

Accompagnement presse & influence

Bilan juin – octobre 2024



20-21 sept. 2024

LE GRAND VILLAGE DES SITES **DU GOÛT** REMARQUABLES

L'événement Food des 30 ans du label SRG
pour savourer le meilleur des terroirs

**SITE
REMARQUABLE
DU
GOÛT**

Entrée gratuite

Marché de producteurs • 40 produits d'exception
Ateliers • Animations • Dégustations • Rencontres

Vendredi 10h-22h

Place Carnot, Lyon 2

Samedi 10h-20h

Soutenu par

MINISTÈRE DE LA CULTURE
Liberté
Égalité
Félicité

La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

mairie LYON

Design graphique : Mauve Studio

Contexte



VOTRE DEMANDE

Orchestrer une campagne de relations presse autour de votre événement célébrant les 30 ans du label « Site Remarquable du Goût » à Lyon les 20 et 21 septembre.

NOTRE MISSION

Travailler la connaissance globale du Label SRG auprès des médias nationaux et locaux en utilisant l'alibi événementiel des 30 ans.

Pilotage d'une **campagne de Relations Presse & Influence** :

- Création des outils presse (communiqués de presse, emailings presse...)
- Bureau de presse (campagne de sollicitations et contacts avec les journalistes)
- Partenariats influenceurs (lien avec des créateurs de contenus)
- Reporting (comptes-rendus et revues de presse)

Aucun affichage / plan média / tract publicitaire n'a été réalisé dans le cadre budgétaire attribué à Clair de Lune.

Rappel des axes stratégiques



COMMUNICATION ÉVÈNEMENTIELLE

Jouer **l'événement 30 ans** comme alibi de communication.
Une **actualité phare de la rentrée** qui permet d'avoir une accroche avec les médias, en particulier lyonnais.



COMMUNICATION D'IMAGE

Développer **l'image des Sites Remarquables du Goût** en connectant au label les valeurs fortes de son ADN : savoir-faire de l'homme, qualité produit, richesse du patrimoine.



LES SITES REMARQUABLES DU GOÛT

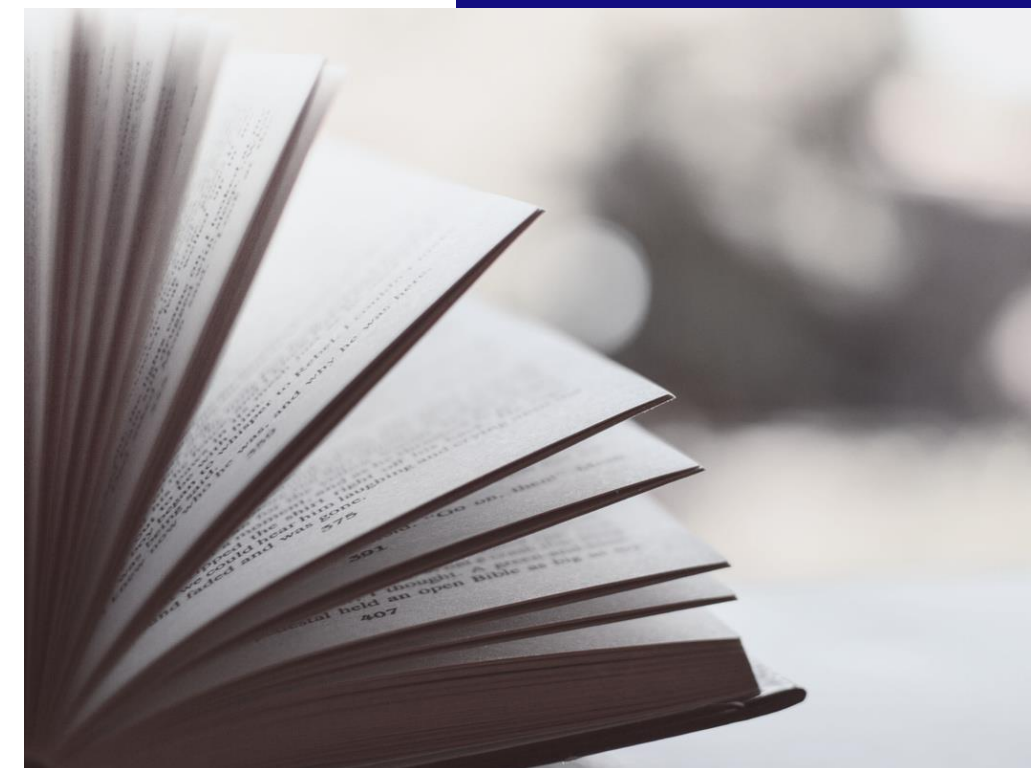
Multiplier les prises de parole pour **doper la visibilité globale du label** Sites Remarquables du Goût

PRESSE

LA COUVERTURE MÉDIATIQUE

Chiffres clés presse
Analyse par couverture médiatique
Analyse par thématiques
Analyse par types de retombées

Best-of des retombées nationales
Best-of des retombées régionales



01

Chiffres clés **presse**

Objectif :

Booster la visibilité du label SRG à travers l'alibi de l'événement anniversaire à Lyon en déployant une stratégie alliant print, web, TV et radio pour jouer la complémentarité des canaux.

68

Retombées média

32 nationales, 36 régionales

3

Interviews

Mag2Lyon, Sud Radio, RCF

5

Outils presse

1 communiqué, 4 emailings thématiques

1

Tournage TV

Télématin (France 2)

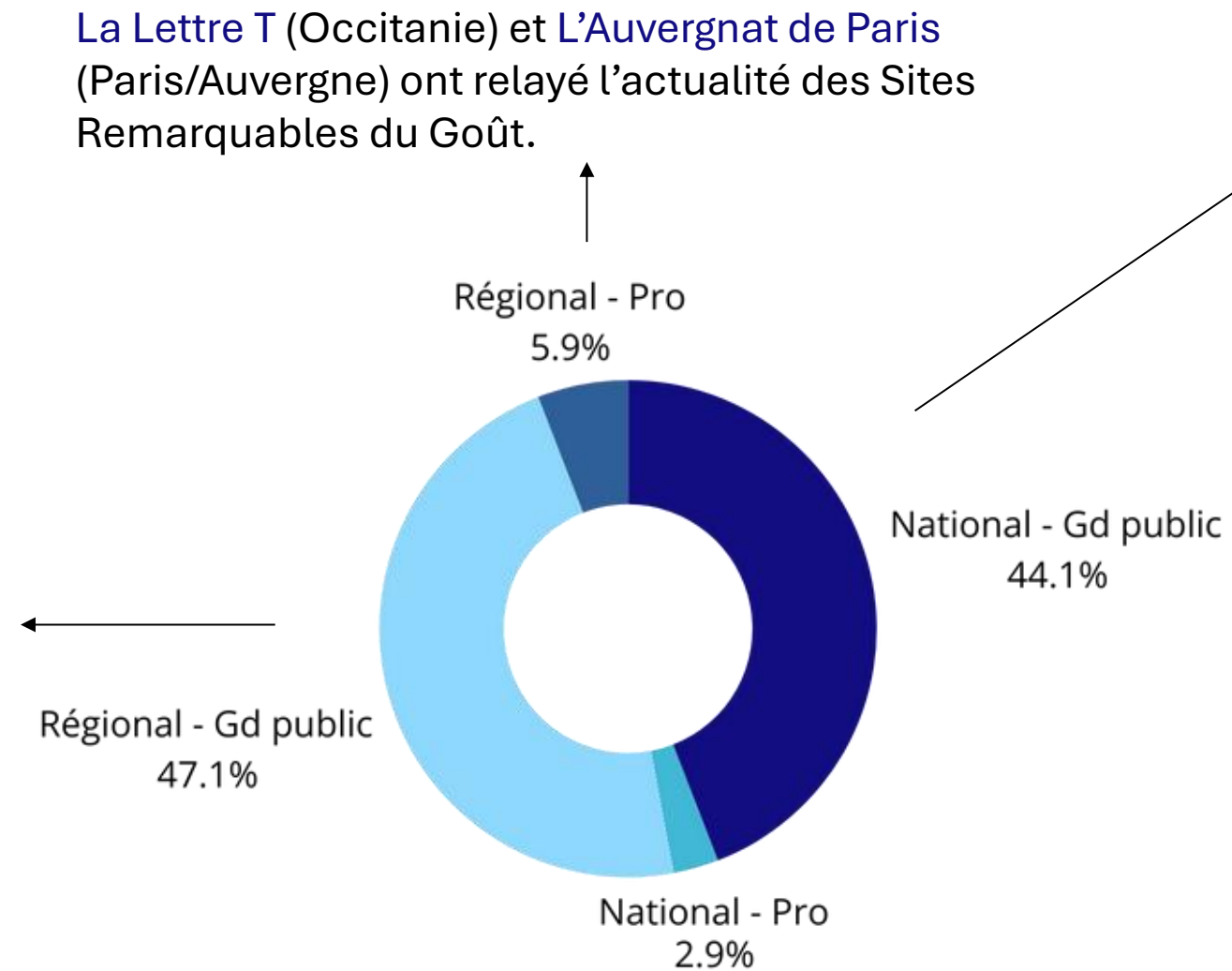
Analyse par couverture médiatique

Sur l'axe régional, **47% des retombées interviennent sur des médias en région Auvergne Rhône-Alpes.**

Le Progrès a répondu présent pour de l'annonce et une couverture le Jour J.
« Capitale de la gastronomie, Lyon est hôte du grand village des Sites remarquables du goût qui accueillera une quarantaine de produits alimentaires de qualité "made in France". »
Le Progrès

Des radios lyonnaises ont promu l'événement en flash infos ([Radio Scoop](#)) ou en interview («L'invité du 18/19 régional » sur RCF Lyon)

L'ancrage local des produits SRG présents à Lyon a permis le rayonnement de l'événement jusque dans la PQR de leur région d'origine : [France Bleu Drôme Ardèche](#) pour la poire de Valloire, [Ouest-France](#) pour l'huitre de Bouin, [L'Est Eclair](#) pour la Côte des Bar.



Deux titres phares professionnels ont annoncé l'événement : [Au Cœur du CHR](#) (secteur restauration/gastronomie) et [Vitisphere](#) (secteur vin).

Représentant **près de la moitié de la revue de presse globale**, les médias nationaux, principalement grand public, ont à la fois relayé Le Grand Village des Sites Remarquables du Goût et évoqué le label en lui-même.
Plus de 90% de ces retombées nationales fournissent des informations sur le label SRG, au-delà de l'événement lyonnais.

« Label créé en 1994 pour contribuer à la reconnaissance de la valeur des paysages, promouvoir les produits et les circuits courts et favoriser ainsi le développement d'un tourisme de terroir conscient et engagé.» [Thuries Magazine](#)

Après du grand public, l'événement a trouvé sa place dans : des titres généralistes ([Le Point](#)), des titres thématiques gastronomie ([Thuries](#), [Maxi Cuisine](#)), des titres thématiques vin ([Terre de Vins](#), [Tanin](#)), le tout complété par des titres loisirs/idées sorties ([L'Agenda des Sorties](#)).

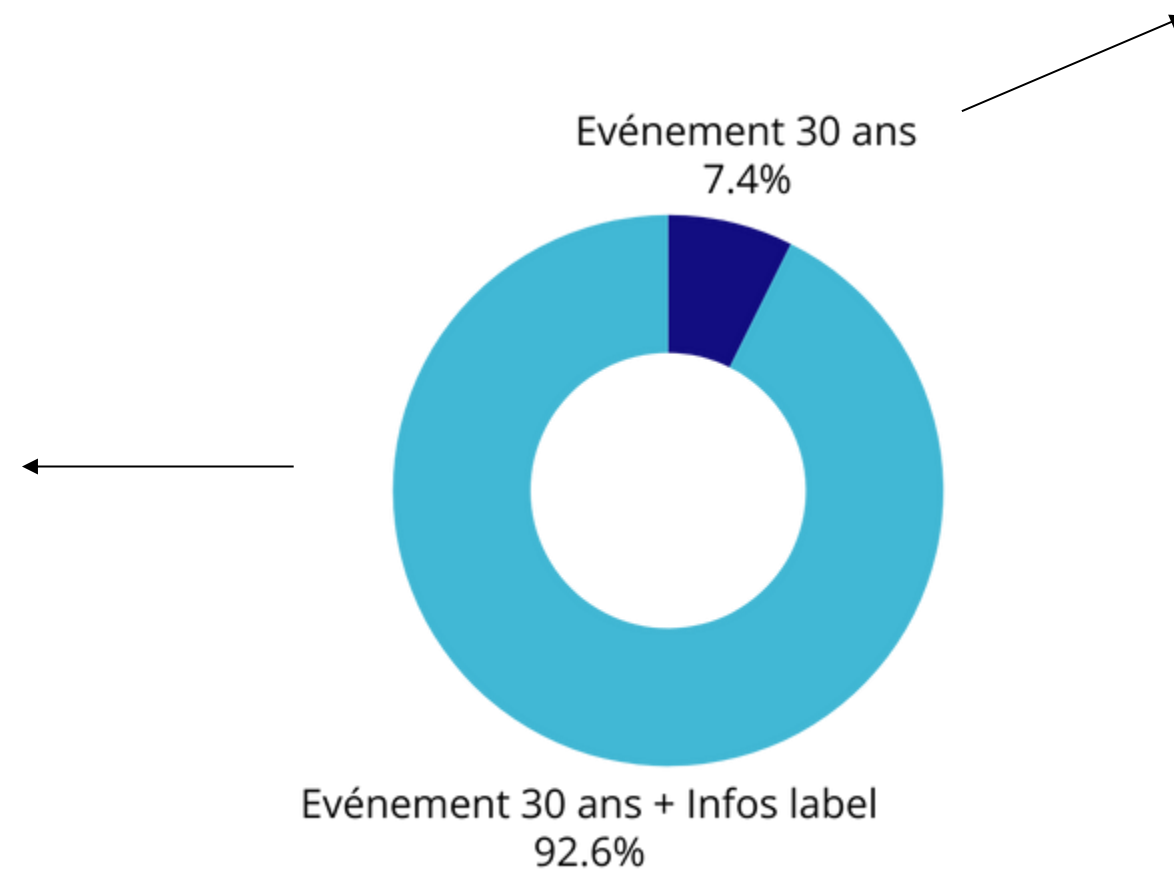
Analyse par thématiques

A plus de **90%**, les retombées médiatiques ont annoncé l'événement anniversaire et ouvert sur des informations générales sur le label, son origine, sa signification et objectif.

46% de ces articles concernent des médias nationaux, ils offrent ainsi une **visibilité accrue et qualitative au label à l'échelle nationale.**

« Créé en 1994 pour favoriser le tourisme de terroir, le label « Sites remarquables du goût » vise à valoriser la relation entre les productions gastronomiques d'excellence ou patrimoniales et les territoires dont elles sont issues. »

Le Point



Une minorité de titres se sont attachés uniquement à l'annonce du Grand Village des Sites Remarquables du Goût, parmi lesquels **Maxi Cuisine** ou **Mon Jardin & Ma Maison** sous forme de **brève dans leur rubrique Agenda.**

« En ce moment...
Retrouvez le Grand Village des Sites Remarquables du goût... »
Maxi Cuisine

En phase avec notre stratégie RP, **l'alibi événementiel a donc servi au sens large à la valorisation des Sites Remarquable du Goût.**

Au-delà du simple rendez-vous à Lyon, les médias ont largement saisi l'occasion de renseigner sur ce label unique en France travaillant ainsi sa **notoriété.**

Analyse par types de retombées

Les citations contextualisent ou rappellent l'événement ayant eu lieu à Lyon pour les articles paru après le 21/09.

« Le goût s'est fait remarquer à Lyon »

Maxi Hors-Série

Ils concernent en grande majorité (89%) des articles de PQR relatifs à des produits régionaux, faisant écho à l'événement anniversaire.

« L'ail rose de Billom en vedette à Lyon »

La Montagne

Pour compléter la visibilité, les articles transversaux placent Le Grand Village des Sites Remarquables du Goût aux côtés d'autres thématiques ou événements.

Nous retrouvons ici les rubriques « agenda ».

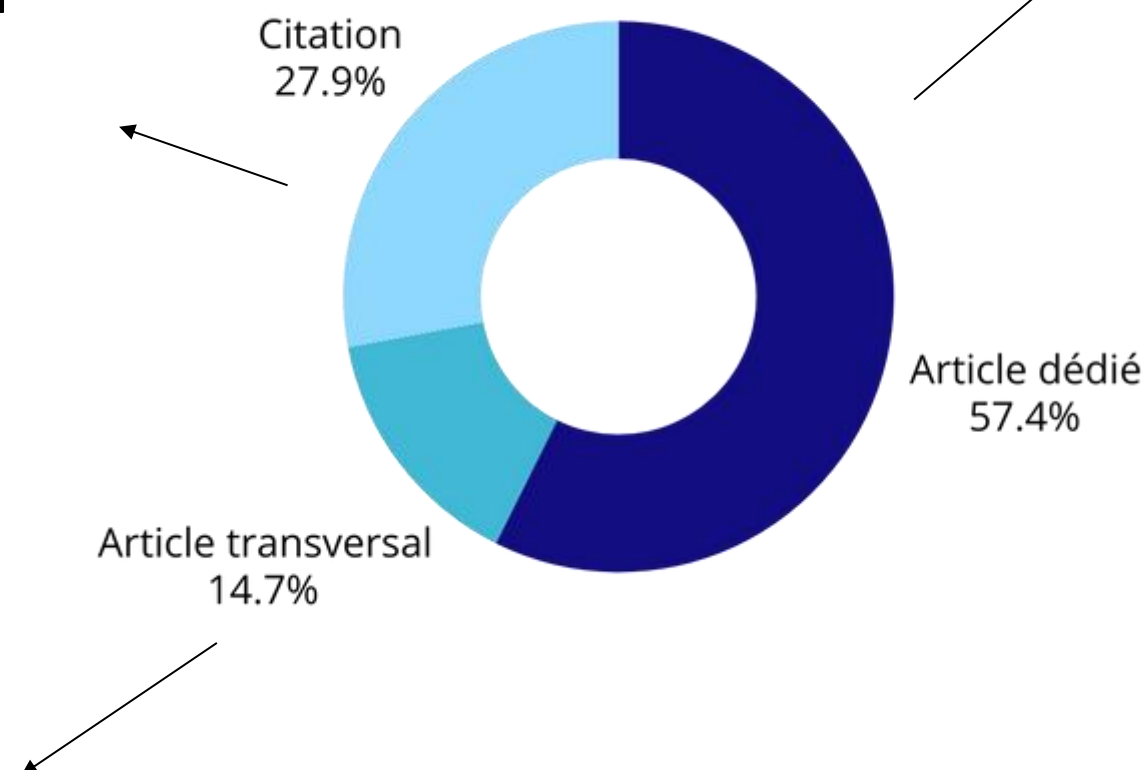
« A voir, à faire... les 20 et 21 septembre à Lyon »

Mon Jardin & Ma Maison

« Les rendez-vous gourmands... »

Tribune de Lyon

Dans cette rubrique, les médias régionaux sont majoritaires (67%).



Les articles dédiés procurent au Grand Villages des Sites Remarquables du Goût, et par rebond au label SRG, une **visibilité exclusivement dédiée**, annoncée dès le titre de l'article.

« Les Sites Remarquables du Goût fêtent leur 30 ans »

Thuries Magazine

Ces retombées sont à 67% dans des médias nationaux.

La majorité de la revue de presse concernent des **articles dédiés**: ils sont la garantie d'un **focus entier et qualitatif** sur le label SRG. Ils favorisent ainsi le passage de l'information auprès des lecteurs finaux, conscients de s'informer sur le label dès le début de leur lecture / écoute / visionnage.

Best-of des retombées nationales



Le Point

Agenda – L’anniversaire des « Sites remarquables du goût »

Les 20 et 21 septembre prochains, ce label, qui regroupe les territoires français porteurs d’une forte identité gastronomique, fête ses 30 ans à Lyon.

Par Le Point Vin
Publié le 18/09/2024 à 17h00



Le label « Sites remarquables du goût » fête ses 30 ans, à Lyon, les 20 et 21 septembre. © Dr - SDG Lyon



Par Margot Dobriska et Emma Zrou

LES ÉCRANS, NOUVEAUX COMPAGNONS DES REPAS ?
Plus d'1 Français sur 2 mange tous les jours devant un écran. Un chiffre qui interpelle quant aux échanges et à la convivialité lors d'un repas.
*Etude «06m de l'Observatoire Ciblem», 2023

HAUSSE DES PRIX
L'inflation globale a connu une augmentation de prix spectaculaire de 60 % depuis l'année dernière. La principale cause est une sécheresse dévastatrice durant l'été 2023, qui a réduit de moitié la récolte en Espagne et en Grèce. En outre, les perturbations des exportations en Tunisie, au Maroc et en Turquie ont aggravé la situation. Le résultat est une baisse de production mondiale de 40 % par an sur les deux dernières années, un record qui fait grimper les prix du litre de fapap aisément.
*Source : Oneworld



Agenda
Retrouvez le grand village des Sites remarquables du goût, les 20 et 21 septembre 2024, à Lyon, à l'occasion des 30 ans du label. Au programme de cet événement : un marché de producteurs avec des ateliers, animations, dégustations, rencontres et tables rondes.



COOL ATTITUDE
T'as faim, t'as soif, t'as Yop !
Un slogan qui a marqué toute une génération, et une nouvelle façon de prendre son yogurt. Yop est devenue en 50 ANS une marque iconique qui a su séduire les parents et les ados. Ce yogurt à boire est plus incontournable que jamais, alors : joyeux anniversaire !

