



CONSEIL ADMINISTRATION CIDEF – CIPC

La Barbinière – 30 août 2023

Ordre du jour

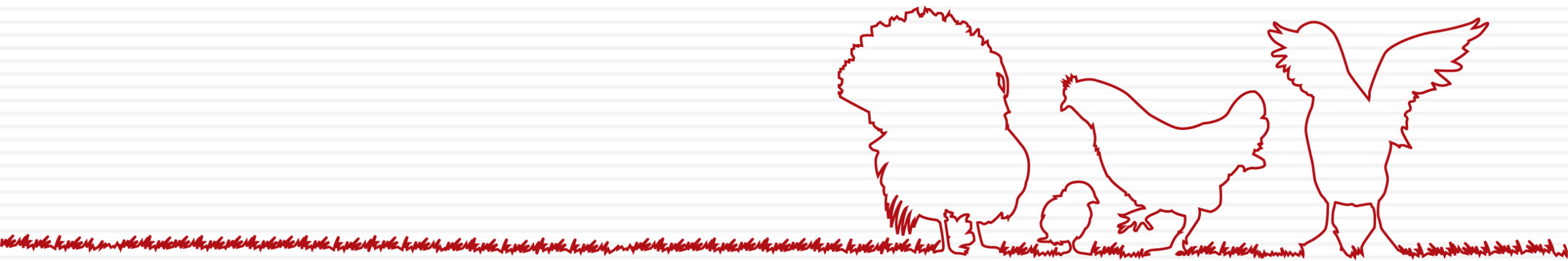
Conseil d'Administration du 30 août 2023

1. Situation du marché
2. Point sur la situation sanitaire et la stratégie vaccinale influenza
3. Actualité réglementaire et politique
4. Campagne de communication nationale « Dinde » 2023
5. Campagne de communication européenne « Poulet » 2023
6. Présentation EVA-PULSE
7. Points divers et retroplanning



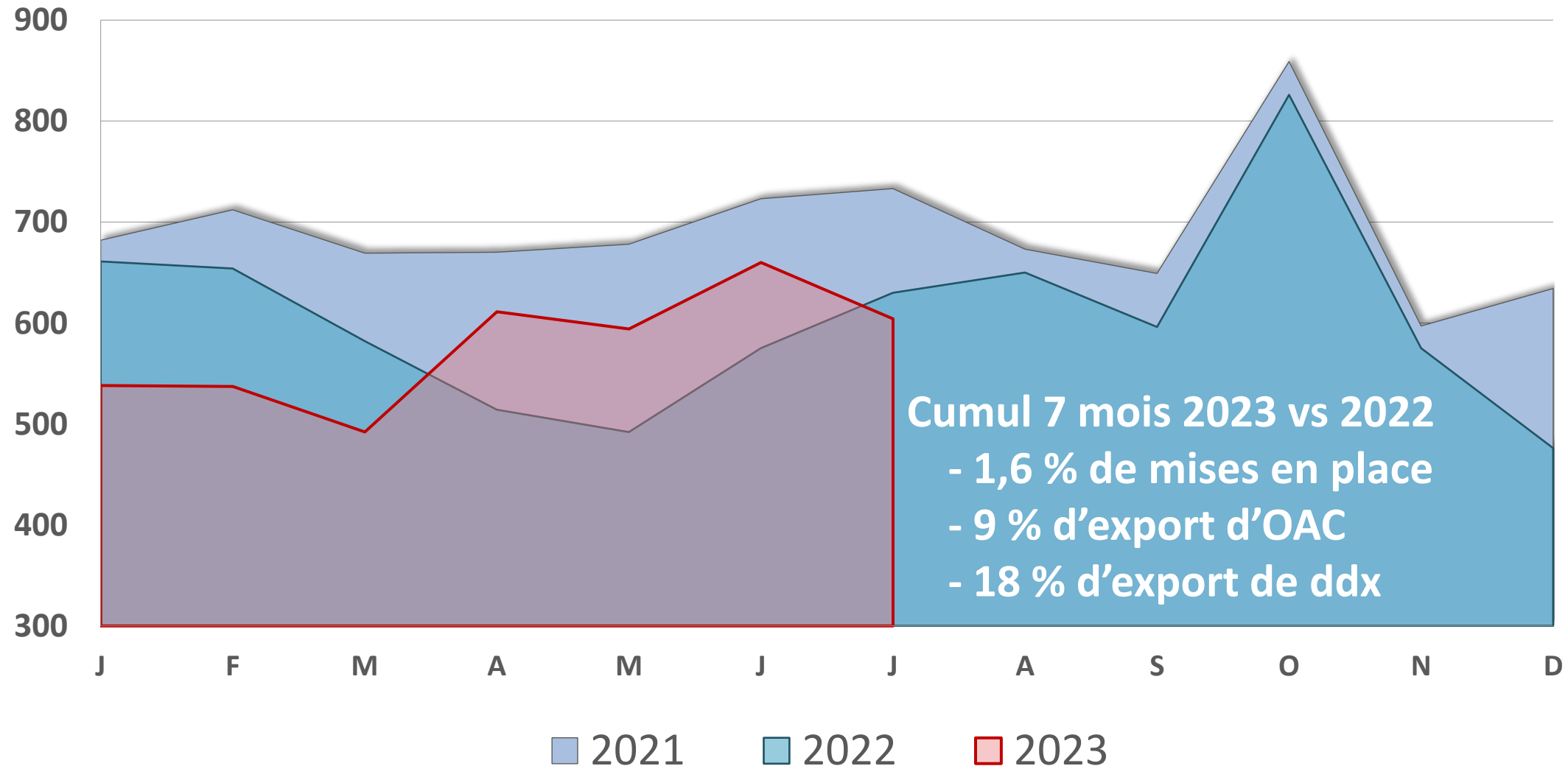
Il est rappelé à l'ensemble des administrateurs présents que toutes discussions et échanges devront être conformes aux prescriptions du droit de la concurrence et ne devront pas consister en des échanges d'informations concurrentielles ou concertations anticoncurrentielles entre concurrents.

Situation de marché



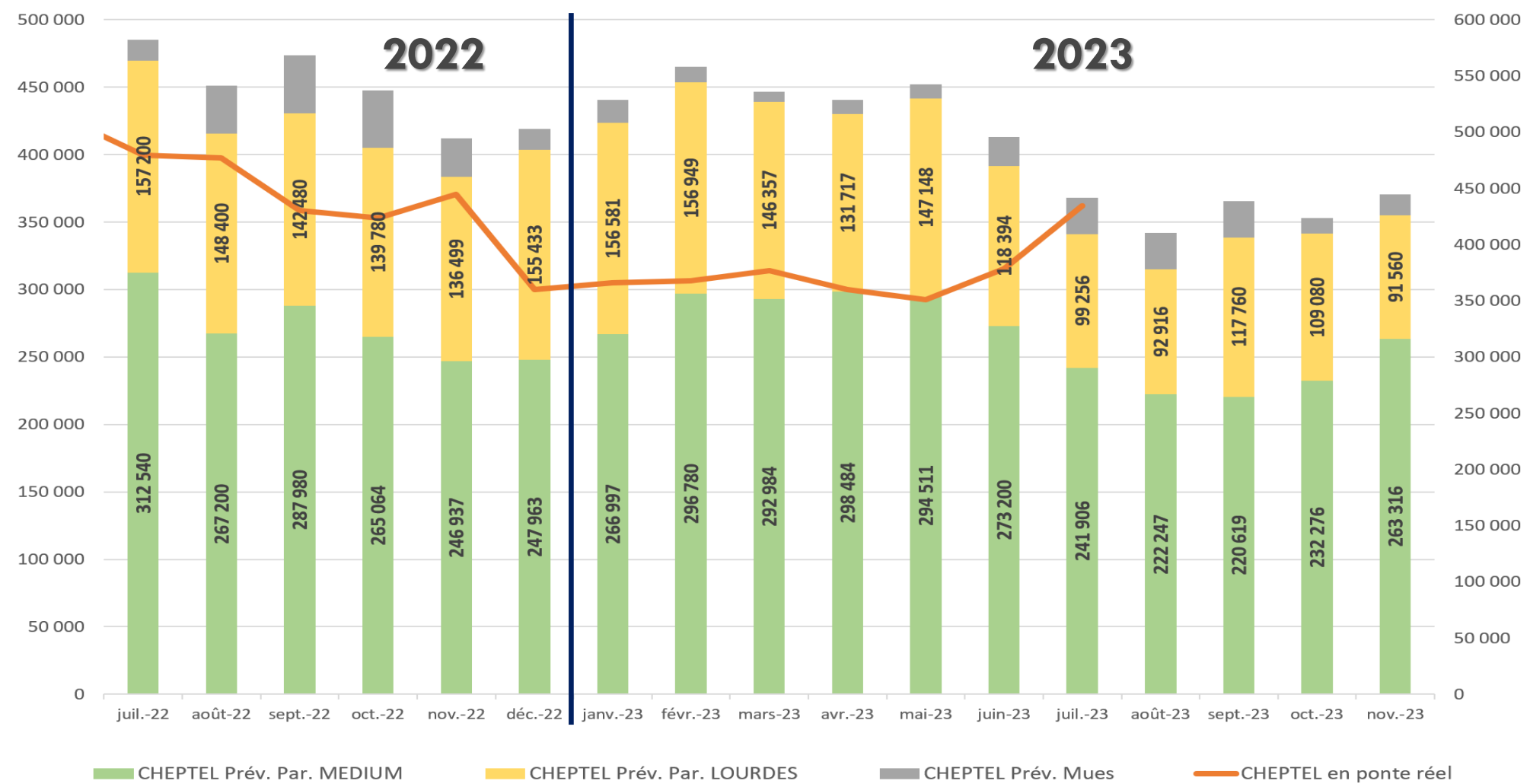
Mises en place de 2021 à 2023

(hebdomadaires en milliers de têtes)



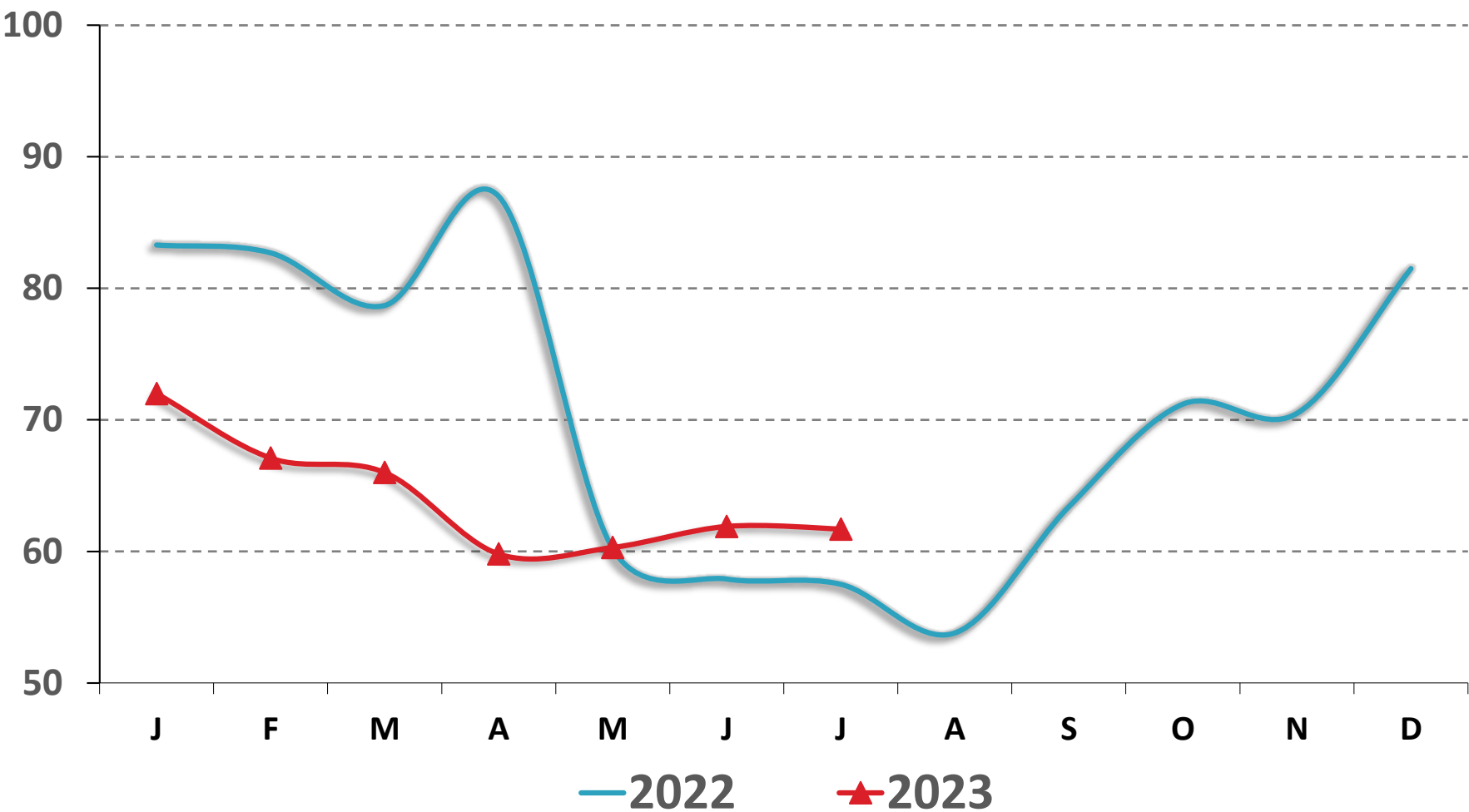
Cheptel reproducteur 2022 – 2023

(en milliers de têtes)



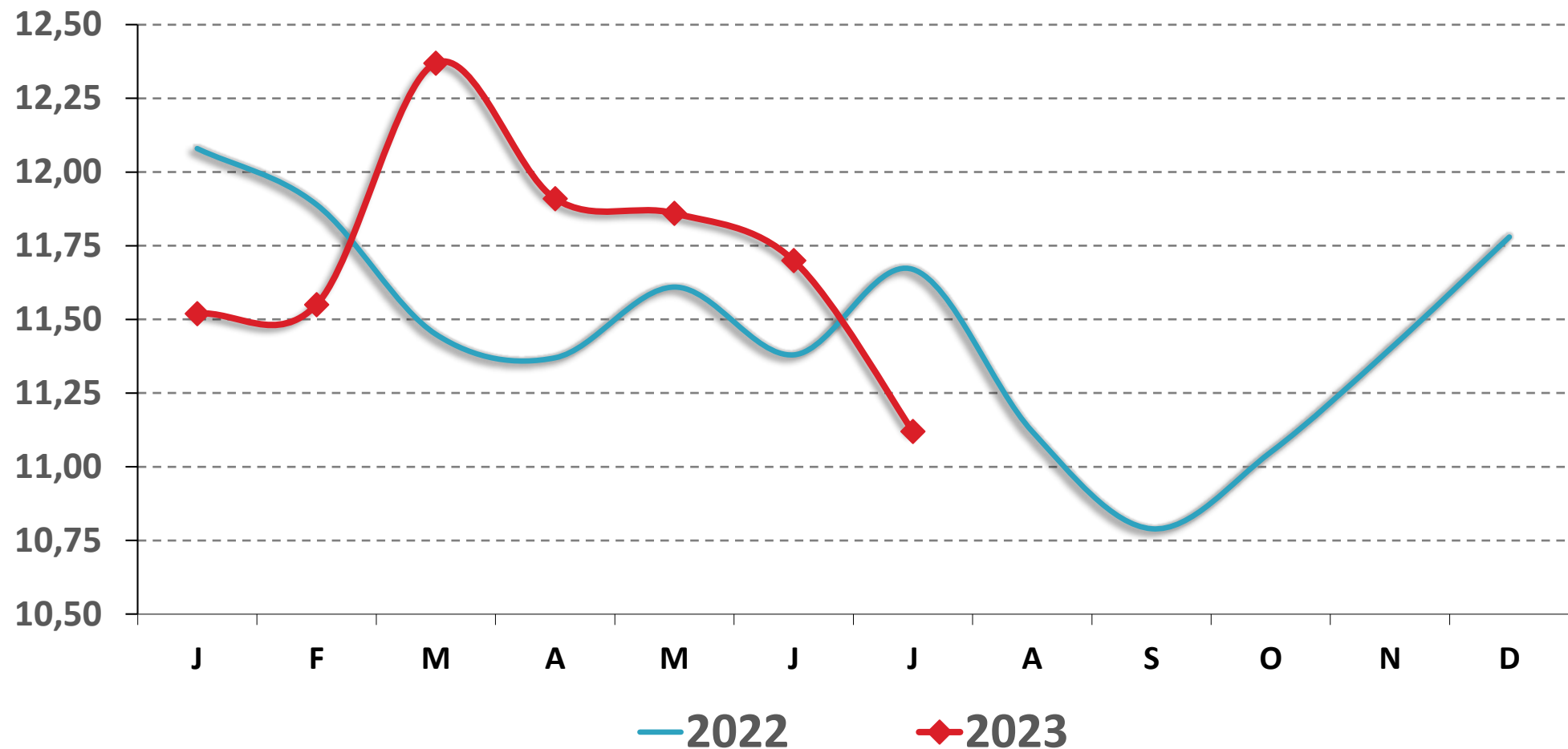
Abattages de dindes

(Base 100 – janvier 2018)



