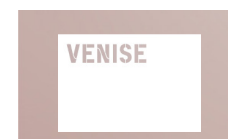




CAMPAGNE NATIONALE HUÎTRES 2010



Le contexte



Dans un contexte de rareté de l'huître pour la première année depuis le début du phénomène des surmortalités de naissains d'huîtres creuses en 2008, la communication nationale doit permettre :

- d'éviter toute inquiétude du consommateur sur la qualité de l'huître
- de justifier les prix en augmentation
- de conserver les consommateurs occasionnels de fin d'année

Les objectifs



A l'occasion des fêtes de fin d'année,
stimuler la consommation d'huîtres pour
assurer une bonne commercialisation

et

conforter l'image du produit « festif »
pour rester le coquillage incontournable des
repas de réveillon auprès des médias et
des consommateurs

Les objectifs



- **La cible**
Les hommes et les femmes âgés de 35 ans et plus
- **Les messages clés : les huîtres**
 - Sont des produits naturels
 - Sont d'un grand intérêt nutritionnel
 - Sont issus d'un véritable métier
 - Sont élevées en milieu protégé
 - Sont un des produits festifs par excellence

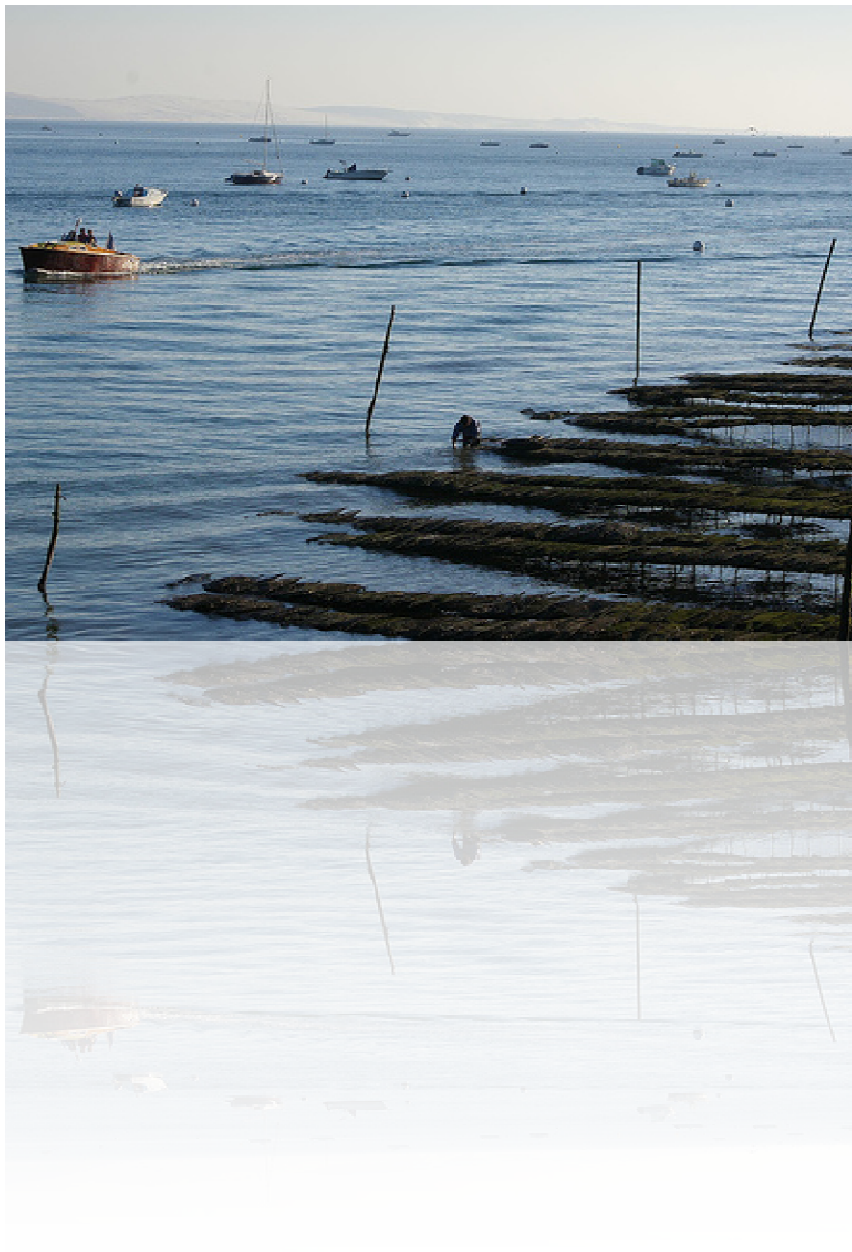
Le fil conducteur



- Le fil conducteur

La campagne de communication s'articulera autour de la notion **de fête**, avec une accroche qui rythme l'ensemble des actions :

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



LES ACTIONS

Le partenariat TV



VENISE



Partenariat avec la météo sur France 2

du 29 novembre au 24 décembre 2010

- en soirée, juste avant le journal télévisé de 20h.
- Ecran de 8 secondes en pré et post-générique de chaque émission météo,
soit 40 messages sur 1 mois



Le partenariat TV



VENISE

OUVERTURE

Collective des Huitres Billboard Début



Ouverture sur décor en 3D, une bourriche fermée est posée sur une plage de sable. Des algues et des citrons sont posés au sol.