Terre de Vins

LES ÉVÉNEMENTS AGENDA

Les Sites Remarquables du Goût fêtent 30 ans pour les Sites Remarquables du Goût

DATE	LIEU	PREX	SITE & RÉSERVATION
Du 20 Septembre 2024 au 21 Septembre 2024 de 10h00 à 20h00	Place Carnot, Place Carnot, 69002 Lyon, France	Événement gratuit	WWW.SITES-REN

tânin

LE VIN PASSÉ EN REVUE

30 ans pour les Sites Remarquables du Goût

Publié le 18 Sep 2024 à 19:00 Par Laurent Vuillaume modifié le 18 Sep 2024 à 17:07



À l'occasion des 30 ans du label qui regroupe 71 territoires français d'excellence gastronomique, s'ouvre à Lyon le Grand Village des Sites Remarquables du Goût (SGR). Les 20 et 21 septembre, les producteurs vous convient à des dégustations, des ateliers, des conférences et surtout à découvrir ou redécouvrir leurs produits.

Le Label

Depuis 1994, les ministères du Tourisme, de la Culture et de l'Environnement promeuvent en commun les territoires porteurs d'excellence gastronomique. L'objectif de ce label SRG qui reste unique au monde : contribuer à la reconnaissance de la valeur des paysages, promouvoir les produits qui en sont issus et favoriser ainsi le développement d'un tourisme de terroir, conscient et engagé.

riser le t » vise ice ou | ntribue les pro sme de

Gros plan sur... LE PÂTÉ-CROÛTE

À Lyon et à Reims, on l'appelle le pâté-croûte, alors qu'à Paris, ce sera un pâté en croûte ! Cette recette n'a pas de définition réelle, c'est plus une méthode de cuisson, la pâte peut être feuilletée, brisée ou encore à pain. Il est constitué à 50 % minimum de pâté, dont la composition varie selon les régions (viande de porc, lapin ou volaille avec parfois une farce). On trouve trace des premiers pâtés en croûte dès l'Antiquité. À l'époque, c'est une méthode de conservation, les cuisiniers ajoutaient une croûte hermétique à la viande, pour la cuire et la conserver. Louis XIV, très friand de ce mets, le rendra populaire en le servant à la cour de Versailles. Et il se dispersera, dans les villes de province et donnera naissance à de multiples spécialités régionales. Et Lyon devient capitale du pâté-croûte. Celui-ci faillit disparaître dans les années 1970, mais d'irréductibles charcutiers continuèrent de le proposer, surtout à Lyon, ville à la tradition charcutière très développée.



LA QUENELLE LYONNAISE
Qu'elle soit nature ou au brochet, la quennelle est LE plat lyonnais par excellence. Gratinée au four et accompagnée d'une sauce à la tomate, aux écrevisses – la fameuse sauce Nantua – ou à la béchamel, la quennelle lyonnaise est le plat à absolument goûter même si vous ne restez qu'une seule journée en ville. Les enfants l'adorent, elle est donc une option bien pratique lorsque vous les emmenez dans un bouchon.

ACTUS DE LYON Par Olivia Delaunay

Convivialité et qualité
Depuis sa création à Lyon en 1955, l'entreprise familiale Lagrange perpétue ses traditions et son savoir-faire pour se développer et devenir le spécialiste de la cuisine conviviale et du fait-maison. Lagrange porte une attention toute particulière à fabriquer le plus grand nombre de produits sur le territoire français, environ 70 % du chiffre d'affaires est de la fabrication française. Comme par exemple, la crêpière Pro, design et performante, fabriquée dans les locaux situés à Vourles, en région lyonnaise.

LE GOÛT S'EST FAIT REMARQUER À LYON
Et on l'a raté ! À l'occasion des trente ans de son label, la Fédération des Sites Remarquables du Goût, qui regroupe 71 territoires français porteurs d'une forte identité gastronomique, a invité à un voyage culinaire depuis Lyon les 20 et 21 septembre. Au menu de ce Grand Village des Sites Remarquables du Goût : découvertes gourmandes, dégustations, ateliers, animations et rencontres pour savourer la France. Le concept fut créé en 1994 par 4 ministères (Culture, Agriculture, Tourisme et Environnement) qui représentent autant de facettes de ce qu'est un Site Remarquable du Goût.

À l'occasion des trente ans de son label, la Fédération des Sites Remarquables du Goût, qui regroupe 71 territoires français porteurs d'une forte identité gastronomique et œnotouristique, invite à un voyage culinaire depuis Lyon. Au menu de ce premier Grand Village des Sites Remarquables du Goût : des découvertes gourmandes, des dégustations, des ateliers, des animations et des rencontres pour savourer la France en présence d'une quarantaine de producteurs de toutes les régions. Parmi les territoires représentés au Grand Village des Sites Remarquables du Goût, retrouvez par exemple les grands crus de Châteauneuf-du-Pape, les fromages affinés de Beaufort, la poire de Valloire ou encore les vins d'Alsace...



Au programme de cet événement Food au cœur de la capitale de la gastronomie : Marché de producteurs, animations, dégustations, points de restauration et rencontres dont deux tables rondes :

Best-of des retombées régionales



LE PROGRÈS

Lyon 2^e • 40 sites remarquables du goût, place Carnot

De la Provence à la Bretagne et de l'Occitanie à l'Alsace, c'est une affaire de goût avec des produits artisanaux labellisés Sites remarquables du goût (SRG), ce week-end place Carnot. « Sur les 65 labellisés, la région Aura en comporte une majorité, d'où le choix de Lyon pour fêter les 30 ans du label », souligne Vincent Philipaux, président de la Fédération des Sites remarquables du goût.



L'huile d'olive plus de secret lycéens. Photo M

La commune reconnue pour la qualité de ses huîtres

Bouin — Ce week-end, la commune a participé aux festivités des 30 ans de la Fédération des Sites remarquables du goût, à Lyon, pour promouvoir le travail de ses ostréiculteurs.

La Fédération des Sites remarquables du goût (SRG) fête ses 30 ans d'existence ce week-end à Lyon (Rhône). L'occasion pour la ville de Bouin, labellisée depuis deux ans, de présenter les huîtres locales dans la cité de la gastronomie.

Franc succès pour les huîtres bouinaises

« J'ai reçu de nombreux messages d'ostréiculteurs bouinais souhaitant participer à d'autres marchés SRG en France. Le prochain sera à Montbrison (Loire), les 5 et 6 octobre, et il est déjà attribué à un ostréiculteur », s'enthousiasme France Pelletier, présidente de l'association Bouin c'est bon, support des manifestations.

Une promotion de Bouin et sa région

Ces pertes bouinaises pourraient même laisser un souvenir impéris-



Le maire de Bouin (au centre) a fait le déplacement avec France Pelletier (à droite), les gérants de l'entreprise ostréicole Vent des Marais, et de Go Challans Gois.

« Nicolas Daragon, le maire de Valence (Drôme), se souviendra des huîtres de Bouin, puisque c'est en les dégustant qu'il a reçu un appel téléphonique l'informant de sa nomination ministérielle à la sécurité du quotidien », sourit Thomas Gilbert.

Diane Châtelet, antiquaire acheteu-

se sur l'émission *Affaire Conclue* de France 2 et nouvelle résidente lyonnaise, a été présente sur le stand bouinais pour vanter la qualité des huîtres qu'elle connaît parfaitement depuis sa présence aux brocantes à Bouin.

La commune n'en a pas fini avec la fédération des Sites remarquables du

goût puisqu'elle a l'honneur de recevoir l'assemblée générale en début d'année 2025. « À cette occasion, il est convenu de présenter aux représentants des SRG, les produits et sites environnants. Elle promet donc de fortes retombées pour le nord-ouest vendéen », s'enthousiasme Thomas Gilbert.

Rendez-vous gourmand



20>21.09

Lyon 2^e. Pour ses 30 ans, le label Sites remarquables du goût organise son premier événement à Lyon. Pendant deux jours, une quarantaine de producteurs invitent les Lyonnais à la découverte de produits comme les fromages affinés de Beaufort, les grands crus de Châteauneuf-du-Pape, les viandes de Salers, les huîtres de Bouin, les sardines de Saint-Gilles-Croix-de-Vie, la poire de la Valloire, le safran de Cajarc en Quercy... Et pour aller plus loin, un ouvrage de près de 300 pages, *Savourez la France*, invite à découvrir les 71 territoires labellisés Sites remarquables du goût à travers le pays.

Le Grand village des sites remarquables du goût. Vendredi 20 de 10h à 22h et samedi 21 septembre de 10h à 20h. Place Carnot. Entrée gratuite. sites-remarquables-du-goût.fr

L'Auvergnat DE PARIS

Les Sites remarquables du goût fêtent leurs 30 ans



L'ADP Saint-Nectaire fait partie du réseau Sites Remarquables du goût.

C'est à Lyon (Rhône) que le réseau des Sites remarquables du goût a décidé de marquer ses 30 ans. L'événement se déroulera les 20 et 21 septembre prochain, place Carnot. Durant ces deux jours, 71 territoires français seront repré-

sentés. Au programme, des dégustations, des ateliers culinaires, des lieux de restauration et de rencontres se tiendront au cours de ces journées anniversaires, où 40 Sites remarquables du goût seront aussi présents. Ce réseau, qui dispose de son propre label, récompense les territoires reliés à une spécialité gastronomique, de paysage en lien avec la production de ce mets, ainsi que des activités rendant accessible la compréhension à ce terroir. « La philosophie des Sites remarquables du goût, c'est de faire vivre un produit, un territoire et des familles. Et c'est d'ailleurs à la façon d'une grande famille que nous proposons au grand public de nous retrouver à Lyon pour célébrer ensemble les 30 ans du label et porter haut les produits et, par-delà, les valeurs que nous défendons », a déclaré Vincent Philipaux, président de la Fédération des Sites remarquables du goût.

www.sites-remarquables-du-goût.fr

ACTIONS PRESSE

Communiqués de presse & sollicitations

Dossiers de fond : interviews, accueil &
tournage



Communiqué de presse & sollicitations

Objectif :

Consolider un outil ressource pour le journaliste articulé en deux parties :

- l'événement : où ? Quand ? Comment ?
- le label : origine, définition, prérequis d'obtention, carte de France

Format digital pour la réactivité de l'outil.

Le communiqué de presse a été diffusé selon les délais de bouclage, décliné en emailings thématiques et rappelé à J-30 et J-7.

La campagne de sollicitations en lien quotidien avec les journalistes : propositions de sujet, veille, réponses aux demandes, etc.

Affiche de l'événement

Pour lancer la communication RP nous avons travaillé sur la création d'une **affiche** :

- Un bloc titre pour l'identification de l'événement
- Une déclinaison autour des couleurs bleue et rouge du logo SRG sur un fond pastel dans la tendance actuelle
- Des stands en illustration pour incarner le « marché de producteurs »

Cette affiche a été déclinée en différents outils à destination des **réseaux sociaux** ou pour une **utilisation physique** lors de l'événement (oriflammes, roll-ups).

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
JUILLET 2024

1994-2024 : LES SITES REMARQUABLES DU GOÛT FÊTENT LEURS TRENTE ANS AVEC UN ÉVÉNEMENT INÉDIT À LYON

Vendredi 20 et samedi 21 septembre 2024

À l'occasion des trente ans de son label, la Fédération des Sites Remarquables du Goût, qui regroupe 71 territoires français porteurs d'une forte identité gastronomique, invite à un voyage culinaire depuis Lyon. Au menu de ce premier Grand Village des Sites Remarquables du Goût : des découvertes gourmandes, des dégustations, des ateliers, des animations et des rencontres pour savourer la France en présence d'une quarantaine de producteurs de toutes les régions.



Place Carnot : un marché avec les meilleurs producteurs de France
Dédié aux saveurs du patrimoine français, ce marché a été pensé comme un itinéraire gourmand, invitant à rencontrer celles et ceux qui cultivent et façonnent la qualité « made in France ». Parcourir les stands, c'est (re)découvrir une quarantaine de produits d'exception de l'Hexagone : fromages affinés de Beaufort, grands crus de Châteauneuf-du-Pape, viandes de race Salers, huîtres de Bouhin, sardines de Saint-Gilles-Croix-de-Vie, poire de Valloire, Safran de Cajarc en Quercy... Chacun reflète à sa façon son lieu d'origine, son terroir et l'érige en destination.

La programmation
Ateliers, animations, dégustations, points de restauration et rencontres sont au programme des deux jours dont deux tables rondes qui réuniront des élus et des professionnels :
- « Tourisme & gastronomie », le vendredi à 11h
- « Tourisme & développement de territoires ruraux », le samedi à 11h

Lyon, au goût du jour
Capitale mondiale de la gastronomie, Lyon s'est érigée comme la ville hôte par évidence du Grand Village des Sites Remarquables du Goût. Nichée au cœur de la région Auvergne-Rhône-Alpes, la cité des Gones est historiquement riche d'une culture intrinsèquement liée à la bonne chère grâce à la proximité de terroirs originaux et à la diversité de leurs productions. La ville invite ainsi à l'art de s'attabler, que ce soit dans un authentique bouchon, une table étoilée ou un bistrot créatif, pour en savourer l'histoire (et l'esprit) par le bout de la fourchette depuis Pantagruel jusqu'à Paul Bocuse.

Infos pratiques
- Vendredi 20 septembre de 10h00 à 22h00
- Samedi 21 septembre de 10h00 à 20h00
- Place Carnot, Lyon 2

SITES REMARQUABLES DU GOÛT : UN LABEL UNIQUE AU MONDE

Un label créé en 1994 pour favoriser le tourisme de terroir
L'histoire commence toutefois deux ans plus tôt avec la création en 1992 du label des « Paysages de reconquête » par le ministère de l'Environnement afin de maintenir ou requalifier des paysages révélant un intérêt patrimonial. Mais très vite la démarche s'élargit, les ministères de la Culture, de l'Agriculture, du Tourisme et de l'Environnement s'accordant en 1994 sur un label plus ambitieux visant à valoriser la relation entre des productions gastronomiques d'excellence ou patrimoniales et les territoires dont ils sont issus. L'objectif de ce label qui reste unique au monde : contribuer à la reconnaissance de la valeur des paysages, promouvoir les produits et les circuits courts, et favoriser ainsi le développement d'un tourisme de terroir, conscient et engagé.

Un label exigeant, fédérant aujourd'hui 71 territoires
Le label des Sites Remarquables du Goût est attribué à un territoire justifiant :
• d'un lien avec une production gastronomique emblématique, bénéficiant d'un ancrage historique et d'une notoriété
• de paysages caractéristiques de l'identité de la production, érigés en patrimoine sur le plan environnemental et/ou architectural
• d'une démarche d'accueil du public visant à faire comprendre les liens entre nature, agriculture et culture qui font l'identité de la production.

71 territoires labellisés
3 territoires en cours de labellisation sur 2024



Le livre des Sites Remarquables du Goût
Signé par le journaliste Stéphane Méjanès, ce beau livre paru en fin d'année dernière invite en 288 pages à découvrir les 71 territoires labellisés Sites Remarquables du Goût, soit autant de territoires à explorer tout au long de l'année, au gré des périodes de récolte et de fabrication des produits, à la faveur de vacances ou d'un week-end, à l'occasion des nombreuses foires, fêtes traditionnelles et autres manifestations célébrant notre patrimoine agricole et culturel.

Savourer la France avec les Sites Remarquables du Goût, Stéphane Méjanès, Glénat, 2023. Disponible dans toutes les librairies

Dossiers de fond

Interviews, accueil & tournage

Objectif :

Obtenir une visibilité globale et qualitative pour les Sites Remarquables du Goût en prenant la parole via des interviews, en donnant à voir la qualité des produits dans leur univers et en invitant à vivre l'événement lyonnais.

3 interviews



605 000 auditeurs



30 000 auditeurs



20 000 exemplaires

1 tournage TV



775 000 téléspectateurs

1 accueil Jour J

LE PROGRÈS

140 578 exemplaires

INFLUENCE

LA VISIBILITE DIGITALE

Chiffres clés contenus
Chiffres clés audience

Les profils gastronomie & scène lyonnaise
Les contenus les plus performants
Les contenus des créateurs sur l'événement
Un partenariat privilégié en recette



02

Chiffres clés contenus

Objectif :

Capitaliser sur les réseaux sociaux pour booster la visibilité de l'événement à travers deux activations :

- La scène lyonnaise : de l'annonce pour donner envie aux Lyonnais de s'y déplacer et l'invitation à vivre l'événement en live pour un partage d'expérience
- Un partenariat privilégié avec une créatrice de contenu food/recette à la communauté nationale pour mettre en avant le label à travers un produit spécifique (la Poire de Valloire)

38

Contenus

31 stories, 2 posts et 5 réels

342K

Cible potentielle touchée

Somme des communautés des réseaux sur lesquels au moins une publication a été postée.

129K

Impressions

Nombre total des visualisations des contenus

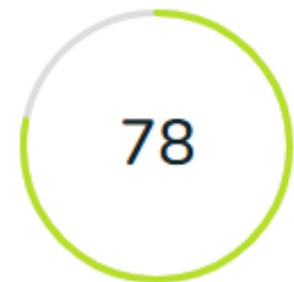
4,37K€

Equivalence publicitaire

Représente l'impact média des contenus sur les réseaux sociaux

Chiffres clés audience

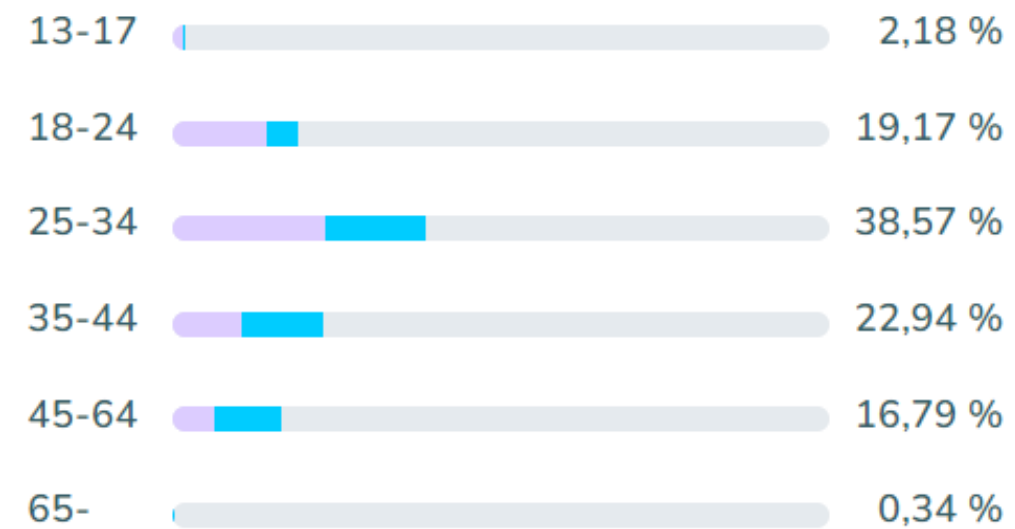
CRÉDIBILITÉ DE L'AUDIENCE



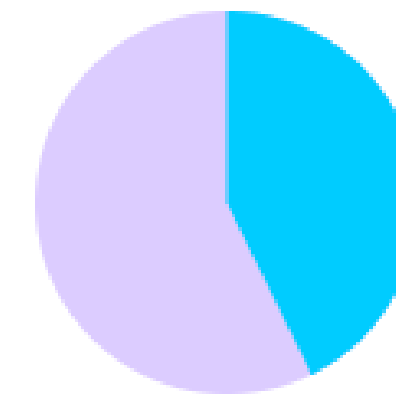
Bon score

Pourcentage de followers correspondant à de vraies personnes (i.e. pas des robots ou des fake followers). Plus celui-ci se rapproche de 100, plus la communauté est fiable.

TRANCHES D'ÂGE DE L'AUDIENCE



GENRE DE L'AUDIENCE




♀ 57,29 %
♂ 42,7 %

LOCALISATIONS DE L'AUDIENCE


74,36 %


2,62 %


1,97 %


1,36 %


1,25 %

INTERÊTS DE L'AUDIENCE

Le plus important

Restaurants & Food
72,03 %

Les profils gastronomie & scène lyonnaise

Les créateurs présents sur place :



Cyril MONTEGU - [@cyril_mntg](#)



Maëva CHARNOUX - [@lameutelyonnaise](#)

Valorisation globale SRG :



Laurie REYNAUD - [@les
passions de Laurie](#)



Loïc BALLETT - [@loïc.ballet](#)



Guillaume GARCIA - [@legastrogone](#)



Eloïse COPPOLA - [@uncoppeau](#)

L'annonce de l'événement :



Vincent FERNIOT - [@vferniot](#)



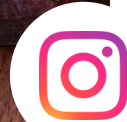
Foodetoi - [@foodetoi_lyon](#)



Egolarevue - [@egolarevue](#)

Les contenus les plus performants

Laurie REYNAUD - @les passions de Laurie



Likes	375
Commentaires	10
Vues	3,9K
Lectures	22,01K

Cyril MONTEGU - @cyril_mntg



Likes	202
Commentaires	2
Vues	2,66K
Lectures	9,85K

Loïc BALLETT - @loïc.ballet



Likes	181
Commentaires	1
Vues	1,53K
Lectures	5,2K

Les contenus des **créateurs** sur l'événement

14

Contenus en amont - AVANT : Annonce de l'événement

Objectif : **RECRUTER** – Apporter de la visibilité auprès des communautés lyonnaises

13

Stories en live - PENDANT : Contenus sur place

Objectif : **DOCUMENTER** - Donner à voir Le Grand Village des Sites Remarquables du Goût

3

Réels vidéo - APRES : Retours sur l'événement

Objectif : **VALORISER** - Mettre en avant le label SRG à travers un retour imagé sur l'événement lyonnais

Cyril Montégu le gastronome lyonnais



78

Crédibilité de l'audience

Audience

40,49 K

Equivalence publicitaire	981,1€
Nombre de publications	7
Portées	27,4K
Impressions estimées	29,18K
Likes	202
Commentaires	2
Lectures	9,85K
Vues	2,66K

Stories en amont de l'événement



Stories en direct de l'événement



Cyril Montégu le gastronome lyonnais



78

Crédibilité de l'audience

Audience

 40,49 K

Equivalence publicitaire	981,1€
Nombre de publications	7
Portées	27,4K
Impressions estimées	29,18K
Likes	202
Commentaires	2
Lectures	9,85K
Vues	2,66K

Réel vidéo retour sur l'événement



Cliquez sur le visuel pour voir la vidéo

Likes	202
Commentaires	2
Vues	2,66K
Lectures	9,85K


La Meute Lyonnaise la maman lyonnaise



88

Crédibilité de l'audience

Audience

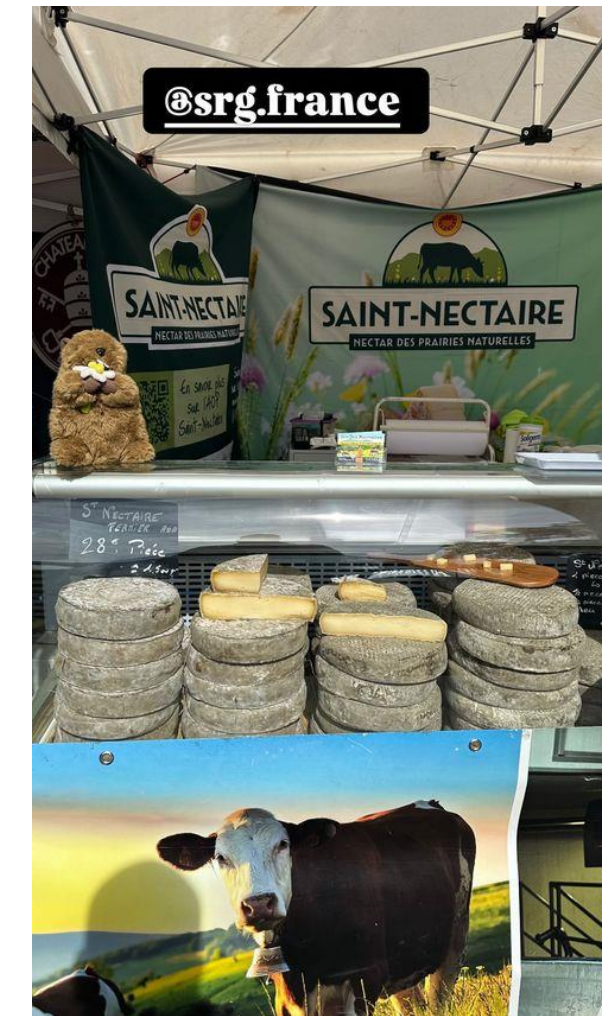
 12,77 K

Equivalence publicitaire	387,4€
Nombre de publications	10
Portées	11,46K
Impressions estimées	12,09K
Likes	63
Commentaires	1
Lectures	3,15K
Vues	1,06K

Stories en amont de l'événement



Stories en direct de l'événement




La Meute Lyonnaise **la maman lyonnaise**



88

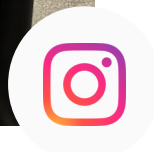
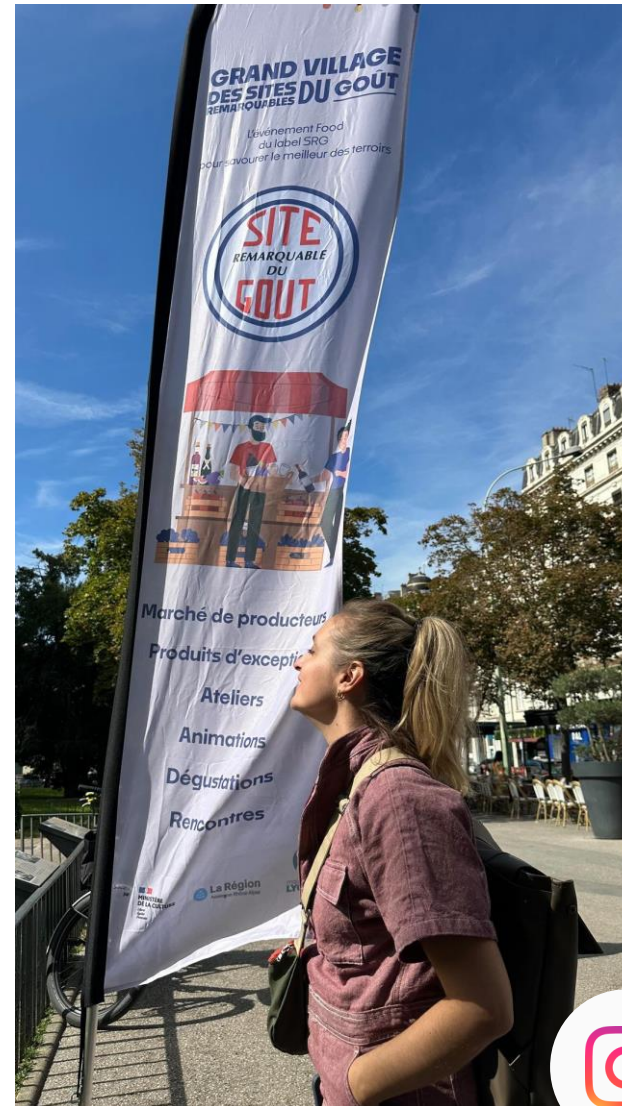
Crédibilité de l'audience

Audience

 12,77 K

Equivalence publicitaire	387,4€
Nombre de publications	10
Portées	11,46K
Impressions estimées	12,09K
Likes	63
Commentaires	1
Lectures	3,15K
Vues	1,06K

Réel vidéo retour sur l'événement



Cliquez sur le visuel pour voir la vidéo

Likes	63
Commentaires	1
Vues	1,06K
Lectures	3,15K

Un Copeau la foodie aux bonnes adresses



89

Crédibilité de l'audience

Audience

12,59 K

Equivalence publicitaire	328,75€
Nombre de publications	9
Portées	10,7K
Impressions estimées	11,33K
Likes	N.R.
Commentaires	2
Lectures	3,28K
Vues	1,04K

Stories en amont de l'événement



Stories en direct de l'événement




Un Copeau la foodie aux bonnes adresses



89

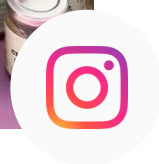
Crédibilité de l'audience

Audience

 12,59 K

Equivalence publicitaire	328,75€
Nombre de publications	9
Portées	10,7K
Impressions estimées	11,33K
Likes	N.C.
Commentaires	2
Lectures	3,28K
Vues	1,04K

Réel vidéo retour sur l'événement



Cliquez sur le visuel pour voir la vidéo

Likes	N.R.
Commentaires	2
Vues	1,04K
Lectures	3,28K


Le Gastro Gone le guide food de la Ville



89

Crédibilité de l'audience

Audience

 12,93 K

Equivalence publicitaire	N.R.
Nombre de publications	3
Portées	3,05K
Impressions estimées	3,1K
Likes	N.R.

