

## C.2.3 Favoriser les actions de promotion collective

CAPRINS  
+ OVINS LAIT

### ■ Contexte :

Les filières caprine et ovine laitière bénéficient d'une bonne image dans le grand public, et notamment au niveau régional. C'est un avantage qu'il faut toutefois entretenir et préserver. Dans un monde d'hyper communication, les filières doivent maintenir un effort constant pour être connues et reconnues.

Il est cependant d'autant plus difficile de financer des actions de promotion qu'elles correspondent à une ambition collective. Or les seuls fonds collectifs disponibles pour la communication et la promotion sont ceux de l'ANICAP, l'interprofession laitière caprine nationale. Au niveau régional, le CRIEL caprin, contrairement au CRIEL lait de vache, n'appelle pas de cotisation spécifique pour la promotion.

C'est pourquoi il est proposé d'accompagner, dans le cadre du CROF, les initiatives des structures locales en matière de communication et de promotion sur les filières caprine et/ou ovine laitière, leurs métiers et leurs produits. Le soutien de la Région sera déterminant pour leur permettre de réaliser leurs projets, au bénéfice général des deux filières.

### ■ Résumé de l'action : Favoriser la mise en œuvre par des structures locales ou régionales d'actions de communication et de promotion sur les filières caprine et ovine laitière, leurs métiers et leurs produits

### ■ Objectifs :

- soutenir la demande des consommateurs en fromages de chèvre et de brebis, lever les a priori et faire découvrir toute la gamme de produits,
- entretenir le capital de sympathie pour l'élevage caprin et ovin lait dans la société civile, et positionner les filières en tant qu'acteurs économiques et territoriaux
- attirer les porteurs de projets dans les métiers de ces filières.

### ■ Description de l'action et moyens à mettre en œuvre :

On pourra prendre en compte toute action collective de communication et de promotion des filières caprine et ovine laitière, de leurs métiers et de leurs produits :

- réalisation de supports de communication
- communication sur les réseaux sociaux
- promotion dans le cadre de manifestations locales
- création d'évènements
- relations avec les médias
- etc....

Les actions proposées devront avoir une portée collective et comporter un intérêt d'ordre général pour la filière.

Chaque proposition d'action sera soumise à l'avis du Comité de Pilotage qui décidera ou non de sa prise en compte dans le cadre du CROF.

Le 20 mai 2015, le Comité de Pilotage a donné son accord pour la prise en compte sur l'année 2015 (à compter du 16/10/15) du projet porté par l'Association des Producteurs de la Fromagerie de la Drôme (APFD) de réalisation d'un film destiné à faire découvrir l'élevage de chèvres, notamment à de jeunes publics.

Pour raisons budgétaires, l'enveloppe consacrée à cette action C.2.3 a été très fortement resserrée.

Elle est dimensionnée pour pouvoir au minimum prendre en compte les trois projets suivants :

- projet de film de l’APFD
- manifestation le « Printemps des Chèvres » (à Faverges – Haute-Savoie, au mois d’avril, tous les deux ans en année paire)
- stand caprin (voire caprin-ovin lait) dans le cadre des Rendez-vous avec l’Agriculture du Rhône (à Marcy l’Etoile – Rhône, fin août, tous les deux ans, en année paire également)

- **Calendrier de l’action** : sur la durée du CROF, soit du 16/10/15 au 15/10/19
- **Bénéficiaires** : structures mettant en œuvre et supportant les coûts des actions de communication et promotion
- **Partenaires** : Rhône-Alp’Elevage, CRIEL sud-est, ANICAP, Rhône-Alpes Gourmand
- **Dépenses subventionnables** : coûts internes et coûts externes
- **Justificatifs à fournir par les bénéficiaires** : justificatifs des coûts internes engagés, factures pour les coûts externes, un exemplaire de chacun des supports de communication créés, bilan de chacune des actions de communication-promotion menées.  
Le logo de la Région devra être apposé sur tout support de communication.
- **Cadre réglementaire** : aide allouée sur la base du régime d’aides notifié Aide d’Etat/France n° SA 39677 (2014/N) : aides aux actions de promotion des produits agricoles.
- **Budget prévisionnel annuel à titre indicatif** :

Nature des dépenses	Taux d'aide	Répartition annuelle des coûts					TOTAL
		2015 à partir du 16/10/15	2016	2017	2018	2019 jusqu'au 15/10/19	
Actions collectives de communication et promotion	40%	3 000 €	38 000 €	0 €	38 000 €	0 €	79 000 €
<b>Coût total de l'action</b>		<b>3 000 €</b>	<b>38 000 €</b>	<b>0 €</b>	<b>38 000 €</b>	<b>0 €</b>	<b>79 000 €</b>
<b>Montant de l'aide Région</b>		<b>1 200 €</b>	<b>15 200 €</b>	<b>0 €</b>	<b>15 200 €</b>	<b>0 €</b>	<b>31 600 €</b>

- **Co-financements** : auto-financement des structures bénéficiaires portant les projets, et le cas échéant, autres financements publics
- **Évaluation** :

INDICATEURS (de réalisation et de résultats)	
• Réalisations	Nombre de supports de communication créés Nombre d’opérations de communication ou promotion réalisées
• Résultats	Bilan de diffusion des supports de communication Nombre de visiteurs dans les manifestations locales