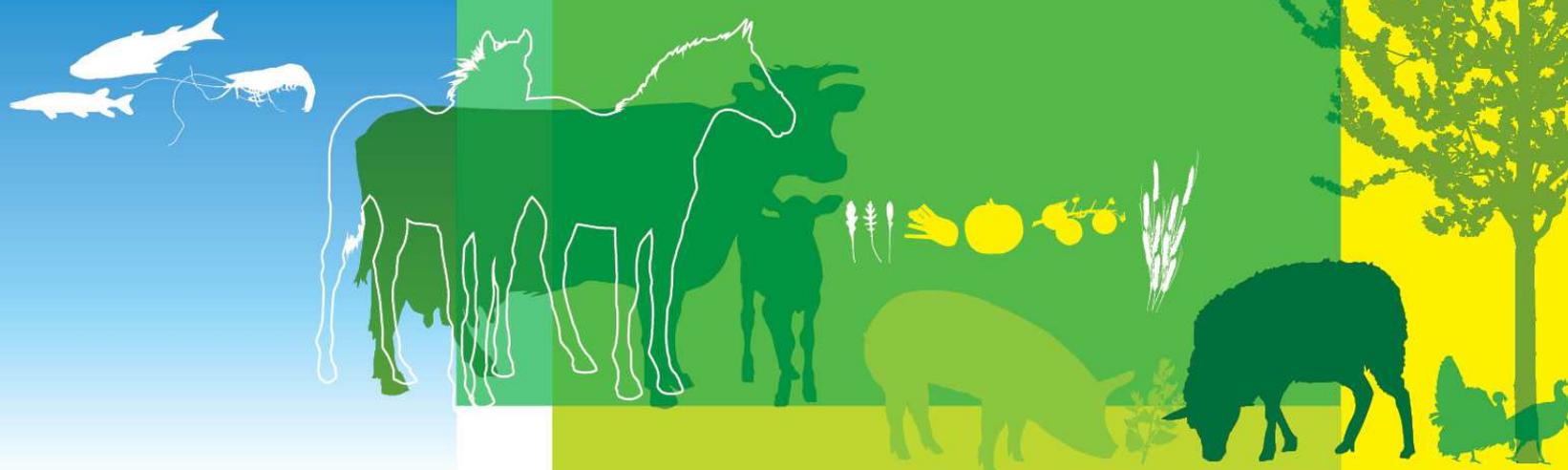


4. Promotion oléicole - Bilan et présentation des actions de promotion

26 juin 2015

Comité oléicole



Orientations des projets de promotion

Continuité des actions entreprises depuis plusieurs années

2012

2013

2014

Les actions à destination du grand public

Axer la communication sur une information directe des consommateurs

Salons

Les Gastronomades - Angoulême
Destination nature - Paris
Salon Mer & Vigne - Strasbourg

Salon des envies
culinaires
à LILLE

Le site Web de l'AFIDOL

Réalisation de films
recette réalisées par le
chef Damien (site 750g)

Refonte du site

Mise en place de partenariat avec un chef
Campagne de promotion sur des sites culinaires

Un livret recette dans le TGV

Destination ville du Sud
Montpellier, Marseille
Et Lille

Destination ville du Nord
Rennes, Nancy, Lille
Et Bordeaux

Orientations des projets de promotion

Continuité des actions entreprises depuis plusieurs années

2012

2013

2014

Les actions à destination des blogueurs et des professionnels
Axer la communication sur une information directe des consommateurs

Salons

SIRHA
Salon international de la Restauration,
hôtellerie, Alimentation

Salon du blog culinaire
à Soissons

Autres

Programme d'Intervention
dans des lycées hôteliers

Kits de dégustations

L'école des Chefs

Plan de financement des actions éligibles de 2012 à 2014

2012		2013		2014	
Coût total	Financement FranceAgriMer	Coût total	Financement FranceAgriMer	Coût total	Financement FranceAgriMer
141 K€	70 K€	156 K€	78 K€	156 K€	78 K€

Orientations des projets de promotion

2015

Quelle stratégie de communication ?

Les goûts et les usages des huiles d'olive

**Les actions à destination
du grand public**

- ✓ Développer des outils de communication
- ✓ Développer le site Web

**Les actions à destination
des professionnels
(bloggeuses et presse)**

- ✓ Salon du Blog culinaire à Soissons
- ✓ Une journée « Ateliers du blog culinaire »

Budget prévisionnel: 145 K€