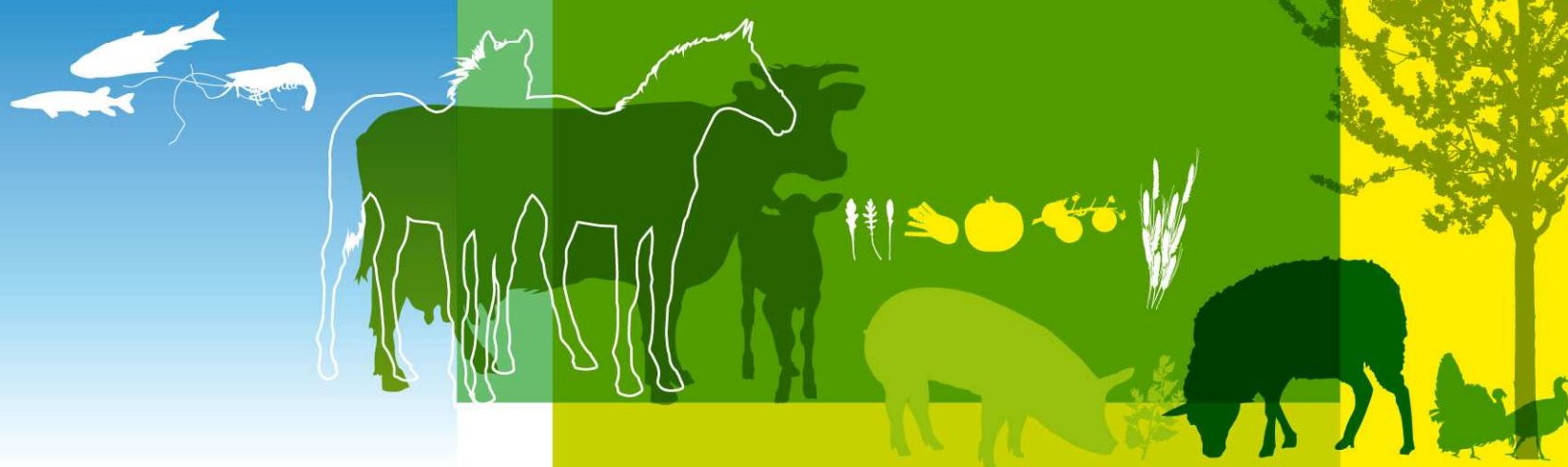


# LES ACTIONS DE PROMOTION EXPORT VIANDES BLANCHES

2010-2011

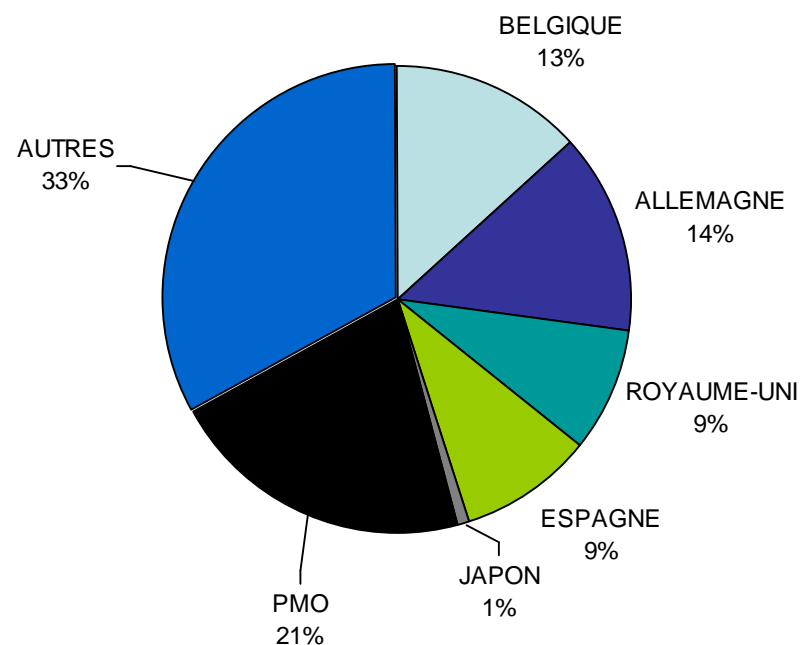
9 mars 2011

Conseil viandes blanches



## Rappel des enjeux export pour les viandes de volailles

Plus d'1 milliard d'euros de chiffre  
d'affaires export en 2010  
dont les 2/3 en UE 27  
620 000 t exportées  
347 000 t sur pays tiers (56%)  
Environ 130 pays clients de la France



