



# BILAN DE CAMPAGNE HUÎTRES 2010



*« Avec les huîtres,  
savourez des fêtes d'exception ! »*



# Sommaire



- **Le rappel des actions** **Page 3**
  
- **Le parrainage tv** **Pages 4 à 9**
  - *Les diffusions* *Page 5*
  - *Les bandeaux publicitaires* *Pages 6 à 8*
  - *L'impact du parrainage* *Page 9*
  
- **Les Relations publiques / Relations presse** **Pages 10 à 18**
  - Le rappel des outils *Pages 11*
  - Les cibles *Pages 12*
  - Les photos & recettes *Page 13*
  - La page web *Page 14*
  - Les chroniques radios *Page 15*
  - Les relations presse *Pages 16 & 17*
  - L'impact des RP *Page 18*
  
- **L'impact de la campagne sur le site du CNC** **Page 19**
  
- **Les annexes** **Page 20**

## Rappel des actions



- **Un parrainage tv**
  - Une diffusion pré et post météo sur France 2
  - Des bandeaux publicitaires sur les sites web de France télévision
  
- **Des relations presse – R. publiques**
  - Un Shooting photos
  - Une page web événementielle
  - Des chroniques radios
  - Un dossier de presse
  - Des relances et un suivi presse

l'Europe  
**s'engage**  
en France



FranceAgriMer



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'ALIMENTATION  
DE LA PÊCHE  
DE LA RURALITÉ  
ET DE L'AMÉNAGEMENT  
DU TERRITOIRE



VENISE

# Le parrainage Tv



## Partenariat avec la météo sur France 2

du 29 novembre au 24 décembre 2010

- 40 messages sur 1 mois
- **9 506 430 individus** de + 35 ans ont vu la campagne (soit 27% de la cible) en moyenne 7,5 fois.

**→ 2.4 millions de téléspectateurs au quotidien**  
(15 ans et + - 1<sup>er</sup> semestre 2009)

### La diffusion pré et post météo



Collective des Huitres Billboard Fin



Ouverture sur un plan de parc ostréicole.



La caméra dézoom...



...et laisse apparaître une bourriche ronde.



Le dézoom continue, la bourriche est posée sur une plage de sable et de coquillages. Des algues et des citrons sont posés au sol.



Le couvercle de la bourriche la referme.



Le fond passe au blanc, les différents logos apparaissent. Packshot.



# Les bandeaux publicitaires




## Bandeaux publicitaires sur les sites Internet de France Télévision

En cliquant sur les bandeaux publicitaires, l'internaute était directement redirigé vers la page d'accueil événementielle du CNC ([www.huitre.com](http://www.huitre.com) ou [www.cnc-france.com](http://www.cnc-france.com)).

Période : 26 jours du 29/11 au 24/12

SITES	EMPLACEMENT	NBRE JOURS
france 2.fr	PAGE D'ACCUEIL	3
	météo	26
france 3.fr	METEO	26
	Côté Cuisine	26
	Côté Jardin	26
	Côté Maison	26
france 5.fr	Les escapades de Petitrenaud	26
	cuisinez LE CHEF!	26

# Les bandeaux publicitaires



## Quelques exemples de parutions

Pluzz France 3 France 4 France 5 France 6 France 7 France 8 France 9 France 10 France 11 France 12 France 13 France 14 France 15 France 16 France 17 France 18 France 19 France 20 France 21 France 22 France 23 France 24 France 25 France 26 France 27 France 28 France 29 France 30 France 31 France 32 France 33 France 34 France 35 France 36 France 37 France 38 France 39 France 40 France 41 France 42 France 43 France 44 France 45 France 46 France 47 France 48 France 49 France 50 France 51 France 52 France 53 France 54 France 55 France 56 France 57 France 58 France 59 France 60 France 61 France 62 France 63 France 64 France 65 France 66 France 67 France 68 France 69 France 70 France 71 France 72 France 73 France 74 France 75 France 76 France 77 France 78 France 79 France 80 France 81 France 82 France 83 France 84 France 85 France 86 France 87 France 88 France 89 France 90 France 91 France 92 France 93 France 94 France 95 France 96 France 97 France 98 France 99 France 100

**france 2.fr**

PROGRAMMES | ANIMATEURS | INFO | SPORT | CULTURE | VIDÉOS | VOD | BLOGS | FORUMS | JEUX | QUIZ | SERVICES | LE CLUB

**SUR FRANCE 2**

Ce soir  
20h30 Cold Case : affaires classées  
21h30 Cold Case : affaires classées

**VIDÉOS** A la une VOD | Animations | Quiz |

Les Orphelins du paradis

**Fais pas ci fais pas ça**  
Des vidéos, des photos et toutes les infos sur vos deux familles préférées. Sans oublier les épisodes en retransmission.

