

Filière Céréales

Actions de Promotion

2014

1. Bilan 2011-2013 de l'action de promotion régionale de la filière céréalière et de ses produits
2. Présentation de la stratégie de promotion 2014 de l'interprofession et demande de soutien auprès de FranceAgriMer

Bilan 2011-2013 de l'action de promotion régionale de la filière céréalière et de ses produits

Objectif (convention)

- Développer la notoriété et valoriser les céréales et les produits qui en sont issus
- En passant par des professionnels et prescripteurs d'opinion en régions (institutionnels publics, pôles de compétitivité, tissu associatif, filière agricole, presse, enseignement ...)
- Le programme initié en 2011 a remporté l'adhésion de 20 régions

Bilan promotion en région 2010 a 2013

2011

- Diagnostics
- Définition d'une stratégie



2012

- Création et diffusion des outils
- Mise en place des actions de communication



2013

- Déploiement des actions de communication



Phase de diagnostics

Première année :

- Réalisation diagnostics économique et image dans chacune des régions
- Elaboration d'une stratégie issue des régions dans une cohérence nationale

Actions presse spécifiques

Présentation de la filière céréalière
à la presse

19 Dossiers de presse

14 Conférences de presse

35 porte-paroles media-trainés

19 Q&A réalisés

66 journalistes présents

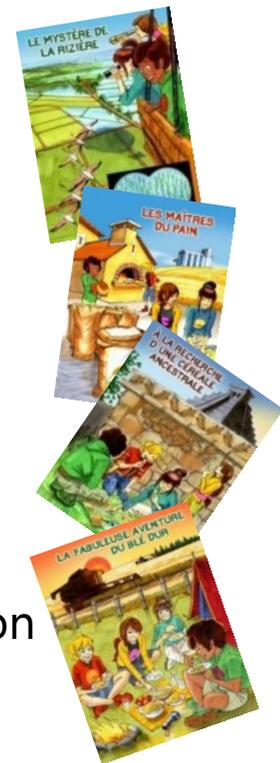
104 retombées



Actions Céréales et alimentation

Opération « A la découverte des céréales » en restauration collective

- **Mise en place du 12 novembre au 21 décembre 2012**
- **Diffusion :**
 - 177 communes, soit 1 500 restaurants
 - 150 000 enfants touchés
- **Enquête post-opération :**
 - ⇒ 3,3 recettes en moyenne à base de céréales réalisées pendant la semaine d'animation
 - ⇒ Satisfaction : 90% des responsables ont beaucoup aimé l'animation dans son ensemble (taux de retour 32%)





Actions Métier & Territoire

8 rencontres sur la filière en 2012

Haute-Normandie / Rouen 
Date : 30 novembre
Partenaire et lieu : Rouen Business School / ELAN
Média : Paris-Normandie & France 3 Haute-Normandie

Picardie / Compiègne 
Date : 4 décembre
Partenaire & lieu : UTC à Compiègne
Partenariat média : Courrier Picard

Lorraine / Saint Dié
Date : 12 octobre
Partenaire : FIG 
Média : Cocktail FM
Lieu : Saint-Dié-des-Vosges

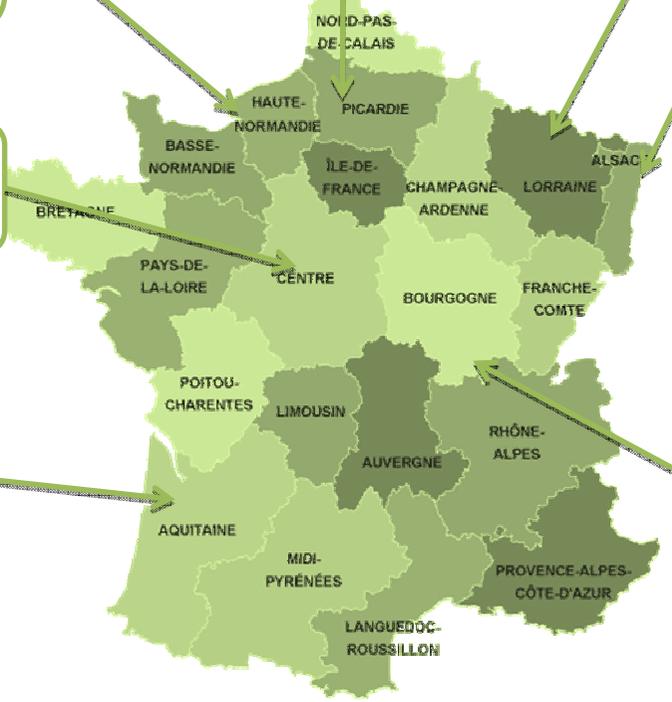
Alsace / Strasbourg 
Date : 5 décembre
Partenaire : CESER Alsace
Lieu : Conseil régional d'Alsace
Média : DNA

