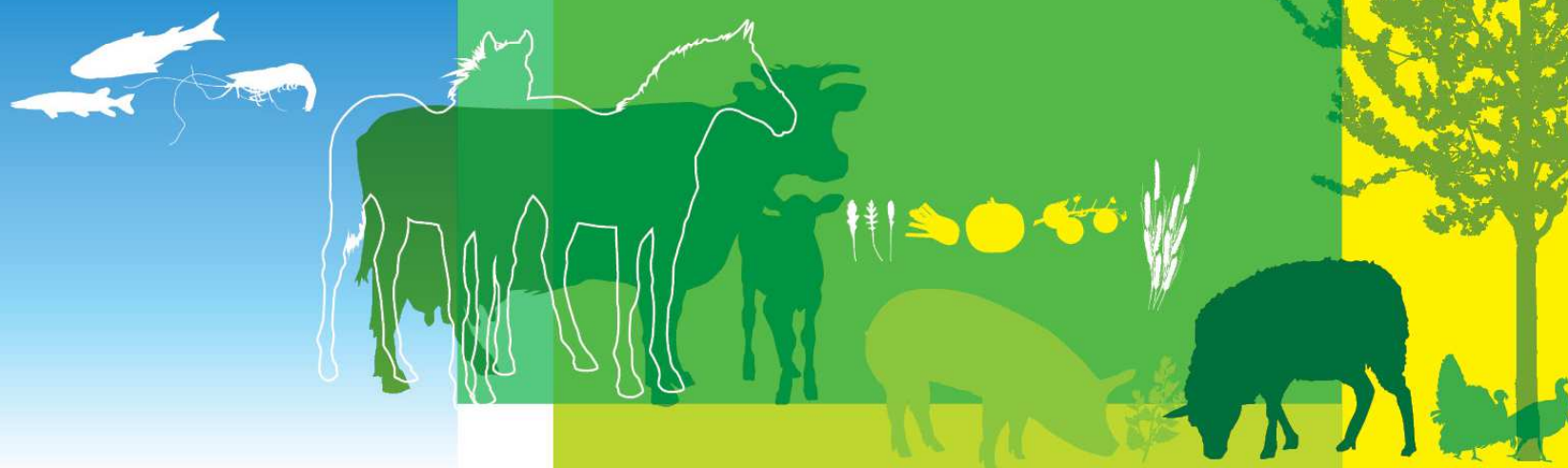


COMITE OLEICOLE

Actions de promotion & communication

26 juin 2014

Aix en Provence



Orientations des projets de promotion

Continuité des actions entreprises depuis plusieurs années

2012

2013

Les actions à destination du grand public

Salons
Campagne Web

Salons
Campagne Web
Campagne de promotion dans
les TGV

Les actions à destination des professionnels

École des chefs

Salon du blog culinaire
Ateliers de dégustation

Budget : 141 K€
FAM : 70 K€

Budget : 156 K€
FAM : 78 K€

Orientations des projets de promotion

2014

Quelle stratégie de communication ?

**Les actions à destination
du grand public**

- ✓ Participation au Salon des envies culinaires
- ✓ Partenariat avec un chef
- ✓ Campagne de promotion dans les TGV

**Les actions à destination
des professionnels**

Participation au
Salon du blog culinaire

Budget prévisionnel : 123 K€