



# Du 15 février au 4 avril 2010, Père Dodu repart en campagne pour défendre la volaille classique et revient en télévision avec



Fort du succès de la première campagne publicitaire, **Père Dodu est de retour sur les écrans en 2010 avec « Le Choix du Chef »** : 7 semaines de communication en 3 vagues successives sont prévus, dès le **15 février et jusqu'au 4 avril**.

**Avec près de 45 millions de contacts, Père Dodu continue ainsi à montrer aux consommateurs qu'il est possible de manger un poulet de qualité et savoureux, comme le Label, mais à un prix beaucoup plus avantageux.**

En effet, parmi tous les labels et les certifications, il est de plus en plus difficile de s'y retrouver et de faire le bon choix. Face à ces préoccupations, Père Dodu a décidé d'adopter un positionnement clair et accessible avec la gamme **Le Choix du Chef : des poulets de souche semi-rustique, ayant reçu une alimentation exclusivement végétale, et à un prix très abordable**. Le spot joue la carte de la convivialité et de la gourmandise, en mettant en scène une famille réunie autour d'un bon poulet rôti qui séduit petits et grands. Cette campagne veut démontrer que le poulet dit « classique » peut offrir un niveau de qualité correspondant aux attentes des consommateurs les plus exigeants pour un prix très intéressant (prix public indicatif : 4,5 € le kilo).



► *Cliquez pour télécharger le film*



## Une campagne orchestrée autour du produit cœur de métier de Père Dodu : les poulets Prêts à cuire "le Choix du Chef"

La gamme Le Choix du Chef est emblématique de l'ambition réaffirmée de Père Dodu : **être une marque actuelle, à l'écoute des priorités des consommateurs, qui propose des produits à la fois plaisir, accessibles et capables de répondre aux préoccupations nutritionnelles de chacun.**

Cette gamme de produits rappelle que le cœur de métier de la marque est **la volaille entière et les découpes de volaille fraîche**.

Le poulet Le Choix du Chef s'appuie par ailleurs pour son emballage sur une innovation technologique brevetée qui permet d'allonger la date de consommation, et a été récompensé par plusieurs médailles au dernier Concours Général Agricole.

## Une volonté chez Père Dodu : combattre les idées reçues.

**Expert de la volaille depuis plus de 40 ans**, Père Dodu a conçu cette campagne publicitaire pour apporter un démenti aux idées reçues qui structurent le marché aujourd'hui : non, il n'est pas nécessaire de courir après les labels pour manger un bon poulet. **Avec sa nouvelle signature : « Père Dodu, il a plein d'idées pour bien manger », la marque veut montrer qu'elle peut apporter au consommateur bien plus que ce à quoi il s'attend : de bons produits bien sûr, mais aussi des solutions au quotidien, de l'écoute et de l'information.**

On retrouve à la fin du spot l'adresse du **site Internet [www.touturlavolaille.com](http://www.touturlavolaille.com)**, site informatif lancé en septembre 2009 à l'initiative du Groupe Doux, et qui s'inscrit dans la même démarche de transparence et d'information pour le consommateur : grâce à des témoignages d'experts et des dossiers thématiques, on y apprend tout sur l'élevage des volailles en France et notamment les volailles classiques, un bon moyen de s'informer sur les produits et faire tomber définitivement les idées reçues les plus tenaces.



**Marque résolument ancrée dans le quotidien, Père Dodu propose des solutions gourmandes et pratiques** pour chaque instant, chaque envie : de la volaille entière avec Le Choix du Chef, mais aussi des découpes de volailles natures ou marinées, des plats cuisinés, et bien sûr des panés dont le célèbre Cordon Bleu. Retrouvez-les sur le site de Père Dodu : **[www.peredodu.fr/carte\\_du\\_chef.html](http://www.peredodu.fr/carte_du_chef.html)**

**Ce film sera diffusé à partir du 15 février 2010** sur les chaînes TF1, Canal+ et Canal+ Décaté, M6, W9, TMC, Direct 8, NRJ 12, TV Breizh, NT1, Comédie et Téva.