

Action de promotion régionale de la filière céréalière et de ses produits

Rencontres régionales FranceAgriMer

Ile de France

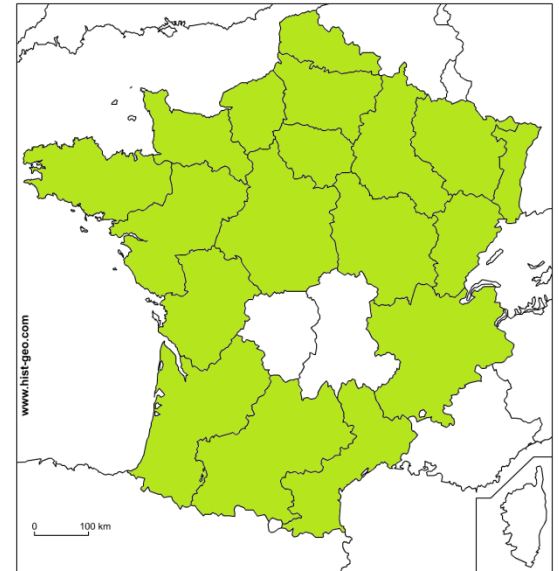
9 novembre 2011

Les partenaires

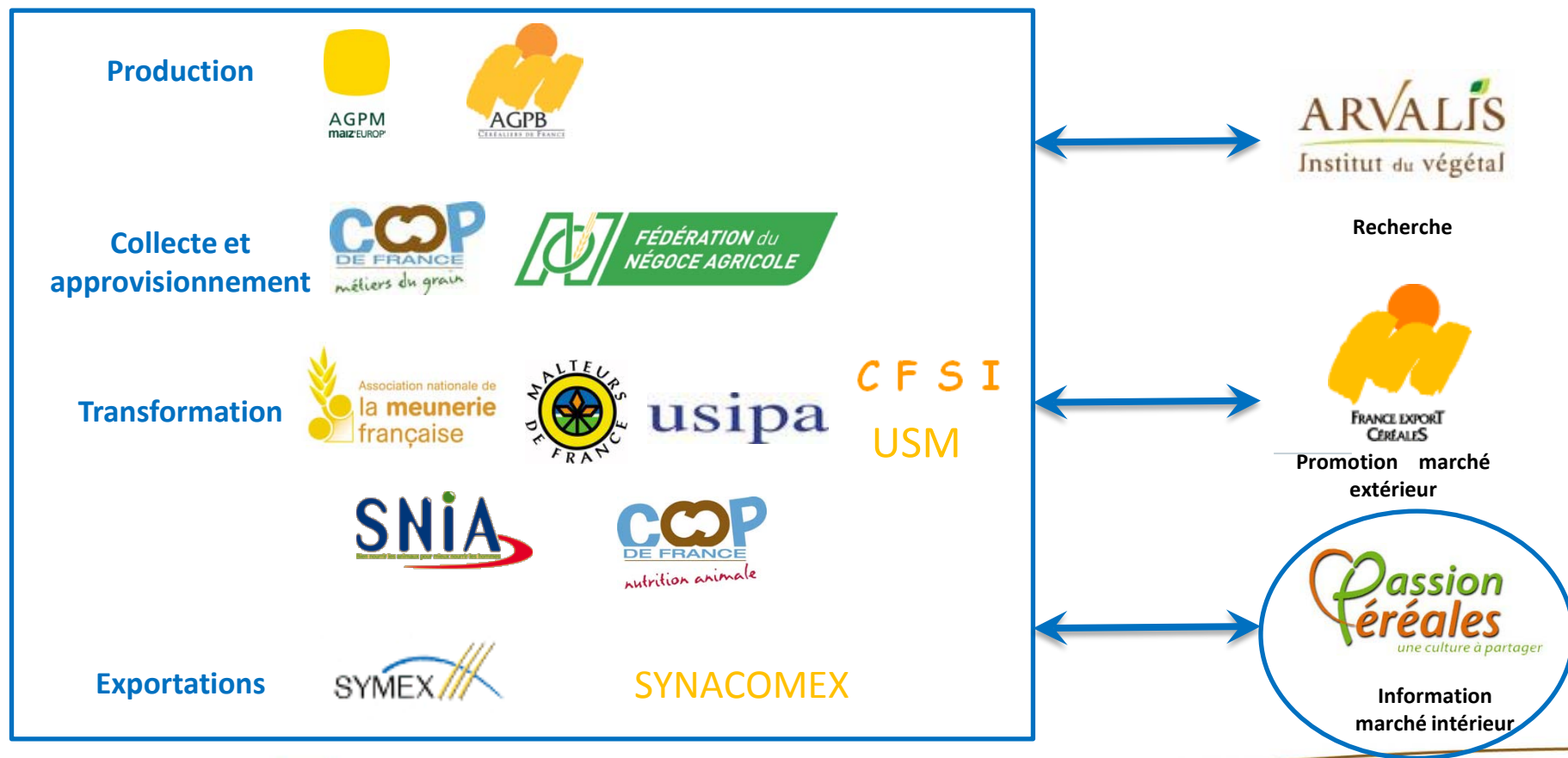
- Une action originale de promotion régionale en partenariat **Intercéréales – FranceAgriMer**
- La réalisation est confiée à **Passion Céréales**