## LES ACTIONS EXPORT SOUTENUES PAR FRANCEAGRIMER POUR LA FILIERE AVICOLE SUR CREDITS 2010

ORGANISMES	PRODUITS CONCERNES	NATURE DES OPERATIONS	PAYS CIBLES
SYNALAF	Volailles Label Rouge	Opérations de promotion déc.2010- déc.2011	Allemagne + Belgique+ Luxembourg
CIP	Pintade	Opérations de promotion année 2011	Allemagne + Belgique + Pays- Bas + Royaume-Uni + Danemark + Espagne + Portugal + Japon
GIPEP	Poulet	Opérations de promotion déc.2010 - déc.2011	Pays du Golfe (Moyen-Orient)
CIDEF	Dinde	Opérations de promotion 2011 (Appui effectué sur crédits 2011)	Allemagne

+ réalisation d'une étude FranceAgriMer / Ubifrance sur les opportunités à l'export pour la viande de volaille française.

Soit un budget global d'actions de 1 250 464 €  
dont 604 735 € financé par FranceAgriMer sur crédits 2010 et 48 700 € sur crédits 2011

# Présentation des principales actions de Promotion Export Volaille réalisées en 2010

## **Moyen-Orient** : 1<sup>ère</sup> zone cliente (20%)

Objectifs :

- Approfondir la connaissance des marchés ciblés
  - Communiquer directement et régulièrement auprès des professionnels
  - Valoriser l'image des produits français auprès des consommateurs
- Veille médiatique et suivi du contenu des articles de presse
  - Sponsoring conférence sur la sécurité sanitaire
  - Programme culinaire TV



## **Allemagne** : 2<sup>ème</sup> client de la France en viande de volailles (14%)

### Dinde :

- Inciter au référencement grâce à des actions spécifiquement axées sur les professionnels, notamment les importateurs et les grossistes (séminaires de formation)
- Faire découvrir les produits aux consommateurs



- Nombre d'ateliers de formation: 25
- Nombre d'enseignes touchés: 10
- Professionnels et consommateurs formés: 1.720



- **217 journées de dégustations dans 7 enseignes** de la distribution allemande, soit 90 PDV concernés
- **lors d'une animation, augmentation moyenne du chiffre d'affaires de l'ordre de 350%** au profit de la viande de dinde française

## Allemagne

Pintade et Label Rouge:

- Inciter le référencement
- Accroître la présence à l'esprit du produit



- Rencontres des interlocuteurs distribution
- 36 journées de dégustation en magasins mises en place
- Diffusion de matériel promotionnel (poster, brochure)

- Journées de dégustation en magasins
- Diffusion de matériel promotionnel (brochures, recettes)

## Belgique : 3ème débouché export de la France en viande de volailles (13%)

Dinde : mieux faire connaître les atouts produit et les garanties de la filière française – favoriser l'achat d'impulsion



**Variez les plaisirs comme par magie**

**LA DINDE FRANÇAISE A PLUS D'UN TOUR DANS SON CÂMEAU**  
 Eh oui, la dinde est facétieuse. Elle aime changer d'apparence. Elle se fait en dinde, brochette, filet, tourna, pané... Elle aime être une salade, cocotte avec des pâtes, se gliser dans une pizza, se faire dans un club sandwich, se griller tout simplement... Elle est ouverte et généreuse parce que prête à toutes les expériences culinaires, y compris les plus audacieuses.  
 La dinde aime aussi voyager. L'Orient, mystérieux, trône gourmand, les festins chinois ou bien ici la France, aucun voyage gastronomique ne lui inspire de craintes. Elle est aussi à l'aise partout, soit au rôtir, on s'en sert comme d'un excellent de base.  
 Ce plus, sa consistance se double d'un bel équilibre intestinal. La dinde est pauvre en calories et un cholestérol et elle déborde de protéines de vitamines, de fer et de magnésium. Vous pouvez la cuire à l'envi à peu de mail à la frite du bon. Ça n'est pas toujours exact, mais avec la dinde c'est vrai de voir. Avez-vous touché ?