Le couvercle de la bourriche s'ouvre...



...et laisse apparaître un plan de parc ostréicole.



Nous continuons à zoomer à l'intérieur de la bourriche.



Le plan est maintenant plein écran.



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

CONCLUSION

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.



Le partenariat TV



VENISE

Bandeaux publicitaires sur les sites Internet de France Télévision





Le partenariat TV



22/11/2010

Bandeaux publicitaires sur les sites Internet de France Télévision

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

Actualisation des visuels



Actualisation de la photothèque du CNC

- Pour sublimer le produit et donner envie
 - Pour apporter de la gourmandise au discours
 - Pour donner un nouveau souffle à la Communication
-
- 2 Photos recettes
 - 2 Photos du produit

Les nouveaux visuels



Création d'une page web événementielle

Accès direct avec l'adresse
www.huitre.com ou www.cnc-france.com

Une page web événementielle



Mise en ligne

du 18 Novembre à fin décembre 2010

- **Pour être fédérateur** : satisfaire tous les publics
- **Pour séduire** : donner l'envie de rester sur le site
- **Pour fidéliser** : en faire un site de référence sur lequel on vient chercher des infos « fiables »

Page web évènementielle

AVEC LES HUÎTRES,
SAVOUREZ DES FÊTES D'EXCEPTION !

Bientôt les Fêtes de fin d'année et nos papilles trépignent 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 **huîtres** : un cadeau d'exception que la mer nous offre sur un plateau.

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



PLONGEZ DANS LE MONDE DES HUÎTRES

DÉGUSTEZ DE NOUVELLES SAVEURS

Des chroniques radios locales



Créations de chroniques radios, clés en main

- Pour faire connaître les nombreux atouts de l'huître au grand public
- Pour aller directement à la rencontre du consommateur, par le biais d'un média extrêmement écouté

▪ Le principe

Diffusion gratuite et volontaire auprès de plus de 600 stations FM françaises

- Stations indépendantes commerciales
- Stations associatives
- Stations franchisées comme RTL 2, Europe 2, NRJ, Skyrock, Fun, Nostalgie, Chérie FM...

10 Chroniques radios sur des thématiques variées



- N°1 : Micro-trottoir de consommateurs
- N°2 : Les huîtres, l'accessoire indispensable à déposer sur les tables pour les fêtes
- N°3 : Tout savoir sur les différents crus et goûts des huîtres
(Interview de M. Brest)
- N°4 : Comment choisir les huîtres? Les conseils d'achat
- N°5 : Des idées minutes pour sublimer les fêtes de fin d'année avec la perle des coquillages (Conseils d'un chef – Charles Soussin)
- N°6 : Les trucs et astuces pour tout connaître des huîtres et épater vos invités
- N°7 : La découverte des méthodes d'élevage de l'huître
(Interview de M. Brest)
- N°8 : Les vertus nutritionnelles des huîtres expliquées par un professionnel de la nutrition (Interview d'une nutritionniste)
- N°9 : Tout savoir sur l'ouverture des huîtres avec un écailler
(Interview de M. Gonthier)
- N°10 : Huîtres – vins : faites résonner l'accord parfait

Les relations presse



■ Objectifs

- Renouveler l'image de l'huître et la présenter sous un nouveau jour
- Lui accoler une image à la hauteur de ses talents et booster sa visibilité en presse
- Insuffler un dynamisme nouveau pour définitivement l'inscrire dans l'air du temps
- Expliquer au consommateur les raisons d'une hausse des prix

■ Principe

- Le bureau de presse
- Les outils presse

Un dispositif « coup de poing » en 4 étapes



1. La réalisation d'un dossier de presse



Un dispositif « coup de poing » en 4 étapes



2. Des relances intensives et personnalisées avec proposition de sujets sur-mesure selon le support

Interviews de Mr Brest ou d'un ostréiculteur, reportages dans un bassin ostréicole, livraison d'un plateau d'huîtres en direct, etc. ...

3. L'accompagnement

Préparation dans le cas d'un entretien, organisation du reportage, etc....

La gestion des demandes entrantes (informations, visuels, etc....)

4. Le suivi des retombées pour bilan et évaluation

Sur la base d'une pige presse