



ETATS GÉNÉRAUX  
**DE L'INDUSTRIE**  
en Nouvelle-Calédonie



# 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](http://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*

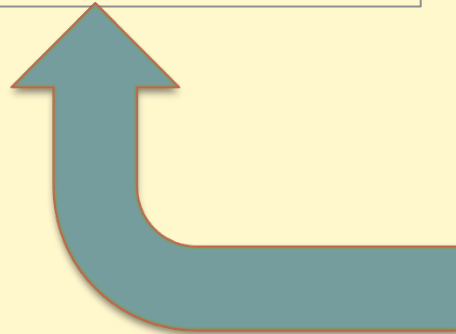
**Alexandra Gardner (Poemart)**  
*art et visibilité à l'international*

**Gilles Vernier (UFC)**  
*consommateurs*

**Amandine Babey (Billboard)**  
*industrie et marketing / communication*

**Eric Chevrot (Pacôme)**  
*industrie et membre du Codir de la FINC*

**Marjorie Micollet (FINC)**  
*industrie et communication*



# Etape 1 : étude préalable

Projet Cagou 3.0



**OBJECTIF** : Déterminer l'image actuelle des **produits fabriqués et transformés** localement et du **logo cagou** auprès des calédoniens

## 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
- **Etude** :
  - Questions destinées aux consommateurs calédoniens
    - Qu'est ce qu'un produit transformé localement?*
    - Comment sont perçus les produits locaux? (différence entre les secteurs d'activité?)*
    - Sont-ils assez visibles ?*
    - Qu'est ce qui va motiver l'achat d'un produit local plutôt que celui d'un produit importé ?*
    - Que renvoie l'image du logo cagou actuel?*
  - Méthodes de sondage : Mailing, internet, sondage en face à face

# Etape 1 : étude préalable

Projet Cagou 3.0



## FINALITE :

Elaborer un plan d'actions qui va nous permettre de nous orienter sur :

- le **logo** à adopter
- les **messages** à diffuser
- les **outils de communication** à développer
- les **secteurs** à privilégier

# Etape 2 : 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*)
- **Concours de dessin** si le logo doit évoluer ou être modifié





### FINALITE:

- Accompagnement d'une **agence de comm'** pour création du logo
- **Cahier des charges** du logo  
(Marque ou label? 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



# Etape 3 : 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?)



# MERCI

Projet à suivre sur [www.finc.nc](http://www.finc.nc)