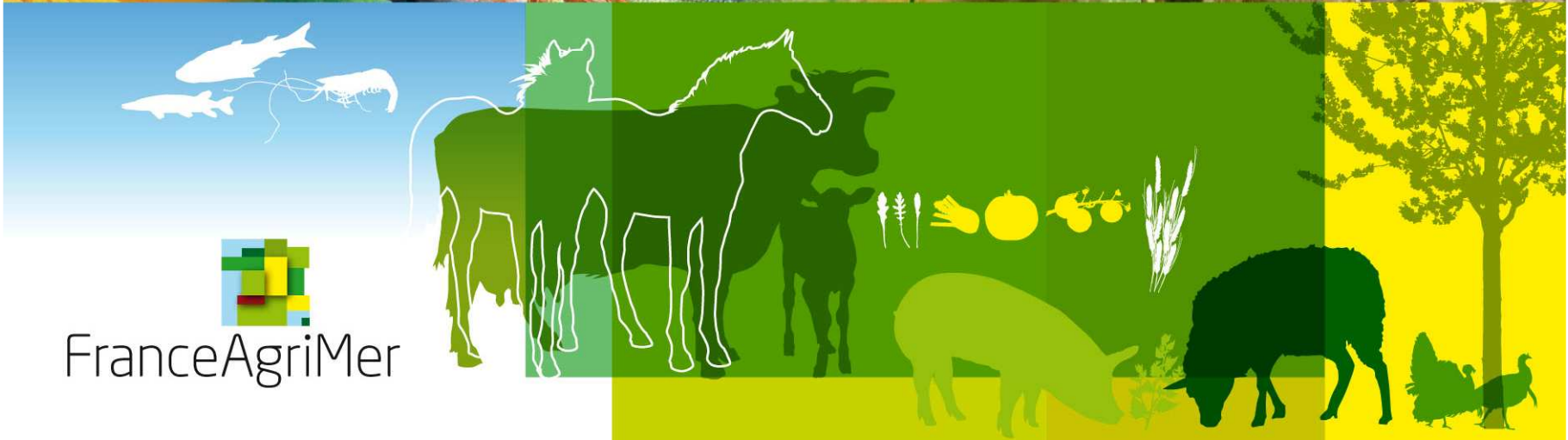


CÉRÉALES /
FRUITS ET LÉGUMES /
HORTICULTURE /
LAIT /
OLÉO-PROTÉAGINEUX /
PÊCHE ET AQUACULTURE /
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /
SUCRE /
VIANDES BLANCHES /
VIANDES ROUGES /
VINS /

FranceAgriMer



FranceAgriMer

Comité oléicole du 30 mai 2013



2 – Promotion oléicole

Quelle stratégie mettre en œuvre ?



Stratégie de Promotion

Une stratégie qui se décline sur plusieurs années

Un accompagnement de FranceAgriMer pour promouvoir les huiles de nos terroirs

Hier

Aujourd'hui

Demain

Hier	Aujourd'hui	Demain
<p>2010</p> <ul style="list-style-type: none">•Opération origine•Expo•Supports de com <p>Budget : 100K€ FAM : 50 K€</p> <p>2011</p> <ul style="list-style-type: none">•Radio, web et salons•Panneaux <p>Budget : 318 K€ FAM : 156 K€</p>	<p>2012/2013</p> <ul style="list-style-type: none">•École des chefs•Salon•Campagne web <p>Budget : 141K€ FAM : 70 K€</p> <p>Projet 2013/2014 à l'étude</p>	<p>?...</p>



Programmes OPEO – Rappels

Et demain ?

Notamment avec l'arrivée de moyens supplémentaires CVO

Poursuivre la promotion autour de ces thèmes ?

- Développer la notoriété des huiles d'olive de nos terroirs
 - Promouvoir la diversité des goûts et des usages

Quelle finalité et quels objectifs se fixer à moyen terme ? Comment décliner cela dans les actions de promotion/communication ?



Stratégie de
promotion/communication

Miser sur une réelle différenciation/autres pays. Produit haut de gamme, hédoniste, gastronomie

Intégrer les besoins et les projets des syndicats AOP/AOC



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER