



Fruinaria

<http://www.cataloniaqualitat.com/ca/>

I – PRESENTATION ET DESCRIPTION DE L'ACTION :



1- Ses objectifs :

Le projet a pour but de créer un réseau de routes gastronomiques dans les Comarcas de la province de Lleida, sur le thème de la cuisine des fruits. Un guide des restaurants gastronomiques participant au projet a été édité et diffusé au travers de l'office du tourisme.

Ces restaurants s'engagent à proposer tout au long de l'année dans leur menu, 2 plats comprenant des fruits. Ces plats, qui doivent changer deux fois dans l'année, doivent être d'un haut niveau qualitatif. Un jury spéciali-

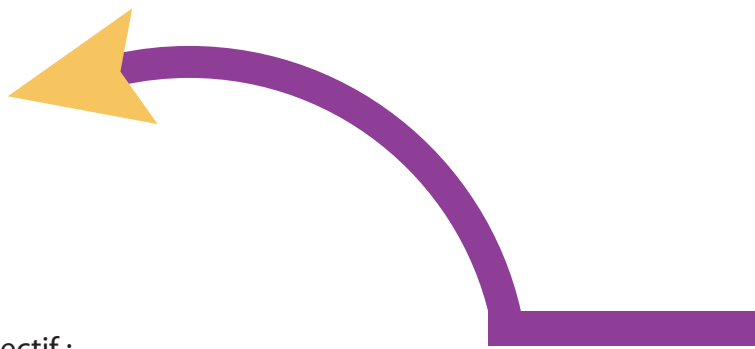
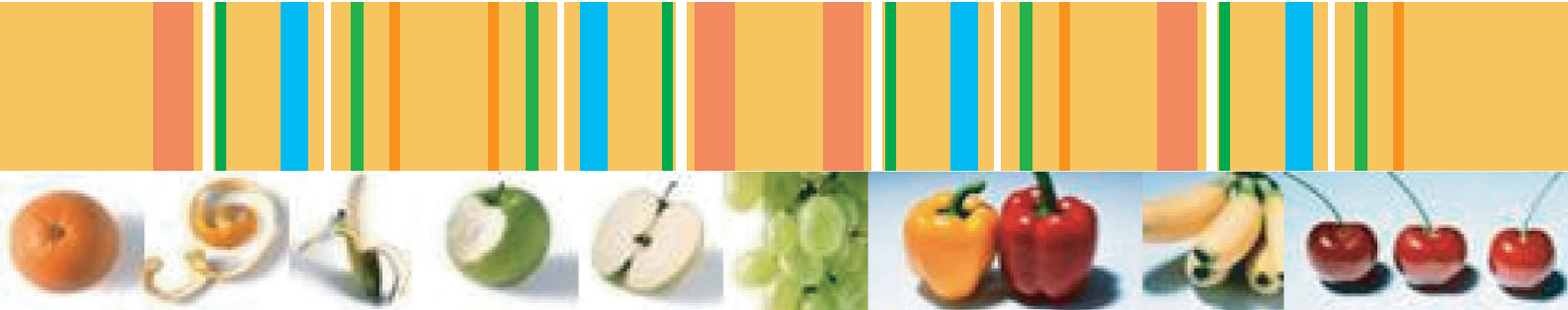
sé composé de chefs cuisiniers renommés et de professionnels de la filière évalue la qualité et l'originalité de ces plats.

Une campagne d'information médiatique accompagne cette opération, afin d'attirer les touristes à venir dans les restaurants panélistes.



2- Les cibles (public) visées :

La campagne est destinée au grand public, en famille ou non, touristes ou voyageurs, mais également aux connaisseurs gastronomes et au tourisme culturel, qui apprécie la gastronomie comme une valeur culturelle.



3- Les territoires concernés

La campagne poursuit un double objectif :

- renforcer la fierté des habitants de Lleida d'appartenir à la communauté régionale.
- sensibiliser les populations de la région proche de Lleida
- les centres urbains de la nouvelle voie rapide Zarragoza - Madrid
- la zone métropolitaine de Barcelona
- le marché français

4- La période choisie

La campagne a débuté en 2005 et doit se poursuivre dans le temps.