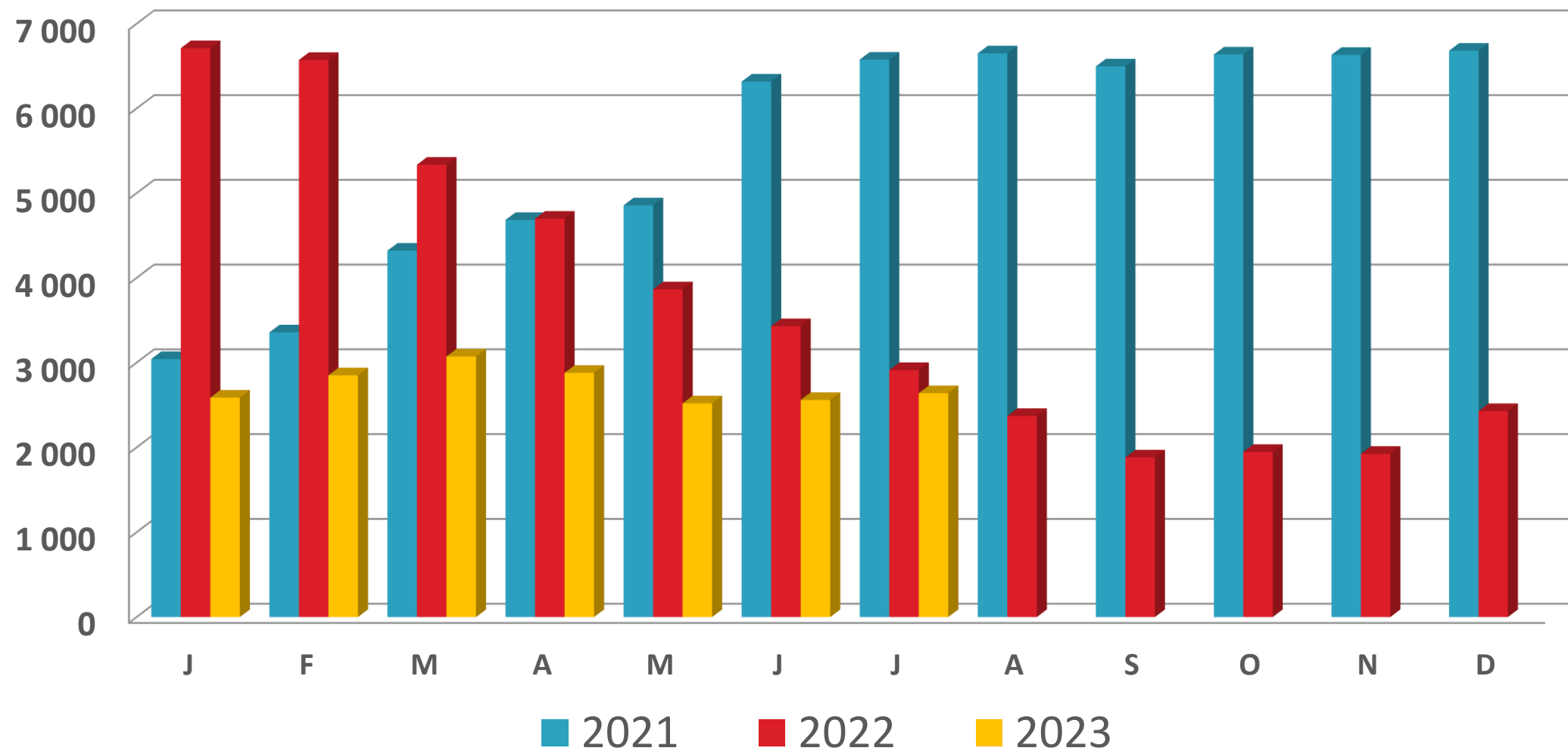
Poids moyens des dindes découpe (hors baby)

(en Kg / tête)



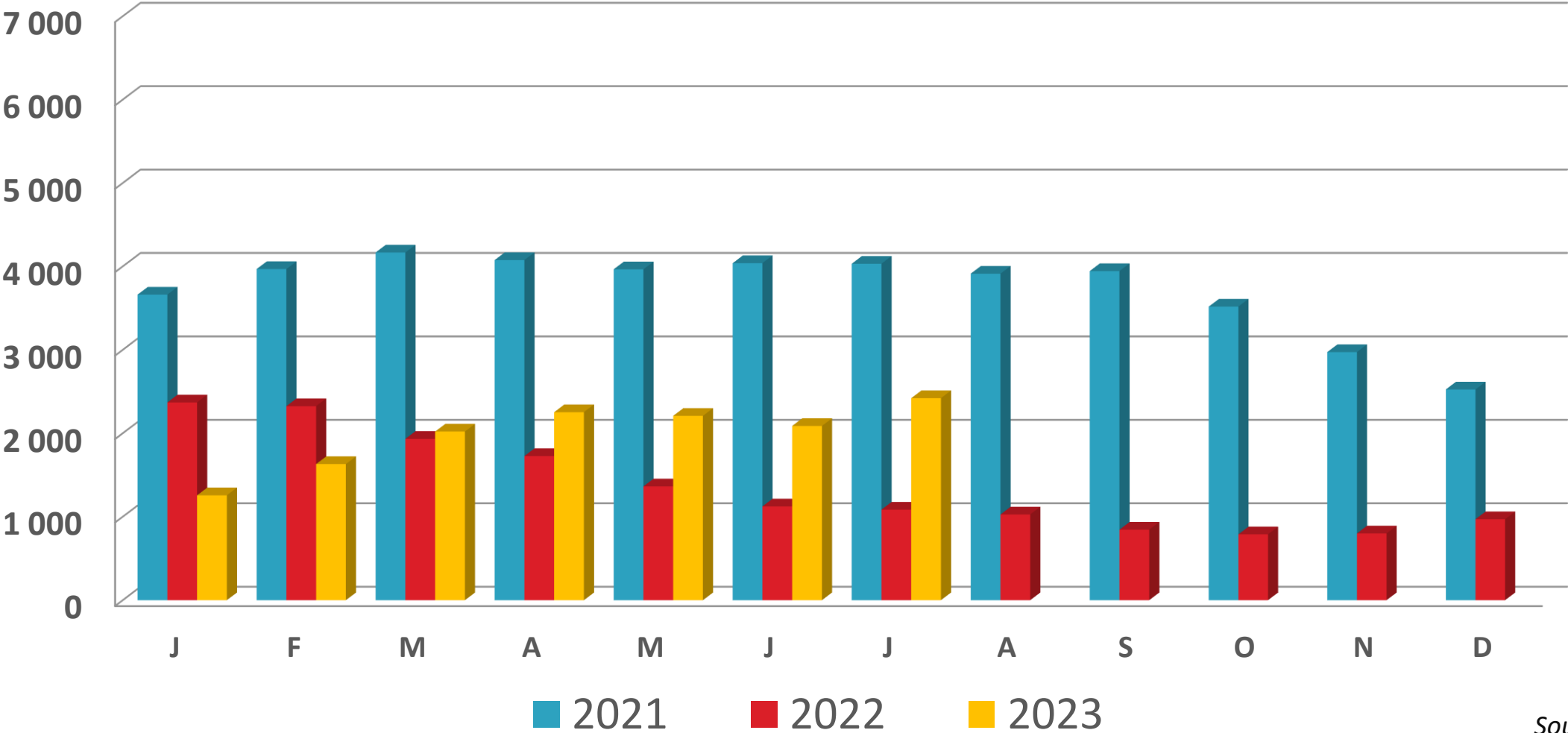
Stock de blanc de dinde

(en Tonnes)



Stock de rouge de dinde

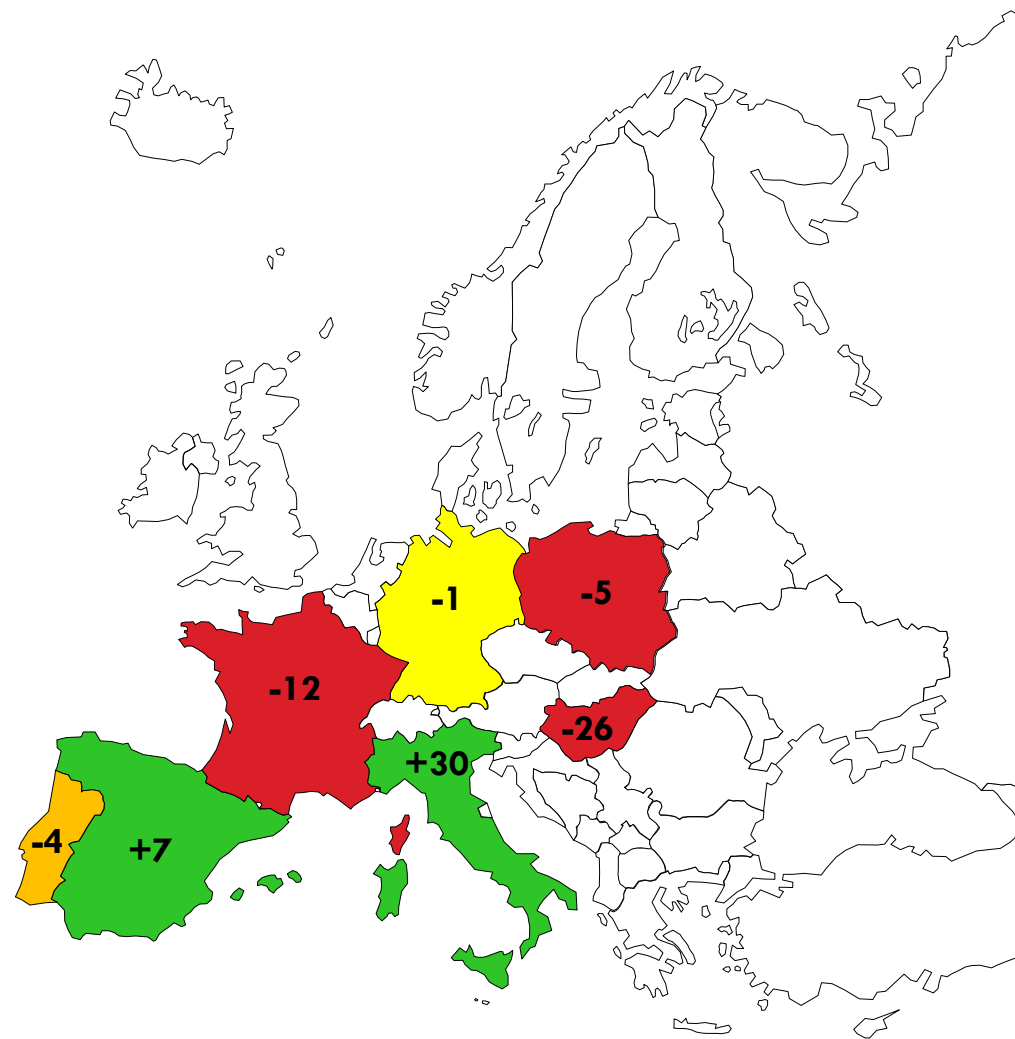
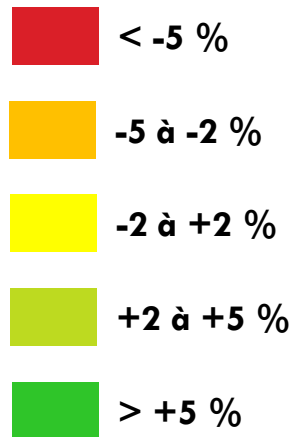
(en Tonnes)





Abattages de dinde

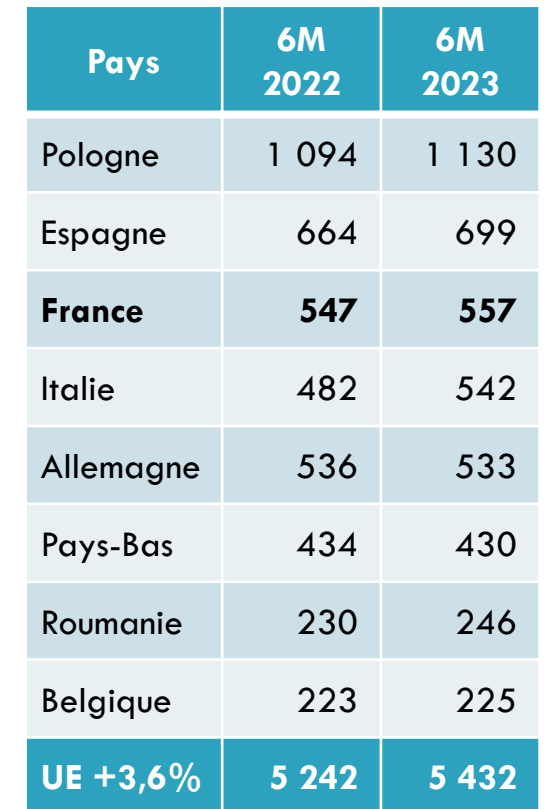
(Tonnage) Cumul 6 mois 2023 / 2022



Pays	6M 2022	6M 2023
Allemagne	206	203
Pologne	201	191
Espagne	118	126
Italie	89	117
France	125	111
Hongrie	34	25
Portugal	23	22
UE - 0 %	814	813



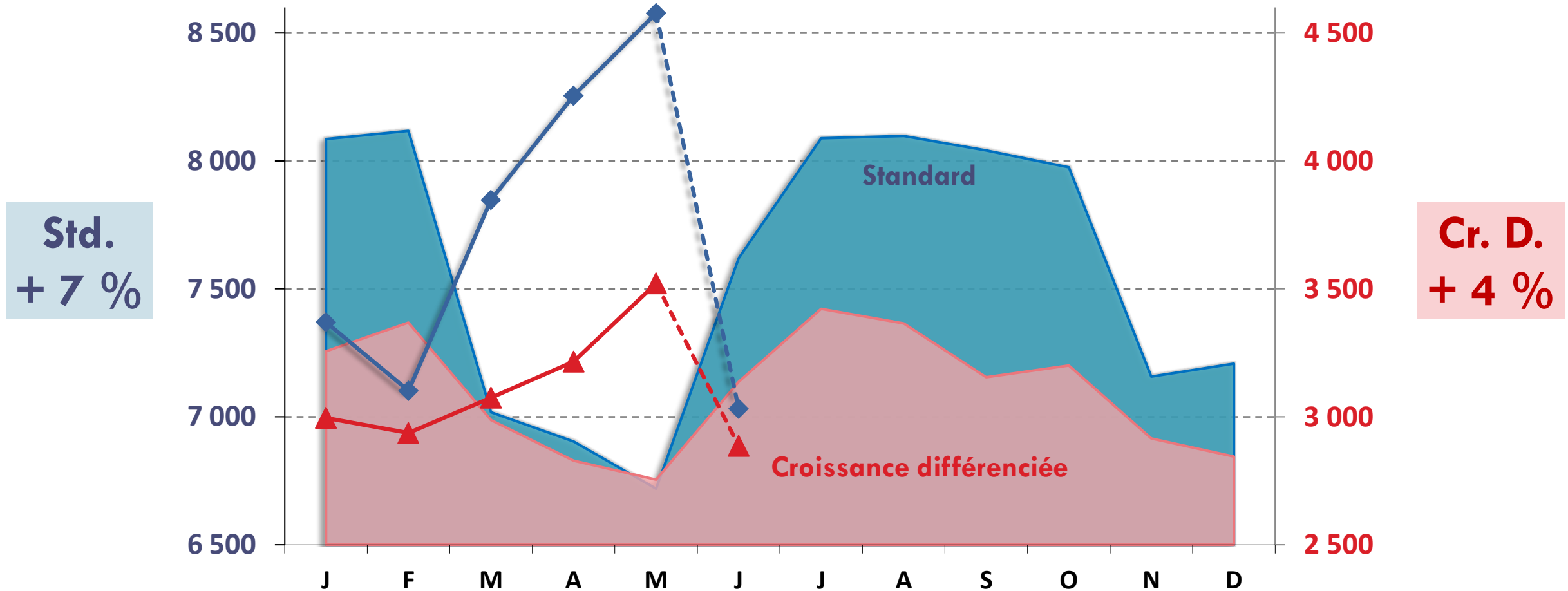
	< -3 %
	-3 à 0 %
	0 à +2 %
	+2 à +4 %
	> +4 %
	NC



Source : Eurostat

Mises en place de poulets par segment

(hebdo en milliers de têtes) 2022 - 2023 et évolution janvier A/A-1

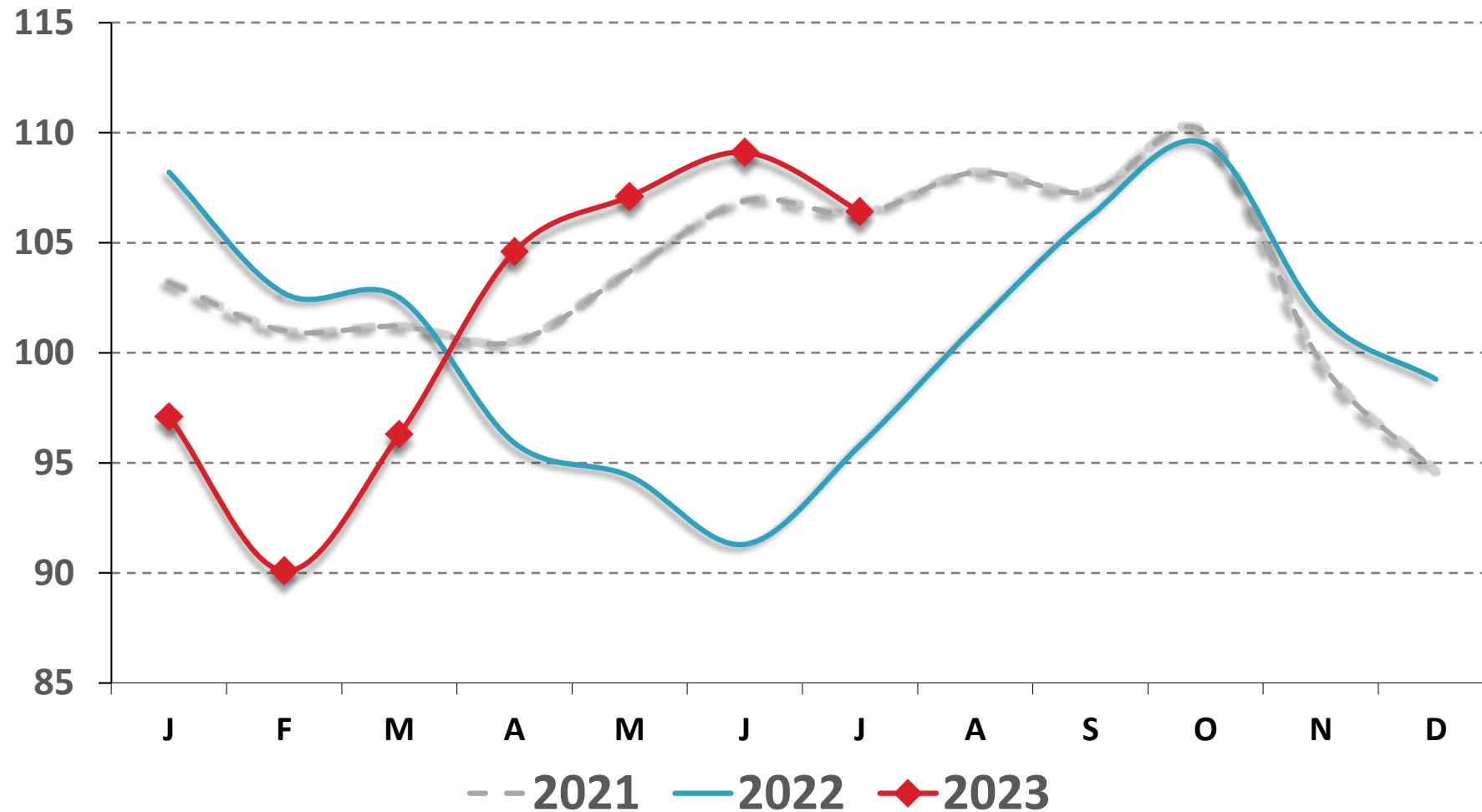


* Les souches à "croissance différenciée" incluent le CCP (Certifié), l'Agriculture Biologique, le Label Rouge et le Fermier