Stories en direct de l'événement



Vincent Ferniot le critique gastronomique



75

Crédibilité de l'audience

Audience

 153,27 K

Equivalence publicitaire	334,07€
Nombre de publications	1
Portées	16,23K
Impressions estimées	16,65K
Likes	N.R.

Stories en amont de l'événement – Suite de l'émission
Ferniot fait le Marché – Sud Radio



Food De Toi le guide des événements lyonnais



85

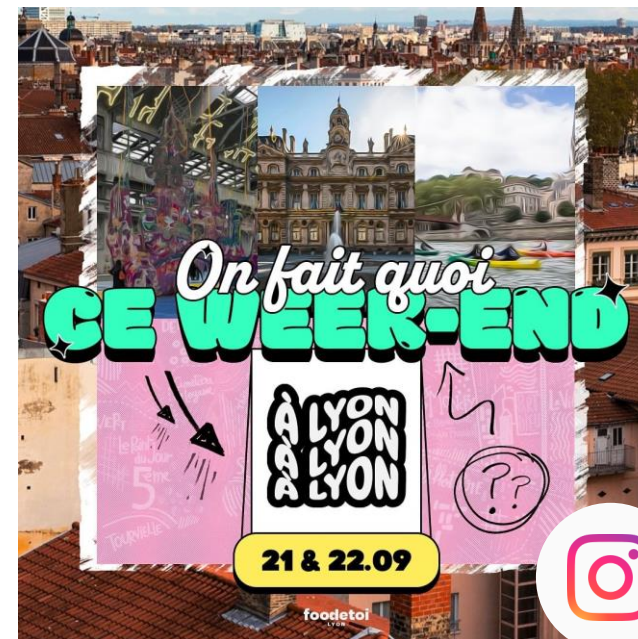
Crédibilité de l'audience

Audience

 14,35 K

Equivalence publicitaire	271,77€
Nombre de publications	1
Portées	5,67K
Impressions estimées	6,7K
Likes	90

Post carrousel en amont de l'événement – Idées sorties lyonnaises du week-end



Cliquez sur le visuel pour voir le post

Likes	90
Commentaires	9

Ego La Revue le city-mag lyonnais



48

Crédibilité de l'audience

Audience

 5,25 K

Equivalence publicitaire	77€
Nombre de publications	1
Portées	2,17K
Impressions estimées	2,57K
Likes	31

Post en amont de l'événement – Relai de l'article print et web



Cliquez sur le visuel pour voir le post

Likes	31
Abonnés	5,2K

Loïc Ballet le chroniqueur TV gourmand



85

Crédibilité de l'audience

Audience

 26,17 K

Equivalence publicitaire	381,72€
Nombre de publications	1
Portées	4,4K
Impressions estimées	5,2K
Likes	181

Réel vidéo en amont de l'événement – Suite de l'émission Télématin – France 2

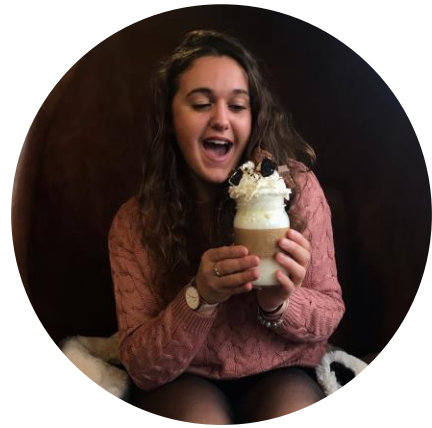


Cliquez sur le visuel pour voir la vidéo

Likes	181
Commentaires	1
Vues	1,53K
Lectures	5,2K

Un partenariat privilégié en recette

Laurie REYNAUD - @lespassionsdelaurie



76

Crédibilité de l'audience

Audience

 63,66 K

Equivalence publicitaire	271,77€
Nombre de publications	1
Portées	5,67K
Impressions estimées	6,7K
Likes	90

Mécanique :

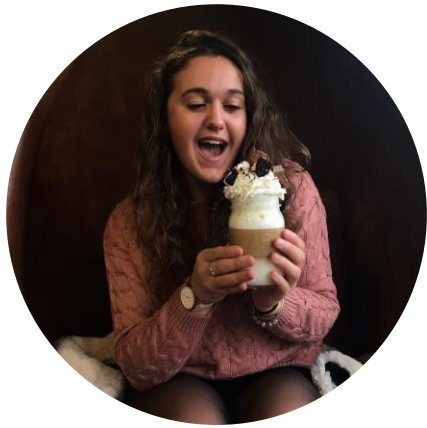
- **Découverte du produit** : rencontre et échanges avec le Chef Jean-Jacques Galliffet, Président de la Poire de Valloire labélisée SRG ; dégustation & remise des poires pour la recette
- **Réalisation d'une recette** : mise en avant du label à travers un produit spécifique pour donner des inspirations de consommation, proposition d'une recette de saison en format vidéo
- **Annonce de l'événement** : en lien avec la recette et le produit pour davantage d'engagement

Stories en amont de l'événement



Un partenariat privilégié en recette

Laurie REYNAUD - @lespassionsdelaurie



76

Crédibilité de l'audience

Audience

 63,66 K

Equivalence publicitaire	271,77€
Nombre de publications	1
Portées	5,67K
Impressions estimées	6,7K
Likes	90



Réel recette : crumble cake aux Poires de Valloire

Likes	375
Commentaires	10
Vues	3.85 K
Lectures	21.7 K

Pistes & enseignements généraux

Relations Presse

- Des résultats satisfaisants en comparaison à un événement similaire
- Les parts nationales / régionales de la revue de presse globale sont relativement semblables, chaque typologique de médias représentant la moitié de la revue de presse : un point positif quant à la valorisation générale souhaitée pour le label SRG au niveau national
- Les médias lyonnais ont répondu présents; en revanche la visibilité aurait pu être boostée via un plan média et de l'affichage ce qui aurait aussi permis une synergie entre les RP et la publicité

Influence

- Avec 342K personnes touchées, le travail de l'influence sur Lyon a bien fonctionné : les créateurs de contenus ont apprécié se rendre sur place pour faire vivre l'expérience en live et engager leur communauté
 - Pistes futures : imaginer des paniers gourmands made-in SRG à envoyer, proposer des jeux concours...
- Le partenariat : la mise en avant du label via un produit spécifique et la création d'une recette a bien performé (Top 3 des posts). La porte d'entrée « produit » semble plus adaptée aux réseaux sociaux et permet ensuite une ouverture label (dans le cadre d'une opération hors événement)

Pour aller plus loin...

- Les Sites Remarquables du Goût sont véritablement porteurs pour les médias. Ils incarnent de vraies tendances : produits locaux, circuit-court, tourisme engagé, terroir... Nous imaginons de nombreuses pistes de communication pour valoriser votre label !

Clair de Lune
Fabrique d'influence

Merci !

Marie Gaudel, Mailys Pawlik & Carmen Morice
mailys.pawlik@clairdelune.fr
www.clairdelune.fr