





Paris
17 mars 2011

COMMISSION PALMIPEDES France AGRIMER

COMMUNICATION DU CIFOG



- Rappel de la stratégie de communication 2010 et du dispositif publicitaire
- Résultats post test radio
- Bilan OP sur Marmiton
- Fréquentation site internet
- Actions de médiatisation ST MARTIN
- Stratégie de communication 2011 et budget prévisionnel au 17 mars 2011



GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

2

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Rappel

Stratégie de communication 2010 et dispositif publicitaire

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **3**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Stratégie de communication 2010

- **Objectifs marketing**
 - Augmenter la fréquence d'achats
 - Soutenir la période des ventes en élargissant la période festive: 2 mois (NOV et DEC) vs 2 semaines
 - Améliorer la présence à l'esprit et l'image de la catégorie
- **Objectifs de communication**
 - Rendre accessible le foie gras sans le désacraliser (démocratiser sans banaliser) et favoriser sa mise en rayon dès le mois de novembre
 - Renforcer le caractère unique et incontournable du Foie Gras
 - Renforcer la désirabilité du Foie Gras
 - Inscrire le Foie Gras dans son temps : un produit qui fait le lien entre tradition et vie contemporaine

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **4**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Stratégie de communication 2010




- **Cibles**
 - **Cibles marketing** : 35 ans et plus
 - **Cibles de communication** : 35/59 ans avec contrôle sur les CSP+

- **Stratégie**
 - Stratégie globale : avancer le début de la saison en s'appuyant sur un fait authentique et réel pour la filière Palmipèdes gras : **la St Martin** (=créer un 2ème moment de consommation)
 - Stratégie média : la prise de parole média doit contribuer à :
 1. **Étendre la période de vente**
 2. **Capitaliser sur la St Martin pour en faire un vrai RDV du Foie Gras**
 3. **Faire de la présence à l'esprit tout le mois de novembre avant que les marques prennent le relais en décembre....**

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE 5

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Une stratégie de communication collective




- Une présence concertée en publicité entre CIFOG/Palso/Marques du 4 novembre au 31 décembre
- La stratégie autour de la St Martin initiée en 2009 a été confortée en 2010.
- Elle a plusieurs atouts :
 - **La fête de la St Martin est une tradition rurale et authentique pour la filière : retour des premiers foies gras sur les marchés de gré à gré ...**


A la St Martin, le foie gras revient !

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



- Elle a plusieurs atouts :
 - **St Martin est réputé pour le partage de sa cape avec un mendiant, symbole fort pour un mets comme le foie gras, qui n'a de valeur que s'il est partagé !**
 - **En communiquant très tôt, la filière semble prendre « la main médiatique » par rapport à ses détracteurs**
 - **Le concept est déclinable sur une multitude de cibles pour plus de puissance : UN DISPOSITIF PUBLICITAIRE RENFORCE**



GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



- **Une création publicitaire nouvelle qui garde le message clé : « le foie gras, il a quelque chose de magique que les autres n'ont pas ! »**
- **La Voix d'un ambassadeur de charme : Gérard Darmon**
- **Acteur reconnu mais également chanteur, il déclame une ode au Foie Gras façon slam...**








GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Dispositif radio (achat classique)



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIERS A FOIR GRAS

Stations		
Format	30"	
Nb de jours	Du 04 au 27/11/10/10 12 jours actifs	
Nb de spots	1048	
Pression en GRP	Cible achat 35-59 ans 950*	Cible contrôle CSP+I 800*
Couverture Répétition moy Nb de contacts	76% 12.5 199 621 000	75.5% 10.6 98 358 000
Budget	899 358€**	

*Source Médiamétrie avril-juin 2010
** budget hors honoraires d'achat d'espaces

sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
9

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Dispositif OP Spéciale St Martin



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIERS A FOIR GRAS

	Chroniques RTL	France Info
Période	Du 1er au 18 novembre	Du 2 au 11 novembre
Format	40 sec lus en direct 2 fois/jour + 1 message d'alerte de 10sec	2 chroniques issues du DP sonore diffusées/jour + 1 message d'alerte de 15 sec

sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
10

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Dispositif sur Marmiton



1 partenariat d'un mois (du 8 novembre au 5 décembre 2010)



- Création d'un **espace dédié** pour développer du contenu sur la St Martin + recettes
- Mise en place d'un **Quizz** pour générer du trafic, inciter à la participation (dotation : repas pour 2 personnes dans un restaurant gastronomique)
- Développer de la **visibilité** autour des fêtes de la St Martin via **campagne bannières** sur Marmiton et sites affiliés

11

sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

11

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Habillage Home page Marmiton - Le 11 & 14 novembre 2010




12

sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA


Medium en rotation générale



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIERS A FOIE GRAS



La communauté des gourmands



Accueil Recettes Pratique Magazine Communauté Espace perso

Forum Vos photos Vos blogs Annuaire de blogs Vidéos Votre carnet

Recettes

Nouveautés

Rechercher une recette

Recette au hasard

Liste de courses

Menus de la semaine

Menus de saison

Selections

Recettes incontournables

Index des recettes

Proposer une recette

Top 100 des internautes

Top 20 des envois

Photos des recettes

Trouver une recette

lets-oks

Courgettes farcies aux saumons multicolores

Préparation : 1 h
Cuisson : 20 min

Ingrédients (pour 4 personnes) :

- 4 courgettes rondes ou 2 courgettes moyennes
- 200 g de champignons de Paris
- 200 g de quinoa
- 5 tomates moyennes
- 300 g de champignons de Paris
- 2 tranches de jambon blanc
- 1 bûchette de chèvre
- 1 boule de mozzarella
- 2 cubes de bouillon de poulet de la "perillade" pour légumes (échalote, persil, ail)

Préparation :

Mettre une grande casserole d'eau à bouillir. Y plonger les tomates. Dès que la peau se décolle, les sortir et les laisser refroidir.