**Une viande pleine de ressources**

- Apport calorique : 116 kcal/100g
- Contient 22 g de protéines pour 100 g
- 150 g de dinde représentent 1/3 des apports quotidiens recommandés en vitamine B1, B6, B12, K, P, S, Se, Cu, Zn.
- Une occasion de dinde avec une part de 120 g (selon les recommandations pour les adultes).

**Une qualité core d'élite grâce au contrat de progrès**

L'ensemble de la filière française est fier de garantir et de garantir pour vous offrir des produits irréprochables et agréables.

A tous les maîtres, de cette particularité permettant d'obtenir un produit français. Les professionnels de la production ont tous adhéré à un « Contrat de Progrès » engagé à chaque étape de la production. Les meilleurs producteurs et les meilleurs produits sont sélectionnés pour constituer le meilleur produit.

Rejoignez les produits de qualité Dinde Française (voir les marques) : 

Sensibilisation des professionnels et des consommateurs dans le cadre d'animations magasins : 10 000 contacts consommateurs

En moyenne impact sur les ventes + 52%



Réalisation d'un publico-rédactionnel : 24 000 professionnels de la distribution touchés



# Belgique

Table ronde consommateurs autour de la **pintade** avec les lectrices de Femmes d'aujourd'hui (101 000 exemplaires - 526 400 lecteurs) et Libelle (214 000 exemplaires - 1 049 200 lecteurs) – insertions presse

**Les volailles Label Rouge**  
 Une sensibilisation des consommateurs sur les points de vente avec diffusion de brochures d'information sur le mode d'élevage fermier, le logo Label Rouge, la qualité supérieure...

**PUBLICITEUR**

**Facile à cuisiner & tellement saine**  
**La pintade, quel tempérament!**

La pintade française a tous les avantages d'une viande parfaitement équilibrée. Ses principales atouts son goût unique et recherché, sa richesse en protéines, en vitamines et en minéraux. Elle est faible en matières grasses et contient autant de fer que la viande rouge. Elle est aussi particulièrement facile à cuisiner. Ces trois caractéristiques essentielles pour d'une table sont en fait ses caractéristiques. C'est le moment d'échanger recettes et astuces, et à chacun d'ajouter sa petite touche personnelle à cette savoureuse volaille.

« La Pintade se situe parmi les volailles les plus maigres avec seulement 5% de matières grasses. »

« Entière ou découpée, en salade, mijotée, farcie, au tour avec des fines herbes ou au barbecue, il y a de la pintade pour tous les goûts »

**Le saviez-vous ?**

- La pintade est source de vitamines et de protéines : 22 g pour 100 g de viande.
- La pintade est peu calorique : 100 g de viande contiennent 155 calories.
- La pintade contient 3 fois plus de fer que le porc.
- Avec avantage, la pintade possède une teneur élevée en fer : 5% de matières grasses.
- Astuces et recettes sur la pintade française sur [www.lapintade.com](http://www.lapintade.com)

FranceAgriMer



## Espagne : 4<sup>ème</sup> client de la France en viande de volailles (9%)

- Diffusion pendant un mois d'une bannière sur la page d'accueil du site web de la revue **restauración news**: [www.restauracionnews.com](http://www.restauracionnews.com)

- Le site Internet de la revue a enregistré **2.450 visiteurs** pendant cette période .
- Moyenne de 7 visites par visiteur = 17 222 visites en décembre

- **Envoi d'un e-mailing** à 2 000 prescripteurs du secteur de la restauration : Chefs cuisiniers et responsables achats de chaînes de restauration



## Royaume-Uni : 5<sup>ème</sup> client de la France en viande de volailles (9%)

Pintade :