Source : CIPC

Abattages de poulets standards et certifiés

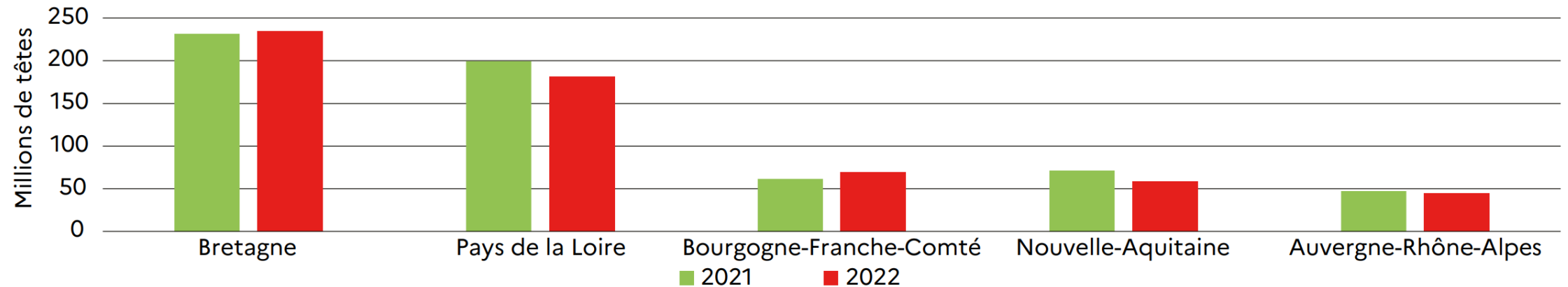
(Base 100 – janvier 2018)



Abattage de poulets de chair par région

Millions de têtes abattues 2021 et 2022

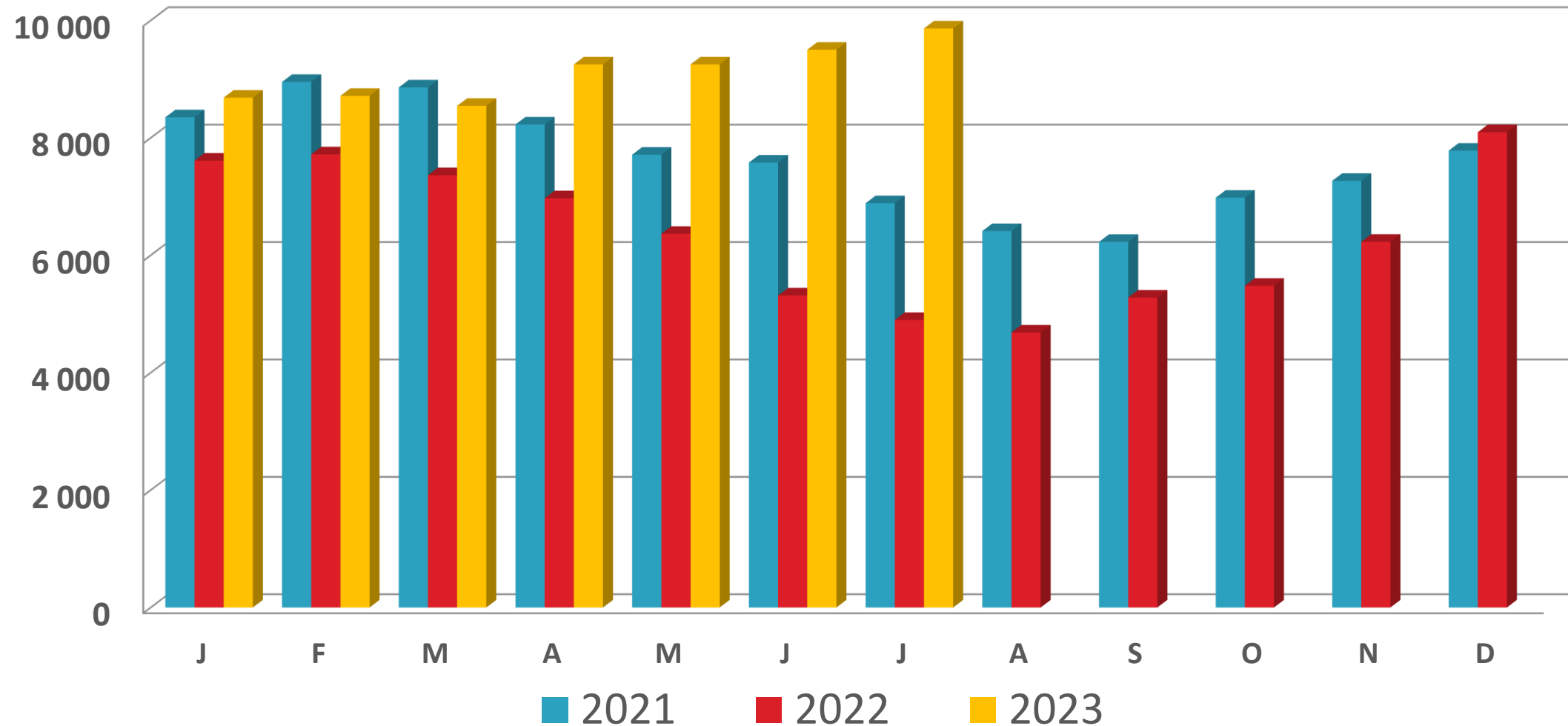
Recul des abattages de poulets de chair dans les Pays de la Loire
(Abattages dans les cinq premières régions productrices)



Source : Agreste

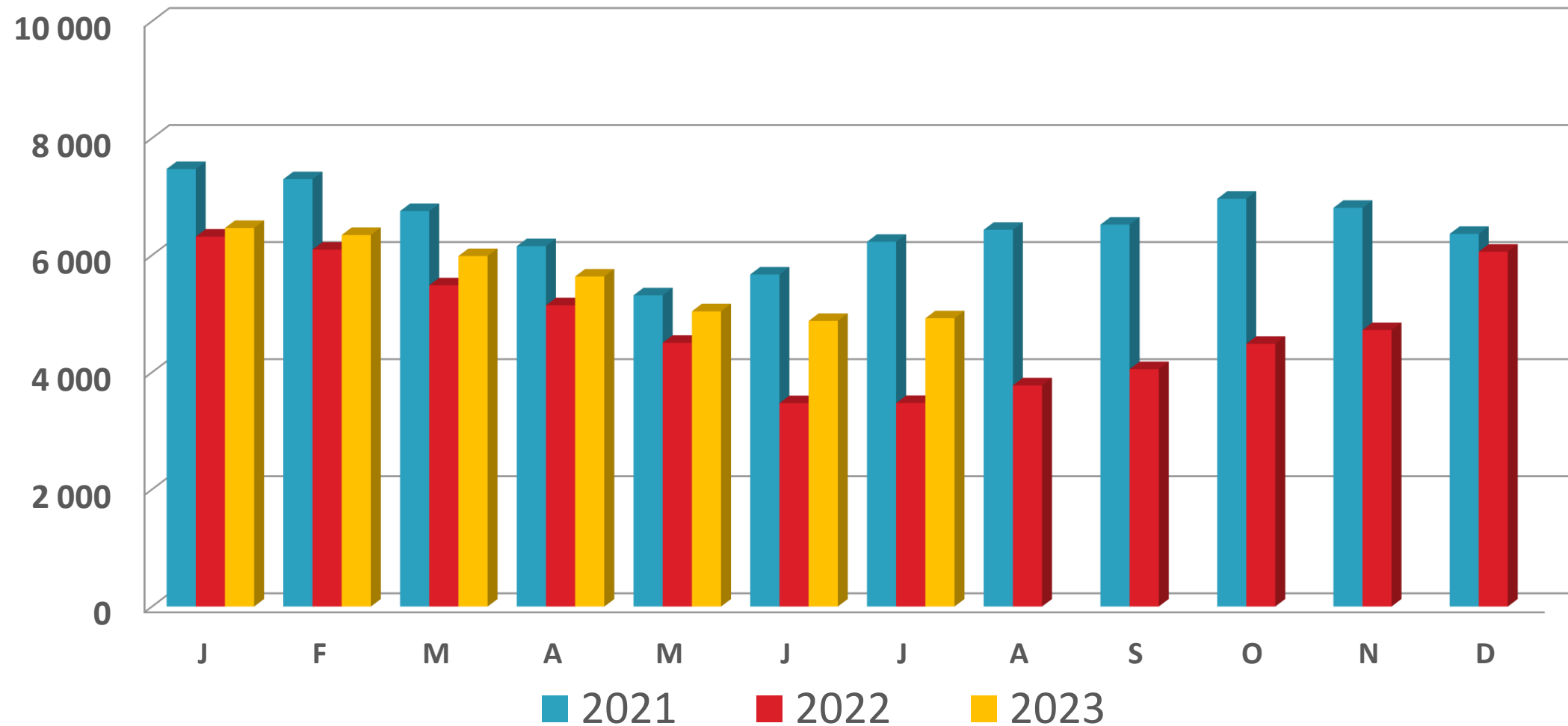
Stock de blanc de poulet

(tonnes)



Stock de rouge de poulet

(tonnes)



Bilan Production – Consommation

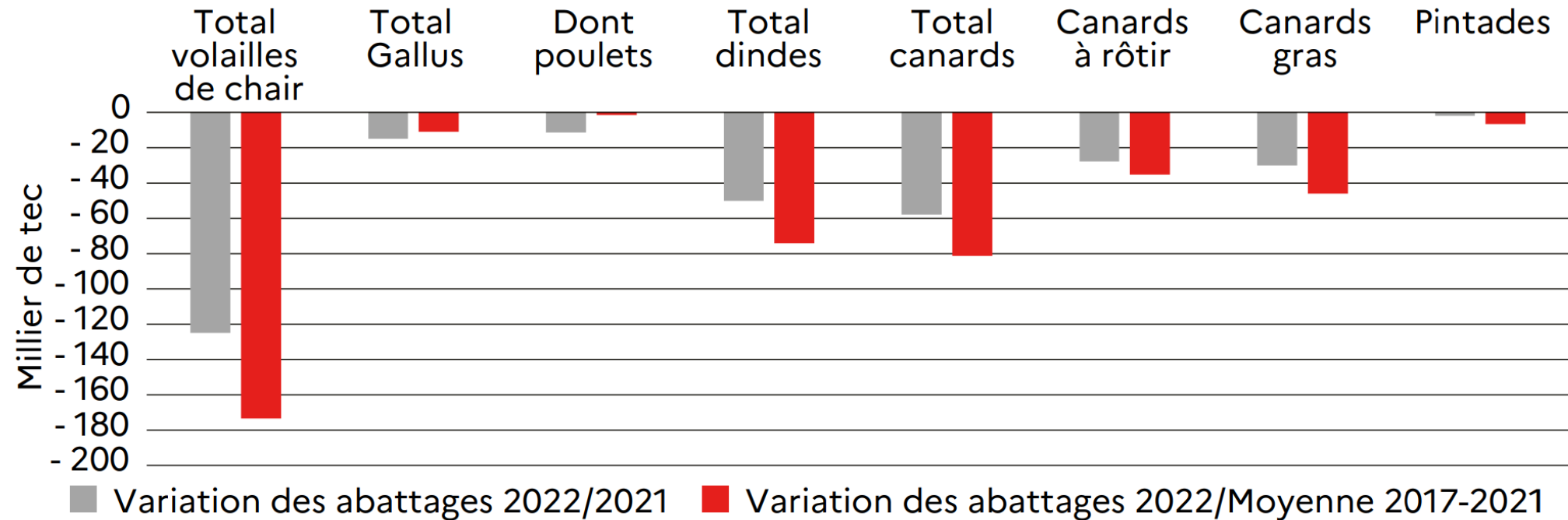
Cumul 3 mois 2023 vs 2022 (en 1 000 tec)

Cumul 3 mois 2023	Volaille		Poulet		Dinde		Canard Maigre et Gras		Pintade	
Production	373	-10,9%	281	-7,3%	62	-13,9%	24	-34,2%	5	-15,7%
Abattages	358	-11,5%	270	-7,7%	60	-15,0%	24	-34,5%	5	-15,6%
Export Viande	89	-24,2%	73	-20,1%	11	-32,0%	4	-53,9%	1	-24,6%
Import Viande	218	+8,2%	199	+8,1%	14	+10,0%	5	+0,3%	-	-
Consommation	473	-3,8%	384	-0,6%	61	-10,5%	25	-26,1%	4	-16,1%
Part de Conso	100%		81,0%		12,8%		5,2%		0,8%	
% Import / Conso	44%		52%		22%		20%		0%	

Abattages des volailles de chair

Variation en milliers de tec abattues

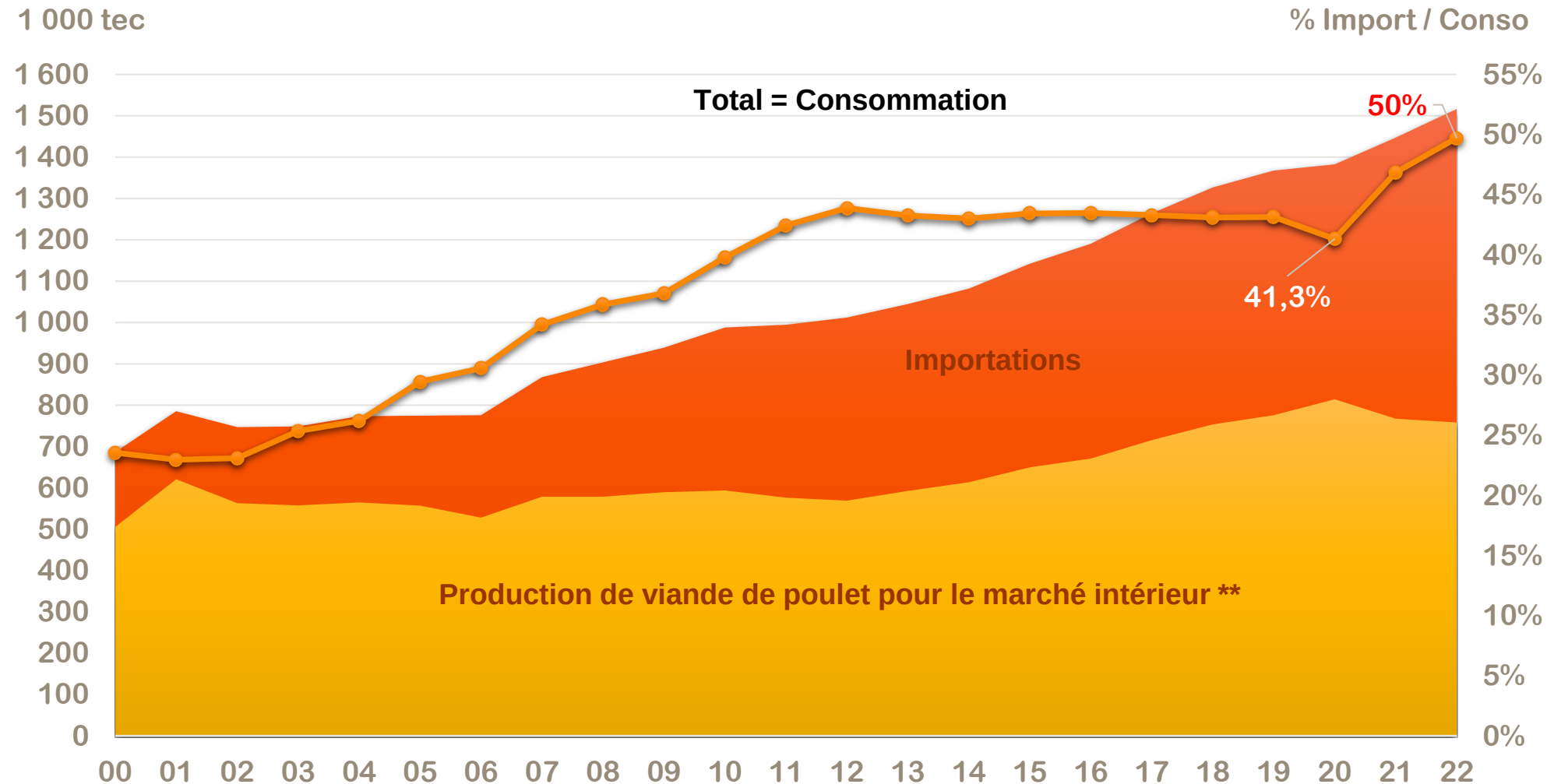
En 2022, nouveau repli des abattages des volailles de chair