Plonger maintenant les courgettes dans l'eau bouillante. Les laisser cuire jusqu'à ce que la fourchette s'y enfonce facilement. Les mettre à refroidir.

Rincer le quinoa abondamment puis le jeter dans une casserole remplie de 2,5 fois son volume d'eau. Ajouter les 2 cubes de bouillon.

Compter 20 min de cuisson à partir de l'ébullition.

Il se trouve chez plus d'un de nos membres en rotation

Toute l'actu Marmiton

Recevez nos newsletters

Votre e-mail

Envoyer

Une idée recette par jour...

Votre e-mail


Envoyer

Mon carnet de recettes

Je peux créer et organiser mes recettes. Mes commentaires, créer des menus, etc.

Créer mon carnet

Goûtez avec les yeux...



POUR FÊTER LE RETOUR DU FOIE GRAS

sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

13

Mégabannière rotation



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIERS A FOIE GRAS



La communauté des gourmands



Accueil Recettes Pratique Magazine Communauté Espace perso

Forum Vos photos Vos blogs Annuaire de blogs Vidéos Votre carnet

Recettes

Nouveautés

Rechercher une recette

Recette au hasard

Liste de courses

Menus de la semaine

Menus de saison

Selections

Recettes incontournables

Index des recettes

Proposer une recette

Top 100 des internautes

Top 20 des envois

Photos des recettes

Trouver une recette

lets-oks

Le top des internautes

Vous avez aimé, vous avez voté... Voici les recettes qui vous avez le plus aimé.

Le TOP 100 de vos passions... Le podium à déguster!

VOS 100 RECETTES PREFEREES...

Top des internautes	Top Entrée	Top Plat principal	Top Dessert	Top des recherches
1. Ramequins fondants au chocolat	2. Trémislu (recette originale)	3. Les triangles de Jeanne (saumon à la mousse de courgettes au micro-ondes)	4. Le crumble aux pommes du chat qui toussé	5. Véntable moelleux au chocolat
6. the tarte au citron mangoué	7. Filet mignon en croûte	8. Blanquette de veau facile	9. Tarte chocolat - pâtes facile	10. Amour de saumon en papillotes
11. Fondant au chocolat	12. Gibou au yaourt	13. Poulet à la moutarde, à l'estragon et aux champignons	14. Galette des rois	15. Pêche croquante au saumon fumé (toast apéritif)
16. Quiche bœuf				

Toute l'actu Marmiton

Recevez nos newsletters

Votre e-mail

Envoyer

Une idée recette par jour...

Votre e-mail

Envoyer

Mon carnet de recettes

Je peux créer et organiser mes recettes. Mes commentaires, créer des menus, etc.

Créer mon carnet

Goûtez avec les yeux...



sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

13

Medium en rotation générale sur Aufeminin



sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Medium en rotation générale sur Odelices



sopexa

GRUPE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Grand Quizz


The screenshot shows a website interface for a quiz. At the top, there are logos for 'Marmifon.org' (La communauté des gourmands) and 'aufeminin.com'. A navigation bar includes links for 'Accueil', 'Recettes', 'Pratique', 'Magazine', 'Communauté', 'Espace perso', 'Forum', 'Vos photos', 'Vos blogs', 'Annuaire de blogs', 'Vidéos', and 'Votre carnet'. The main content area features a quiz titled 'A LA SAINT MARTIN LE FOIE GRAS REVIENT !' with the subtitle 'Avec la Saint Martin, fêtez le retour du Foie Gras'. The prize is 'GAGNEZ UN DÎNER D'EXCEPTION pour 2 personnes, dans l'un des plus grands établissements étoilés!'. A button says 'POUR PARTICIPER RÉPONDEZ AU QUIZ'. On the left, there is a sidebar with 'Au menu', 'Comment gagner ? Jouez maintenant !', and 'Règlement'. At the bottom, there is a footer with 'Tous droits réservés Marmifon.org, 1999-2010' and a small '17' in the bottom right corner.

