





Projet Cagou 3.0

Etats généraux de l'industrie



Les 29 et 30 novembre 2017, la FINC organisait les EGI en présence d'une **centaine d'acteurs économiques** répartis en **6 groupes de travail**.

17 projets ont émergés de ces deux journées de travail, visant à **développer l'industrie de demain**.

Ces 17 projets ont ensuite été regroupés en **10 projets** qu'il s'agit aujourd'hui de mettre en œuvre.

www.finc.nc

Objectifs du projet

Projet Cagou 3.0

Faire **connaître** les qualités et les propriétés des **produits calédoniens** par la définition d'une **marque** ou d'un **label** explicite et visible pour le **consommateur**, et par une **communication** appropriée via des solutions numériques ou autre.



Composition du groupe de travail

Projet Cagou 3.0

CoDEGI

Comité de déploiement des Etats Généraux de l'Industrie

12 membres dont :

Cécile Chamborédon (FINC)

secrétaire des Etats généraux de l'industrie

Arnaud Lataste (Province Sud)

et Aude Henrotay (Goodman Fielder)

Référents CoDEGI du projet

Projet Cagou 3.0

Gilles Lecoindre (Sifrais)

industrie et référent FINC auprès des GMS

Céline Residori (Lyne Création)

industrie

Charles Vuillod (CapAgro)

agroalimentaire

Alexandra Gardner (Poemart)

art et visibilité à l'international

Gilles Vernier (UFC)

consommateurs

Amandine Babey (Billboard)

industrie et marketing / communication

Eric Chevrot (Pacôme)

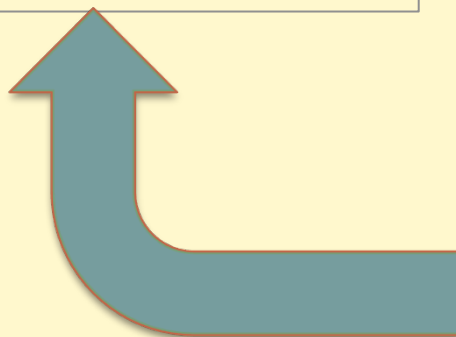
industrie et membre du Codir de la FINC

Sidonie Ganatchian (CCI)

Pole communication - Chambre de commerce et d'industrie

Marjorie Micollet (FINC)

industrie et communication



Etape 1 : étude préalable

Projet Cagou 3.0



OBJECTIF : Déterminer l'image actuelle du **logo cagou** auprès des calédoniens

MOYENS :



- **Etude :**

- Questions destinées aux consommateurs calédoniens

Que renvoie l'image du logo cagou actuel?

Celui-ci va t-il motiver l'achat d'un produit local plutôt que celui d'un produit importé ?

- Méthodes de sondage : Mailing, internet

Etape 2 : définir le logo

Projet Cagou 3.0



OBJECTIF : déterminer le logo qui représentera les produits calédoniens

Doit-on garder le logo cagou existant, le faire évoluer ou le changer?

MOYENS :

- **Focus groupe** qui permettra:
 - ⇒ de déterminer l'une de ces 3 possibilités
 - ⇒ donner des idées de symboliques pouvant constituer le logo
 - ⇒ travailler sur les déclinaisons possibles du logo (*transformé, musique, écologique, agricole, etc*)
- Accompagnement d'une **agence de comm'** pour création du logo

Etape 3 : encadrer la marque

Projet Cagou 3.0



OBJECTIFS :

- **Cahier des charges** du logo
(Payant ou non? Durée d'attribution? Critères d'attribution?)
- **Comité de certification** du logo
(Qui constitue le comité? Quelle fréquence de réunion? Charte d'utilisation du logo à créer)
- **Kit de communication** destiné aux entreprises
- **Site internet** : produits par secteurs, lieux de vente, référencement des entreprises

MOYENS :

- **Benchmarking** des données existantes sur le sujet en Nouvelle-Calédonie
- **Benchmarking** des marques et labels existants en Nouvelle-Calédonie, en France et dans la région

Etape 4 : actions de com'

Projet Cagou 3.0



OBJECTIF : déterminer un plan de comm' permettant

- d'informer les calédoniens sur l'existence du logo de production locale,
- de rendre visibles les produits calédoniens sur le long terme

MOYEN: recensement des outils de valorisation des produits locaux existants

MISE EN OEUVRE :

- Site internet dédié au label
- Presse
- Radio
- Évènements
- Campagne digitale (visuels + jeux)
- Affichage 4*3
- Opération commerciale : Stop rayon, jeux
- Comm' à l'international avec l'appui du CTOS, de NCT&I, du POEMART et des GIE tourisme (film?)



- **Que pensez-vous de ce projet?**
- **Etes-vous d'accord pour rejoindre notre groupe de travail (à raison d'une réunion par mois un lundi midi) ?**



MERCI

Projet à suivre sur www.finc.nc