

Agro-alimentaire. Le Club I3A, réunissant une cinquantaine d'industriels de la région, veut faire connaître davantage les produits locaux en créant une marque à découvrir le de la Foire de Châlons (31 août - 10 septembre 2012).

Une marque collective régionale bientôt lancée dans les magasins



Jean-Thomas Robichon et Raphaël Garcia du Club I3A de Champagne-Ardenne.

Les effectifs du Club I3A continuent de s'étoffer régulièrement. « Nous comptons désormais 45 industriels adhérents », rappelait le président, Raphaël Garcia, à l'occasion de l'as-

semblée générale de cette association regroupant des entreprises de la filière agro-alimentaire de Champagne-Ardenne. Son objectif est précisément de fédérer les industriels de la région, de

soutenir les projets d'implantation ou encore d'insuffler un dynamisme commercial au sein de la filière. Concrètement, toute une série d'actions a été menée, comme l'indiquait Jean-

Thomas Robichon, animateur du Club I3A. Des initiatives qui ont permis d'ouvrir de nouveaux marchés, de nouer des relations avec la distribution ou encore de faire davantage connaître les produits agro-alimentaires régionaux. Pour aller plus loin dans ce domaine, et tirer profit de l'engouement actuel des consommateurs pour les productions locales, le Club I3A s'apprête à lancer une importante opération de promotion.

Plus que d'une marque collective, il s'agira d'abord d'une enseigne commune - *Savourez la Champagne-Ardenne* - destinée à promouvoir, sur les lieux de vente, les productions régionales. « L'idée est plutôt de disposer d'une signalétique bien identifiée attirant l'attention du consommateur sur nos produits régionaux plutôt que d'apposer un logo supplémentaire sur nos emballages », a précisé Didier Lincet, pdg des fromageries

Lincet.

C'est avec le concours actif du Conseil régional de Champagne-Ardenne que cette opération a pu être mise sur pieds. Elle sera officiellement présentée cet été à l'occasion de la Foire de Châlons-en-Champagne. Mais d'ores et déjà, cinq grandes surfaces de la Marne et de l'Aube ont accepté de jouer le jeu, en étant les premières à accueillir des opérations commerciales à compter du mois de septembre. Ces opérations comprendront affiches, totems mais aussi animations diverses.

LA FORCE DE LA MARQUE

Dans les mois à venir, cette « marque » agro-alimentaire collective devrait être de plus en plus visible dans tous les points de vente. La stratégie de marque étant un point important pour la filière. D'ailleurs, l'assemblée générale avait lieu dans les locaux de l'Union Auboise, où le

président du directoire, Laurent Gilet, a précisément présenté la stratégie de marques de cette importante coopérative viticole.

D'autre part le club I3A continuera d'organiser des réunions d'informations thématiques tout au long de l'année. La prochaine est prévue le 4 juillet, chez Somapro à Reims, autour de la thématique des relations avec la grande distribution et la restauration hors domicile. Il sera d'ailleurs encore question de restauration, le 12 juillet, à la CCI de Troyes, avec Bernard Boutbol, un spécialiste du conseil stratégique auprès des acteurs de la restauration.

D'autres opérations sont également prévues, comme par exemple la participation au salon Sirha, à Lyon, en janvier 2013 ou encore une réunion sur le marché de l'agroalimentaire en Chine, fin juin.