Source : Agreste

Part du poulet importé dans la consommation

Evolution du rapport import/consommation

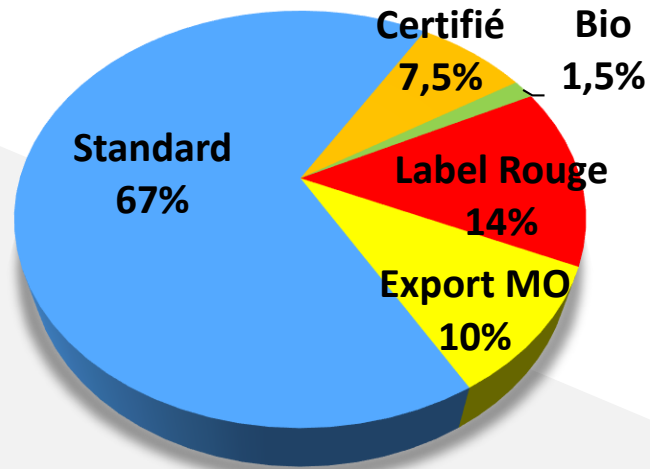


Production / Consommation Poulet

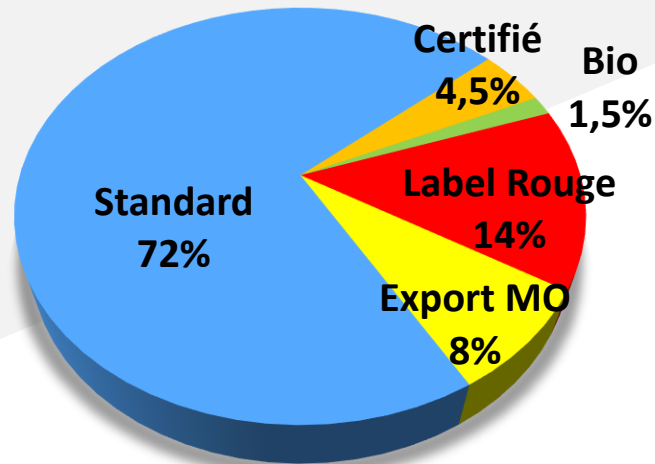
En 2018 et 2022 en France (en pourcentage du volume)

2018
1 174 M Tec

PRODUCTION

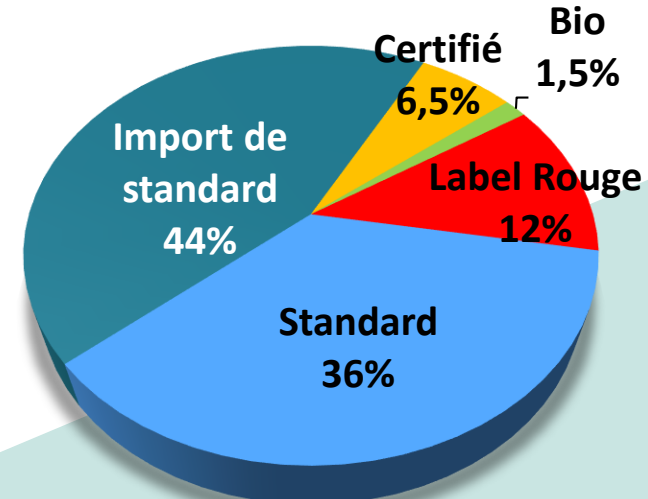


2022
1 159 M Tec

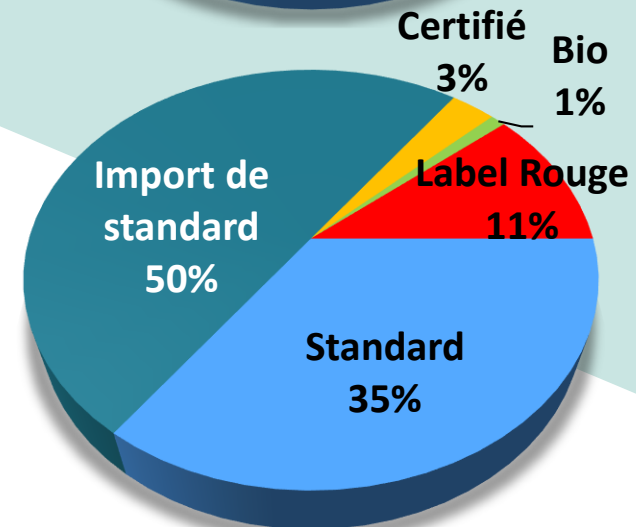


2018
1 307 M Tec

CONSOMMATION



2022
1 531 M Tec



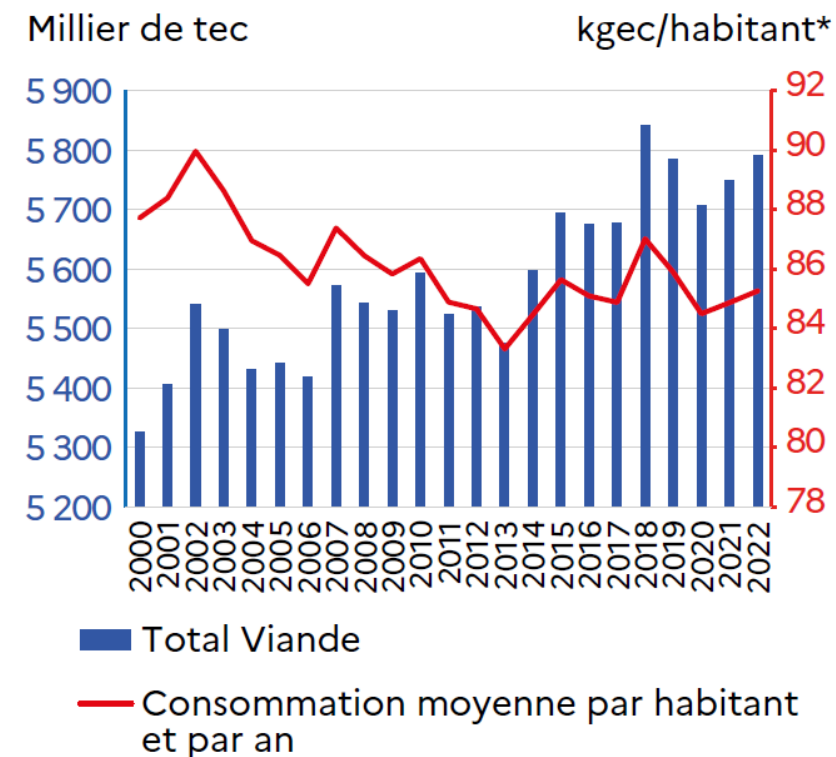
Consommation de viande en France en 2022

En milliers de tec

En 2022, la consommation de viande de boucherie progresse tandis que celle de volaille diminue

	2022	2022/ 2021	2021/ 2020	Taux de croissance annuel moyen entre 2012 et 2022
	Millier de tec			%
Viande d'animaux de boucherie	3 856	1,4	0,6	- 0,1
dont viande bovine	1 511	1,1	0,0	- 0,5
viande porcine	2 179	1,6	1,3	0,3
viande ovine	155	2,4	- 2,6	- 1,7
viande équine	6	- 5,2	1,9	- 10,0
viande caprine	6	3,3	0,6	0,6
Viande de volaille et de lapin	1 936	- 0,5	0,8	1,8
Viande de volaille	1 911	- 0,4	1,1	1,9
dont poulet et poule de réforme	1 532	4,7	4,5	4,1
dinde	243	- 11,6	- 8,2	- 2,9
canard	115	- 26,9	- 8,3	- 5,6
autres volailles	22	- 11,9	- 8,9	- 3,0
Viande de lapin	25	- 10,4	- 8,8	- 5,7
Total toutes viandes	5 792	0,8	0,7	0,5

En 2022, la consommation apparente de viande continue d'augmenter



* kg équivalent-carcasse

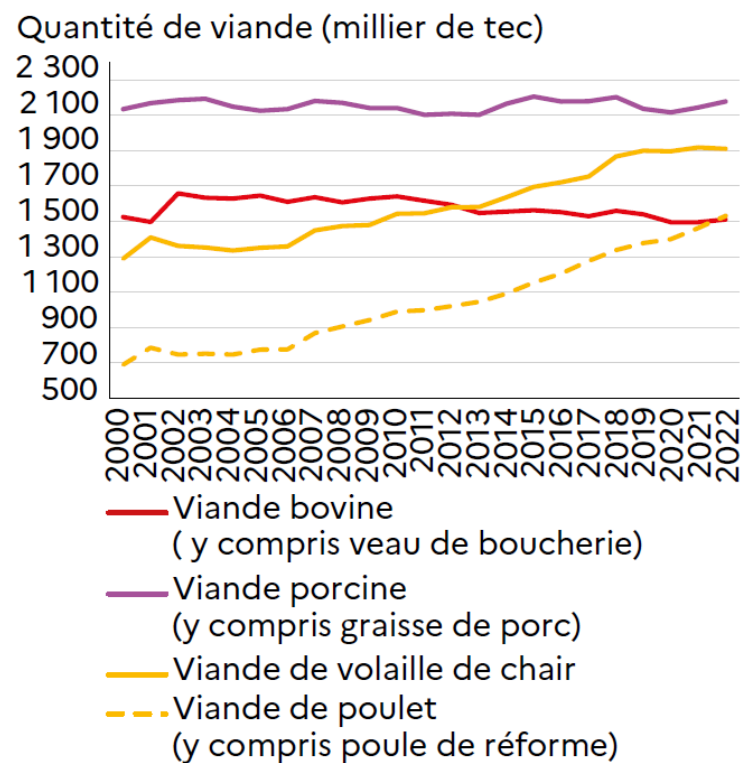
Sources : Agreste, DGDDI, Insee

Source : Agreste

Consommation de viande en France en 2022

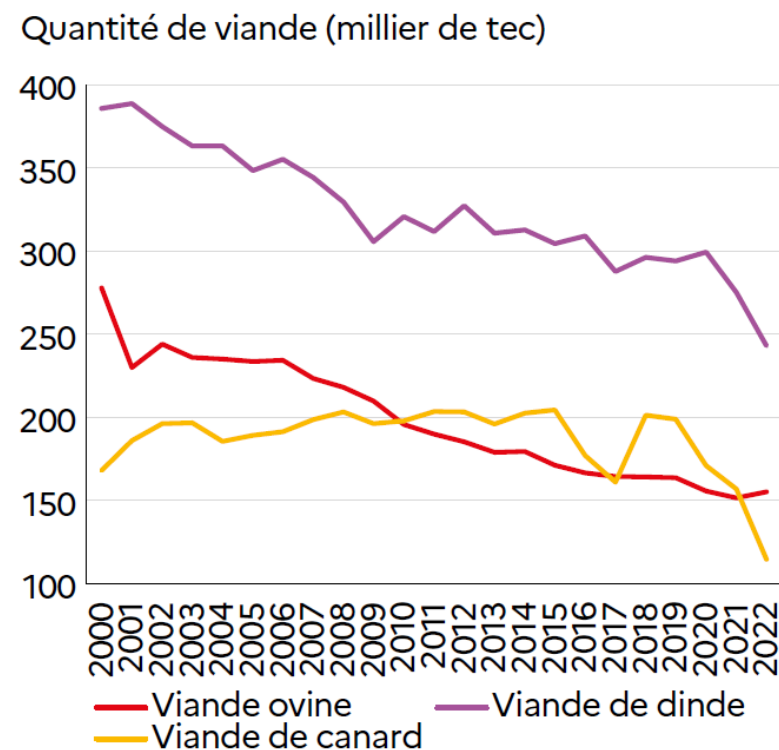
En milliers de tec

En 2022, la consommation de viande de poulet devance celle de viande bovine



Sources : Agreste, DGDDI

En 2022, la consommation apparente de viande de dinde et de canard continue de baisser fortement



Sources : Agreste, DGDDI

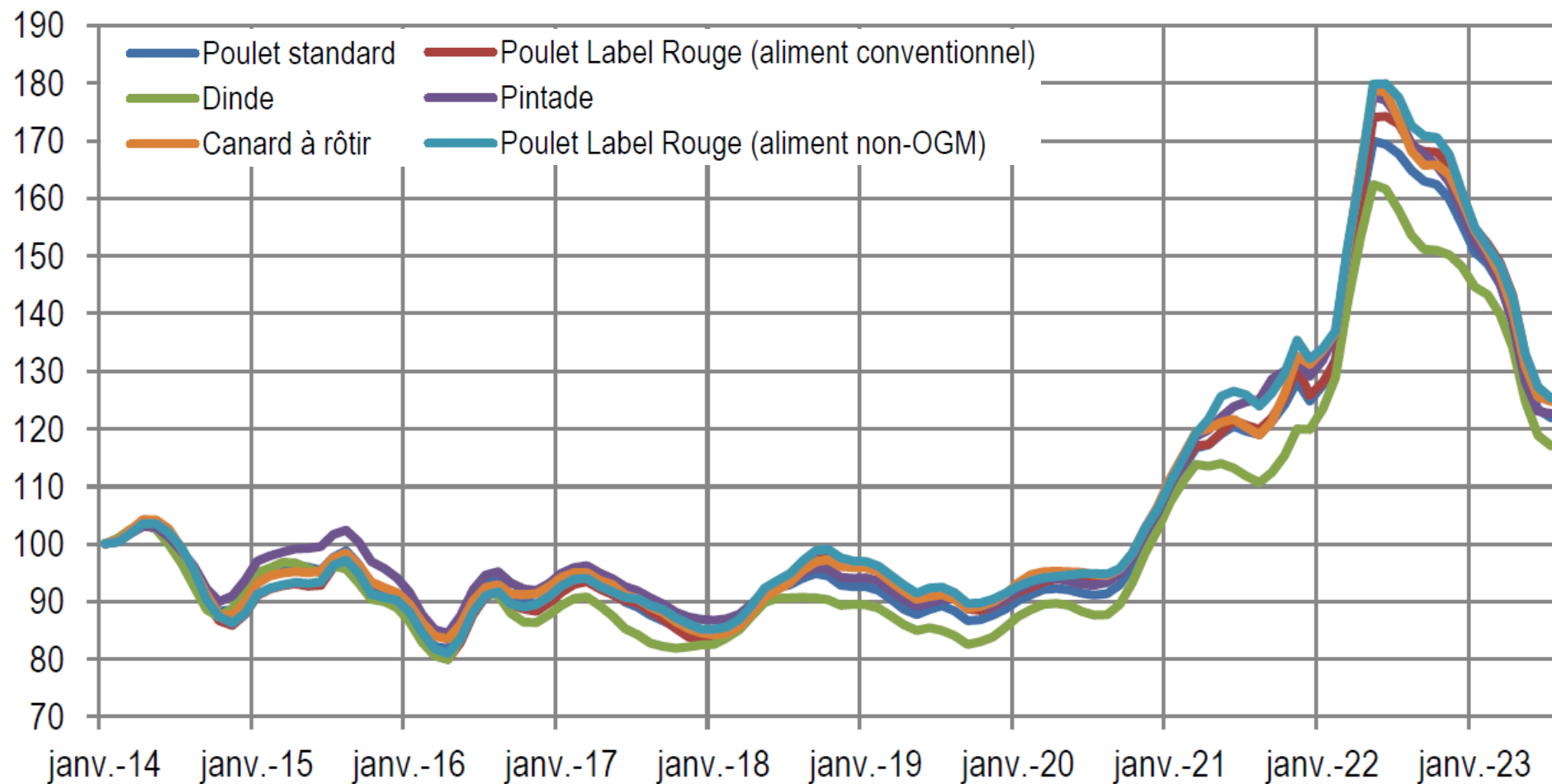
Consommation : achat des ménages

Cumul 6 mois 2023 / 2022

	Tonnage	Prix Moyen	Part %
Viandes de boucherie	- 3,2 %	+ 9,8 %	36,1
- Bœuf	- 4,4 %	+ 6,7 %	7,2
- Veau	- 0,9 %	+ 7,9 %	2,1
- Porc Frais	- 2,7 %	+ 12,6 %	8,6
- Élaborés de bouch.	- 4,7 %	+ 13,2 %	15,0
Total volailles et lapins	- 0,3 %	+ 15,0 %	27,8
- Poulet	+ 6,5 %	+ 11,8 %	14,4
- Dinde	- 7,6 %	+ 19,6 %	2,4
- Élaborés de volaille	- 7,0 %	+ 17,1 %	7,8
Total charcuterie	- 1,7 %	+ 12,1 %	30,7