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
 © Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Réalisation de 5 recettes

The screenshot shows a website interface for recipe cards. At the top, there are logos for 'Marmifon.org' (La communauté des gourmands) and 'aufeminin.com'. A navigation bar includes links for 'Accueil', 'Recettes', 'Pratique', 'Magazine', 'Communauté', 'Espace perso', 'Forum', 'Vos photos', 'Vos blogs', 'Annuaire de blogs', 'Vidéos', and 'Votre carnet'. The main content area features recipe cards for foie gras. The title is 'A LA SAINT MARTIN LE FOIE GRAS REVIENT !'. One card says 'Découvrez 5 façons originales de déguster le foie gras' with a 'LIRE LA SORTE' button. Another card says 'Testez vos connaissances sur le foie gras' with a 'LIRE LA SORTE' button. A third card says 'La Saint Martin, une fête gourmande autour du foie gras' with a 'LIRE LA SORTE' button. On the left, there is a sidebar with 'Au menu', 'Comment gagner ? Jouez maintenant !', and 'Règlement'. At the bottom, there is a footer with 'Tous droits réservés Marmifon.org, 1999-2010' and a small '18' in the bottom right corner.


sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
 © Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA




Résultats Post test radio

sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
19

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



EN SYNTHESE



POINTS POSITIFS


- **Bon souvenir publicitaire**, avec comme point d'ancrage mémoriel : la Saint Martin → *encourageant pour les années à venir...*
- **L'impact de la campagne est bien activé par l'exposition** (*la répétition joue bien son rôle et fait augmenter les scores*)
- **Le spot plait dans l'ensemble** (standards TNS), les interviewés estiment que le Foie Gras est bien mis en valeur
- La campagne permet d'activer fortement l'**image** du Foie Gras. Le Foie Gras est très bien évalué sur les dimensions de **plaisir** et de **diversité** (*nombreuses façons d'en préparer mais aussi d'occasions*) Il est perçu comme moins exclusif « fêtes traditionnelles » et un peu moins « banal »

POINTS A AMELIORER

- Le score de reconnaissance est en deça des standards TNS, pas très étonnant pour une 1ère prise de parole
- Rendre le spot **plus incitatif**, en concluant le message par un « call to action »
 « ... en ce moment dans vos points de vente habituels »
 « ... c'est maintenant qu'il faut en profiter / déguster » etc...

sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
20

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA





Résultats OP Marmiton

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **21**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

La campagne bannières



- Plus de 9 millions de bannières délivrées vs 8 410 000 achetées
- Un impact sur **2 933 360 internautes** (ont cliqué sur les bannières)
- Un taux de clics global très satisfaisant : 0.32%

22

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

L'espace dédié (dont Quizz)





■ **Un espace dédié largement visité**

- 3 206 participants au QUIZZ
- 79 032 pages vues au total

Insertion Création	Impressions	Clic
Espace marque		
Affichage Page d'accueil	5 692	-
Affichage Marque	1 092	-
Affichage Recette Cassolette	1 645	-
Affichage Recette Crème de châtaigne	3 355	-
Affichage Recette Foie gras pain d'épices	1 591	-
Affichage Recette Foie gras poêlée	1 384	-
Affichage Recette Verrine	1 383	-
Clic Vers quiz	-	1 202
Quiz		
Affichage Principe	59 450	-
Affichage Remerciement	3 440	-
Clic Vers le site client	-	942
Clic Vers publi	-	2 408
Total	79 032	4 554


23



GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Dotations et gagnants



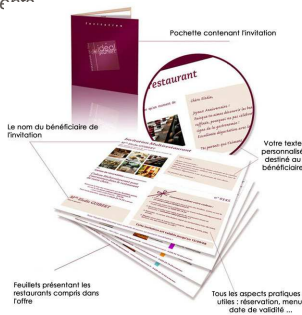
■ **La dotation: 1 dîner gastronomique pour 2 d'une valeur de 499 €**
"un dîner d'exception pour 2 personnes (apéritifs, eau minérale et vins compris) à choisir parmi une sélection d'établissements prestigieux, étoilés au guide Michelin"

■ **Les gagnants**

Le gagnant tiré au sort
 Mme Perrin Nicole
 98 rue de l'atire de tassigny
 68160 Ste marie aux mines

Les suppléants (en cas de non réponse)
 Mme Valerie Grand
 1 lotissement les hauts, de ligoure
 87110 le vigen

M. Edmond Demuer
 Panloup
 73340 Aillon le jeune



Pochette contenant l'invitation


Le nom du bénéficiaire de l'invitation

Votre texte personnalisé destiné au bénéficiaire

Feuillets présentant les restaurants compris dans l'offre

Tous les aspects pratiques et utiles : réservation, menus, date de validité ...

24



GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Conclusion

CIFOG
COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMETERES A FOIE GRAS

Une opération réussie!

Un dispositif très intégré au site Marmiton

Une mécanique participative pour susciter l'intérêt

Des performance supérieurs à nos estimations





Travailler la récurrence et créer le rendez vous en 2011 en continuant le partenariat avec Marmiton