- Partenariat avec l'association culinaire «The Craft Guild of Chefs» (présence dans les 4 éditions de leur magazine trimestriel Stockpot et sur le site Internet de l'association)
- 125 jeunes chefs cuisiniers formés
- Visite aux grossistes du marché de gros de Smithfield (54 stands), avec diffusion d'un dépliant d'informations : idées recettes, astuces de préparation, informations nutritionnelles, etc...
- Mailing acheteurs avec informations clés sur la pintade : 97 nouveaux contacts sur le site [www.lapintade.com](http://www.lapintade.com) suite à cet envoi
- Communiqué de presse : retombées sur 13 sites Web (près de 525.000 contacts) et dans les magazines The Grocer & Wholesale Manager (127.600 contacts)



# Asie (Japon)

## Pintade

### Déjeuner de presse :

- Création de deux recettes commentées par les chefs présents
- Dégustation sous forme de buffet
- Intervention d'un spécialiste de la pintade (grossiste)

➢Présence de 13 journalistes et 6 chefs de restaurants / écoles de cuisine

➢6 retombées presse obtenues pour près de 587 000 contacts



Impression de 2.500 brochures consommateurs et 500 brochures pour les professionnels

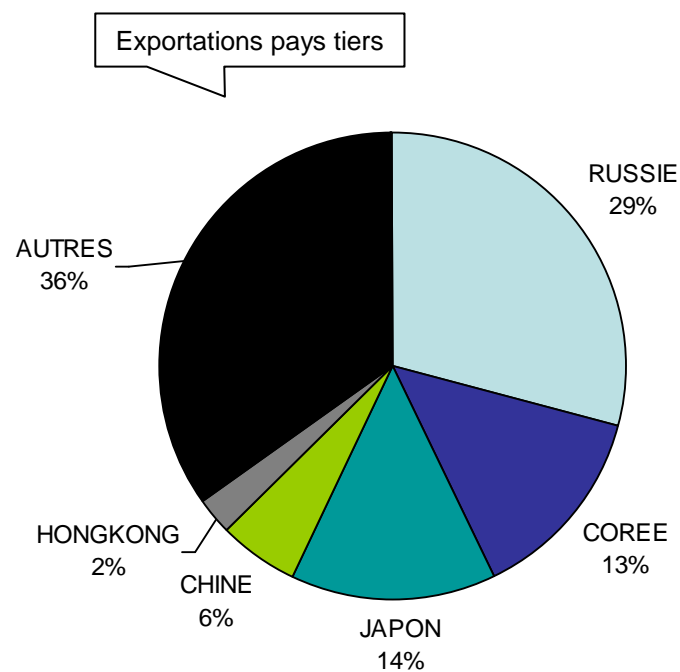
Diffusion d'une newsletter auprès de 800 hôtels restaurants et d'un e-mail magazine aux personnes inscrites sur le site WEB Sopexa Japon

## 4 zones cibles pour la volaille en 2011

- Belgique : Label Rouge, Pintade, Dinde (dans le cadre des actions DSP du Ministère)
- Allemagne : Dinde, Label Rouge, Pintade
- Europe + Japon : Pintade
- Pays du Golfe : Poulet

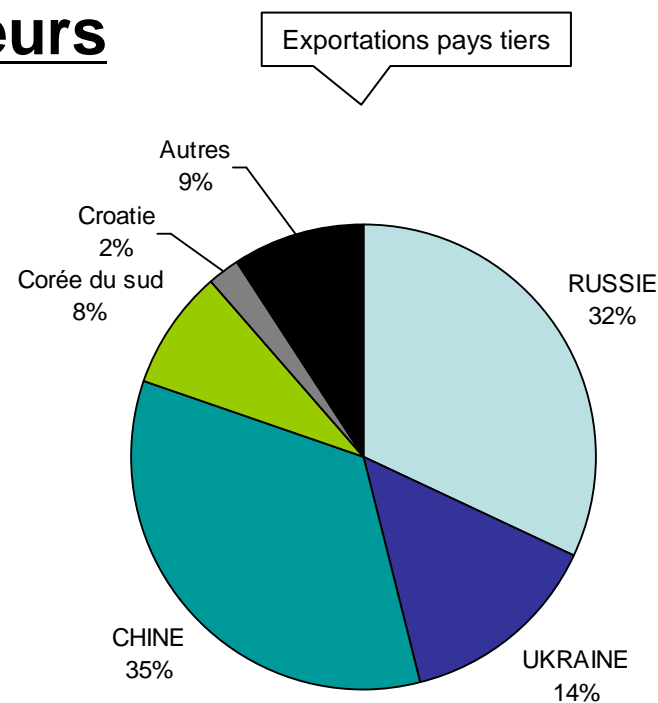
## Les enjeux export pour la filière Viandes porcines

