

# DOSSIER DE PRESSE

## Lancement de la nouvelle signature



**Contact presse :**

Marjorie MORTEAU  
Chambre d'Agriculture Dordogne  
Chargée de communication  
[marjorie.morteau@dordogne.chambagri.fr](mailto:marjorie.morteau@dordogne.chambagri.fr)  
05 53 35 88 21

# Sommaire



... son communiqué de presse



... sa naissance



... ses objectifs



... son positionnement



... sa perception

# Communiqué de presse

## La Chambre d'Agriculture lance sa nouvelle signature de produits locaux

Qualité, proximité et consommation durable réunies dans une marque agroalimentaire

A l'occasion de la Foire Exposition de Périgueux, la Chambre d'Agriculture vous dévoile la nouvelle signature... **Saveurs du Périgord**.

Née d'une volonté de promouvoir et de valoriser les produits locaux mais aussi les savoir-faire des producteurs du département, cette marque 100 % Périgord vous sera officiellement présentée le **mardi 15 septembre à 14 h 00 au Parc des Expositions, à Marsac sur l'Isle**, par Jean-Pierre Raynaud, Président de la Chambre d'Agriculture (rendez-vous sur l'espace agricole, dans la cour de la ferme).

**Saveurs du Périgord** est une nouveauté attendue par les consommateurs, les producteurs mais aussi les différents circuits de distribution du département.

**Saveurs du Périgord** vous dévoilera sa programmation commerciale 2009-2010 lors de cet événement.

## Discours du Président de la Chambre d'Agriculture

Mesdames et messieurs, bonjour, merci d'être venus au Parc des Expositions de Périgueux.

Lorsque vous avez reçu l'invitation, vous avez pu voir que la Chambre d'Agriculture vous invitait à assister au lancement d'une nouvelle signature de produits locaux... Saveurs du Périgord.

Aujourd'hui nous vous dévoilerons les traits physiques et commerciaux de notre initiative. Mais tout d'abord, je vais vous expliquer la naissance de Saveurs du Périgord.

Cette signature, vous vous en doutez, n'est pas sortie du chapeau par hasard ! Saveurs du Périgord est le fruit d'une mûre réflexion, basée sur des études et des tests pratiques.

L'an dernier déjà nous avons réalisé une opération test sur plus de 10 mois en GMS. L'objectif était de référencer et promouvoir le plus possible de produits « Périgord » en rayons. Le résultat a été un franc succès.

Tous les fournisseurs et partenaires qui se sont impliqués dans cette opération souhaitaient reconduire l'action : artisans, coopératives producteurs fermiers, signes officiels de qualité, ...

Nous avons entendu ce souhait et dès le début de l'année 2009, nous avons réfléchi à ce constat : Comment promouvoir les produits agricoles du département, transformés ou non, en provenance des filières courtes et longues, tout en étant en mesure de répondre à la demande du consommateur ?

Pour y répondre, l'ensemble des partenaires de la Chambre d'Agriculture s'est réuni lors de réunions de travail. Chacun a exprimé son point de vue et en tant que Président de la Chambre d'Agriculture, je me devais de faire en sorte que chacun se retrouve équitablement dans cette démarche.

Il n'était pas question de lancer une signature pour faire un simple coup marketing auprès du consommateur !

A l'heure actuelle, le consommateur n'achète plus une simple marque mais il est attentif aux valeurs communiquées : Qui est le producteur ?, D'où vient-il ?, quelles sont les plus-values du produit en matière de goût, de santé, de respect de l'environnement ?

C'est dans cette optique que Saveurs du Périgord est née.

J'ai aussi souhaité que certaines valeurs essentielles telles que développement durable, produits de qualité et commerce équitable soient bien partagées avec les distributeurs pour garantir également un juste prix d'achat au producteur.

Nous avons observé et interrogé les consommateurs au sujet de leurs attentes en matière de produits agroalimentaires.

De cette façon, nous savons que 68 % d'entre eux sont attachés à la provenance des produits et 92 % encouragent la démarche de consommation durable.

Saveurs du Périgord n'est pas seulement une stratégie publicitaire.

Saveurs du Périgord c'est avant tout la valorisation d'une démarche de consommation durable et de proximité.

Saveurs du Périgord est une signature qui propose une gamme de produits diversifiée grâce à l'implication des agriculteurs, artisans, distributeurs et industriels.

