



## CAMPAGNE NATIONALE Moules de Bouchot 2013





# L'agence

Un appel d'offre public a été mis en place en avril dernier, par le CNC, mandaté par le Groupement des Mytiliculteurs sur Bouchot (GMB), pour la réalisation de la campagne de communication nationale 2013.

C'est l'agence **Dufresne Corrigan Scarlett** qui a été sélectionnée par la Commission promotion du CNC.

**DUFRESNE  
CORRIGAN  
SCARLETT**  
ADVERTISING

## **Nos contacts :**

*Muriel Despeysse, Directrice Générale  
Amélie Loyen, Chef de groupe*

*Cnc*  
COMITE NATIONAL DE  
LA CONCHYLICULTURE



## Les actions

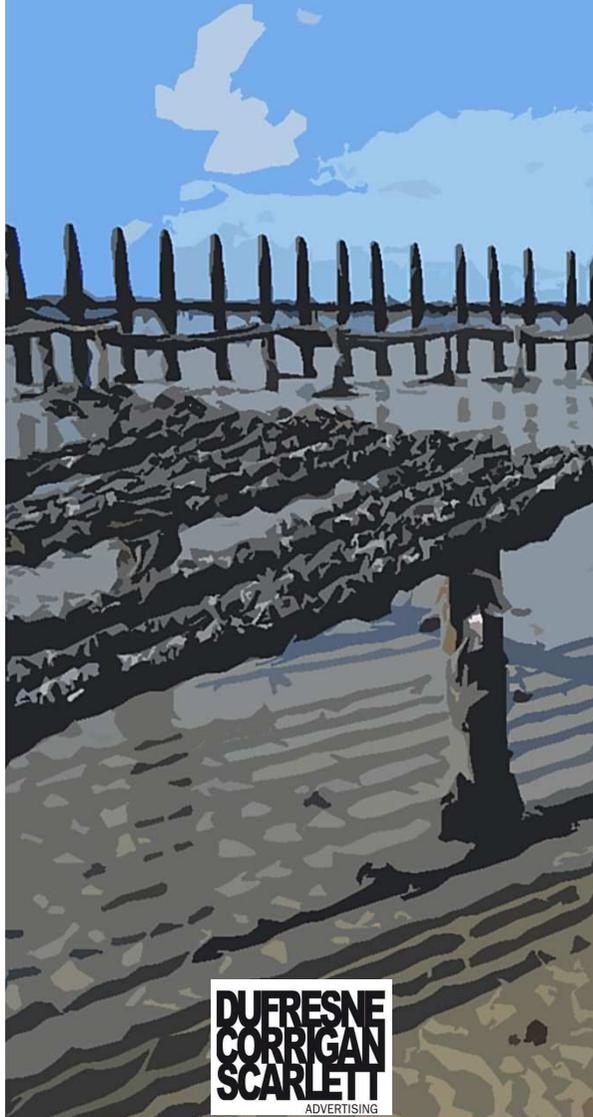
- ❖ Une campagne Radio
- ❖ Une annonce en presse Professionnelle
- ❖ Des Affiches



- Deux spots radios de **20 sec**
  - **+ de 530 spots diffusés**
  - **Une présence sur 2 mois**
    - 1<sup>ère</sup> vague du 8 au 25 août
    - 2<sup>ème</sup> vague du 7 au 17 septembre
  - Une diffusion sur les stations : **FunRadio, RTL, RTL2, MFM et les IndéRadios**
- Une couverture prévue de **58 %** sur la cible **25-49 ans**



## La Presse Pro



**DUFRESNE  
CORRIGAN  
SCARLETT**  
ADVERTISING

Une annonce dans la **presse professionnelle** est prévue pour annoncer la campagne de communication en juillet 2013, dans les titres Linéaires et Produits de la Mer.

**LINEAIRES**  
Le magazine de la distribution alimentaire

**PdM**  
PRODUITS DE LA MER

Toutes les raisons d'**aiMer** la **Moule de Bouchot**.

**La Moule de Bouchot vient de recevoir le label SPÉCIALITÉ TRADITIONNELLE GARANTIE**

**1er produit français** à recevoir ce label au niveau européen : pour la Moule de Bouchot, c'est la reconnaissance de son mode de production traditionnel, qui la rend unique : l'élevage sur bouchots.

Avec sa pureté naturelle, sa coquille toujours bien remplie et sa belle couleur qui varie du crème au jaune orangé après cuisson, la Moule de Bouchot ravit tous les gourmets.

