateur. Le commerce et une partie des consommatrices et consommateurs suisses ont pu goûter la qualité de Diwa® pour la

«Diwa® hat mehrheitlich sehr gut geschmeckt. Ein grosser Teil der DegustantInnen fand den Geschmack super, wunderbar, fein, fruchtig und saftig. Der Apfel hat allen Kindern geschmeckt. Er scheint von der Süsse/Säure her genau den Geschmack von Kindern zu treffen», so

Frau Reimann vom Degustationsstand. Diwa® wurde erstmalig mit Label und eigenem Design präsentiert. Das Motto lautet: «Diwa® – entdecke Dein Plus» und empfiehlt Diwa® als Pausenapfel, der für eine gesunde Ernährung steht. Aktuell wird Diwa® für den Anbau in der Ostschweiz und im Raum Zürich favorisiert. Der Apfel präsentiert gut und färbt früh am Baum. Die Ernte findet in einem Normaljahr in der letzten Woche im September statt.

Beide Marken werden von Steffen-Ris AG, Ch. Füglistler AG, GEISER agro.com ag, Tobi Seeobst AG und Fruits du Roi SA lanciert. Die erzielten Preise lagen 15 bis 20 % über dem Niveau vergleichbarer Referenzsorten. Gute Perspektiven für den Obstproduzenten. Michael Weber, VariCom GmbH
www.varicom.ch



Diwa.

première fois en mai chez Globus à Zurich, 7000 kilos étaient en vente. La pomme est incroyablement juteuse et s'ouvre à un large public grâce à la douceur de son arôme. «Diwa® a été très appréciée. La grande majorité des dégustatrices et dégustateurs était conquis par son goût vraiment superbe, merveilleux et excellent. Tous les enfants l'ont aimée. L'harmonie sucre/acidité semble coïncider parfaitement avec le goût des enfants» a dit madame Reimann du stand de dégustation. Diwa® était présenté pour la première fois avec son propre design et son label «Diwa® – découvre ta force» qui recommande Diwa® pour une pause-récré plus saine. La culture de Diwa® est actuellement encouragée en Suisse orientale et dans la région zurichoise. La pomme est belle et se colore assez tôt sur l'arbre. Dans une année normale, la récolte a lieu dans la dernière semaine de septembre.

Les deux marques sont lancées sur le marché par Steffen-Ris AG, Ch. Füglistler AG, Geiser agro.com, Tobi Seeobst AG et par Fruits du Roi. Les prix obtenus sont 15 à 20 % supérieurs à ceux des variétés de référence comparables. Bonnes perspectives pour l'arboriculteur. Michael Weber, VariCom SARL
www.varicom.ch