• SKI CHALLENGE 2011 : A VOUS DE JOUER ! • Téléthon 2010 : Faites un don !

**pluzz.fr** VOIR ET REVOIR LES PROGRAMMES DE FRANCE 2

8 HEURES JT 8h Les 4 vérités REVUE DE PRESSE

PLUS DE 1000 PROGRAMMES EN VIDÉO SUR PLUZZ.FR

**OFFRES D'EMPLOI**  
Banque, Médiars Adom....

L'Internet à toute vitesse

Télécharger Google Chrome

Le navigateur rapide de Google

Pluzz France 2 France 3 France 4 France 5 France 6 France 7 France 8 France 9 France 10 France 11 France 12 France 13 France 14 France 15 France 16 France 17 France 18 France 19 France 20 France 21 France 22 France 23 France 24 France 25 France 26 France 27 France 28 France 29 France 30 France 31 France 32 France 33 France 34 France 35 France 36 France 37 France 38 France 39 France 40 France 41 France 42 France 43 France 44 France 45 France 46 France 47 France 48 France 49 France 50 France 51 France 52 France 53 France 54 France 55 France 56 France 57 France 58 France 59 France 60 France 61 France 62 France 63 France 64 France 65 France 66 France 67 France 68 France 69 France 70 France 71 France 72 France 73 France 74 France 75 France 76 France 77 France 78 France 79 France 80 France 81 France 82 France 83 France 84 France 85 France 86 France 87 France 88 France 89 France 90 France 91 France 92 France 93 France 94 France 95 France 96 France 97 France 98 France 99 France 100

**france 5.fr**

GUIDE TV | VIDEOS / VOD | FORUMS | JEUX | DOCUMENTAIRES | CURIOSPHERE.TV | LA BOUTIQUE | FAQ / CONTACTS

Les sites émissions | Actu société | Arts et culture | Découverte nature | Emploi éco | Famille jeunesse | Histoire | Santé | Sciences | Vie pratique

**cuisinez! LE CHEF!**  
Une web-émission participative à consommer sans modération

En décembre, Thierry Marx sera notre premier Chef invité.

Parmi vous, qui cuisinera le Chef? **PARTICIPEZ!**

Vous êtes un as des petits plats ?  
Cuisinez votre recette avec un grand Chef !  
En savoir plus Voir toutes les candidatures

En décembre Découvrez cuisinez! LE CHEF! une web-émission participative à consommer sans modération !  
Des recettes en vidéo interactives et des astuces de grands Chefs.

**Shopping GROUPON**  
Jusqu'à -70% Voir les Deals

Chemises Bottes  
Chaussures Sacs en toile  
Montres Hauts  
Sacs à main Lunettes

# Les bandeaux publicitaires



## Quelques exemples de parutions

France Télévisions  
france.fr

AVEC LES HUITRES, SAVOUREZ DES FÊTES D'EXCEPTION

Les sites émissions | Actu société | Arts et culture | Découverte nature | Emploi éco | Famille jeunesse | Histoire | Santé | Sciences | Vie pratique

Les escapades de Peitrenaud  
Présenté par Jean-Luc Peitrenaud  
Le dimanche à 12h00 et rediffusé le samedi à 8h00

Accueil | Vidéos | Recettes | Toutes les émissions | Bonnes tables | Forum

Émission du 28/11/10  
Chinon  
Cette semaine, notre escapade vous emmène vers le Val de Loire, à Chinon, à la (...) Lire la recette

Émission du 2/11/10  
Spéciale Gibier  
La période de chasse bat son plein. Faisans, perdreaux, colverts, lièvres ou (...) Lire la recette

AVEC LES HUITRES

Forum  
Venez partager et profiter des avis des internautes.