Beaucoup ont souhaité participer spontanément à cette démarche, qui répond à un réel besoin. Ce qui assoie davantage la légitimité de Saveurs du Périgord.

L'agriculture périgourdine lance sa marque de produits agroalimentaires dans les grandes surfaces alimentaires proches de Périgueux. C'est parce que les acteurs qui adhèrent à cette marque sont convaincus que l'agriculture durable passe, en partie, par la commercialisation des produits locaux que la marque voit le jour. Il existe un véritable marché. Il s'agit d'un créneau, une véritable niche à saisir. On sait aujourd'hui que 10 % seulement des produits locaux sont proposés par les GSA (Grandes Surfaces Alimentaires). Etude qui portait sur « la consommation des produits issus de l'agriculture locale sur l'agglomération de Périgueux ».

### **Objectifs**

- Une marque collective pour les produits agroalimentaires
- Une marque valable pour des produits fermiers, artisanaux, coopératives, industriels dont la traçabilité Périgord est avérée ou sous signes officiels de qualité
- Une marque en complémentarité avec la réglementation et la communication signes officiels de qualité.



... son positionnement

**Saveurs du Périgord** se positionne comme une marque agroalimentaire locale qui met en avant les produits du coin. C'est sous l'angle de la proximité qu'elle signe sa marque. Le logo affichera les dimensions de plaisir, de proximité et sera relayé par une signature qui accentuera la notion de qualité et de saveurs des produits.

**Attractif** : Le ton est original, c'est pour cette raison qu'il est attractif.

Ayant opté pour une stratégie de différenciation, il est nécessaire d'aller jusqu'au bout. Pourquoi ne pas signer sur la valeur et l'axe prioritaire : le goût. Et s'il n'y a rien à ajouter alors tout est dit « *le goût, un point c'est tout* ».

Le fait que le logo identifié **Saveurs du Périgord** soit associé à la signature, la dimension de proximité est renforcée. Il n'est donc pas nécessaire de renforcer cet axe dans la signature.

**Distinctif** : Généralement, les signatures sont subtiles et jouent sur le même registre : la convenance ou l'humour. **Saveurs du Périgord**, signe sa différence par le goût.

**Durable** : La signature est simple et réaliste. Compréhensible et dynamique elle s'adaptera parfaitement au temps qui passe. Elle ne rentre pas dans un vocabulaire à la mode.

**Crédible** : La signature est authentique et ne joue pas sur l'imaginaire. La crédibilité de la marque est donc assurée par ses ambassadeurs : les produits qui ont du goût.



En mai et juin derniers, la Chambre d'Agriculture a réalisé une étude afin de mesurer la perception des clients des grandes surfaces alimentaires proches de Périgueux, à l'égard de **Saveurs du Périgord**.

**Voici les indicateurs que nous avons testé :**

- perception des produits agroalimentaires issus de l'agriculture du département
- sensibilité à la consommation durable
- perception et compréhension de la création graphique

**Voici en résumé les résultats de l'enquête :** • **Les produits du Périgord** : 42 % qualifient les produits agroalimentaires du Périgord par le « goût », 28 % par la « qualité » et 27 % par leur « aspect traditionnel » ;

• **Attachement origine des produits** : 68 % sont attachés à la provenance des produits et 92 % disent encourager une démarche de consommation durable et les producteurs locaux ;

• **Achat produits locaux** : 38 % achètent régulièrement, 50 % parfois ;

• **Raison de l'achat local (réponse libre)** : 26 % pour encourager l'économie locale, 20 % pour encourager les producteurs locaux, 15 % qualité des produits et 14 % pour être rassurés sur la provenance des produits ;

• **Circuit de distribution et intention d'achat produits locaux** : 85 % seraient prêts à acheter davantage de produits locaux si vendus en supermarché.

• **Perception de la création graphique** : 58 % sont attirés par le logo **Saveurs du Périgord**

\* *En regardant le logo de **Saveurs du Périgord**, 55 % affirment avoir envie d'acheter des produits de la marque*

\* *Raison attirance :*

- les couleurs accrochent l'œil à 30 %
- logo jeune et dynamique à 35 %
- logo clair et lisible à 14 %

\* *A quoi la marque leur fait penser (réponse libre) ?*

- 21 % « fraîcheur »
- 14 % « marque locale »
- 13 % « proximité »
- 12 % « vitalité », « goût » et « terroir »
- 11 % « produits de qualité » et « dynamisme »