Aliment : Indices filière volaille

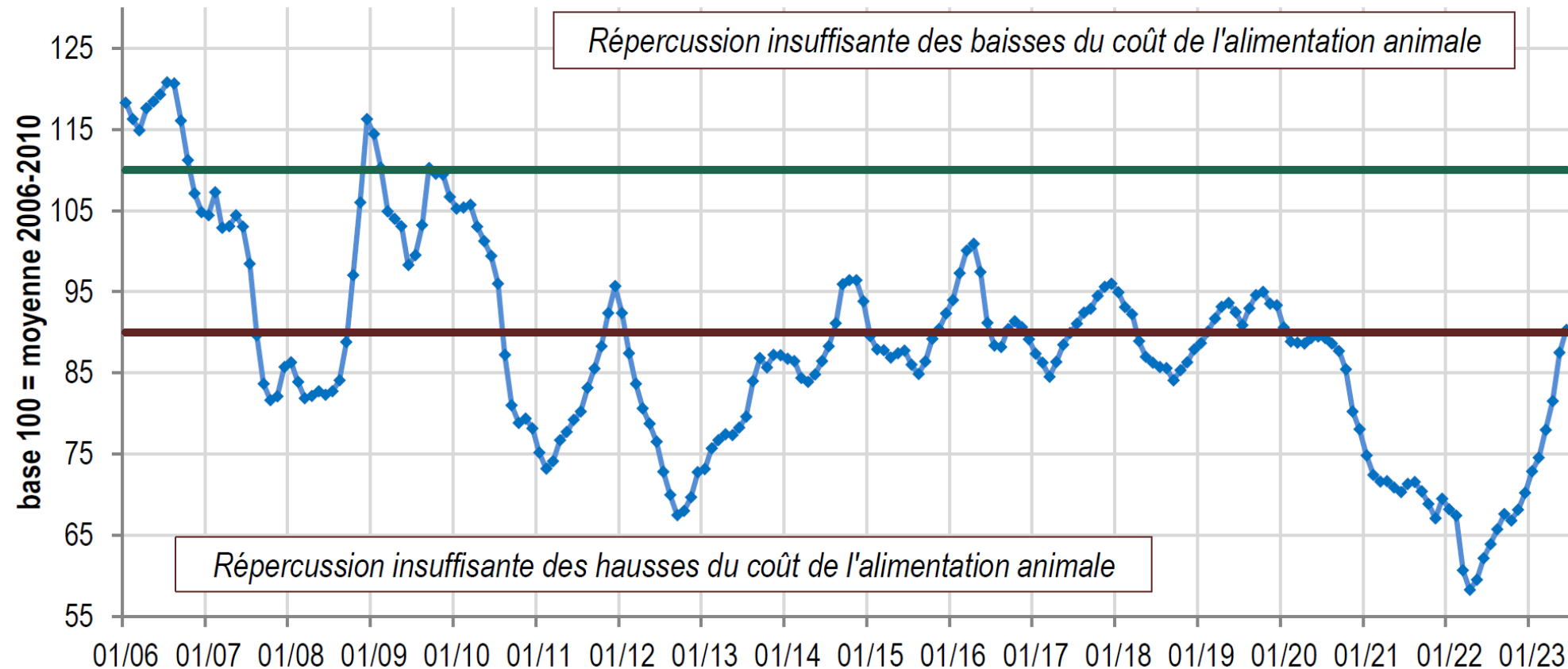
Evolution des indices ITAVI – base 100 en 2014



Aliment : Indices filière volaille

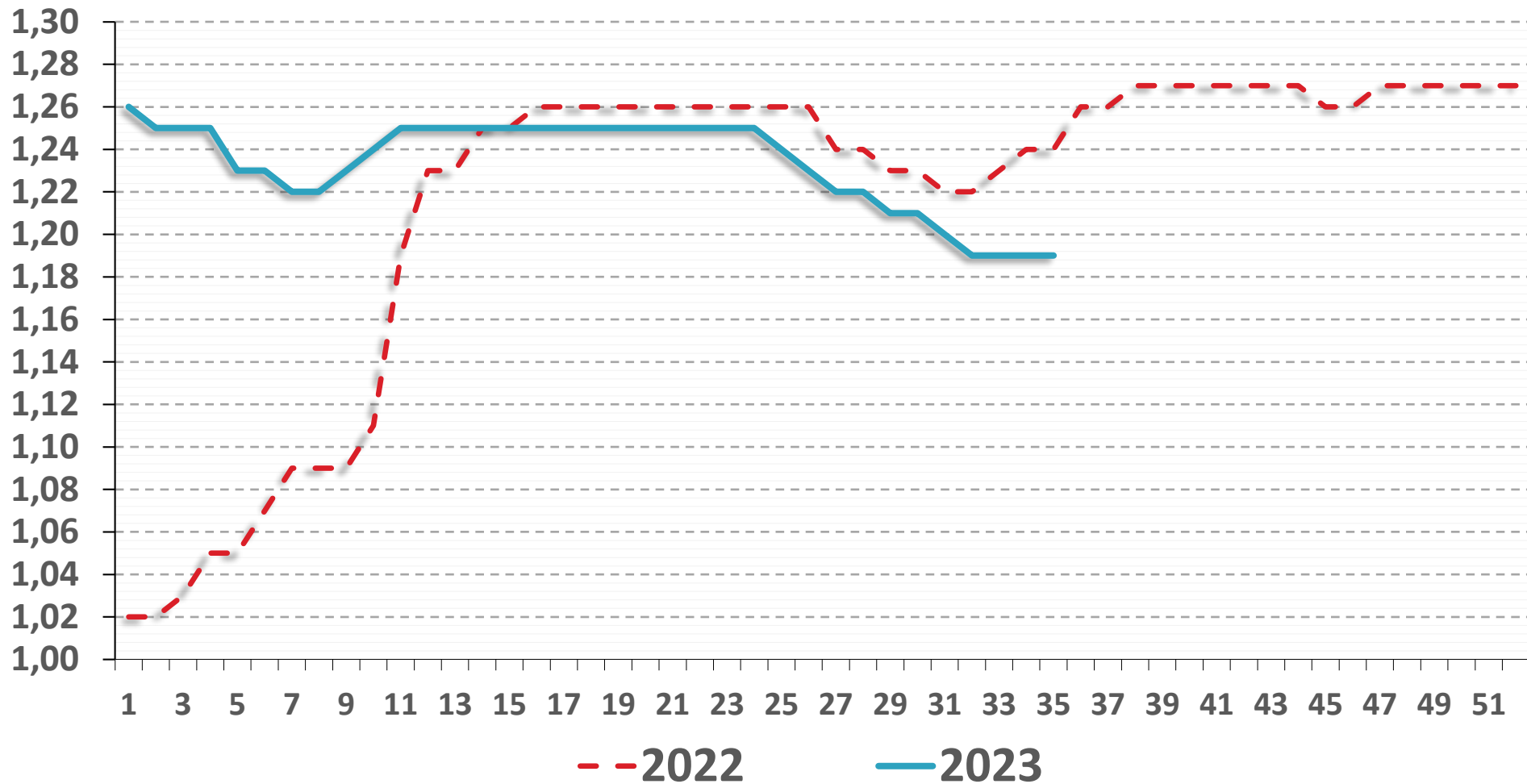
Rapport de l'indice "viande" sur l'indice "aliments"

Figure 4. Rapport de l'indice de prix de production industrielle « viande de poulet » sur l'indice du prix des aliments poulets ITAVI. Base 100= moyenne 2006-2010. Seuil haut à 110, seuil bas à 90.



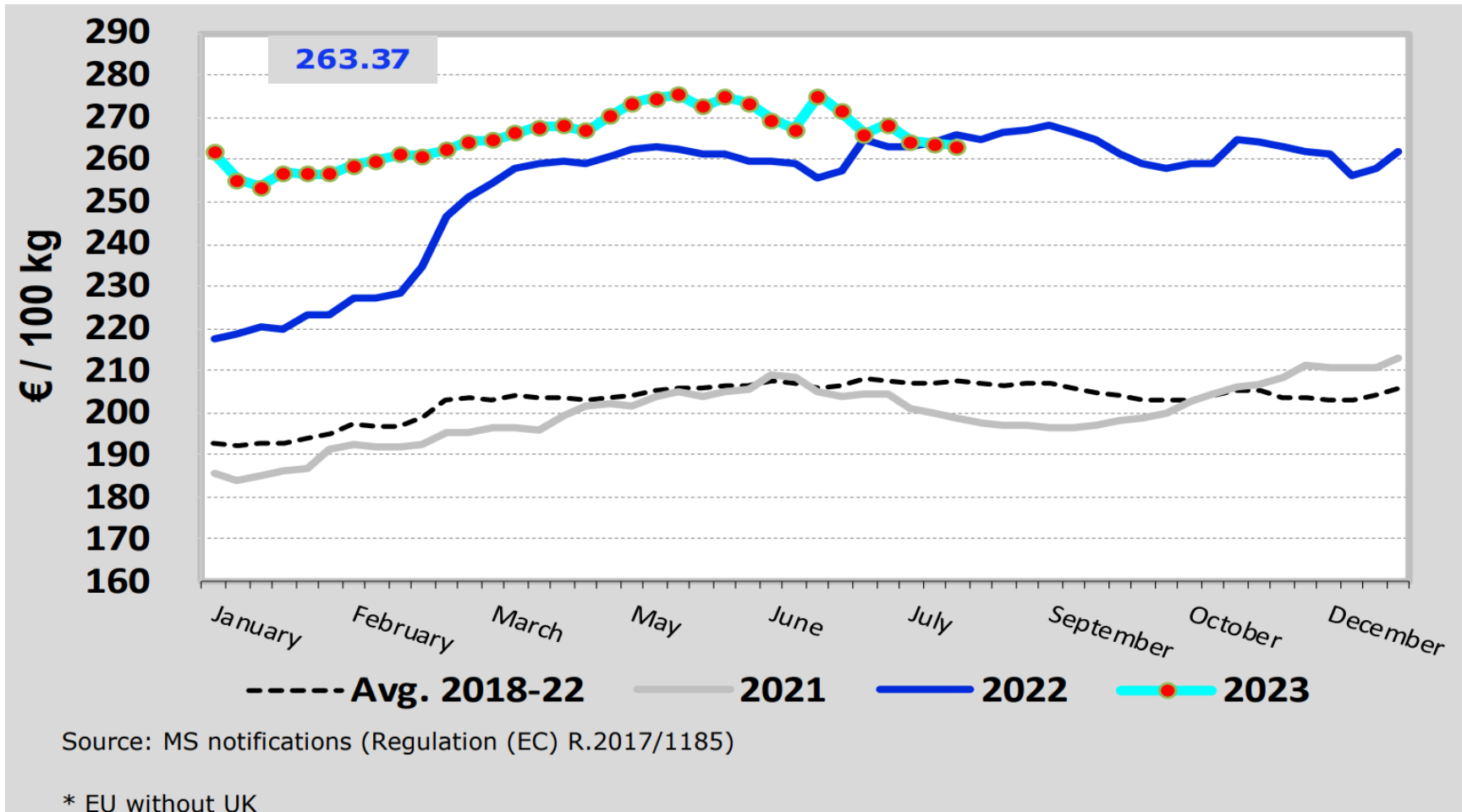
Cotations Poulet ABC

(en € / Kg)



Prix du poulet UE hebdo. * hors UK

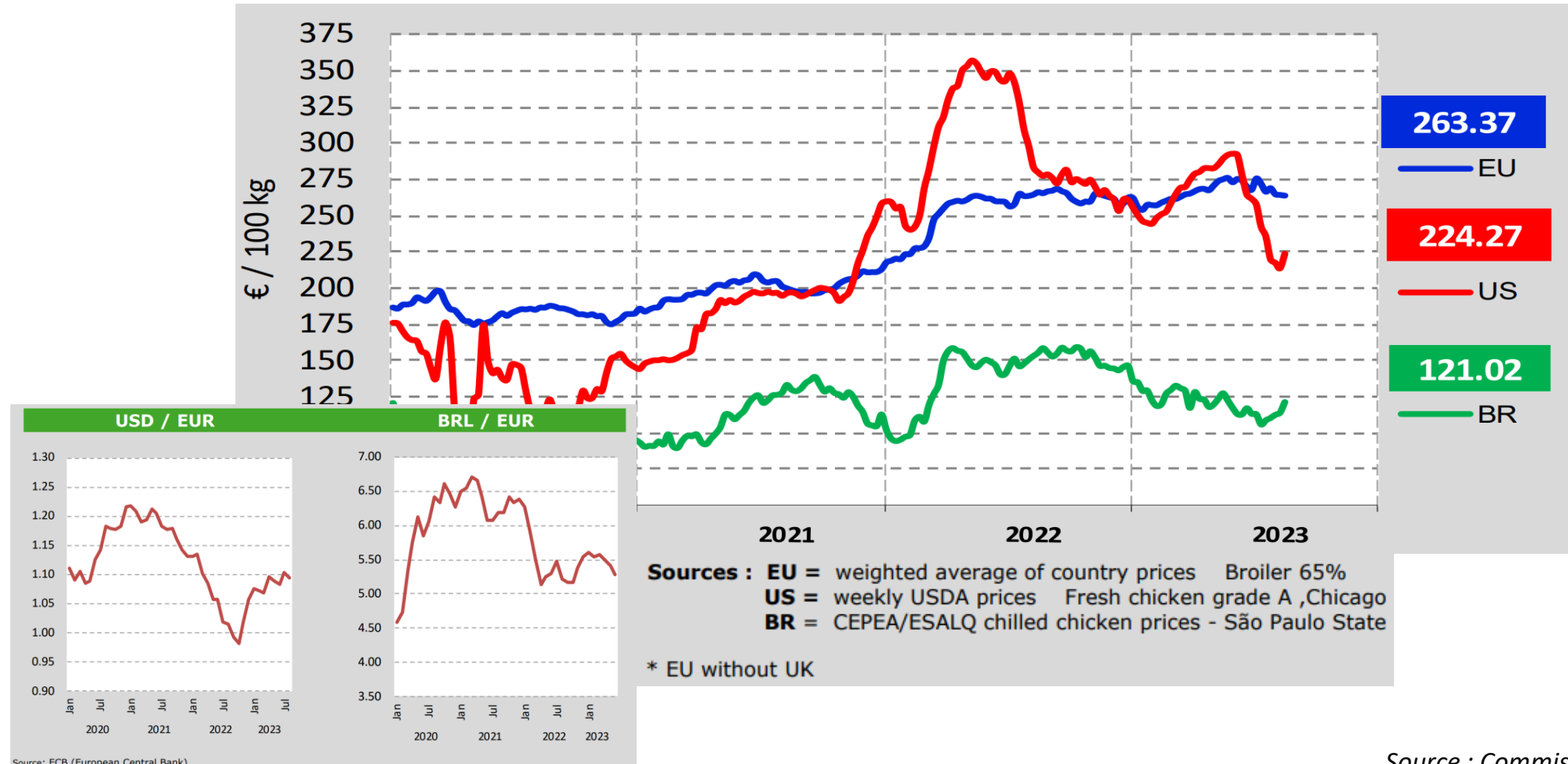
(en € / 100 Kg)





Prix du poulet UE, USA & Brésil

(en € / 100 Kg)



Source : Commission Européenne



Importations UE

Cumul 4 mois 2023

EU* Imports (Main partners in 2022/2021)			
POULTRY Meat (Tonnes carcase weight)			
Period:	Jan-Apr		
	2022	2023	% Chg
Brazil	83,903	99,435	+ 18.5 %
Ukraine	26,584	78,752	+++
Thailand	44,804	51,943	+ 15.9 %
United Kingdom	75,759	33,346	- 56.0 %
China	9,747	11,996	+ 23.1 %
Argentina	1,177	1,029	- 12.6 %
<i>Other destinations</i>	3,668	4,181	+ 14.0 %
Extra-EU	245,642	280,682	+ 14.3 %

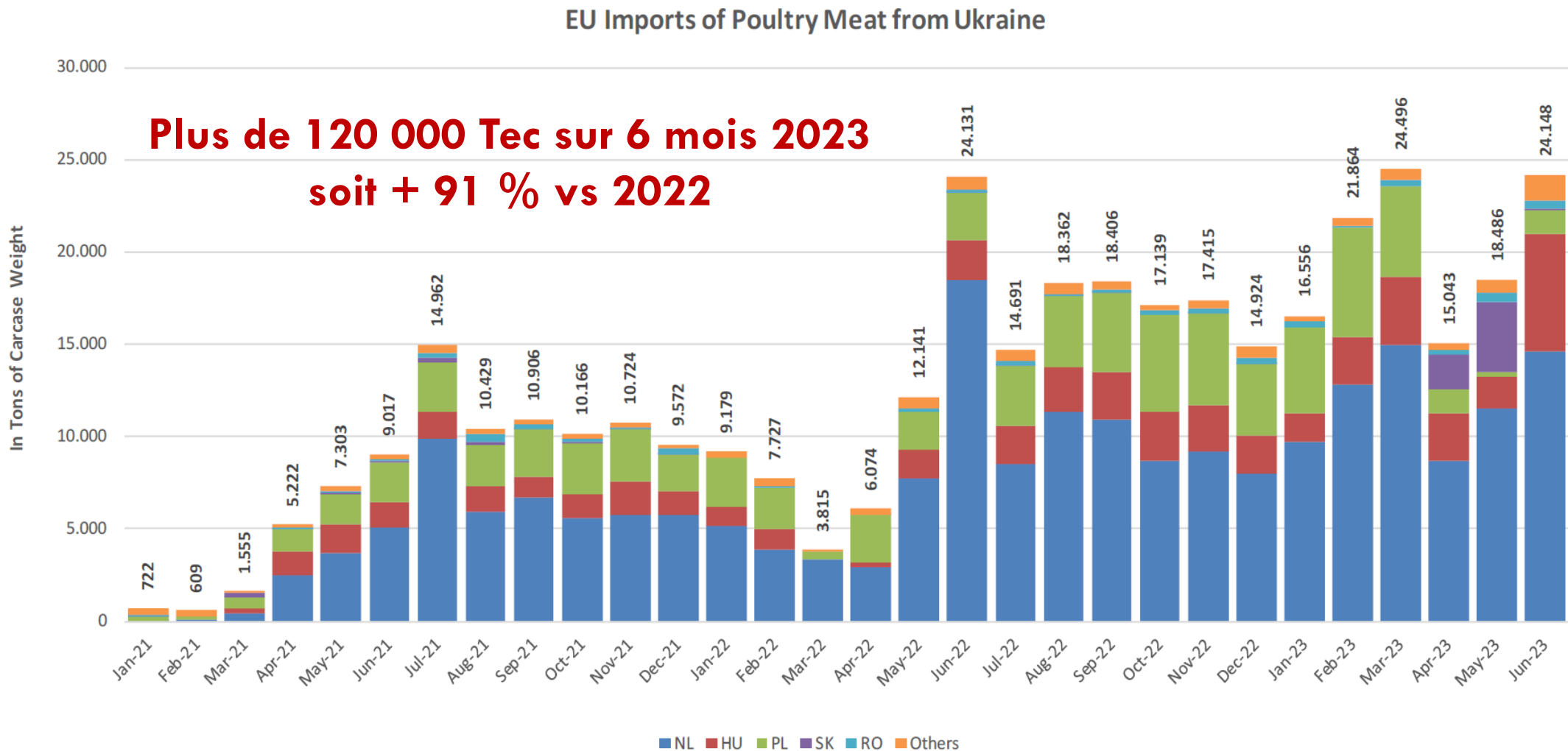
* EU without UK

Source: Eurostat

UKRAINE



Importations européennes (Tonnes)