25

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



CIFOG
COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMETERES A FOIE GRAS

Modernisation du site lefoiegras.fr



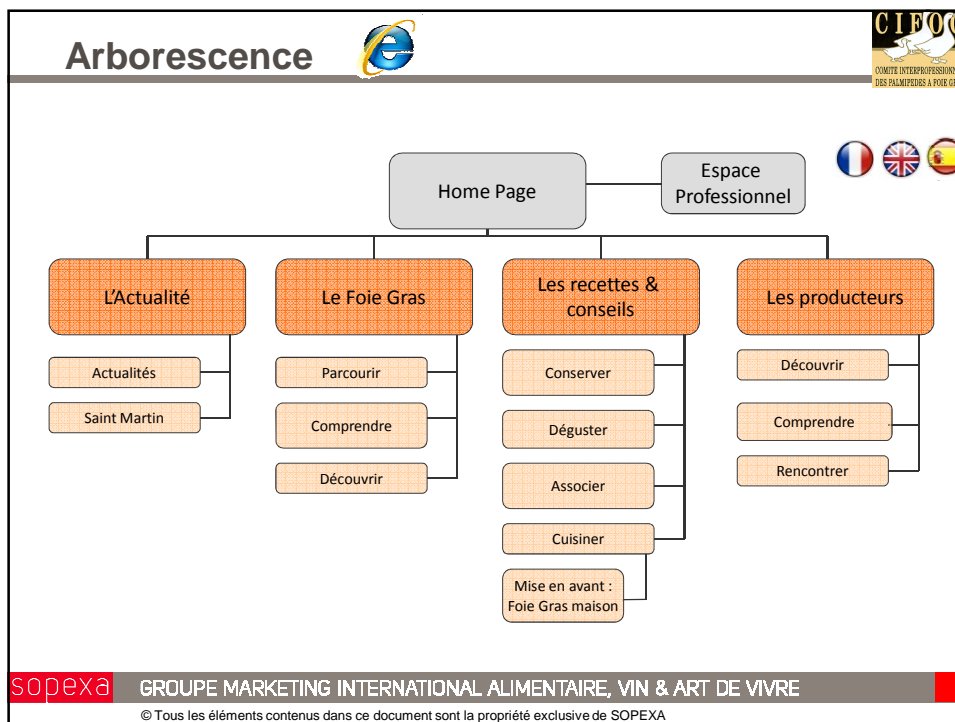
sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **26**
© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Contexte

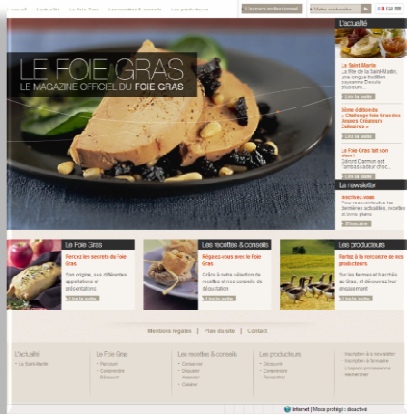



- **10 ans après sa création**, le site Le foie Gras a fait l'objet d'une refonte en octobre 2010.
- **Rappel des cibles**
 - ✓ Grand Public : créer un site de vulgarisation sur le Foie Gras
 - ✓ Professionnels : Donner un accès rapide et facile aux informations filières
- **Un site multilingue**
 - ✓ En trois versions : française, anglaise, et espagnole

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



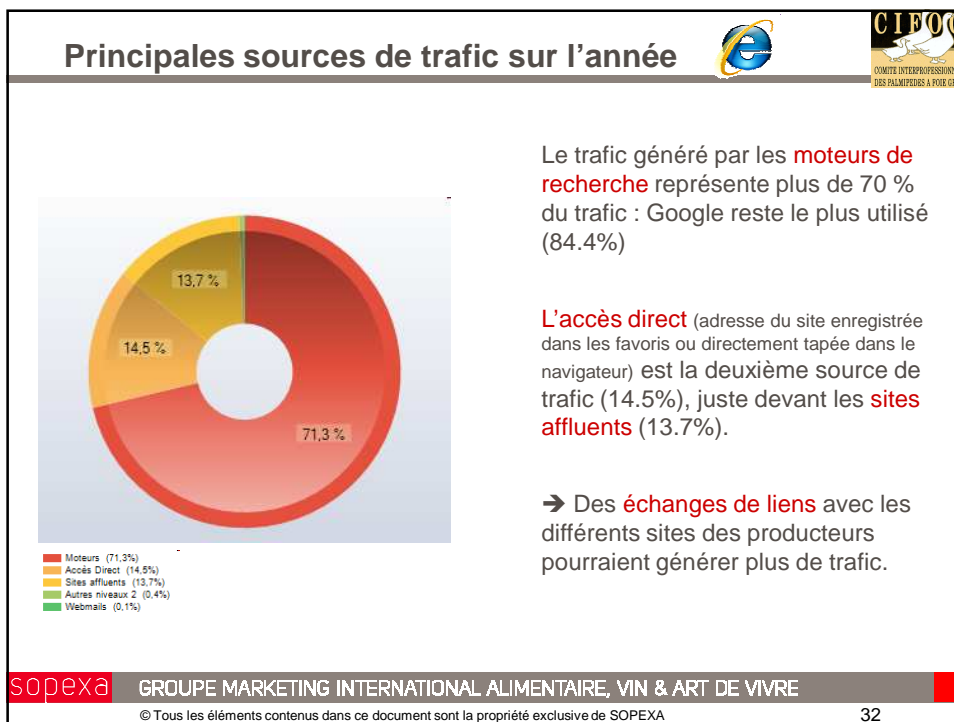
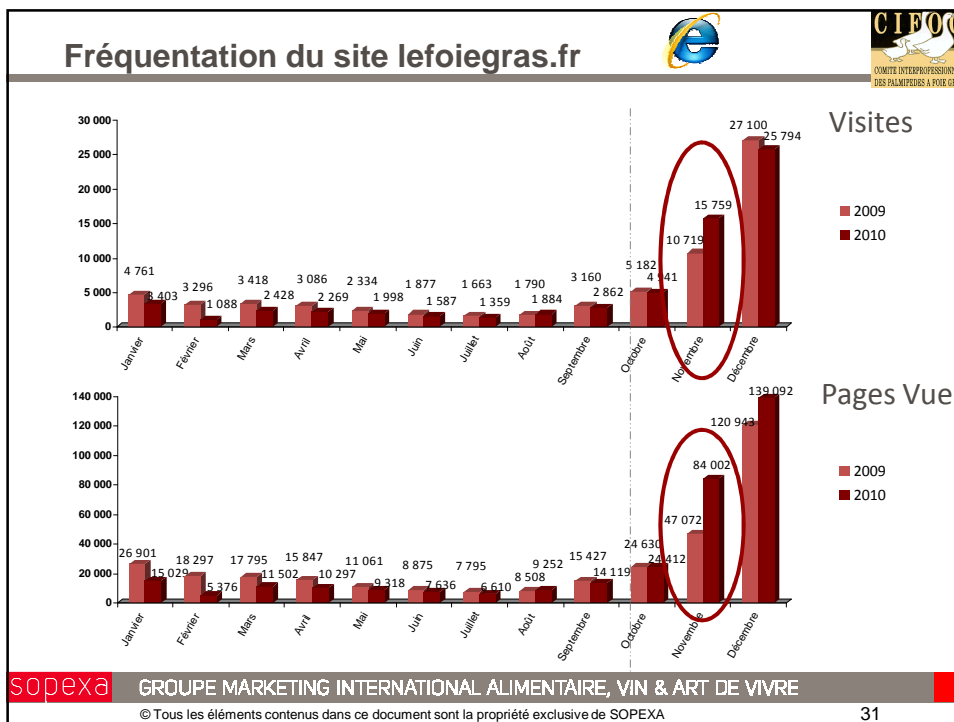
+ le nouveau site www.lefoiegras.fr relooké à la façon d'un magazine interactif



sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA





CIFOG
COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIPÈDES À FOIE GRAS

Un dispositif St Martin renforcé



NOVEMBRE
SAINT MARTIN



LE FOIE GRAS
Revient!

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **33**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

CIFOG
COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIPÈDES À FOIE GRAS

UN DISPOSITIF SAINT MARTIN RENFORCE EN 2010

**LES OUTILS DE COMMUNICATION DIFFUSES A
L'ENSEMBLE DE LA PROFESSION :**

- 2 500 argumentaires
- 10 000 affiches quadri 40x60
- 85 000 livrets Saint Martin
- 1 300 Sous-main Calendriers pour la grande distribution
- 8 000 Chevalets de table pour la restauration
- 15 000 stickers
- Chemise de presse spécifique Saint Martin pour les infos du Programme

→

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **34**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

LES OUTILS DE COMMUNICATION DIFFUSES A L'ENSEMBLE DE LA PROFESSION pour leurs clients :

Les affiches Saint Martin

Les stickers Saint Martin

Les livres de la Saint Martin

Un Argumentaire GMS

Les chevalet Saint Martin pour les restaurants

Les calendriers - sous-main remis aux distributeurs

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
 © Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Des reprises et des annonces plus nombreuses dans les médias

LSA

FESTIF LE FOIE GRAS SE MANGE DÈS LA SAINT-MARTIN

Le 11 novembre, la fête traditionnelle de la Saint Martin revient et, cette année, dans un contexte économique et social difficile, les professionnels du foie gras, par l'intermédiaire du Cifog, font les choses en grand. À commencer par la distribution de 14 tonnes de foie gras à 11 associations caritatives pour leurs réveillons. Dans les linéaires, les consommateurs vont découvrir un ensemble de nouveautés, dans les recettes, dans les présentations et dans les contenants. Les offres de foie gras cru sous vide, prêt à être poêlé ou cuit au four, seront proposées aux côtés de petits formats avec des tranches de 40 à 80 g conditionnées pour deux personnes. Les rayons se rempliront de produits plus pratiques vendus avec des plateaux de découpe sur ardoise, ou encore dans des barquettes avec des marques de prédécuté. Une campagne nationale de communication télé sera lancée le 11 novembre pour trois semaines. Elle donnera un coup de pouce à une consommation qui se tient assez bien depuis le début de l'année, selon TNS Worldpanel, avec une progression de 2,8 %. En 2008, 18 500 tonnes de foie gras avaient été consommées en France. La GMS cumule 81 % des volumes écoulés.

BRA

Le foie gras confirme son statut prédominant de produit festif

Après une année 2009 plus que belle, démontrée au travers des chiffres que nous voyons, en progression de 7,5 % en volume par rapport à 2008, 2009 s'annonce éblouissant. Le foie gras affiche en 2009 de très belles performances, soit 20 millions de kg livrés pour un investissement de 100 millions de kg de produits, soit un ratio de 5 kg de produits pour 1 kg de produits livrés.

SUD OUEST

Le foie gras va bien et revient pour fêter la Saint-Martin...

Après une année 2009 plus que belle, démontrée au travers des chiffres que nous voyons, en progression de 7,5 % en volume par rapport à 2008, 2009 s'annonce éblouissant. Le foie gras affiche en 2009 de très belles performances, soit 20 millions de kg livrés pour un investissement de 100 millions de kg de produits, soit un ratio de 5 kg de produits pour 1 kg de produits livrés.