5- Les productions concernées

Les fruits frais tels que la pomme, poire, pêche, nectarine, cerise, abricot, prune.

6- Le budget alloué de la composition des ressources

Le budget était de 700 000 euros en 2006 et il sera reconduit pour les années suivantes.





II – LA MISE EN ŒUVRE DE L’ACTION

I tu, ja fruines?*

1- Les messages mis en avant

Slogan : Fuinaria – Fruir de la cuina de la fruita de Lleida (profiter de la cuisine des fruits de Lleida)

2- Le plan média

- Campagne d’information par affichage sur panneaux urbains et les transports publics (autobus, OPIS) par des banderoles
- Dossiers de présentation à la presse
- Annonces dans la presse spécialisée, touristiques et gastronomique et dans la presse générale
- Création et diffusion d’un spot télévision sur les chaînes locales et dans les trains AVE d’Aragon et de la Catalunya



3- Les moyens promotionnels

- Guide de la cuisine des fruits de Lleida
- Réalisation de matériel de communication
- création de l’image et du logo, identification des restaurants adhérents, élaboration des cartes et des menus, emballages de fruits, présentation.

4- Les évènements

- Participation aux salons de tourisme : BTL Lisboa, FITUR Madrid, Salon du Tourisme de Toulouse, SITC Barcelona, Vacances expo Bilbao, Feria de Coleccion de Zaragoza)



FRUINARIA

Les 16, 17 et 18 Juin, le 1er salon des fruits de Lleida et de la cuisine régionale, a ouvert ses portes, dans cette ville.

Avec la participation des restaurants de Lleida, qui se sont engagés à promouvoir les fruits dans leurs menus, des concours de recettes de cuisines originales ont eu lieu pendant ces 3 journées, appréciés par des jurys de professionnels.

Ouvert au public de la région, le premier salon a été très prometteur. les fruits sont souvent absents de la table des restaurants ou de médiocre qualité, y compris dans les régions de productions.

Pourtant, les restaurants peuvent être des ambassadeurs de première importance, pour la promotion de la consommation des fruits et légumes.

Au sein du salon Fruinaria, a été développée une gamme d'évènements et de manifestations :

- démonstrations et dégustations de recettes de cuisine et de produits régionaux (fruits et huile d'olive)
- dîner gastronomique
- jeux pour les enfants (personnages du clown mangeur de fruits)
- prix de la meilleure recette de cuisine

La foire agraire de Sant Miquel

CATALONIA QUALITAT est présente à la 51ème édition de la foire de Sant Miquel. CATALONIA QUALITAT était présente à l'exposition agricole Sant Miquel 2002, qui a lieu du 25 au 29 septembre dans Lleida.

Fruit Logistica Berlin 2006

CATALONIA QUALITAT, a été présente sur un stand de 150m2 avec six compagnies membres à Fruit Logistica à Berlin les 2, 3 et 4 février 2007.





III – ANALYSE DES FACTEURS CLES DE SUCCES

Evaluation quantitative et qualitative de la campagne :
L'accueil du public a été très bon et les réponses reçues ont qualifié l'action d'innovante et différente.

Cela nous a amené à la conclusion suivante :

- nécessité de renforcer la relation entre cuisine – fruits et Lleida
- rendre plus proche de la population la culture des fruits
- assoir Fruinaria comme un événement incontournable pour le secteur
- positionner les fruits comme un aliment de consommation quotidien
- obtenir un grand écho médiatique

III – LES CONTACTS UTILES (personnes – sites)

CATALONIA QUALITAT

Av. de Tortosa, 2, oficina 10
(Building Mercolleida)
E-25005 Lleida
Tel. +34 973220149
Fax +34 973220437
cq@cataloniaqualitat.com

RELATIONS PUBLIQUES

Montse Corderroure
Rosa Mestre
comunicacio@cataloniaqualitat.com

ADMINISTRATION

Victoria Badia
Manolita Mas
Patricia Mas
cq@cataloniaqualitat.com

MANAGEMENT

Manel Simon
Direccio@cataloniaqualitat.com