Exportations UE

Cumul 4 mois 2023

EU* Exports (Top destinations in 2023/2022)			
POULTRY MEAT (Tonnes carcasse weight)			
Period:	Jan-Apr		
	2022	2023	% Chg
United Kingdom	257,665	255,309	- 0.9 %
Ghana	63,638	49,638	- 22.0 %
Ukraine	33,964	29,749	- 12.4 %
Benin	21,953	24,694	+ 12.5 %
Congo (Dem. Rep.)	24,924	24,003	- 3.7 %
Saudi Arabia	18,532	21,577	+ 16.4 %
<i>Other destinations</i>	<i>230,595</i>	<i>231,001</i>	<i>+ 0.2 %</i>
Extra-EU	651,271	635,971	- 2.3 %

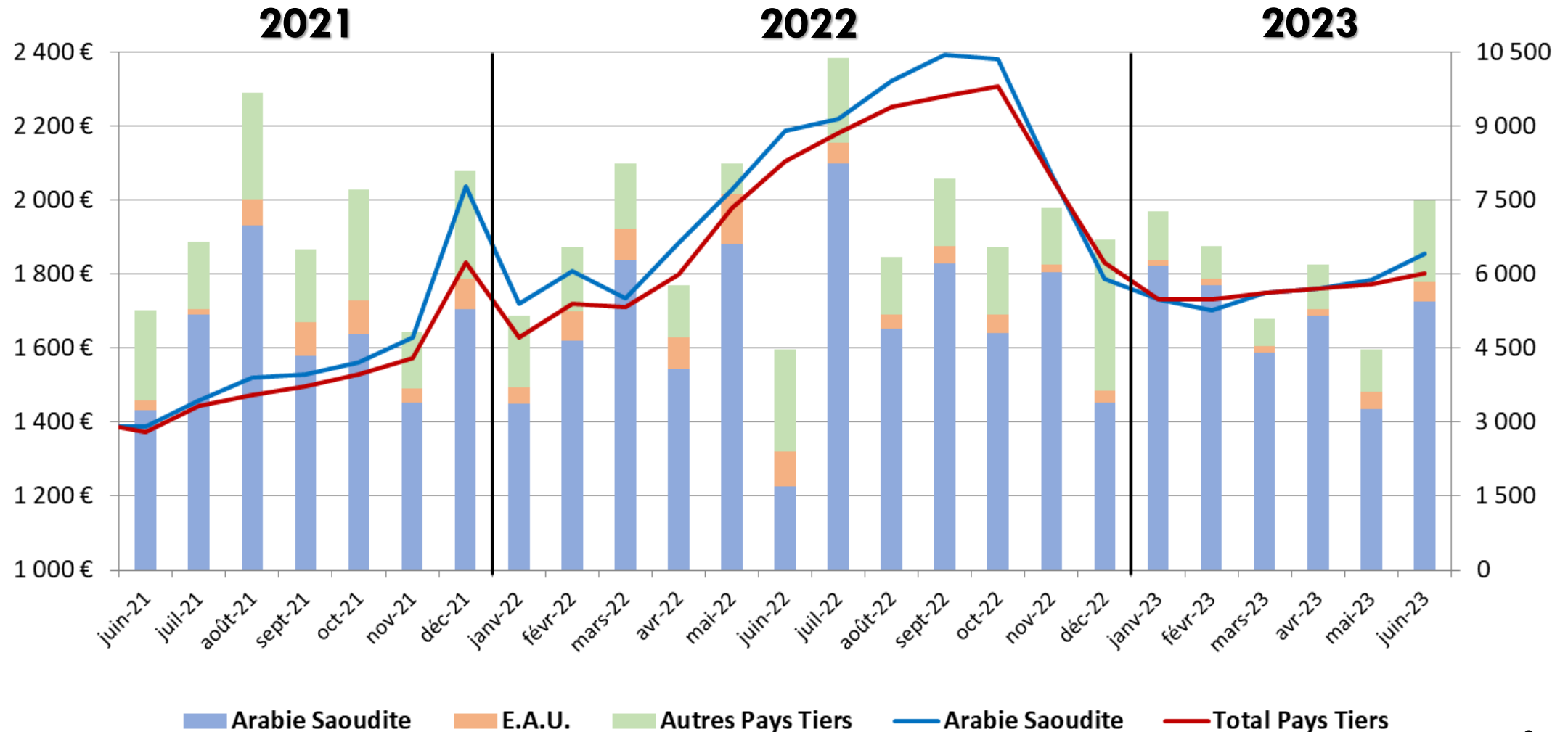
* EU without UK

Source: Eurostat

Source : Commission Européenne & Eurostat

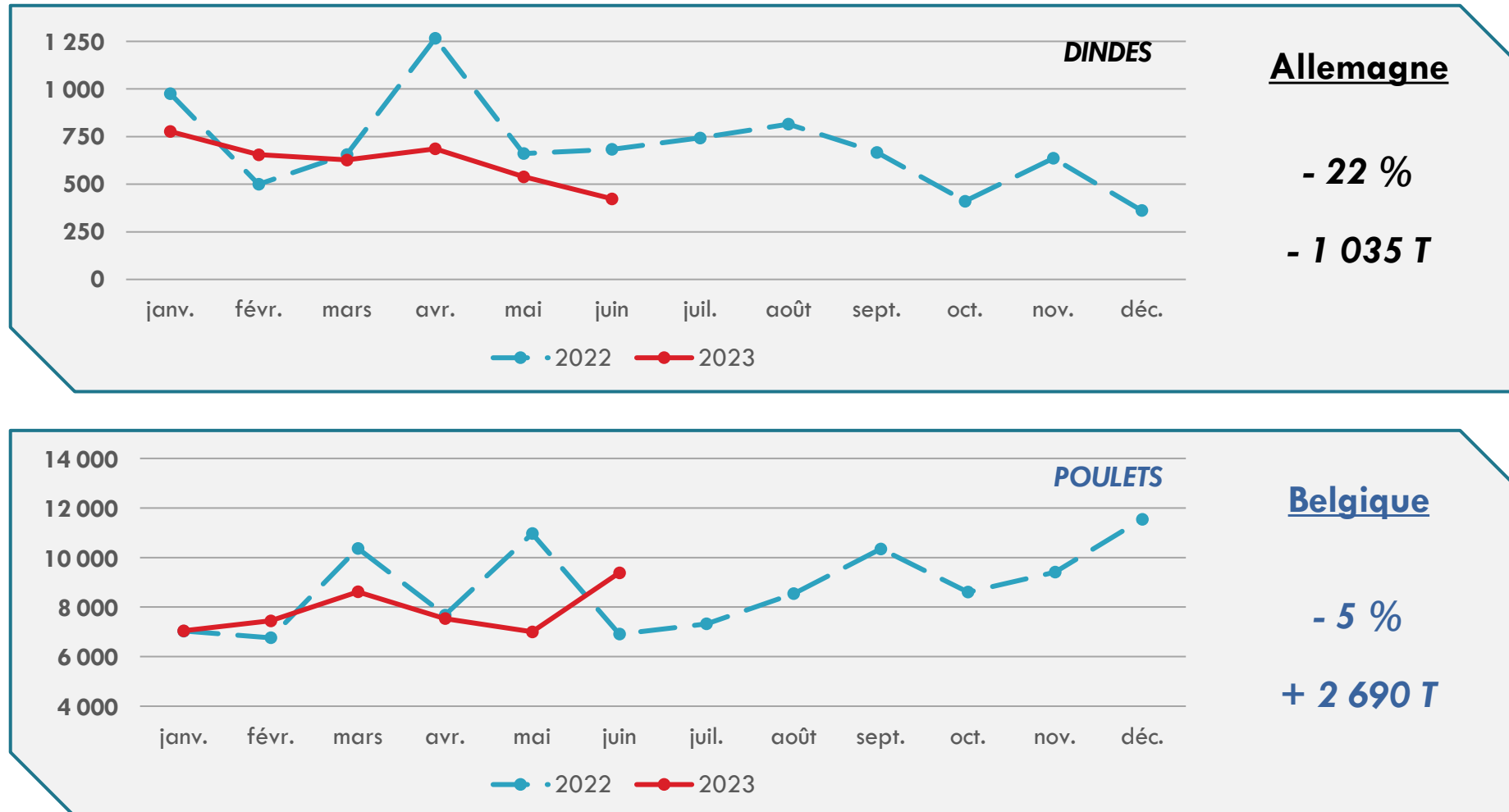
Exportations Poulet 65%

Courbes en valeur (€) et Barres en volume (Tonnes)



Exportations de volailles vivantes

(en Tonnes) – Comparatif 6 mois 2023 / 2022



Importations de découpes de poulet

(en Tonnes) – Comparatif 6 mois 2023 / 2022

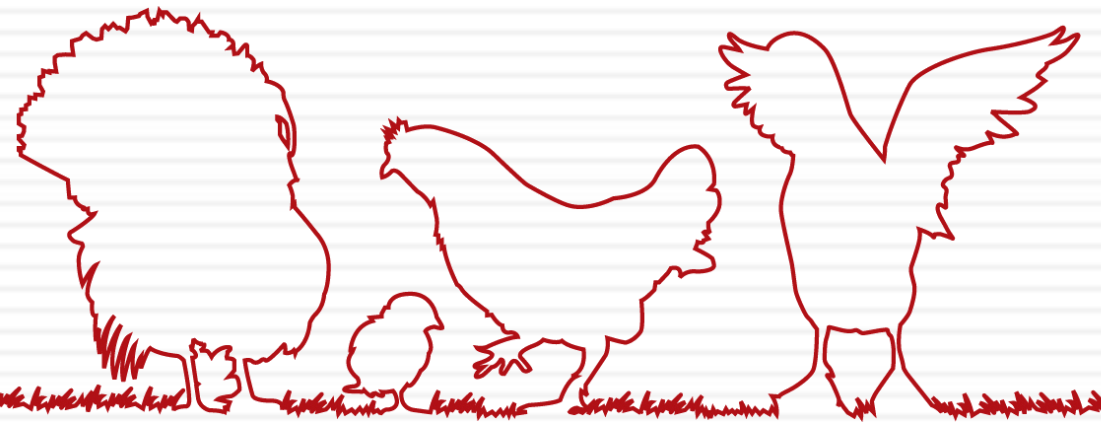
PAYS 	Quantités (T)	Valeur (€)	Quantités A / A-1	Prix Moyen (€/T)	Prix Moyen A / A-1	Valeur A / A-1
Totaux	238 394	782 438 032 €	4,3%	3 282 €	9,6%	14,3%
Belgique	70 070	248 777 459 €	7,1%	3 550 €	13,2%	21,3%
Pologne	59 899	189 959 027 €	6,3%	3 171 €	-4,7%	1,3%
Pays-Bas	45 720	142 037 254 €	21,4%	3 107 €	2,3%	24,3%
Allemagne	16 635	70 762 785 €	8,2%	4 254 €	5,2%	13,8%
Royaume-Uni	12 054	13 971 519 €	-54,8%	1 159 €	24,9%	-43,6%
Espagne	7 568	25 414 948 €	7,1%	3 358 €	-1,7%	5,3%
Roumanie	7 143	28 493 110 €	7,7%	3 989 €	3,6%	11,6%
Hongrie	4 578	16 604 942 €	333,2%	3 627 €	-20,4%	244,8%

Importations de découpes de dinde

(en Tonnes) – Comparatif 6 mois 2023 / 2022

PAYS 	Quantités (T)	Valeur (€)	Quantités A / A-1	Prix Moyen (€/T)	Prix Moyen A / A-1	Valeur A / A-1
Totaux	16 238	78 128 307 €	7,7%	4 812 €	26,9%	36,6%
Allemagne	4 535	27 373 917 €	7,8%	6 037 €	34,6%	45,1%
Italie	3 310	14 527 026 €	41,4%	4 389 €	8,6%	53,5%
Pologne	3 252	13 990 629 €	71,1%	4 302 €	11,1%	90,1%
Espagne	3 142	13 526 277 €	33,3%	4 305 €	4,7%	39,5%
Belgique	662	4 303 693 €	2,1%	6 504 €	17,0%	19,5%
Pays-Bas	567	2 228 515 €	143,9%	3 932 €	22,3%	198,2%
Royaume-Uni	364	584 636 €	-84,4%	1 608 €	5,6%	-83,5%
Irlande	138	427 507 €	29,4%	3 093 €	70,7%	120,9%

Situation sanitaire et stratégie vaccinale influenza

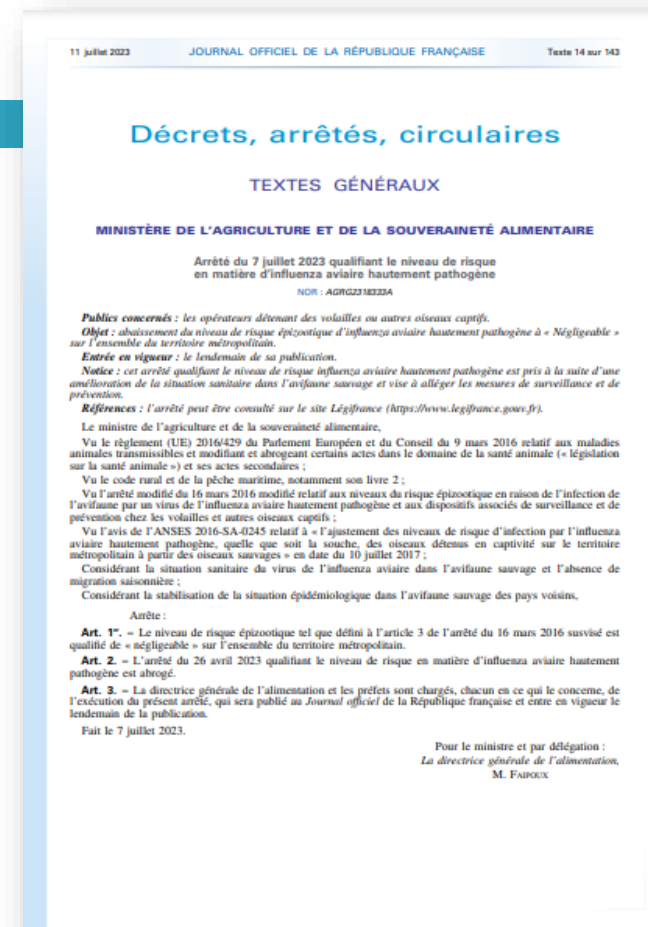


Situation sanitaire – août 2023

La France recense un total de 402 foyers en élevage confirmés (ayant fait l'objet d'une confirmation par le laboratoire national de référence de l'ANSES et notifiés à l'OMSA (Organisation mondiale de la santé animale)) depuis le 1er août 2022 et 93 foyers autres (basse-cours, zoos, oiseaux appelants, oiseaux d'ornement).

Malgré une période de résurgence de foyers dans le Sud-Ouest entre le 4 mai et le 2 juin, la France n'a depuis confirmé que trois nouveaux foyers en élevage au 12 juillet : un dans le Pas-de-Calais (62) le 30 juin et deux dans les Landes (40) le 11 juillet.

→ le 7 juillet 2023 le niveau de risque est passé de « modéré » à « négligeable » sur l'ensemble du territoire métropolitain



Stratégie dé-densification – CICAR – CIFOG

Vendée militaire – 45 communes

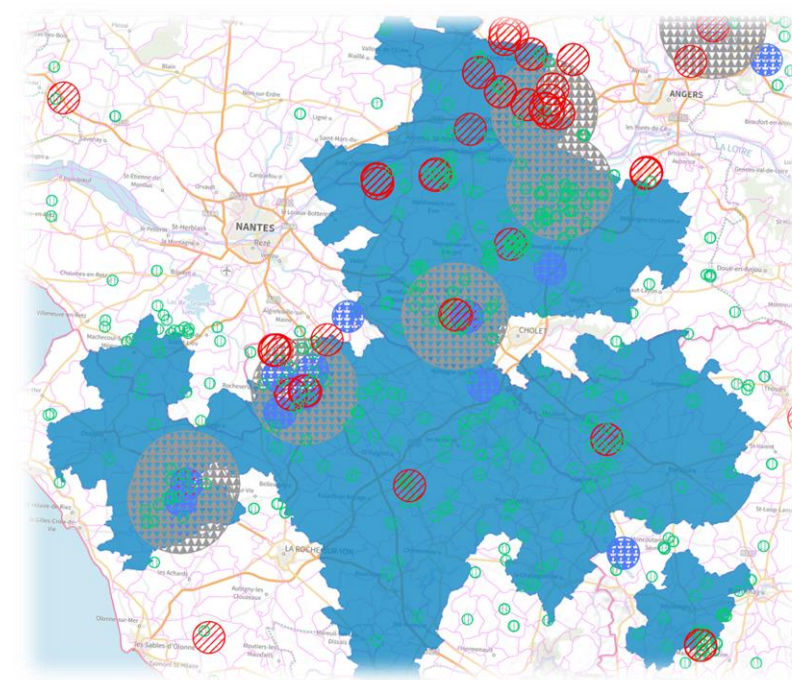


- Arrêt des mises en place de canetons semaine 27 (3 juillet 2023) y compris autour des sites stratégiques
- Arrêt des mises en gavage semaine 40 (1^{er} octobre 2023)
- Reprise des mises en place uniquement d'animaux vaccinés

Repeuplement :

Tout est fait pour que cette vaccination démarre le 1er octobre 2023, mais dans l'éventualité où celle-ci serait décalée, cela décalerait d'autant les remises en place de canards à rôti dans ces communes.