France Télévisions  
france.fr

AVEC LES HUITRES, SAVOUREZ DES FÊTES D'EXCEPTION

RÉGIONS | PROGRAMMES | ANIMATEURS | LUDO | INFO | SPORT | CULTURE | VIDÉOS | BLOGS | FORUMS | JEUX | CULTUREBOX | SERVICES

Tout à Côté Jardin  
Côté Maison | Côté Cuisine

Recherchez un conseil, une info...

MAGAZINE DÉCOUVERTE | FICHES JARDINAGE | CONSEILS & ASTUCES | L'ÉMISSION TV | MÉDIATHÈQUE | COMMUNAUTÉ | CONTACT | RSS

VOIR LA VIDÉO

Émission du 11 décembre

Notre animatrice TV  
Marine Vignes Après des études supérieures de relations publiques et des cours de comédie, Marine fit ses premiers pas à la télévision dans "Les (...) En savoir plus

Le samedi à 14h05  
TOUT SAVOIR SUR L'ÉMISSION

AVEC LES HUITRES

Dossier de la semaine | La blogosphère Jardin | Fiche de la semaine

LES PLUS LUS  
Bonne Plante Fleur

**IFOREX**

Pourquoi le Forex connaît-il un tel succès?

Il vous donne la possibilité d'obtenir un retour sur investissement de 400% grâce à un simple mouvement de 1%.

Cliquez ici pour découvrir comment grâce à l'aide de notre guide gratuit

## L'impact du Parrainage tv



Le parrainage TV ainsi que l'insertion de bandeaux publicitaires sur les sites de France Télévision ont permis :

- De **marquer l'esprit du consommateur** pendant la période des fêtes, et ainsi d'inciter à l'achat
- **Une plus grande visibilité du produit** à la fois avec le parrainage lui-même mais également avec les insertions publicitaires sur les sites de France Télévisions qui incitent les téléspectateurs à visiter le site du CNC (**plus de 9 000 visiteurs sur notre site**)
- De **transmettre les messages souhaités** (information des consommateurs sur la hausse des prix, et placer l'huître comme produit phare des fêtes de fin d'année)

l'Europe  
**s'engage**  
en France



FranceAgriMer



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'ALIMENTATION  
DE LA PÊCHE  
DE LA RURALITÉ  
ET DE L'AMÉNAGEMENT  
DU TERRITOIRE



