



PRESENTATION DU DOMAINE D'ACTIVITE STRATEGIQUE DU SUACI « APPUI AUX DEMARCHES DE VALORISATION DES PRODUITS »

Exemples d'actions en cours ou réalisées récemment

Observatoire permanent des marchés des fromages des Savoie

- ❑ Objectif : analyse trimestrielle à l'échelle nationale de la consommation et de la distribution des fromages savoyards
- ❑ Partenaires : Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes. Regroupe les 7 fromages reconnus en Appellation d'Origine Contrôlée (Abondance, Beaufort, Chevrotin, Reblochon, Tome des Bauges) et les 2 fromages protégés en tant qu'Indication Géographique Protégée (Emmental de Savoie et Tomme de Savoie), F.D.C.L. de Savoie et F.D.C.L. de Haute-Savoie
- ❑ Méthode : analyse trimestrielle des données des panels NIELSEN et SECODIP. Elaboration de 6 fiches de synthèse par trimestre et de 6 fiches annuelles récapitulative. Une fiche annuelle sur les fromages de Savoie dans la Restauration Hors Foyers.
- ❑ Contact : Nathalie GARÇON

Analyse de la réaction des consommateurs face à plusieurs choix possibles de signe officiel de qualité pour la Tomme de Savoie

- ❑ Objectif : pertinence d'une Certification de Conformité (C.C.P.), d'un Label Rouge associé à une I.G.P. ou de l'Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C. / A.O.P.) pour la Tomme de Savoie
- ❑ Partenaire : Syndicat Interprofessionnel de la Tomme de Savoie (S.I.T.S.)
- ❑ Méthode : étude qualitative. Deux table-ronde consommateurs organisées en Savoie et en Région Parisienne
- ❑ Contact : Nathalie GARÇON

Association de promotion / découverte des produits agricoles de Savoie

- ❑ Objectif : relance d'une association de promotion collective des produits de Savoie devant redéfinir son activité
- ❑ Partenaire : AGRIPROMO Savoie
- ❑ Méthode :
 1. Phase de diagnostic : analyse des besoins des produits agricoles de Savoie
 2. Phase de conseil : proposition d'un programme en vitesse de croisière et d'un programme d'activité 2004. Elaboration du budget (coûts et plan de financement). Conseil sur la modification des statuts de l'Association.
- ❑ Contact : Emmanuel MINGASSON

Les fromages de Savoie dans la Grande Distribution

- ❑ Objectif : déterminer les actions collectives tous fromages ou individuelles par produit pour soutenir la place des fromages de Savoie dans la grande distribution
- ❑ Partenaire : Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes
- ❑ Méthode : rencontre des décideurs nationaux et régionaux (produits frais, fromages « coupe » et fromages « L.S. ») aux sièges de chacune des grandes enseignes (Auchan, Carrefour, Casino, Leclerc, Intermarché, Système U). Rédaction d'une fiche par enseigne. Elaboration de recommandations adaptées à la dimension et à la structure (nombreuses P.M.E.) des filières fromagères savoyardes.
- ❑ Contact : Nathalie GARÇON

Marquage de la Tomme de Savoie

- ❑ Objectif : appréciation d'un nouveau système de marquage du nom Tomme de Savoie par jet d'encre sur la croûte
- ❑ Partenaire : Syndicat Interprofessionnel de la Tomme de Savoie (S.I.T.S.)
- ❑ Méthode : Interview des consommateurs en situation devant le rayon coupe en supermarchés / hypermarchés.
- ❑ Contact : Nathalie GARÇON

Fruits de Savoie : conseil en communication et baromètre de notoriété

- ❑ Objectif : conseil en communication auprès des consommateurs sur la qualité spécifique des Pommes et des Poires de Savoie (I.G.P.) - Il s'agit d'effectuer un post-test de mesure de l'évolution de la notoriété spontanée et de la notoriété assistée en tant que produits alimentaires du terroir savoyard. L'objectif secondaire est de profiter de cette étude pour recueillir des éléments sur la perception des consommateurs sur les Pommes et Poires de Savoie.
- ❑ Partenaire : Syndicat Fruits des Savoie
- ❑ Méthode : rédaction du cahier des charges de l'intervention de l'agence de communication du groupement. Analyse des propositions de l'agence. Conseil au groupement et suivi de réalisation. Etude quantitative sur un échantillon de 1000 personnes représentatives de la population des départements de Savoie et Haute Savoie, et sur des critères âge et sexe.
- ❑ Contact : Nathalie GARÇON

Route des Fromages des Savoie / Itinéraires des Fromages autour du Mont Blanc

- ❑ Objectif :
 1. 2003 : itinéraire touristique de découverte des fromages savoyards dans des sites production, fabrication et affinage sélectionnés pour la qualité de leur accueil des visiteurs.
 2. 2004 : itinéraire transfrontalier de découverte des fromages savoyards, valdôtains, valaisans et des Alpes Vaudoises
- ❑ Partenaire : Association des Fromages Traditionnels des Alpes Savoyardes
- ❑ Méthode : prise en charge complète du dossier en 2003 et 2004, chaque phase faisant l'objet d'une validation par le partenaire. Sélection des sites et évaluation en cours de saison touristique. Conception de la communication : support de présentation de la Route des Fromages, événement de lancement et relations presse. Sélection du créateur graphiste. Négociation des budgets. Suivi de réalisation.
- ❑ Contact : Emmanuel MINGASSON / Nathalie GARÇON

Etude EUROMONTANA sur la valorisation des produits de montagne en Europe

- ❑ Objectif : réalisation en Savoie d'une partie d'une étude destinée à :
 - comparer les différentes stratégies de valorisation des produits de montagne dans 10 régions de montagne de 7 pays européens membres ou non de l'Union Européenne,
 - analyser les facteurs clé de réussite des projets,
 - édicter des propositions à l'attention de la Commission des Communautés Européennes,
 - favoriser l'échange d'informations et d'expériences à travers un réseau.
- ❑ Partenaire : EUROMONTANA
- ❑ Méthode :
 - réalisation d'enquête auprès de 20 filières différentes de produits de montagne en Savoie
 - analyse détaillée de la stratégie de deux filières
 - membre du Comité de Pilotage de l'étude : mise au point de la méthodologie et traitement des résultats provenant des 7 pays
 - travail entièrement réalisé en langue anglaise
- ❑ Contact : Emmanuel MINGASSON – 04 79 70 77 70 – emingasson@suacigis.com