**La Moule de Bouchot, bientôt sur toutes les tables grâce à une campagne radio d'envergure en 2 vagues successives :**

**Vague d'été (août) & vague de Rentrée (septembre)**  
RTL, RTL2, Fun Radio, MFM et les IndeRadios  
**4 semaines de présence**  
Plus de **58%** de couverture sur cible 25-49 ans.

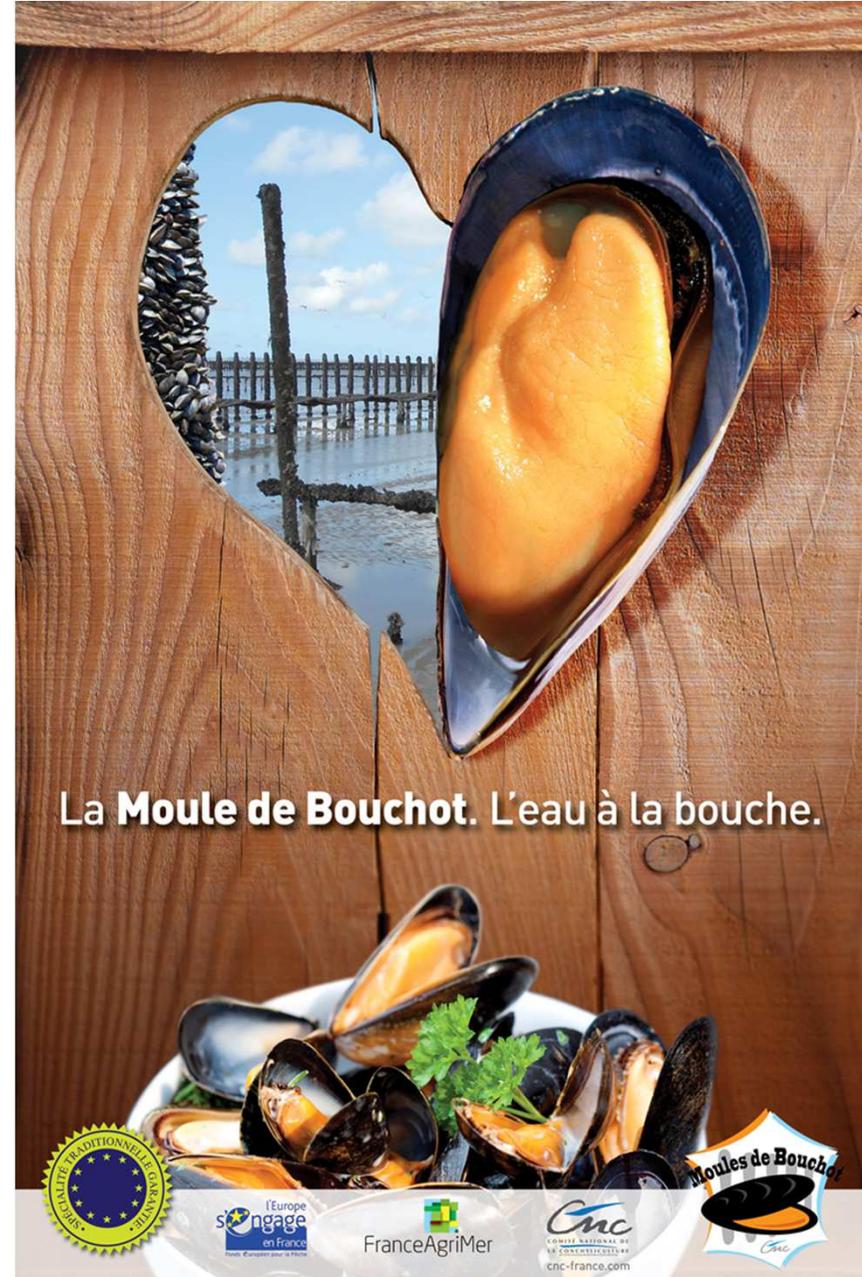
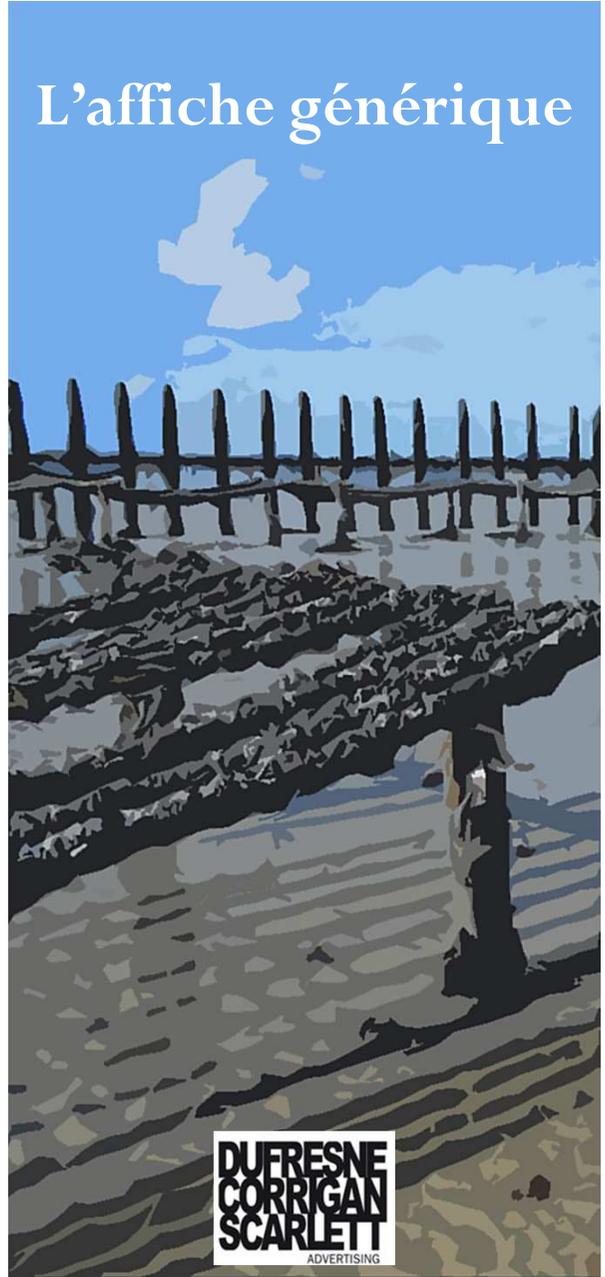
**La Moule de Bouchot. L'eau à la bouche.**