Une certaine prudence est de mise dans les planifications à venir pour ces communes. Si décalage il devait y avoir, les accompagnements financiers suivraient.



Stratégie vaccinale - influenza

Les espèces cibles : compte tenu du rôle particulier dans la dynamique épizootique à l'échelle territoriale française des élevages de canards, le canard (mulard, barbarie et pékin) est ciblé de façon prioritaire.

L'étendue géographique : dans un souci de couverture vaccinale complète du territoire, la stratégie de vaccination est étendue à tout le territoire métropolitain, hors la Corse.

La période de vaccination : si des périodes à risque ont été historiquement définies pendant la saison hivernale, on observe dorénavant un changement dans la dynamique de la maladie qui impose la décision de vaccination toute l'année.

Espèce	Etage production	Etage reproduction
Canards	Vaccination obligatoire	Vaccination interdite pour les cheptels dont les produits (œufs à couvrir et canetons d'un jour) sont exportés vers un autre Etat Membre et les pays tiers
Gallus	Vaccination interdite	Vaccination interdite
Autres espèces	Vaccination interdite	Vaccination interdite

Vaccins – ATU actuelles

Vaccin/fabricant	Espèce(s) de destination	Voie d'administration	Nombre d'injections en primovaccination	Conservation du vaccin	Durée de conservation	DIVA Sérologie ELISA NP	Interférence avec anticorps maternels
Volvac BEST AI+ND BOEHRINGER INGELHEIM	Poule Canard Pékin Canard de Barbarie Canard mulard	SC	Poule : 1 Canard Barbarie, mulard : 2 (à partir de 10j) Canard Pékin : 2 (à partir de 1j)	+5°C	24 mois	OUI	Le vaccin peut être utilisé chez le canard Pékin et de barbarie, y compris pour des oiseaux présentant des anticorps anti-H5 d'origine maternelle
Vaccin RESPONS AI H5 CEVA	Canard mulard	IM	2 (à partir de 1j d'âge)	≤ -60°C	16 mois	OUI	
Poulvac flufend H5N3 RG ZOETIS	Poule Canard Pékin	Poule : IM Canard : SC	Poule : 2 Canard : 2 (à partir d'1j d'âge)	+5°C	24 mois	NON	

Vaccins IAHP

Le marché a été octroyé à la firme **Boehringer Ingelheim** pour 80 millions de doses.

40 millions au 1^{er} octobre 2023, 22 millions au 15 novembre 2023 et 18 millions au 15 décembre 2023.

A l'heure actuelle c'est un vaccin « élevage » et le seul ayant une ATU pour les barbaries. Malgré le référé de CEVA (retiré depuis) la date du 1^{er} octobre reste d'actualité pour la mise à disposition des vaccins.

Un nouvel appel d'offre va être lancé pour compléter le nombre de doses manquantes.

Celles-ci ont été estimées à 60 millions de doses (incluant un taux de perte de 10% en gras et de 5% en maigre).

Un des critères majeurs de sélection devrait être une administration au couvoir avec la possibilité d'avoir plusieurs attributaires.

		Nb d'animaux mis en place/an	Total MEP estimées/an (+ 2% non déclarés)	Nb de doses/an	Nb de doses + pertes/an (2 doses en élevage)	Nombre de doses à commander
Canard Foie Gras	Mulard	30 555 484	31 676 594	63 353 188	69 688 507*	70 000 000
	Pékin	500 000	510 000	1 020 000	1 122 000*	1 150 000
Canard à rôtir	Barbarie	28 000 000	28 560 000	57 120 000	59 976 000**	60 000 000
	Pékin	2 000 000	2 040 000	4 080 000	4 284 000**	4 300 000
Total		61 055 484	62 786 594	125 573 188	135 070 507	135 450 000

Vaccination reproducteurs Palmipèdes

- ➔ La DGAI a fait le choix d'une vaccination « volontaire » : chaque opérateur est libre de vacciner ses repros
- ➔ Aucune expérimentation actuellement lancée en Barbarie :
 - ➔ Incidence sur la chute de ponte ?
 - ➔ Incidence sur les anticorps maternels ?
 - ➔ Efficacité de la vaccination / rappels sur des animaux « adultes » ?
 - ➔ Incidence sur les marchés ?
 - ➔ Coût / Distorsion de concurrence ?
- ➔ Proposition du CICAR :
 - ➔ A date, pas favorable à la généralisation toute France de la vaccination des repros Barbarie
 - ➔ Soutenir la vaccination des Pékins chairs et gras
 - ➔ Accompagner la/les expérimentations en Barbarie
- ➔ Impact financier très important ➔ 4% // Quelle prise en charge / quel accompagnement ?

Traçabilité des lots vaccinés

La DGal a fait le choix d'utiliser les outils existants pour mettre en œuvre cette traçabilité (Calypso, SIGAL, GIP ATgeri et les bases professionnelles de mouvements).

CALYPSO

- Pour collecter les données relatives aux vaccins et aux interventions réalisées par le vétérinaire ou sous sa supervision (vaccination, visite mensuelle)

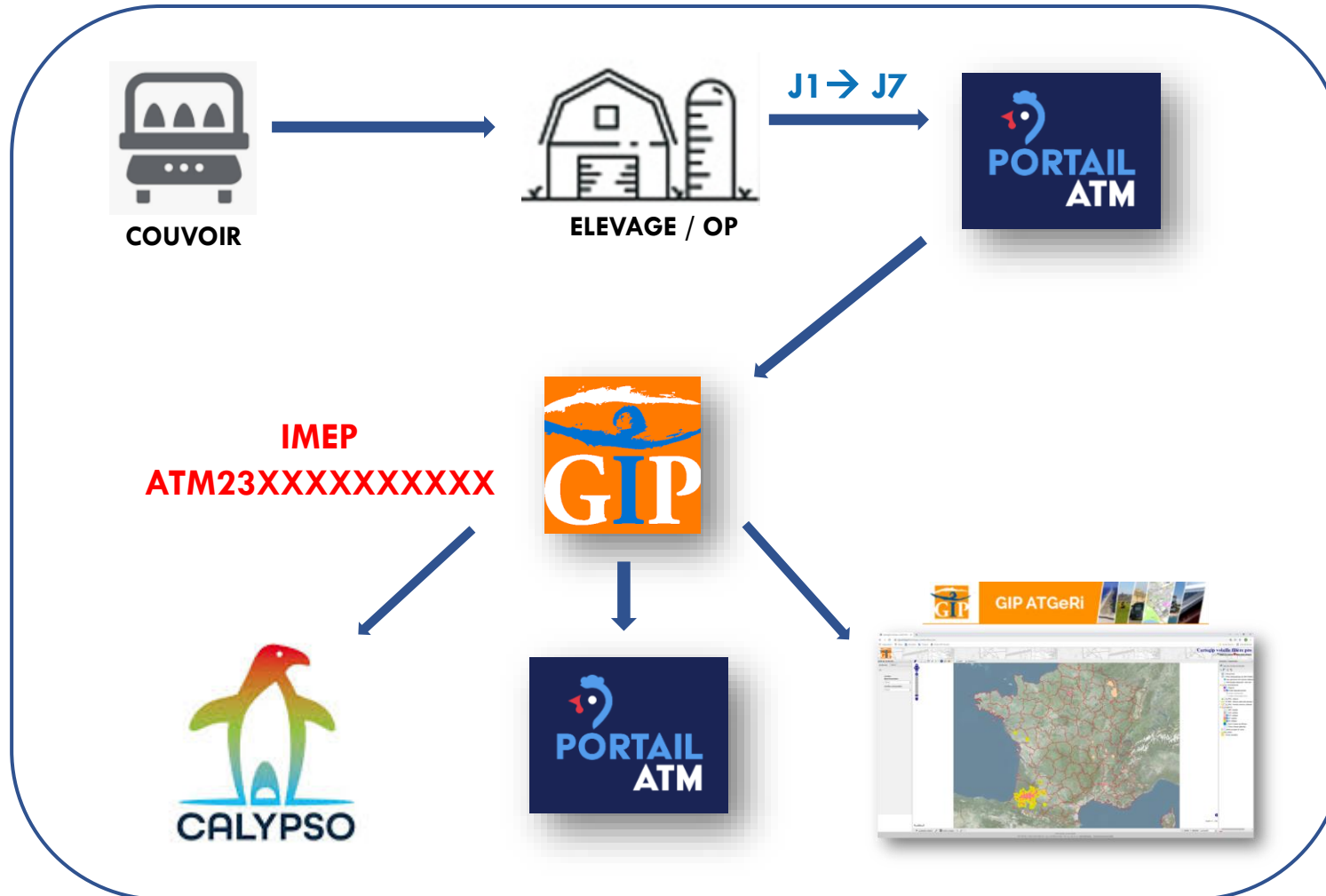
SIGAL

- Pour collecter les données sanitaires relatives à la surveillance

CARTOGIP

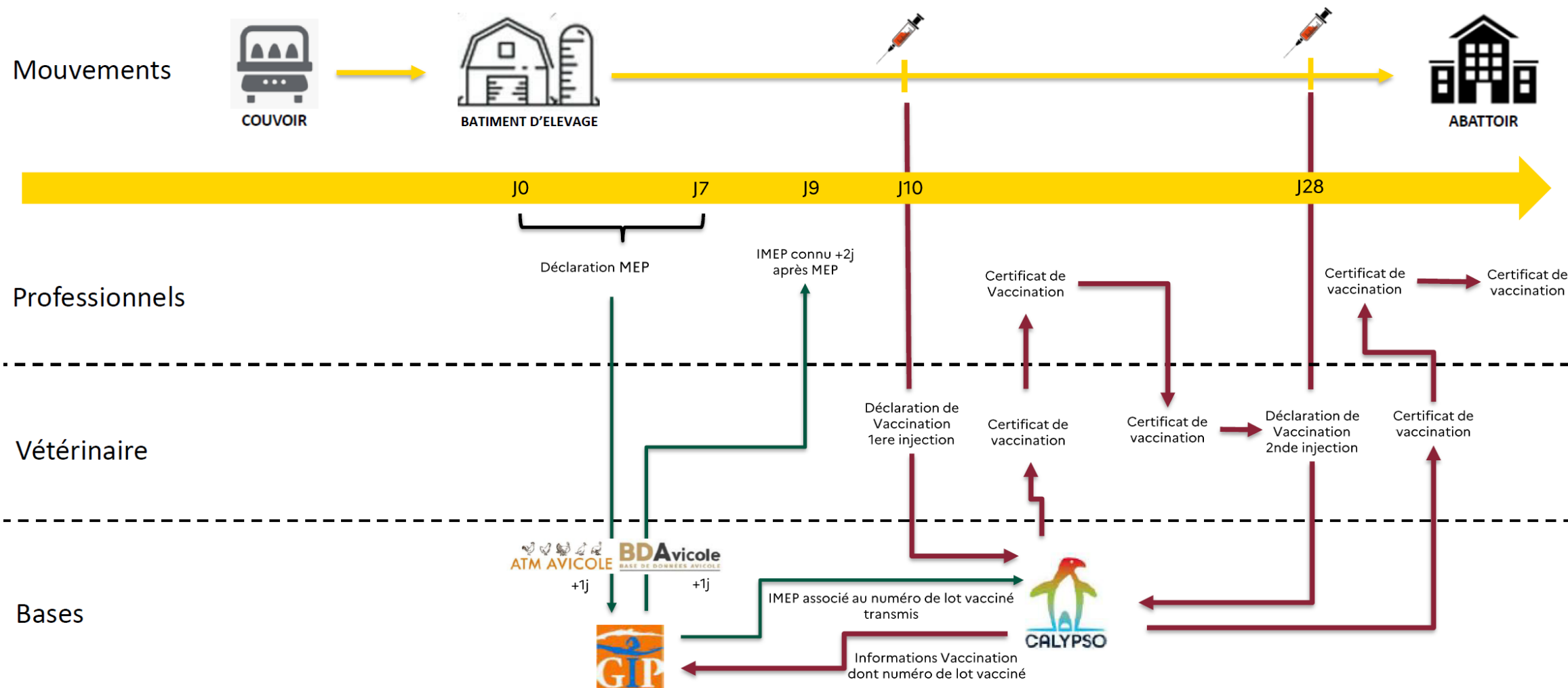
- Pour regrouper les données mouvements et les données sanitaires relatives à la vaccination et ainsi assurer la traçabilité des lots vacciné

Traçabilité des lots vaccinés - IMEP



- Définir la nomenclature du numéro de lot
- Générer ces numéros IMEP automatiquement au sein du GIP
- Mettre à disposition ces numéros IMEP aux opérateurs concernés

Traçabilité des lots vaccinés - IMEP



Surveillance post-vaccination

Modalités	Surveillance passive renforcée	Surveillance active
Ou ?	Unité épidémiologique	
Qui ?	Eleveur ou Technicien	Vétérinaire officiel
Fréquence ?	Hebdomadaire	Tous les 30 jours : analyse virologique En fin de lot : analyse sérologique
Comment ?	Ecouvillons (ET/EOP) sur 5 cadavres	Tous les 30 jours : écouvillons (ET/EOP) sur 60 animaux et En fin de lot : prise de sang sur 20 animaux
Analyse ?	Virologie par RT-PCR temps réel gène M. Si résultat positif, screening H5/H7	Virologie par RT-PCR temps réel gène M (Si résultat positif, screening H5/H7) et Sérologie par ELISA NP
Type de laboratoire ?	Laboratoire reconnu	Laboratoire agréé

Prise en charge de la vaccination

Poste de dépense	Estimation du montant (12 mois)	Circuit de paiement
Achat du vaccins	23,8 M€	Marché public
Acheminement du vaccin	3 M€	Marché public
Application du vaccin dont :	26,4 M€	
- Supervision de la vaccination par les vétérinaires	Estimation proposée par SNGTV/SNVECO : environ 8 M€	Paie ment par l'Etat
- Interventions des équipes d'attrapeurs et vaccinateurs	environ 16 M€ (26,4 M€ – 8 M€)	Expertise en cours
Surveillance passive : analyses par laboratoire reconnu	3,4 M€	Paie ment par l'éleveur
Surveillance active : visite par le vétérinaire	7,2 M€	Paie ment par l'Etat
Surveillance active : analyses par laboratoires agréés	29,8 M€	Paie ment par l'Etat

93,6 M€

Circuits de paiements et reste à charge

Hypothèses et options

- **Option 1 :** Création d'un « fond » à FranceAgrimer (FAM) pour avancer de la trésorerie aux éleveurs. Sur présentation d'un devis d'intervention, FAM pourrait verser une avance sur prestation à l'éleveur. Ensuite sur présentation de factures, FAM paierait le solde, déduction faite d'un reste à charge établi forfaitairement à 18 centimes par canards. Les analyses passives resteraient totalement à la charge de l'éleveur.
- **Option 2 :** Création d'un « guichet » ouvert en DDPP. Sur présentation de factures d'interventions, la DDPP rembourserait « rapidement » les factures, déductions faites d'un reste à charge de 18 centimes du canard. Les analyses passives resteraient totalement à la charge de l'éleveur.
- **Option 3 :** Prise en charge des factures d'intervention (1ère et 2ème intervention) par les vétérinaires. Ceux-ci refactureraient 18 centimes du canard à la filière (via l'éleveur ou l'OP). A charge pour le vétérinaire de se faire rembourser le reste à charge « intervention » par l'Etat (par les circuits de paiement existants)
- **Option 4 :** Héritage de l'option 3, il s'agirait du même dispositif, mais au lieu d'être refacturé forfaitairement par les véto de la 2ème intervention, la filière (via l'éleveur ou l'OP) paierait directement cette 2ème intervention (et les analyses passives). Le vétérinaire ne se ferait rembourser que la 1ère intervention par l'Etat (qu'elle se passe en élevage ou plus tard au couvoir).

Communication Dinde 2022-2023



Programme Communication Dinde – réseau social



CALENDRIER ÉDITORIAL. PRISE DE PAROLE SUR 12 MOIS

Juillet			Août			Septembre		
1 V			1 L			1 J	Marronnier rentrée	
2 S			2 M			2 V		
3 D			3 M			3 S		
4 L			4 J	Recette		4 D		
5 M			5 V			5 L		
6 M			6 S			6 M		
7 J	Marronnier vacances		7 D			7 M	Garder la forme	
8 V			8 L			8 J		
9 S			9 M			9 V		
10 D			10 M	Le saviez-vous ?		10 S		
11 L			11 J			11 D		
12 M			12 V			12 L		
13 M			13 S			13 M		
14 J	Recette		14 D			14 M	Recette	
15 V			15 M	Marronnier Assomption		15 J		
16 S			16 M			16 V		
17 D			17 M			17 S		
18 L			18 J			18 D		
19 M			19 V			19 L		
20 M	Atouts nutritionnels		20 S			20 M		
21 J			21 D			21 M		
22 V			22 L			22 J	Marronnier automne	
23 S			23 M			23 V		
24 D			24 M	Atouts nutritionnels		24 S		
25 L			25 J			25 D		
26 M			26 V			26 L		
27 M			27 S			27 M		
28 J	Garder la forme		28 D			28 M		
29 V			29 L			29 J		
30 S			30 M			30 V		
31 D			31 M					



Différentes thématiques avec création de visuels

LES RECETTES

Visuels de recettes fournies par les industriels ou créées par les influenceurs

ATOUTS NUTRITIONNELS

Posts valorisant les atouts santé de la viande de Dinde : riche en protéines, moins calorique, faible teneur en sel, riche en antioxydants...