Centre / Tours : 
Date : 11 décembre
Partenaire et lieu : ESCEM

Franche-Comté / Besançon 
Date : 27 novembre
Partenaire : Université de Franche-Comté, UPFR Sport
Média : France 3

Aquitaine / Bordeaux 
Date : 20 novembre à 18h30
Partenaire : Sciences Po Bordeaux
Média : Sud-Ouest
Lieu : amphithéâtre de Sciences Po

Bourgogne / Dijon 
Date : 22 novembre
Lieu : Université de Bourgogne
Partenaires organisateurs : Vitagora et l'Université de Bourgogne
Média : Le Bien Public



Actions presse spécifiques

☐ **Stratégie :**

- Construire la communication autour d'une thématique forte et génératrice de contenu : « Les métiers de la filière céréalière : Emploi, formation, postes à pouvoir »

☐ **Dispositif :**

- **Dossiers de presse** sur les métiers de la filière céréalière avec :
 1. Chiffres clés nationaux et régionaux
 2. Des témoignages d'acteurs économiques de la filière régionale
 3. Une présentation des métiers de la filière céréalière
- **Voyages de presse sur une filière**

Actions presse spécifique

19 dossiers envoyés à ce jour

Relances en cours



➔ Valorisation sur d'autres supports à prévoir

Actions Céréales et Alimentation

Opération « Graines d'aventurier » - 2^{ème} édition

- **Objectifs :**

- fidéliser les restaurants ayant participé à l'opération « Graines d'Aventuriers » en 2012
- élargir le réseau à 200 villes

- **Planning 2013 :**

- Du 14 octobre au 20 décembre : déroulé de l'animation dans les cantines

- **Diffusion :**

- 2 524 restaurants (111 communes et 30 sociétés de restauration collectives)
- 286 000 enfants

