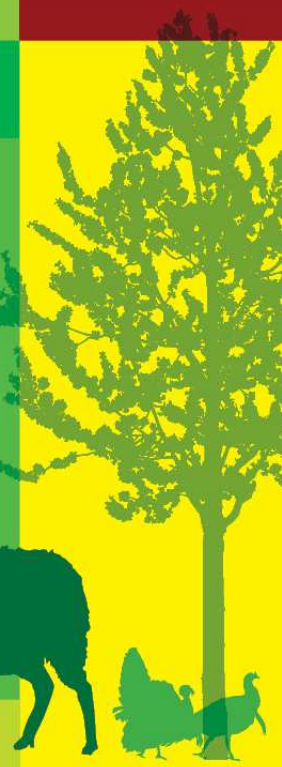


# COMITE RIZICOLE

Actions de promotion & communication

12 juin 2014

ARLES





# Actions de promotion en 2013

## Continuité des actions entreprises en 2012

### Elles se décomposent en 4 projets

- ✓ **Animation et communication en RHF dans les cantines scolaires et restaurant d'entreprises,**
- ✓ **Action de communication envers les acteurs clés de la RHF et les consommateurs via les sites culinaires spécialisés,**
- ✓ **Participation à des salons nationaux et européens,**
- ✓ **Gestion de relations presse en direction des journalistes et des bloggeurs spécialisés par une attachée de presse**

# Actions de promotion en 2013

## Animation et communication en RHF

### Cantines scolaires et restaurants d'entreprises

**Partenariat** avec les acteurs de la RHF et les établissements scolaires.

**Objectif:** 30 000 repas au total

**Outils de communication** développés: Kakémonos, affiches, documents jeu, sachets de riz à planter et sachets de différents riz de Camargue à consommer.

#### LA RESTAURATION COLLECTIVE



# Actions de promotion en 2013

## Actions de communication envers les acteurs clés de la RHF et les consommateurs via les sites culinaires spécialisés

Réaliser une opération jeu au sein des enseignes Métro afin de développer les ventes de riz de Camargue,

10 envois e-mail vers 3 300 consommateurs identifiés en 2012 sur le site internet du SRFF

Achat d'espaces publicitaires sur [www.marmiton.com](http://www.marmiton.com),

Création de publicité dans la presse papier:

### LA RESTAURATION COMMERCIALE - METRO



14

# Actions de promotion en 2013

## Participation à des salons nationaux et internationaux

### Objectif

Contacter directement le consommateur final

La réussite de la communication tient dans la nouvelle identité graphique, plus dynamique et moderne, établie en 2012

Des riz hauts en couleurs  
et en saveurs



# Plan de financement des actions éligibles de 2012 à 2014

2012		2013		2014 (Prévisionnel)	
Coût total	Financement FranceAgriMer	Coût total	Financement FranceAgriMer	Coût total	Financement FranceAgriMer
243 K€	84 K€	188 K€	94 K€	220 K€	95 K€

Pour information, les Conseils Régionaux sont intervenus à hauteur de:

2012		2013	
Conseil Régional Languedoc Roussillon	Conseil Régional PACA	Conseil Régional Languedoc Roussillon	Conseil Régional PACA

# Actions de promotion en 2013

## Gestion de relations presse en direction des journalistes et des bloggeurs spécialisés par une attachée de presse

### Objectif

Aller à la rencontre des journalistes et des bloggeurs en créant des événements  
Ex: déjeuner en Camargue avec visites

Création d'un livre de 30 recettes pour le grand public élaboré avec le Conservatoire Grand Sud des cuisines de Provence

Réalisation effectuée par une relation presse traditionnelle et une relation presse digitale

VISUELS DE LA MINI RIZ BOX ET DE SES OUTILS





# Projets d'actions de promotion & communication en 2014

## Continuité des actions entreprises en 2012 et 2013

- ✓ Poursuite de l'opération d'animation et communication en RHF,
- ✓ Opération promotionnelle envers les acteurs clés de la RHF et en GMS,
- ✓ Participation à des salons nationaux et européens,
- ✓ Poursuite de l'assistance d'une chargée de relation presse en direction des journalistes et des bloggeurs

*Une réunion « Promotion & communication » est prévue*

*début juillet*

*Avec les différents partenaires et financeurs*