



GAL « CEVENNES »

Elaboration de la stratégie de commercialisation et du plan de communication de la filière Baron des Cévennes

Maître d'ouvrage : Association Porc Plein air des Cévennes – désignée Baron des Cévennes

Localisation : Alès (siège)

Fiche-action 2 : *Maintien et diversification des activités agricoles et forestières*

Sous-action 1 : *Soutien au développement et au maintien des activités agricoles, à la promotion des filières et circuits courts et aux pratiques agricoles exemplaires*

Date récépissé de dépôt : 31/01/2018

Dates prévisionnelles de réalisation : 01/02/2018 au 01/02/2020

Type de bénéficiaire : Association Loi 1901



Type de dépenses : Dépenses immatérielles : Coûts de personnel, Frais de déplacements rattachés à l'opération, Frais de restauration, Prestation externe de conseil et d'expertise pour la mise en place d'une démarche collective, Frais liés à la communication.

Dépenses matérielles : Ediction et publication de supports de communication

Résumé du projet :

L'association Baron des Cévennes a été créée en 2013 à l'initiative de restaurateurs, d'éleveurs et d'acteurs économiques des Cévennes afin de développer une filière d'excellence agroalimentaire d'élevage de porcs en plein air. En 2015, la race de porc DUROC a été choisie suite à la validation de la phase de tests pour représenter le Baron des Cévennes. L'élevage des porcs doit répondre à un cahier des charges qui impose notamment de l'alimentation locale (châtaignes, céréales de la coopérative d'Alès) et l'abattage à l'abattoir d'Alès. Aujourd'hui, les porcs arrivant à maturité (engraissement 12 à 14 mois) et les jambons ayant atteint le seuil de salaison requis (18 à 24 mois d'affinage), les 12 éleveurs doivent établir la meilleure stratégie de commercialisation, de promotion et de communication sur leurs produits d'excellences (terrines, jambons, saucissons...) qui seront pour l'essentiel préparés à la CUMA du Baron à Anduze.

Grâce à l'aide d'un cabinet de conseil (stratégie commerciale), de la mise en place d'un site internet, la réalisation d'une charte graphique, d'un packaging et de divers outils de communication l'association Baron des Cévennes pourra établir une stratégie commune à tous les éleveurs, favoriser le développement de l'activité de la filière et permettre la diversification de certaines exploitations agricoles.

Cette phase de développement de la filière sera animée par la salariée de l'association en partenariat avec l'ensemble des acteurs (salaisoniers, abatteurs, éleveurs...) intégrés à la démarche Baron des Cévennes.

Dépenses prévisionnelles TTC :

Etude, prestation, conseil	4 020,00 €
Ingénierie, frais de personnel	2 398,00 €
Communication	11 544,00 €
Frais de mission	788,45 €
TOTAL	18 750,45 €

Plan de financement prévisionnel TTC :

LEADER	12 000,00 €
Pays Cévennes	3 000,00 €
Autofinancement	3 750,45€
TOTAL	18 750,45€