# Les relations Presse - Publiques



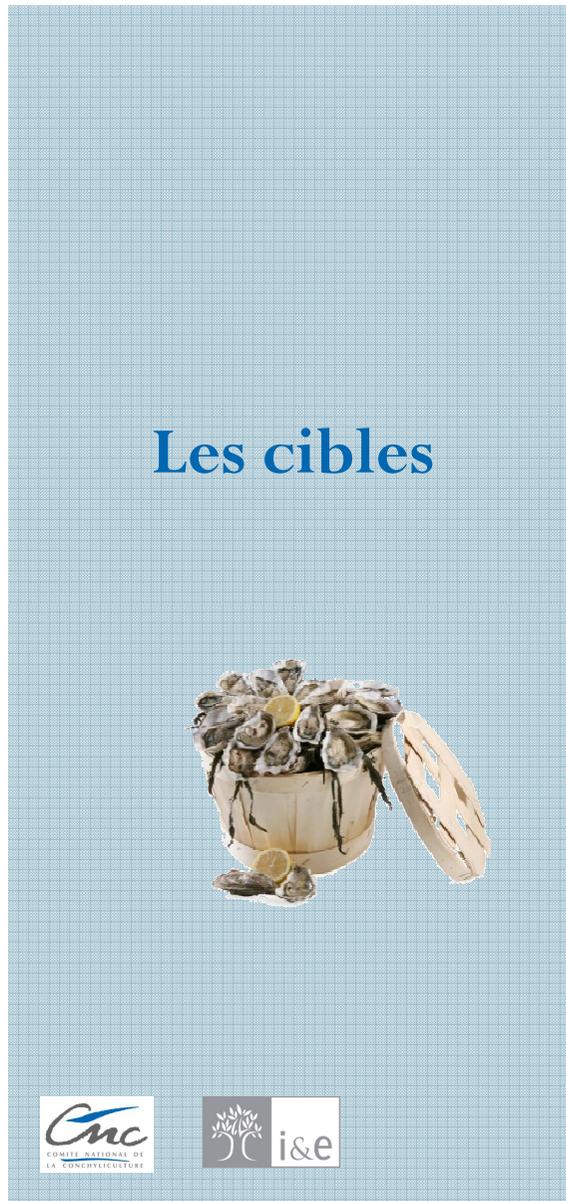
## Rappel des outils



### Dans le cadre des relations presse, des outils ont été développés :

- la réalisation de nouvelles **photos** et de nouvelles **recettes** à intégrer aux différents outils de RP
- la création d'une **page web** événementielle
- la création de **chroniques radios** et diffusion à plus de 600 radios locales
- La création d'un **dossier de presse** et la diffusion à un fichier de près de 250 journalistes
- Les **relances presse** de l'agence I&E consultants





## Les cibles médias touchées

- **Sites internet de la presse grand public** (rubriques cuisine, recettes et vie pratique) :
  - *presse cuisine et gastronomique*
  - *presse féminine*
  - *presse santé/forme*
  - *presse famille*
- **PQN et PQR**
- **Agences de presse**
- **Hebdomadaires** (*presse TV, presse féminine, news mag...*)
- **Radios et TV**



## Les photos & recettes



Quatre visuels (2 photos-produit et 2 photos-recettes) ont été réalisés en studio photo dans le but **d'enrichir la photothèque** et de **moderniser les illustrations** du CNC.

Les visuels ont été repris pour l'ensemble des outils de relations presse durant cette campagne de fin d'année.

Aussi, les photos-recettes ont permis la parution de recettes d'huîtres pour les fêtes de fin d'année.

→ **Elles ont été utilisées à plusieurs reprises par les médias, notamment pour illustrer les recettes** (exemples : magazine *Avantage*, *cookissime*, ...)



## La page Web

## Création d'une page web événementielle

Accès direct avec l'adresse [www.huitre.com](http://www.huitre.com) ou  
[www.cnc-france.com](http://www.cnc-france.com)

du 18 novembre au 15 janvier 2011

**AVEC LES HUITRES,**  
SAVOUREZ DES FÊTES D'EXCEPTION !

Bientôt les Fêtes de fin d'année et nos papilles trépident d'impatience à l'idée de se délecter de mets raffinés !  
Au menu : plaisirs gourmands partagés, moments magiques de convivialité, festival de saveurs... Mais surtout, les **huitres** : un cadeau d'exception que la mer nous offre sur un plateau.

Cette année encore, célébrez l'**huitre** et transformez-la en perle incontournable de vos rendez-vous festifs. Naturelle, issue des différentes régions du littoral, regorgeant de trésors nutritionnels, l'**huitre** est sans conteste le produit star qui va sublimer vos Fêtes 2010 !

PLONGEZ DANS LE MONDE DES HUITRES  
DÉGUSTEZ DE NOUVELLES SAVEURS

La page web événementielle a permis de faire le lien avec le parrainage TV, **pour un accueil plus adapté au grand public.**

La page web, étant éphémère, permet de marquer à l'esprit du consommateur **l'association Huître et fête**, ligne conductrice de notre campagne nationale.



## Les chroniques radios






## Retombées des chroniques radios

(cf. annexe 3 : détail des retombées )

- **85 stations de radios sur les 600** qui ont reçu le « dossier de presse sonore » ont diffusées une ou plusieurs chroniques durant la période de la campagne, réparties sur **23 régions**.
  