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
 © Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Les MARCHÉS

« A la Saint-Martin le foie gras revient », dit le slogan du Cifog
Une nouvelle communication, plus précoce pour le foie gras

La « collective du foie gras » s'est retrouvée hier à Paris pour présenter à la presse les actions promotionnelles lancées à la Saint-Martin, date symbolique d'ouverture de la saison festive. La Saint-Martin, célébrée traditionnellement le 11 novembre, signifiant l'arrivée des premiers foies gras sur les marchés paysans. Elle met à l'honneur une façon rustique de consommer le produit, comme les « 5 sautines de la Saint-Martin ». Le démarrage précoce de la saison aura contribué à la croissance des ventes de 8% en novembre 2009 par rapport à 2008. Pour la saison 2010, l'interprofession Cifog attend une nouvelle croissance de 5 à 6% en volume. Cette

2^e édition de la Saint-Martin. Le foie gras a la cote!

+75% en volume et +600 000 ménages acheteurs sur un an: l'année 2009 a été marquée par le succès du foie gras. Et le phénomène semble se poursuivre en 2010: entre le 25 janvier et le 16 mai, les achats des ménages pour leur consommation à domicile ont progressé de 17% par rapport à la même période l'année précédente.

France

Les ventes de foie gras se portent bien

La vente très saine du foie gras au consommateur continue, comme l'interprofession, le confirment les chiffres. Selon Kantar Worldpanel, les achats des ménages ont progressé de 17% entre le 25 janvier et le 5 septembre 2010, et les ventes déclinées de 7%. D'après les Données et l'Union, les achats de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente.



du mois de novembre, il sera rythmé par des actions de sensibilisation et d'information à destination des consommateurs et des distributeurs. Au programme: des opérations portes ouvertes de lieux de production, ainsi que des partenariats dans la restauration. Une campagne de communication à la radio annoncera cette fête dès le 4 novembre.

Filières Avicoles

AGRICULTURE

Le foie gras va bien et revient pour fêter la Saint-Martin...

Le foie gras va bien et revient pour fêter la Saint-Martin... Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente.

Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente. Les ventes de foie gras ont été de 17% en septembre 2010 par rapport à la même période l'année précédente.



LA DEPECHE

saint-martin

Le foie gras en fête en novembre

« A la Saint-Martin, le foie gras revient... » En 2010, les fêtes de la Saint-Martin se déroulent sous les feux de l'actualité pour la deuxième année consécutive. En effet, au moment où les marchés traditionnels proposent les premiers foies gras produits avec la récolte de novembre, les professionnels invitent le grand public à déguster ce délicieux mets dès début novembre prochain. La filière renforce ses actions pour faire connaître cette tradition au plus grand nombre. Les producteurs organisent des « Fêtes ouvertes » dans les fermes, les chefs d'un grand nombre de restaurants feront une belle place à ce mets d'exception sur leurs tables et, dans les magasins, le foie gras bénéficie d'une mise en avant privilégiée dans les rayons de la grande distribution. De plus, les professionnels de foie gras mettent à disposition des consommateurs des documents d'information pour leur servir sur la Saint-Martin, cette tradition perenne associée à l'histoire, au savoir-faire et au plaisir gastronomique.

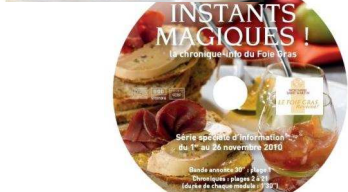
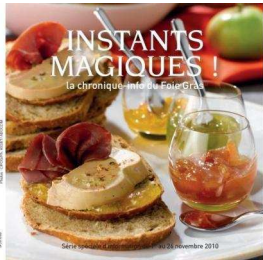


GROUPES MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

UN DISPOSITIF SAINT MARTIN RENFORCE EN 2010

Mise en place d'un programme dossier de presse sonore de la saint martin pour renforcer l'impact dans les médias.



INSTANTS MAGIQUES ! la chronique-info du Foie Gras

Série spéciale d'information du 1^{er} au 26 novembre 2010

- 1- Bande annonce de la série DSP
- 2- Les Français et le Foie Gras (micro-trottoir)
- 3- La Saint-Martin, une tradition paysanne et gastronomique, avec Alain Labarthe, Président de la Collective du Foie Gras
- 4- Les Français phobiques le Foie Gras, avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 5- Zoom sur le Foie Gras d'oise, avec Jean-Pierre Dubois, producteur de Foie Gras d'oise
- 6- Quels vins choisir avec le Foie Gras ? avec Jean Schwebel, Vice-président de la Collective du Foie Gras
- 7- Le Foie Gras : 4 500 ans d'histoire
- 8- Le week-end de la Saint-Martin : une occasion de sortir et de découvrir de la tradition du Foie Gras
- 9- Idée de consommation : la grande tradition des tartines de la Saint-Martin, avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 10- Le Foie Gras dans sa diversité : comment s'y retrouver
- 11- Comment bien déguster le Foie Gras, avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 12- Zoom sur le Foie Gras de canard, avec Alain Labarthe, producteur de Foie Gras
- 13- Le Foie Gras séduit les jeunes, avec Camille Chabal, lauréate 2009 du Challenge Foie Gras des Jeunes Créateurs Culinaires
- 14- Le Foie Gras et le sacré/salé : des suggestions tendance
- 15- Le Foie Gras et le pain, c'est divin ! avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 16- Idée week-end : le Foie Gras à la ferme, avec Jean-Pierre Dubois, producteur de Foie Gras d'oise dans le Périgord
- 17- Le Foie Gras, ambassadeur de la gastronomie Française à l'étranger, avec Olyvia de Saint-Laurent, directeur général de grandes marques de Foie Gras
- 18- Le Foie Gras à l'opérette : à happy hour, ça, c'est branché !
- 19- Les grandes tendances Foie Gras pour 2010, avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 20- Vous pouvez aussi le faire vous-même, avec Marie-Pierre Pélissier, secrétaire générale de la Collective du Foie Gras
- 21- Idée tourisme : à la découverte des « Marchés au Gras »



