



Das Internet-Gewinnspiel wird auf den Etiketten von drei Flowpack-Schalen angekündigt.

FRANKREICH/MAROKKO

Tomatenspezialist lanciert Gewinnspiel

Die französisch-marokkanische Azura-Gruppe hat eine neue Website für die Verbraucher eingerichtet und lanciert zu ihrer Eröffnung ein Gewinnspiel.

Es läuft im Zeitraum vom 15. März bis zum 15. Mai 2010 auf den beiden eigens für diese Aktion kreierten Internet-Seiten www.jaimelatomate.com oder www.lovelytomato.eu. Angekündigt wird das Gewinnspiel auf den Etiketten von drei Flowpack-Verpackungen von Azura: der 250-g-Schale für runde und der 250-g-Schale für längliche Cherry-Tomaten sowie der 500-g-Schale für Cocktail-Tomaten.

Das Spiel läuft nach folgendem Prinzip ab: Der Verbraucher übernimmt die Rolle des Azura-Marienkäfers und muss mit Hilfe von Mausclicks so viele Blattläuse vertilgen wie möglich. Nach einer Spieldauer von 30 Sekunden trägt er sich auf einem Formular ein und nimmt damit an der Verlosung teil.

Hauptgewinn ist eine einwöchige Reise für zwei Personen nach Marokko. Darüber hinaus locken weitere attraktive Preise, wie Kinder-T-Shirts, USB-

Sticks von Azura, Schürzen oder Sets von Salz- und Pfefferstreuern. „Mit der Einstellung des Gewinnspiels wollen wir unsere Handelspartner bei der Kundenbindung unterstützen“, erklärte Florence Philip, bei der Azura-Gruppe zuständig für Marketing und Kommunikation, im Gespräch mit dem Fruchthandel-Magazin.

Parallel dazu hat Azura auch seine Website für Kunden und Fachleute neu gestaltet. Sie bietet von nun an aktuelle Nachrichten und berichtet über Neuheiten, und zwar in den drei Sprachen Englisch, Französisch und Deutsch.

Die neue Internet-Seite für die Verbraucher soll die Kundenbindung unterstützen.