- Parmi les 85 radios participantes :
  - **des radios locales dépendantes de réseaux nationaux** (*Nostalgie, RFM, RTL2...*)
  - **des radios régionales indépendantes** (*Delta Fm, Radio 6 côte d'Opale, Rdl, Lyon 1<sup>er</sup>, ...*)
  - **des radios associatives** (*Fréquence Mistral, Radio Aube et Seine, Radio Pays d'Aurillac, ...*)
  
- Nombre de passages estimés, sur la période du 6 au 17 décembre:
  - **2 401 bandes-annonces**
  - **2 070 chroniques**
  
- L'audience estimée pour ce réseau de 85 radios est **de 1 570 989 auditeurs**
  
- Pour le nombre de chroniques et bandes-annonces diffusées, **l'équivalent « achat - d'espace » est estimé à 103 332 € HT.**

## Les relations presse

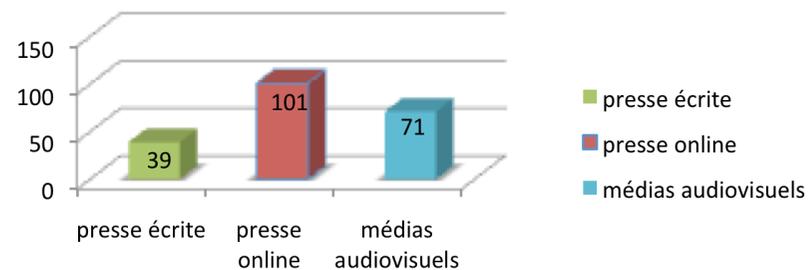


## Une couverture presse large et diversifiée

**211 retombées médias** parues sur la période du 1<sup>er</sup> décembre au 6 janvier.

- Un traitement du sujet dans des familles de presse très diverses
- **57 articles issus de la PQN, agences de presse, presse éco et radio/TV**, soit près d'1/3 des retombées
- Par ailleurs, **une forte visibilité en presse online** : près de 2/3 des retombées.

Répartition des retombées par grandes familles média



## Les relations presse



## Relances auprès des journalistes

Relances début décembre, suite à la diffusion du dossier de presse :

→ **5 livraisons de bourriches** ont été effectuées

(*avantages.fr, elle.fr et isaveurs.com, leexpress.fr et femmeactuelle.fr*)

→ **de nombreuses interviews de Goulven Brest** ont été données

### Ce que les journalistes ont retenu

Les journalistes ont repris une grande partie du dossier de presse.

→ Les 2 angles principalement repris:

1. **Surmortalité et hausse des prix** :  
près de 70%, soit 2/3 de la couverture presse
2. **La place incontournable de l'huître sur les tables de fêtes** : 30% des retombées presse (infos pratiques, conseils, recettes ...)

→ **Une tonalité d'ensemble équilibrée** :  
107 articles positifs et 104 articles neutres.



## L'impact des RP



La campagne de Relations Presse, dans son ensemble, a permis :

- **De faire parler des huîtres et de la filière ostréicole sur la période des fêtes de fin d'année**  
Plus de **200 retombées médias** au total entre fin novembre et fin décembre
- **D'orienter les messages**
  - **Expliquer aux consommateurs la hausse des prix** et la baisse des produits, comme il était souhaité par les professionnels.
  - Amener les journalistes à traiter le sujet des **huîtres sous un angle festif** (notamment avec les conseils pratiques à connaître pour les fêtes de fin d'année).
- **De rester présent dans les médias sur une période relativement longue** (de novembre à fin décembre, ce qui a permis d'accompagner les consommateurs durant leur phase de préparation des fêtes).

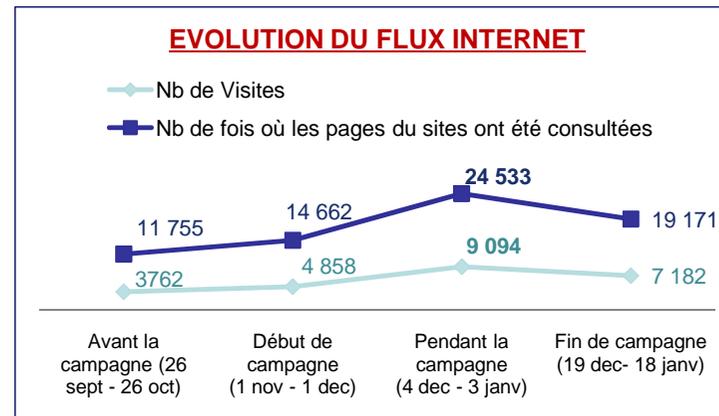
## L'impact de la campagne sur le site du CNC



### La campagne de communication a permis d'augmenter le flux des visites sur le sites internet du CNC.

Les visites pour le mois de décembre 2010 sont en hausses de plus de 100% par rapport au reste de l'année.