Logo: SPÉCIALITÉ TRADITIONNELLE GARANTIE (EUROPEAN UNION)

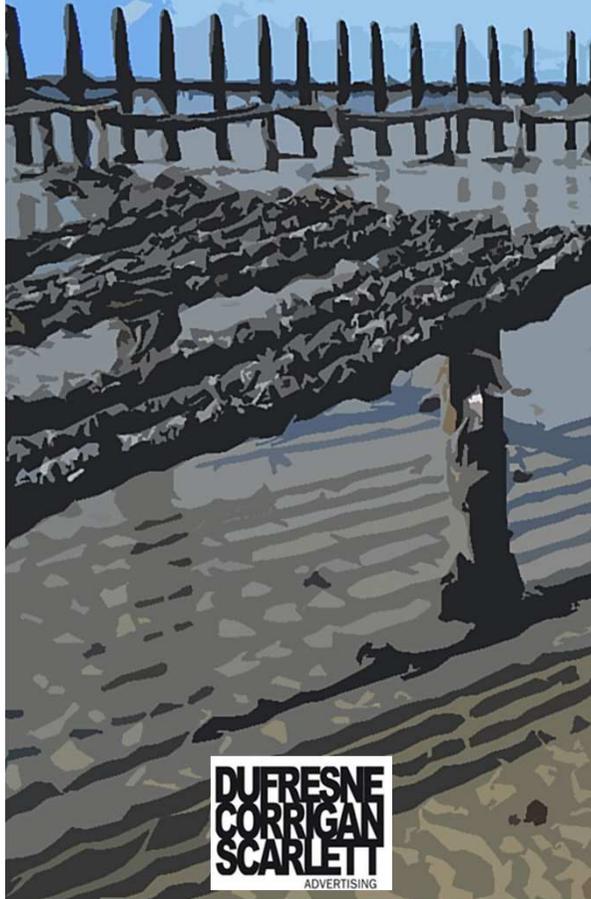
Logos: Dufresne Corrigan Scarlett, FranceAgriMer, Cnc (cnc-france.com)



- **Une affiche « générique »**  
en 3 300 exemplaires
- **Une affiche « moules cuisinées »**  
en 1 700 exemplaires
- Format 60 x 80 cm, plastifiées
- **Distribuées dans les CRC,**  
sur la base de 2 affiches « génériques »  
et 1 affiche « moules cuisinées » par  
entreprise



# L'affiche « Moules cuisinées »



**DUFRESNE  
CORRIGAN  
SCARLETT**  
ADVERTISING

**La Moule de Bouchot. L'eau à la bouche.**

Spécialité Traditionnelle Garantie  
l'Europe s'engage en France  
FranceAgriMer  
CNC  
COMMISSARIAT NATIONAL DE LA COQUILLERIE DE FRANCE  
cnc-france.com  
Moules de Bouchot