

ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE EN COMMUNICATION

En raison de la crise sanitaire COVID 19, **la filière cidricole de Normandie** connaît aujourd'hui une crise économique !

⇒ Arrêt des commandes liées à la restauration, au tourisme et à l'événementiel et une baisse très importante de la vente directe et en magasins

⇒ Stock d'invendus depuis mi-mars

⇒ QUID de la récolte à venir qui semblait prometteuse

Une campagne promotionnelle soutenue par la Région Normandie, les Cidres de France (UNICID, Union Nationale Interprofessionnelle Cidricole) et l'IDAC a été mise en place depuis le 22 juin dernier

Cibles Principales

Normands dans leur ensemble qui consomment occasionnellement du cidre/jus de pommes, poires/poiré et qui souhaitent participer à la reprise économique de leur région

Normands de 25-65 ans : Jeunes adultes (attrait pour ces boissons aromatisées), jeunes parents (boissons seines et locales), parents et grands-parents (acheteurs et consommateurs lors des réunions de famille)

Acteurs de la filière (fermiers, artisans, coopératives...), restaurateurs normands, professionnels du tourisme & événementiel en région, les sommeliers, les distributeurs et les cavistes/épiceries

PROBLEMATIQUE DE COMMUNICATION :

Comment inciter les normands à consommer du cidre* qui fait l'attrait touristique et économique de la région

alors que

celle-ci est occasionnelle et que certains lieux de vente vont rester fermés cet été à cause de la crise sanitaire ?

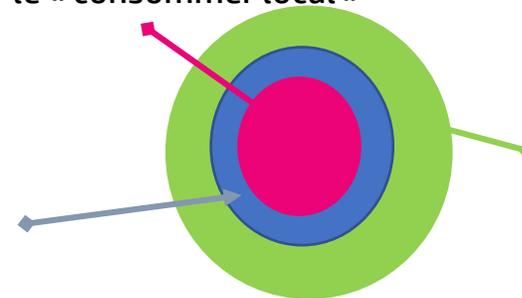
Les objectifs :

-Relancer la consommation des boissons cidricoles normandes en sortie de crise

-Prolonger la tendance à consommer du cidre en période estivale

Cœur de cible

Normands entre 30-50 ans ayant un attrait pour le « consommer local »



Cibles Secondaires

Médias normands et spécialisés (gastronomie, tourisme, institutionnels, féminins)

Influenceurs normands & parisiens

Institutionnels Normands : Départements, Région, élus locaux... qui souhaitent inciter la consommation locale pour faire face à la crise

Campagne promotionnelle

CiDRIVORES

Nos **boissons** normandes, on les **adore** !

-  ⇒ Création d'un #Cidrivores
-  ⇒ Déclinaison digitale sur les réseaux sociaux avec visuels et motion design
(abonnés multipliés par 2 durant l'été)
-  ⇒ Partenariats avec des influenceurs normands autour d'un panier « cidrivores » mettant en avant les lauréats du Concours des Cidres Normandie et goodies de la campagne promotionnelle
-  ⇒ Trafic x6 sur le site Internet de la Maison Cidricole de Normandie durant l'été

⇒ Message : Les Normands deviennent « ambassadeurs » des boissons cidricoles



Graphisme par Fanny Jean-Pierre de Coeur d'articho

⇒ Affichage traditionnel et dynamique sur les 5 départements

(plus de 4 540 000 personnes touchées durant l'été)

Campagne promotionnelle



⇒ 5000 Cartes postales à germer (graines de fleurs intégrées au papier) envoyées aux élus locaux, conseils départementaux et gouvernement pour soutenir la filière (les producteurs normands en ont offert à leur client durant l'été)



⇒ Plus de 280 000 sacs à pains ont été distribués dans 500 boulangeries à Paris et les Hauts de Seine



⇒ Lancement de la campagne promotionnelle durant le Concours des Cidres Normandie qui a permis une couverture médias régionale complète

(organisation de points presse sur les 5 départements durant 1 semaine – 30 articles presse parus)