Le projet

- Un objectif principal : promouvoir les céréales et les produits céréaliers à un niveau régional
 - S'appuyer sur un réseau en région
 - Communiquer vers le grand public via des cibles identifiées propres à chaque région et ses enjeux



Passion Céréales, un outil interprofessionnel tourné vers le grand public



La promotion des céréales en région

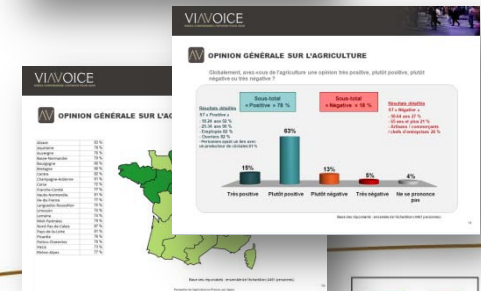
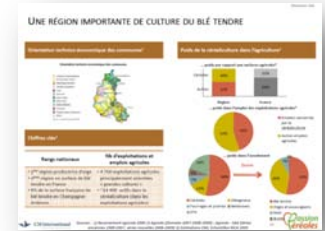
- Une communication :
 - orientée grand public
 - qui passe par des relais
 - régionalisée (une communication adaptée aux enjeux de chaque territoire)
 - qui s'inscrit dans une stratégie de long terme, dans une cohérence nationale

18 diagnostics régionalisés

De mars à juin :

- Etat des lieux **stratégique et économique**
- Etude sur les **enjeux territoriaux et politiques**
- **Sondage d'opinion** sur la filière céréalière et les produits céréaliers en région

⇒ Présentation en juin à l'occasion du comité régional



Focus : résultats du sondage d'opinion Ile de France

- Un capital d'image positif pour la filière céréalière
 - 77 % ont une opinion « positive » de la culture de céréales
 - 83 % considèrent que les produits à base de céréales sont de « bonne qualité »
- Bonne connaissance des céréales et des produits céréaliers
 - Les mieux identifiés : le pain (cité par 63 % des franciliens), puis les céréales transformées consommées au petit déjeuner (43 %), la farine (38 %) et des pâtes (30 %).
- Des attentes d'information
 - « Céréales et santé » 60 %
 - « Céréales et alimentation » 60 %
 - « Céréales et environnement » 58 %

Routage aux représentants régionaux

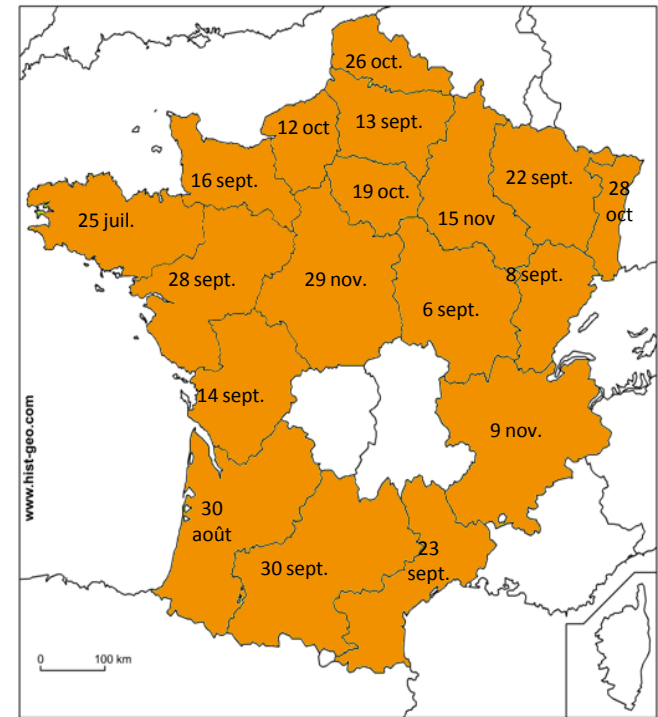
Août :

- Routage d'outils de communication aux représentants en région (470 personnes)



Ateliers communication en région

- Novembre : 15 ateliers déjà réalisés
 - Formation communication grand public
 - Proposition de messages et de cibles



Bilan positif des premiers ateliers

- Participants satisfaits, et notamment par
 - La qualité de l'intervenant
 - La méthode proposée
 - La richesse des échanges filière

« Une journée bien pensée pour définir une stratégie commune aux différents acteurs de la filière »

« La journée était trop courte »

« Débats intéressants qui permettent de voir les différents points de vues des acteurs de la filière »

« A renouveler en inter-région pour les absents »

« Constructif, formateur et motivant »

« Un projet enthousiasmant à conduire sur le long terme »



Réalisation de 18 documents régionaux

Septembre à novembre :

- Une plaquette sur la filière céréalière et ses produits dans chaque région :
 - Valorisation des éléments du diagnostic



18 sites internet

- Développement de 18 sites internet, vitrines régionales de la filière céréalière



La suite...

- 8 décembre :
 - Synthèse des ateliers
 - Mise en cohérence et élaboration d'une stratégie, déclinée sur les régions