Environ 240 millions d'euros de chiffre d'affaire export pays tiers en 2010  
169 300 t exportées sur pays tiers  
Plus de 110 pays clients de la France



## Pour les Porcs reproducteurs

Plus de 4 millions d'euros de chiffre d'affaire export pays tiers en 2010  
5900 têtes exportées sur pays tiers  
25 pays clients de la France



## LES ACTIONS EXPORT SOUTENUES PAR FRANCEAGRIMER POUR LA FILIERE PORCINE SUR CREDITS 2010

ORGANISMES	PRODUITS CONCERNES	NATURE DES OPERATIONS	PAYS CIBLES
INAPORC	Viande porcine	Présence salons + séminaires	Russie, Chine
INAPORC	Viande porcine	Présence salons + Opérations de promotion	Corée du Sud, Japon
INAPORC	Viande porcine	Missions de prospection	Philippines, Ukraine
INAPORC	Viande porcine	Actions de promotion cofinancées UE	Japon
FICT	Charcuterie	Etude, opérations de promotion	USA, Belgique
IFIP	Génétique Porcine	Complexe porcin	Chine
FRANCEXPORC SERVICES	Génétique Porcine	Présence salons	Ukraine, Thaïlande, Chine, Russie, Bulgarie, Italie, Colombie

**Soit un budget global d'actions de 982 062 €  
dont 315 143 € financés par FranceAgriMer**





# Présentation des principales actions de Promotion Export viandes de porc et génétique réalisées en 2010



## **GENETIQUE PORCINE**

### **1 séminaire + 8 salons en 2010**

- Interagro 2010 février 2010 à Kiev, Ukraine,
- Inahgen février 2010 à Inahgen Pasay City, Philippines,
- Ildex mars 2010 à Ho Chi Minh, Vietnam
- Agro farm mai 2010 à Moscou, Russie
- China animal husbandry mai 2010 à Beijing, Chine,
- VIV America Latina octobre 2010 à Guadalajara, Mexique,
- Viv China septembre 2010 à Pékin,
- Yugagro novembre 2010 à Krasnodar, Russie.



## **Russie** : 1er débouché pays tiers de la France en viande porcine

salon Prodexpo en février 2011

- Stand (7 entreprises présentes)
- Cocktail (entretien avec la Ministre russe de l'agriculture)
- Matériel promotionnel



## **Japon** : 2<sup>ème</sup> client pays tiers de la France

-Actions presse :

- Voyage de presse en avril et juin 2010 axé produits de charcuterie
- Séminaires en mai et novembre

-Présences salons :

- Salon Wine & Gourmet avril
- Japan Food Service Exhibition novembre



## **Corée du Sud** : 3<sup>ème</sup> client pays tiers de la France en viande porcine

- Salon Seoul food avril 2010
- Mission filière novembre 2010
- Concours de cuisine



JOURNEE 2 ;Participation au Concours de la gastronomie française(4)



## **Chine** : 5<sup>ème</sup> client pays tiers de la France

- Salons « Sial China » (Shanghai) du mai 2010 et China International Meat Industry Exhibition (Pékin) en juin 2010



## **VIANDE PORCINE**

### **Pays cibles en 2011**

- Russie
  - Corée du Sud
  - Japon
  - Chine
- 
- Missions découverte : Philippines et Ukraine
  - Opérations en Grèce à l'étude (viandes de porc et charcuterie)
  - Belgique : opérations de promotion charcuterie
  - USA : étude de potentiel pour la charcuterie