→ **Près de 400 visites par jour** en moyenne durant la campagne, au lieu de 100 visites par jour habituellement.



#### **Evolutions des visites** (cf. détails du flux Internet en annexe 1)

- On note que les visites augmentent considérablement dès la mise en ligne de la page web événementielle.
- L'augmentation des visites reprennent dès le 1<sup>er</sup> jour de diffusion du parrainage TV.
- A l'approche des fêtes de Noël, les visites augmentent considérablement et atteignent **536 visites** le 24 décembre !
- C'est seulement à partir du 31 décembre, fin de la campagne, que le nombre de visites chute pour retrouver le flux d'avant campagne, soit environ 100 visites / jour.

## Les annexes



- **Annexe 1 :** Evolution du flux du site Internet
- **Annexe 2 :** Retombées presse
- **Annexe 3 :** Retombées des chroniques radios
- **Annexe 4 :** Retombées du parrainage TV et insertions publicitaires sur le net

# Annexe 1



## Evolutions du flux des visites du site Internet



# Annexe 1

## Evolutions du flux des visites du site Internet



# 1. Avant campagne

www.cnc-france.com  
Tableau de bord

26 sept. 2010 - 26 oct. 2010  
Comparaison avec : Site



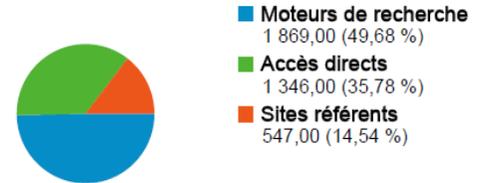
**Fréquentation du site**

- 3 762 Visites
- 57,68 % Taux de rebond
- 11 755 Pages vues
- 00:01:50 Temps moyen passé sur le site
- 3,12 Pages par visite
- 79,29 % Nouvelles visites (en %)

Au total, les pages de ce site ont été consultées **11 755 fois**.

- 11 755 Pages vues
- 8 199 Consultations uniques
- 57,68 % Taux de rebond

**Vue d'ensemble des sources de trafic**



# Annexe 1

## Evolutions du flux des visites du site Internet



## 2. Début de la campagne

www.cnc-france.com  
Tableau de bord

1 nov. 2010 - 1 déc. 2010  
Comparaison avec : Site



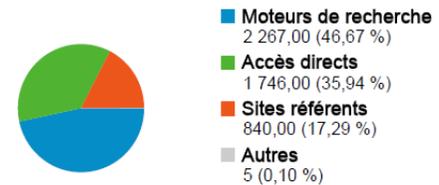
### Fréquentation du site



Au total, les pages de ce site ont été consultées **14 662 fois.**



### Vue d'ensemble des sources de trafic



# Annexe 1

## Evolutions du flux des visites du site Internet



### 3. Pendant la campagne

www.cnc-france.com  
Tableau de bord

4 déc. 2010 - 3 janv. 2011  
Comparaison avec : Site



#### Fréquentation du site



Au total, les pages de ce site ont été consultées **24 533 fois.**



#### Vue d'ensemble des sources de trafic



- Moteurs de recherche  
4 803,00 (52,82 %)
- Accès directs  
3 206,00 (35,25 %)
- Sites référents  
1 085,00 (11,93 %)

# Annexe 1

## Evolutions du flux des visites du site Internet



### 3. Après la campagne



**Fréquentation du site**

7 182 Visites	69,12 % Taux de rebond
19 171 Pages vues	00:01:22 Temps moyen passé sur le site
2,67 Pages par visite	85,49 % Nouvelles visites (en %)

**Au total, les pages de ce site ont été consultées 19 171 fois.**

19 171 Pages vues
13 906 Consultations uniques
69,12 % Taux de rebond

## Annexe 2



## Les Retombées presse et audiovisuelles





## Annexe 3



## Les Retombées des chroniques radios



## Annexe 4



## Les Retombées du parrainage tv et des insertions publicitaires sur le net

