



Des pommes des Mauges « brillantissimes »

Le Verger de la Blottière est partenaire du premier film de Michèle Laroque intitulé... « Brillantissime ».

PAGE 6

Le Courrier de l'Ouest - Samedi 6 janvier 2018

Leurs pommes sont brillantissimes

Le Verger de la Blottière est partenaire du film de Michèle Laroque intitulé « Brillantissime ».



Dans la bande-annonce, Françoise Fabian, Michèle Laroque et sa fille Oriane croquent ici une pomme produite par le Verger de la Blottière.

Fabien LEDUC

La pomme Antarès est une star de cinéma « made in Saint-Georges-des-Gardes ». Marque propre exclusive du Verger de la Blottière depuis dix ans, ce fruit sera croqué sur grand écran par Michèle Laroque, Gérard Darmon et Françoise Fabian, entre autres.

« Brillantissime » est d'ailleurs le premier film réalisé par Michèle Laroque, adapté de son spectacle « Mon brillantissime divorce ». Il met en scène l'humoriste dans une comédie qui s'annonce désopilante.

Un placement produit se négocie entre 10 000 et 100 000 € » CAMILLE MARQUES. Responsable marketing au Verger de la Blottière.

L'humoriste joue le rôle d'Angela qui, après avoir été quittée par son époux, se rapproche de Georges, un marchand de fruits. Kad Merad ajoute une note burlesque en incarnant un psychiatre secrètement amoureux de sa patiente Angela...

« Dans la bande-annonce, on voit Michèle Laroque croquer dans l'une de nos pommes, ce quon ne savait pas!», se réjouit Camille Marques, responsable marketing et maître d'œuvre de ce « placement produit ». La jeune femme avait déjà répondu favorablement aux sollicitations d'une agence spécialisée dans le « placement produit » à l'écran en 2016 : « Pour les dix ans de la pomme Anatrès, nous étions partenaires du film « Angry Birds », en référence avec la mésange qui est l'emblème du Verger de la Blottière, et nous pouvions utiliser les éléments graphiques du film pour notre promotion. »

Cette fois, le producteur de Saint-Georges-des-Gardes passe une étape en plaçant sa pomme au cœur d'un film. Outre des sachets en papier et des vêtements estampillés Antarès, plusieurs dizaines de plateaux de pommes ont ainsi été livrés à Nice, lieu du tournage réalisé en mars dernier. Gérard Darmon apparaîtra à plusieurs reprises derrière un stand complet de pommes Antarès où plateaux et étiquettes Antarès devraient être visibles des spectateurs. En théorie, car personne au verger n'a encore visionné le film.

Dans la proposition de départ, un livreur habillé d'une doudoune et d'une casquette siglées Antarès doit apparaître dans l'une des scènes. La pomme doit même accompagner le happy end du film avec Michèle Laroque et Gérard Darmon habillés d'un tablier « Antarès »...

Mais entre les scènes coupées durant le montage et les négociations financières accompagnant ce type de placement produit, le résultat est incertain, malgré les promesses de « visualisation », de « manipulation » et de « consommation » de la pomme Antarès, Néanmoins, la bande-annonce récompense déjà l'initiative de Camille Marques qui, sans dévoiler le coût de ce partenariat, explique « qu'un placement produit se négocie entre 10 000 et 100 000 € », voire « bien plus » pour des films distribués sur plusieurs continents. Sachant que la marque n'a aucun droit de regard sur l'utilisation et la durée d'apparition à l'écran de son produit. Et une chose est sûre : Camille Marques ne sera sûrement pas la seule salariée du Verger de la Blottière à assister à l'avant-première du film programmée au Cinémovida à Cholet le 15 janvier.

A SAVOIR

Un film en phase avec la saison

La sortie du film de Michèle Laroque tombe à point nommé pour le Verger de la Blottière puisque la saison court de septembre à mai. « Nous connaissons un regain d'activité en janvier », précise Camille Marques, qui « ne prendrait pas de partenariat en plein été ». Par ailleurs, comme ce partenariat impose au verger de faire la promotion du film, un affichage

relayant ce jeu-concours et la sortie officielle du film, prévue le 17 janvier, accompagnera les étals de pommes Antarès. « L'occasion d'asseoir un peu plus la marque Antarès et pour d'autres de la découvrir », explique la responsable marketing. Le Verger de la Blottière propose ainsi de gagner des tablettes et des places de cinéma jusqu'au 31 janvier sur www.mapommeantares.fr.



Le Verger de la Blottière compte 225 équivalents temps plein.

Des recrutements toute l'année

Le Verger de la Blottière entoure toujours la maison où habitait en 1961 Ferdinand Socheleau, le fondateur. Sauf qu'aujourd'hui, le verger « écoresponsable » possède 200 ha en propre et 20 % du chiffre d'affaires est réalisé par la Blottière et les 80 % restants par les producteurs partenaires. Un volume qui permet de peser auprès des grandes surfaces, principales clientes. Outre la marque exclusive Antarès, produit phare du verger à la robe rouge orangé, la société est la seule en France à détenir la licence hollandaise pour la poire Sweet Sensations. D'autre part, le Verger de la Blottière a construit au Chili, en 2012, une station de conditionnement pour maintenir l'emploi à Saint-Georges-des-Gardes et assurer un approvisionnement toute l'année.

L'entreprise familiale compte aujourd'hui 225 équivalents temps plein toute l'année, dont une centaine de permanents. Des recrutements ont donc lieu tout au long de l'année, en production pour l'éclaircissage qui va de juin à début juillet, puis pour la cueillette qui s'étale de fin août à mi-novembre mais aussi au conditionnement (caristes, manutentionnaires...).

Contacts: 02 41 29 22 22 ou via www.levergerdelablottiere.fr.