GROUPES MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIPIEDS A FOIE GRAS

Quelques reprises et annonces dans les médias classiques et sur le web avant diffusion sur les radios .

Diffusion des chroniques sur le site internet du CIFOG



COMMUNICATION

Le foie gras fait sa chronique Pour convaincre les distributeurs d'implanter les produits dès novembre, l'interprofession du foie gras fait de la Saint-Martin (le 10 novembre) un événement. Avec le slogan « A la Saint-Martin, le foie gras revient ! », les professionnels proposent une série de 20 chroniques audio d'une minute trente disponibles dès le 1^{er} novembre sur le site lefoiegras.fr. Ces modules fournissent des conseils de professionnels et de gastronomes pour choisir et cuisiner le foie gras.



**Instantan magiques !
La chronique info du foie gras**



Le CIFOG, qui regroupe toutes les familles professionnelles de la filière palmipèdes à foie gras, propose une série de 20 reportages et interviews audio pour tout savoir sur le foie gras.

En cette période de fêtes, pourquoi ne pas diffuser ces 20 chroniques d'1,30 mn dans votre magasin. Ce programme est une véritable mise d'informations pour les auditeurs, professionnels et gastronomes, qui pourront profiter de précieux conseils pour choisir et cuisiner un foie gras, réaliser de nouvelles recettes festives et "tendance" ou encore découvrir de nouvelles alliances de saveurs intitulée "Instantan Magiques". Ce programme est disponible à l'écoute et au téléchargement gratuitement depuis le 1^{er} novembre sur le site : www.lefoiegras.fr.

sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
39

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



COMITE INTERPROFESSIONNEL
DES PALMIPIEDS A FOIE GRAS

**« Instantan magiques !
La chronique info du Foie Gras »**

20 reportages et interviews audio pour tout savoir sur le Foie Gras et les fêtes de la Saint-Martin

La synthèse des retombées du Dossier de Presse sonore

- **105 radios** diffusant sur **211 fréquences** ont diffusé le programme « Instantan magiques ! La chronique-info du foie gras ».

Parmi lesquelles :

- Radios locales dépendantes de réseaux nationaux (catégorie C) :
RFM, Nostalgie, Njr...



- Radios régionales indépendantes, apparentées au Indés Radios :
100% Fm, Magnum, Radio Star Montbeliard Vesoul, Arl Fm, Flor Fm, Intensité, Fgl, Lyon 1ère...



sopexa
GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE
40

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

« Instants magiques !
La chronique info du Foie Gras »



20 reportages et interviews audio pour tout savoir
sur le Foie Gras et les fêtes de la Saint-Martin

➤ Radios associatives :

Fréquence Mistral, Radio Corse Bellevue, Radio Soleil 35, Zénith Fm, Radio Altitude, Resonance Fm, Radio Pays d'Aurillac, Bréniges Fm, Diva Fm, Radio Arc en Ciel, Radio des Ballons, Soleil Fm, Mdm, Ecclesia Fm, Cob'Fm, Radio Vassivière, Radio Flam, Radio Aube et Seine, Delta Fm, Vfm...



sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

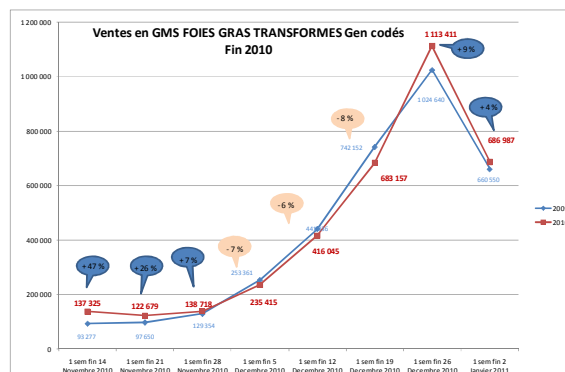
41

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

En conclusion,




- Une action collective dynamique intense
- Un objectif de mise en rayon plus précoce en très bonne voie
- Des ventes en pré-saison très positives



sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE


© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Stratégie de communication 2011

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **43**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA




Poursuivre le stratégie 2010

- **Optimisation de la campagne Radio**
 - 1/ Spot Foie Gras
 - 2/ Dispositif média classique et opération spéciale
- **Actions Grand Public - Saint Martin / en OPTION**
- **Budget prévisionnel : 2 hypothèses**