- **42 retombées à date**



Actions Métier & Territoire

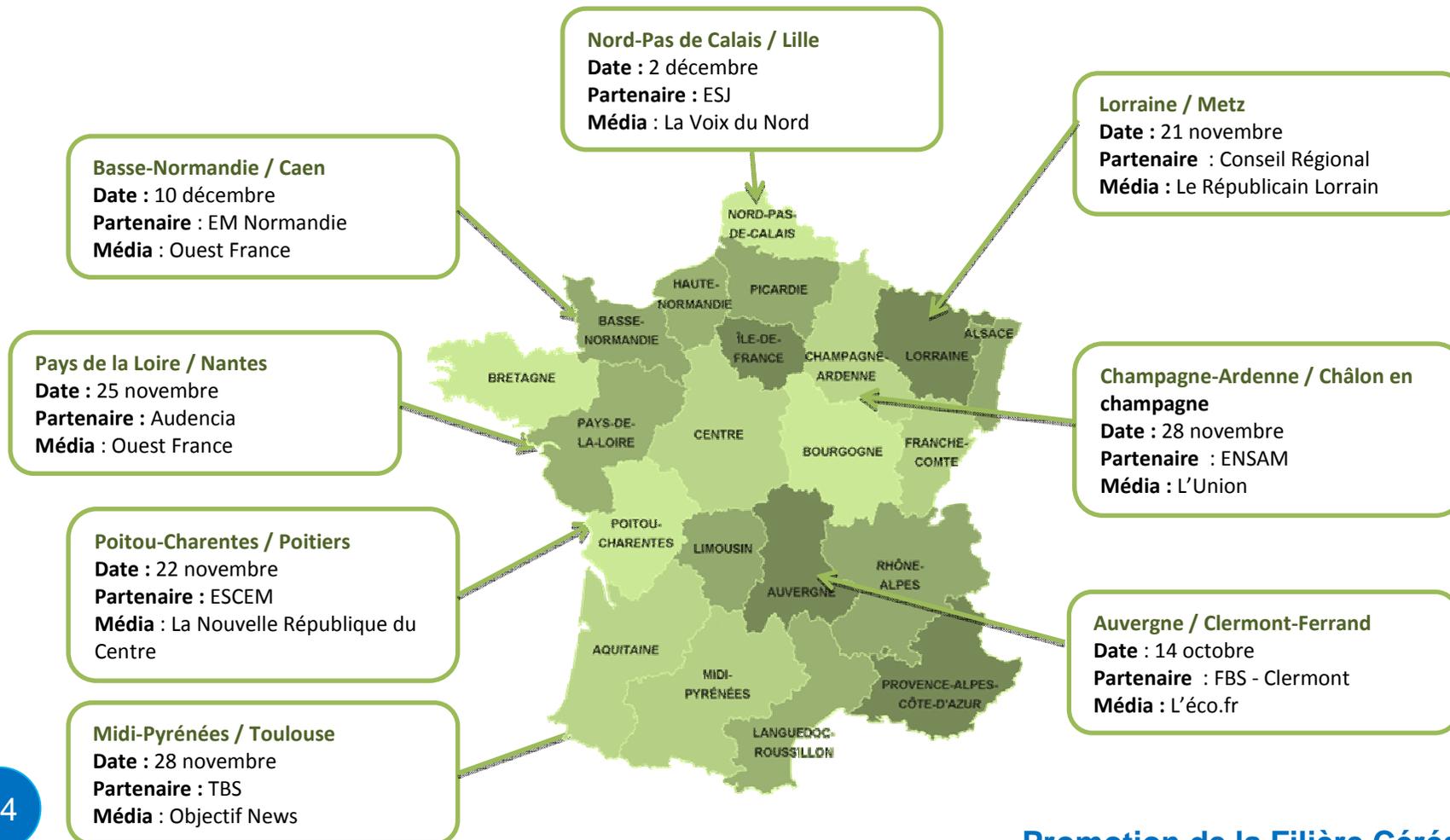
8 rencontres sur la filière en 2013

Organisation de rencontres-débat

- **Objectif** : Montrer l'importance de la filière céréalière et donner une vision positive de ces cultures
- **Un principe d'ouverture : nouer des partenariats** en sortant de la sphère strictement agricole (avec des pôles de la connaissance et lieux de débats : écoles et universités, CESER, ...; avec des médias)
- **Publics** : institutionnels et société civile (élus, chambres consulaires, milieux économiques, enseignement supérieur, grand public via ses associations, médias)

Actions Métier & Territoire

8 rencontres sur la filière en 2013



Evaluation du programme

Terme période 3 ans, étude d'évaluation des actions pour :

- Analyser la perception et la pertinence de la stratégie de ce premier programme afin d'ajuster la stratégie de communication du prochain programme
- Définir des indicateurs qui permettront par la suite un suivi régulier du programme



Réalisation, par le cabinet extérieur MCP, 44 entretiens qualitatifs entre le 10 sept et le 14 oct 2013

Actions du programme Céréales et Alimentation

l'Opération Graines d'Aventuriers :

- Une **opération motivante et attractive**, qui a marqué
- mobilisant une **pluralité d'acteurs** (élus-responsables de restauration collective-animateurs de cantines-cuisiniers-enfants- voire enseignants et parents).
- remplissant bien **son objectif de faire découvrir l'univers des céréales aux enfants** et de donner envie d'en consommer.

