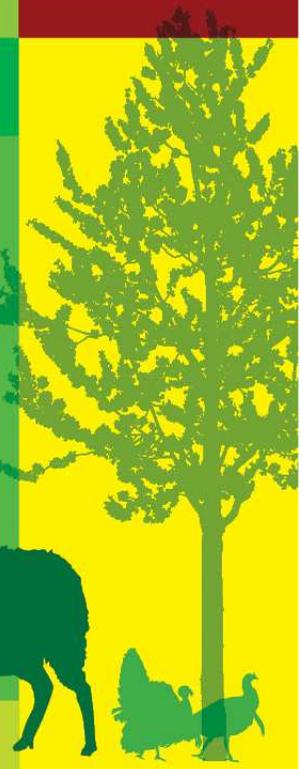
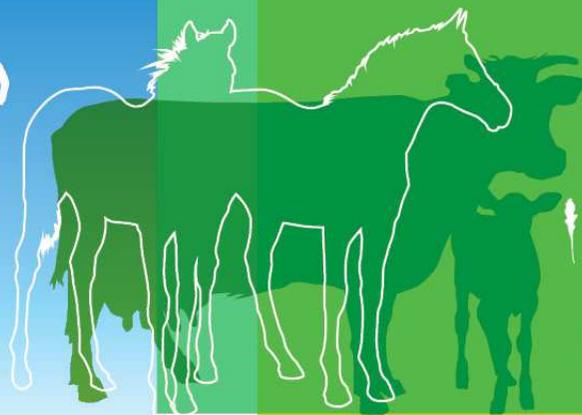
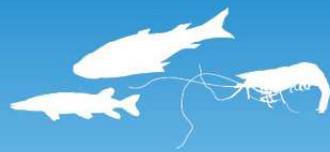


Stratégie de promotion et de communication de la filière riz de Camargue IGP

Conseil spécialisé céréales

13 Novembre 2013

Montreuil





Contexte et enjeux

Poursuite d'un plan de promotion/communication initié en 2011, au niveau national, visant à différencier et à mieux valoriser les riz de Camargue IGP, dans un contexte de prix bas internationaux.

1 finalité : Accroître les parts de marché dans la consommation nationale de riz et augmenter la valeur ajoutée des riz de Camargue

1 porteur de projet : le Syndicat des Riziculteurs de France et Filière et son président Bertrand Mazel



Objectifs 2014

2 axes :

- Renforcer la notoriété des riz de Camargue auprès du grand public, des consommateurs, et aussi des prescripteurs (journalistes, bloggeurs, restaurateurs, ...)
- Améliorer l'identification du produit « Riz de Camargue » et développer l'efficacité des outils de communication communs à tous les acteurs de la filière.



Actions prioritaires à engager en 2014

Dans la continuité des actions de promotion engagées en 2012/2013, les actions 2014 porteront sur :

- Création et édition d'outils de communication, supports aux diverses actions de promotion réalisées
- Réalisation d'animations en RHF pour scolaires et adultes
- Participation à des salons (professionnels et grand public ciblés gastronomie)
- Réalisation d'actions d'animations en GMS et dans les magasins cash&carry et d'actions publicitaires en amont pour annoncer ces opérations
- Gestion des relations presse et de la communication vers bloggeurs culinaires
- Dynamisation du site www.riztv.tv par la réalisation de nouveaux films



Budget prévisionnel et participation financière de FranceAgriMer sollicitée pour 2014

Budget total prévisionnel : 220 000 €

Participation de FranceAgriMer sollicitée : 95 000 €