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE **44**

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Optimisation de la campagne radio

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE 45

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Poursuivre la stratégie de 2010

En 2010, installation du principe d'un RDV radio pour associer « les fêtes de la Saint Martin » en novembre à la consommation de Foie Gras

Créer le réflexe Foie Gras en novembre dans une logique d'activation de trafic tout en favorisant la notoriété de la St Martin, FETE DU FOIE GRAS

Renforcer le lien St Martin / Foie Gras par la création d'un contenu pertinent et porteur

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

Poursuivre la stratégie de 2010



- Continuer à conforter cet évènement en consolidant sa notoriété, en faisant de la Saint Martin **un évènement récurrent / majeur** auprès des consommateurs, de la distribution.
- Marquer une nouvelle étape en terme de message en renforçant par rapport à 2010 **la dimension conviviale** de la St Martin et du Foie Gras.

sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

2 leviers d'optimisation



L'EMERGENCE

et

L'ATTRIBUTION



1/ le spot radio

Amélioration par
une accroche
sonore en cours



2/ le dispositif media

Appel d'offre en cours

sopexa

GRUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



INNOVATION 2011

Création du Blog Culinaire du Foie Gras


Un blog d'information culinaire à destination du grand public et des internautes pour occuper le terrain sur le web.

Un contenu riche, varié et dynamique, maîtrisé par le CIFOLOG :

- Des recettes et des visuels de saison
- Des vidéos de recettes avec des liens vers les sites de contenu
- Des conseils pratiques et des astuces de consommation et de préparation du Foie Gras en relation avec les saisons calendaires

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



INNOVATION 2011

Création du Blog Culinaire du Foie Gras

- Rediffusion des chroniques du dossier de presse sonore du CIFOLOG au rythme des saisons
- Actualités en fonction des événements de la filière (Saint Martin, Foires au Gras, Challenge des Jeunes Créateurs Culinaires)
- Des liens vers les partenaires, etc...
- Le Blog Culinaire du Foie Gras renverra en permanence sur le site officiel du CIFOLOG,
- Des alertes d'actu seront envoyées pour chaque information à destination des abonnés du blog,

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



INNOVATION 2011


Création du Blog Culinaire du Foie Gras

→ **Le Blog du Foie Gras servira de point de départ pour alimenter en vidéo des sites de contenus images comme You Tube ou Dailymotion avec, par exemple, les vidéos des recettes CIFOLOG mais aussi du Challenge des Jeunes Créateurs Culinaires.**

→ **Le Blog du Foie Gras sera un lieu d'échange avec les internautes et bloggeurs gastronomes : en leur proposant de participer au Challenge des Créateurs Culinaires du Foie Gras en nous envoyant leurs recettes pour les mettre en ligne sur le blog et diffusion aux médias (à vous présenter dans le cadre du Challenge)**

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA



Budget prévisionnel

sopexa GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA

52

Hypothèses budgétaires 2011



Budget prévisionnel CIFOG au 31 janvier 2011 - Campagne de communication 2011		
	Budget prévisionnel TTC	Budget prévisionnel TTC
Budget publicitaire	1 342 000 €	1 442 000 €
Honoraires contractuels Dufresne & Comigan et royalties	90 000 €	90 000 €
Achat d'espaces radio (honos média inclus)	1 200 000 €	1 300 000 €
Achat d'espaces presse pro (honos médias inclus)	22 000 €	22 000 €
Mesure des résultats	30 000 €	30 000 €
Programme RP (Adocom) avec volet ST MARTIN	400 000 €	500 000 €
Programme de relations publiques presse	140 000 €	140 000 €
Événementiel - Conférences de presse et Cercle des amoureux du foie gras	80 000 €	80 000 €
Challenge des jeunes créateurs culinaires	50 000 €	50 000 €
Opération St Martin - Partenariats distributeurs, restaurateurs	130 000 €	230 000 €
Actions média complémentaires ST MARTIN	165 000 €	255 000 €
Dispositif événementiel en radio	90 000 €	90 000 €
Dispositif web sur Marmiton	75 000 €	75 000 €
Blog culinaire, jeux concours internet		90 000 €
Sites internet institutionnels	14 000 €	24 000 €
Dont site lefoiegras.fr (référencement, maintenance, hébergement, outils stats)	10 000 €	10 000 €
Dont site eleavage-gavage.fr (référencement, hébergement, noms de domaine...)	4 000 €	4 000 €
Campagne achat mot clés		10 000 €
Divers	13 000 €	13 000 €
Voix des médias (Abonnement annuel à 3 335 € HT + tarification par alertes reçues)	7 000 €	7 000 €
Frais administratifs (conférences tel, déplacements...)	3 800 €	3 800 €
Frais de stockage, routage brochures, frais postaux	1 500 €	1 500 €
Co financement UPPIA	7 700 €	7 700 €
Honoraires Sopexa	66 000 €	66 000 €
Total TTC	2 000 000 €	2 300 000 €

53

sopexa

GROUPE MARKETING INTERNATIONAL ALIMENTAIRE, VIN & ART DE VIVRE

© Tous les éléments contenus dans ce document sont la propriété exclusive de SOPEXA