= une opération à renouveler

Evaluation du programme Métiers et Territoires

Les rencontres-débats sur la filière :

- **Dispositif positif et prometteur**
- **Satisfaction exprimée par une grande majorité d'Auditeurs**
- Liens créés avec acteurs non liés au monde agricole, impressionnés à la fois par l'excellence et le niveau de discours des intervenants, et par la découverte cette filière céréalière méconnue

= un vrai potentiel de débat et réflexion à exploiter



Présentation de la stratégie
de promotion 2014 de
l'interprofession et demande
de soutien auprès de
FranceAgriMer

2 activités

- Exportation : Grains et produits 1^{ère} transformation
- Marché intérieur :
 - Céréales et Alimentation
 - Céréales, Métiers et territoires

Export

Promotion sur Pays Tiers assurée par France Export Céréales
(séminaires – présence pays)

Information sur l'offre française auprès des clients de l'Union
Européenne assurée par FranceAgriMer

Appui demandé à FranceAgriMer

- Maintien de l'Information quantitative notamment des marchés français et de Céréobs
- Poursuite enquête qualité, en collaboration avec Arvalis
- Maintien de l'Information vers l'UE
- Analyse des pertes de parts de marché sur UE
- Partenariat avec les Offices publics du Maghreb en complément des actions de France Export Céréales

Etude Union Européenne

- Baisse des exportations en volume ou en parts de marchés sur plusieurs pays UE depuis une dizaine d'année
- Besoin d'une analyse par zone régionale et par segments de marché
- Blé tendre et maïs
- Pays identifiés : Allemagne, Benelux, Italie, Espagne, 1 pays d'Afrique subsaharienne (Sénégal, Côte d'Ivoire ou Cameroun)
- Confié à un prestataire extérieur (appel d'offre)

Besoins estimés : 80 000 € TTC

Proposition : 50 000 € FranceAgriMer

30 000 € France Export Céréales

Marché Intérieur

1 - Céréales et Alimentation

- **Ré-enchanter** la consommation des **céréales** et des **produits céréaliers**, notamment auprès **des jeunes**
 - ✓ Valoriser les céréales dans l'alimentation dans toutes leurs dimensions, nutritionnelle mais aussi culturelle et sociologique
 - ✓ Favoriser l'accessibilité des produits céréaliers (pôle d'accessibilité)
- **Promouvoir** la consommation de **pain** auprès du grand public
- **Ré-assurer** le consommateur de **céréales et produits céréaliers** (confiance)

Marché Intérieur

2 – Métiers et territoires

- Promouvoir les **contributions de la filières aux grands enjeux sociétaux** : Alimentation, économie, emplois, territoires, environnement, énergie, ...
- **Contribuer à l'acceptabilité du progrès technique**

Appui demandé à FranceAgriMer

- **Accompagner le financement des projets incubant dans le pôle d'accessibilité**
- **Accompagner le financement des actions de promotion en région**

Le pôle d'accessibilité céréales et produits céréaliers

- **Actions 2014 :**
 - ✓ **Diffusion malettes pédagogiques blé-farine-pain et blé dur-semoule-pâtes**
 - ✓ **Guide d'accueil des scolaires**
 - ✓ **Mise en place d'un groupe de travail fibres**
 - ✓ **Mise en place d'un groupe de travail panel consommation, réalisation d'un T0 consommation en 2014**

Besoins estimés : 100 000 €

Proposition : 40 000 € FranceAgriMer

60 000 € autres partenaires du pôle



Promotion en région : 2014

En tenant compte de l'évaluation faite sur le programme des trois dernières années

Consolidation des 2 axes stratégiques dans l'ensemble des régions :

- **Céréales et alimentation. Objectif** : Repositionner les céréales comme aliment qui fait sens dans l'assiette des jeunes → monde scolaire (enseignement, restauration collective, collectivités territoriales...)
- **Métiers et territoires. Objectif** : Informer sur le rôle de la filière céréalière dans les territoires → décideurs, pouvoirs publics, collectivités territoriales

20 régions concernées

Réalisation : Passion Céréales



Promotion en région : 2014

« PASSION CEREALES EN REGION »

- **Organisation d'actions sur l'alimentation auprès des jeunes**
- **Organisation de rencontres d'information sur les céréales, les produits céréaliers et la filière**
- **Communication vers la presse régionale**
- **Diffusion et valorisation des outils auprès du plus grand nombre (notamment via le digital)**
- **Formation aux techniques de communication (notamment web 2.0 et digital)**

Coût = 1 000 000 € sur l'année

Proposition : 800 000 € pour FranceAgriMer

200 000 € pour Intercéréales

Merci de votre attention