GARDER LA FORME

Conseils bien-être, manger équilibré, prendre soin de soi, sportifs pour mieux coacher son quotidien

PLAISIR ET GOURMANDISE

Variété des recettes, saveurs et goûts, se faire plaisir, profiter de bons moments à déjeuner...

LE SAVIEZ-VOUS ?

Pédagogie autour de la Dinde : chiffres clés, astuces, étude conso, consommation locale, production française...

RELAIS EVENTS DINDE

Relais des actions de com magasins et RHD « Retrouvez-nous... »

LES MARRONNIERS

Clin d'œil aux dates nationales, avec la création de posts en lien : C'est l'été, journée du sport, semaine du goût etc...



Diffusion des posts sur Facebook et Instagram



Budget net FMAI	
GRP	
Nombre de spots	
Couverture	
Répétition	
Contacts (000)	
c/GRP	

Nombre de spots	Couverture	Répétition	Contacts (000)
1	100	1	100
2	100	2	100
3	100	3	100
4	100	4	100
5	100	5	100
6	100	6	100
7	100	7	100
8	100	8	100
9	100	9	100
10	100	10	100
11	100	11	100
12	100	12	100
13	100	13	100
14	100	14	100
15	100	15	100
16	100	16	100
17	100	17	100
18	100	18	100
19	100	19	100
20	100	20	100
21	100	21	100
22	100	22	100
23	100	23	100
24	100	24	100
25	100	25	100
26	100	26	100
27	100	27	100
28	100	28	100
29	100	29	100
30	100	30	100
31	100	31	100
32	100	32	100
33	100	33	100
34	100	34	100
35	100	35	100
36	100	36	100
37	100	37	100
38	100	38	100
39	100	39	100
40	100	40	100
41	100	41	100
42	100	42	100
43	100	43	100
44	100	44	100
45	100	45	100
46	100	46	100
47	100	47	100
48	100	48	100
49	100	49	100
50	100	50	100
51	100	51	100
52	100	52	100
53	100	53	100
54	100	54	100
55	100	55	100
56	100	56	100
57	100	57	100
58	100	58	100
59	100	59	100
60	100	60	100
61	100	61	100
62	100	62	100
63	100	63	100
64	100	64	100
65	100	65	100
66	100	66	100
67	100	67	100
68	100	68	100
69	100	69	100
70	100	70	100
71	100	71	100
72	100	72	100
73	100	73	100
74	100	74	100
75	100	75	100
76	100	76	100
77	100	77	100
78	100	78	100
79	100	79	100
80	100	80	100
81	100	81	100
82	100	82	100
83	100	83	100
84	100	84	100
85	100	85	100
86	100	86	100
87	100	87	100
88	100	88	100
89	100	89	100
90	100	90	100
91	100	91	100
92	100	92	100
93	100	93	100
94	100	94	100
95	100	95	100
96	100	96	100
97	100	97	100
98	100	98	100
99	100	99	100

Femmes RDA -50ans					
CHERIE FM	Europe 2	FIRST MUSIC (Fun et RTL2)	NRJ	RTL	TOTAL
25 076 €	20 503 €	50 122 €	80 015 €	50 000 €	225 716 €
30,21	21,26	49,18	68,12	9,54	178,3
54	69	55	64	27	269
9,88%	10,73%	21,82%	17,93%	2,42%	45,76%
3,06	1,98	2,25	3,9	3,94	3,9
2 861	2 012	4 656	6 451	903 000	16 883

RDA -50ans					
CHERIE FM	Europe 2	FIRST MUSIC (Fun et RTL2)	NRJ	RTL	TOTAL
54	69	55	64	27	269
8,44%	9,53%	20,19%	16,96%	3,88%	43,26%
2,53	1,97	2,4	3,97	4,53	4,01
3 559	3 129	8 071	11 234	2 929	28 921



Budget net FMAI
GRP
Nombre de spots
Couverture
Répétition
Contacts (000)
c/GRP

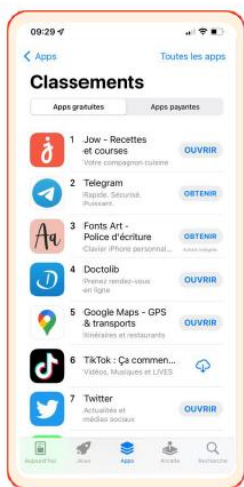
Nombre de spots	Couverture	Répétition	Contacts (000)
10	100	10	100
20	100	20	200
30	100	30	300
40	100	40	400
50	100	50	500
60	100	60	600
70	100	70	700
80	100	80	800
90	100	90	900
100	100	100	1000

Femmes RDA -50ans					
CHERIE FM	Europe 2	FIRST MUSIC (Fun et RTL2)	NRJ	RTL	TOTAL
25 076 €	20 503 €	50 122 €	80 015 €	50 000 €	225 716 €
30,21	21,26	49,18	68,12	9,54	178,3
54	69	55	64	27	269
9,88%	10,73%	21,82%	17,93%	2,42%	45,76%
3,06	1,98	2,25	3,9	3,94	3,9
2 861	2 012	4 656	6 451	903 000	16 883

RDA -50ans					
CHERIE FM	Europe 2	FIRST MUSIC (Fun et RTL2)	NRJ	RTL	TOTAL
54	69	55	64	27	269
8,44%	9,53%	20,19%	16,96%	3,88%	43,26%
2,53	1,97	2,4	3,97	4,53	4,01
3 559	3 129	8 071	11 234	2 929	28 921

Influenceurs :

Jow
une plateforme eCommerce en
pleine croissance



Classement basé sur les commentaires positifs de l'app, dans la catégorie Cuisine et Boissons sur appstore et los.

1,5M
visiteurs uniques
mensuels

+20%
de commandes
chaque mois

5M
de downloads de
l'application

& un média puissant autour de
la food et la maison



Durée
Automne 2023
pendant 5
semaines

KPIs engagés
1,5M impressions
920k couvertures
140k vues +3s

Budget Jow
22 200 € HT
(hors suivi de projet)

f 7M
reach mensuel
107k
abonnés

ig 280k
abonnés

tk 74k
abonnés

yt 3,1M
vues de vidéo

p 5,3M
audience
mensuelle

Déjà 7 distributeurs connectés.

Auchan

chronodrive

Carrefour

Intermarché

MONOPRIX

E.Leclerc

Casino.fr
#Plus+

250k

Commandes / mois

Drive & livraison à
domicile

85%

E-commerce alimentaire
français

4 000+

magasins connectés

Influenceurs : Tendances Food sur les réseaux sociaux



1 Place au sain & à l'équilibré.

2 La facilité :
« On mange quoi ce soir ? »

3 La découverte de cuisines du monde.

Famille



Cibles : Parenniaux

Confiance : la dinde pour toute la famille.

Convivialité : cuisiner en famille.

Plaisir : recettes gourmandes pour petits & grands.

Nutrition / Bien-être



Cibles : Millenials

Mise en avant des **usages quotidiens**.

Les sujets lifestyle touchent une **cible large**.

Communication sur l'aspect **nutrition & sain au quotidien**.

@minireyve



Eve
79K
Lifestyle, famille,
travel, DIY

Reach : 60k
Taux d'engagement : 4%

@nicookyoutube



Nicolas
91K
Papa cool en
cuisine

Reach : 50k
Taux d'engagement : 4%

@Charliemavie



Raphaëlle
194K
La maman qui
cuisine équilibré

Reach : 70k
Taux d'engagement : 3,5%

@Pazapah



Auré & Killian
319K
Couple sans enfant,
les rois du food

Reach : 200k
Taux d'engagement : 20%

@Danslacuisinedejérémy



Jérémy
102K
Des recettes
gourmandes et faciles

Reach : 45k-90K
Taux d'engagement : 3,5%

@ysalinediet



Ysaline
237K
Une diététicienne qui
parle nutrition ET
gourmandise.

Reach : 50k
Taux d'engagement : 4%

Programme Communication Dinde

Stratégie « VRP »

- Cible : Restauration Collective (publique)
 - Une trentaine d'Elus, de décideurs ou d'acheteurs
 - Ecole, Travail, Santé
- Discours :
 - Obligation de l'origine des viandes en RHD (1^{er} mars)
 - Vanter les mérites de la Volaille Française
 - Insister sur les atouts de la viande de Dinde Française :
 - Nutrition / Santé
 - Praticité,
 - Production Locale
 - Viande durable (CEEAA de niveau 2)



2029



Communication Poulet 2022-2023





La Volaille EUROPÉENNE



Un choix
MALIN



UN PROGRAMME SUR DEUX ANS

- Soutenu par la commission européenne.
- Déployé en France, en Allemagne et en Espagne.
- Avec la coopération de 3 interprofessions.
- Et le soutien de l'organisation représentative de la filière viande de volaille à l'échelle de l'Europe.



Cofinancé par
l'Union européenne



59.

Relations presse annuelles

Activity 1

RELATIONS PRESSE ANNUELLES.

Communiqué de presse n°1 envoyé le 5 juin

Focus durabilité environnementale à l'occasion de la journée mondiale de l'environnement

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Volaille Européenne
D'ÉLEVAGE BON POUR VOUS ET LA PLANÈTE

Juin 2023

JOURNÉE MONDIALE DE L'ENVIRONNEMENT : LA FILIÈRE VOLAILLE EUROPÉENNE RAPPELLE SES ENGAGEMENTS ENVIRONNEMENTAUX

Le secteur avicole européen a une approche globale de la durabilité. En effet, il sait s'adapter aux enjeux de notre société pour investir l'environnement et son écosystème. Par ailleurs, il réussit à lier le bien-être animal à la santé de la planète et de ses habitants. L'innovation et les améliorations continues sur le terrain, ainsi que le respect des normes européennes exigeantes, permettent de produire une viande de haute qualité, de respecter le bien-être des animaux, de protéger l'environnement et d'assurer la sécurité alimentaire.

ZOOM SUR LA STRATÉGIE DE DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE DE LA FILIÈRE VOLAILLE EUROPÉENNE :

- ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET DE SES ÉVOLUTIONS***
Au cours des 15 dernières années, les améliorations de l'élevage ont contribué à réduire la quantité d'aliments nécessaires pour produire 1 kg de viande de volaille. Cela a conduit à une réduction drastique des terres utilisées pour produire ces aliments (-37 %) et à une réduction des émissions de GES (-15 %). Au cours des deux dernières décennies, un poulet de 2,5 kg a consommé 0,8 kg d'aliments en moins, 19 % d'énergie en moins, 0,57 L d'eau en moins, émet 19 % de gaz à effet de serre en moins et nécessite 37 % de terres en moins pour produire son alimentation.
- UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES NATURELLES**
Les producteurs d'aliments sont invités à réduire leurs émissions dans l'air, l'eau et le sol. Tous les élevages de volailles dépassant un seuil de 40 000 emplacements d'oiseaux ainsi que les abattoirs ou les usines de transformation (avec une capacité de production supérieure à 50 T par jour) entrent dans le champ d'application de la directive sur les émissions industrielles.
Les autorités nationales délivrent un « permis d'exploitation » accompagné de conditions strictes afin d'atteindre un niveau élevé de protection de l'environnement dans son ensemble. Les opérateurs sont tenus d'exercer leurs activités en conformité avec leur permis. En outre, en plus de ce cadre législatif strict, les opérateurs cherchent continuellement à améliorer leur impact sur les ressources naturelles en développant des techniques et des méthodes de production qui limiteront leur consommation.
- INNOVATION ET INVESTISSEMENT DANS LES TECHNOLOGIES VERTES**
Les producteurs de volailles développent de nouvelles technologies pour moderniser leur production en utilisant des techniques permettant de diminuer l'utilisation de combustibles fossiles et d'améliorer leur impact sur l'environnement : utilisation de pompes à chaleur/biomasse pour chauffer les poulaillers ; utilisation de l'agriculture de précision, installation de panneaux solaires ; investissement dans des usines de biogaz pour utiliser le fumier comme source d'énergie verte ; réduction de l'utilisation du plastique, etc.

* Source : EU AVIAGEN

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Cofinancé par l'Union européenne

4. RÉDUCTION DE L'UTILISATION D'ALIMENTS POUR ANIMAUX ASSOCIÉS À LA DÉFORESTATION

De nombreux producteurs de volaille à l'échelle de l'Union Européenne ont déjà fait des efforts considérables pour limiter la déforestation, liée à l'utilisation du soja dans la ration alimentaire des volailles, et utilisent désormais du soja certifié. Le secteur de la viande de volaille a soutenu de nombreuses initiatives telles que les lignes directrices de la FEFAC sur l'approvisionnement en soja 2021 et les systèmes de qualification afin de garantir un approvisionnement en soja présentant un risque limité de déforestation. En parallèle, le secteur encourage le développement d'alternatives au soja et de protéagineux produits localement en Europe pour éviter les risques de déforestation et pour raccourcir la chaîne d'approvisionnement.

POUR UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE, DÉCOUVREZ NOTRE RECETTE ESTIVALE D'ESCALOPE DE POULET AU SÉSAME ET TOMATES ANCIENNES !

ESCALOPES DE POULET AU SÉSAME ET TOMATES ANCIENNES

Temps de préparation : 20 min - Temps de cuisson : 30 min - Marinade : 1 h - Portions : 4 Personnes

INGRÉDIENTS

- 4 Blancs de poulet
- 4 Grosses tomates colorées
- 40 g de cacahuètes
- Préparation miso pour 4
- 2 Cuillères à soupe de sauce soja
- 2 Gousses d'ail
- 1 Cuillère à soupe d'huile de sésame
- Basilic

Pour la chapelure de sésame :

- 2 Tranches de pain de mie (ou pain blanc)
- 100 g de graines de sésame
- Beurre
- Coriandre (ou persil)
- 2 Jaunes d'œuf
- 2 Cuillères à soupe de farine

INSTRUCTIONS

Pour la marinade :

- Mélangez le miso (délié à l'eau), la sauce soja, l'ail râpé et l'huile de sésame. Faites tremper les blancs de poulet pour les recouvrir et laissez-les mariner pendant 1 h au frigo.

Pour la chapelure de sésame :

- Mélangez le pain blanc (préalablement mixé), quelques feuilles de coriandre, un morceau de beurre et le sésame torréfié.
- Passes les filets de poulet dans la farine, puis dans le jaune d'œuf, poêlez-les légèrement puis enfin trempez-les dans la chapelure de sésame.
- Faites cuire le poulet au four pendant 30 min à 130°.
- Pendant ce temps-là, découpez les tomates. Assaisonnez avec un filet d'huile de sésame, quelques feuilles de basilic, les cacahuètes.
- Sortez le poulet du four et vous n'avez plus qu'à servir ! Le poulet peut aussi être accompagné par du riz ou des légumes selon la saison.

Pour en savoir plus sur la durabilité du secteur européen de la viande de volaille :

Rendez-vous sur le site [EUROPEAN POULTRY](https://europeanpoultry.com)

et les réseaux sociaux [f](#) [@jaimelavolaille](#)

SERVICE PRESSE

Gulfstream Influence : Élodie Coin - ecoin@gis-com.fr - Tél. 06 03 51 57 65

* La viande « volaille » désigne la viande de poulet et de dinde ou grébin.
Source valeurs nutritionnelles : ciqual anexo.fr
Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA). Ni l'Union Européenne ni l'autorité chargée de l'audit ne sauraient en être tenues pour responsables.
Pour des conseils sur une alimentation saine et équilibrée, veuillez consulter l'avis relatif à la nutrition des aliments pour les adultes du futur Programme national nutrition santé 2027-2031 : https://www.hugobp.fr/regions/cg/telecharger/2609fichiers-hugobp20272031_nutritionalimentationadultes2027.pdf

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Cofinancé par l'Union européenne

3 retombées presse digitale :

 **KISS MY CHEF**
La gastronomie en France

juillet 30, 2023 // PLATS

Escalopes de dinde au sésame et tomates anciennes

Légère et équilibrée, cette recette d'escalopes de dinde au sésame et tomates anciennes est un délicieux plat à cuisiner facilement au four.

RecettesMania

Escalopes de dinde au sésame et tomates anciennes

30 juillet 2023 | Constance | 7

PLAT | PLAT PAR INGRÉDIENT | VIANDE | LÉGUMES | DINDE | LÉGUMES FRAÎCHES | TOMATE | CUISINER AVEC MON POTAGER | CUISINER LA TOMATE DU JARDIN

[Partager](#) [Twitter](#) [Épingler](#)

 **FLIPBOARD**

Escalopes de dinde au sésame et tomates anciennes

Mélangez le pain blanc (préalablement mixé), quelques feuilles de coriandre, un morceau de beurre et le sésame torréfié. Passez les filets de dinde...

[kissmychef.com - admin • 2](https://kissmychef.com/admin/2/)

[Lire plus sur kissmychef.com](https://www.kissmychef.com)

#Cuisine #Pain #RecettesDeCuisine #Tomate #Gastronomie

RELATIONS PRESSE ANNUELLES.

Communiqués de presse à venir

COMMUNIQUE DE PRESSE N°2

Focus sur la durabilité sociale

Timing : 29 septembre

Journée internationale de sensibilisation aux pertes et gaspillages de nourriture

Cible media :

BtoC

Food-recipes-lifestyle media

COMMUNIQUE DE PRESSE N°3

Focus sur la durabilité économique

Timing : 16 octobre

Journée mondiale de l'alimentation

Cible media :

BtoC

Food-recipes-lifestyle media



Evénement presse

Activity 2

EVENEMENT PRESSE.

Avec 10 influenceurs

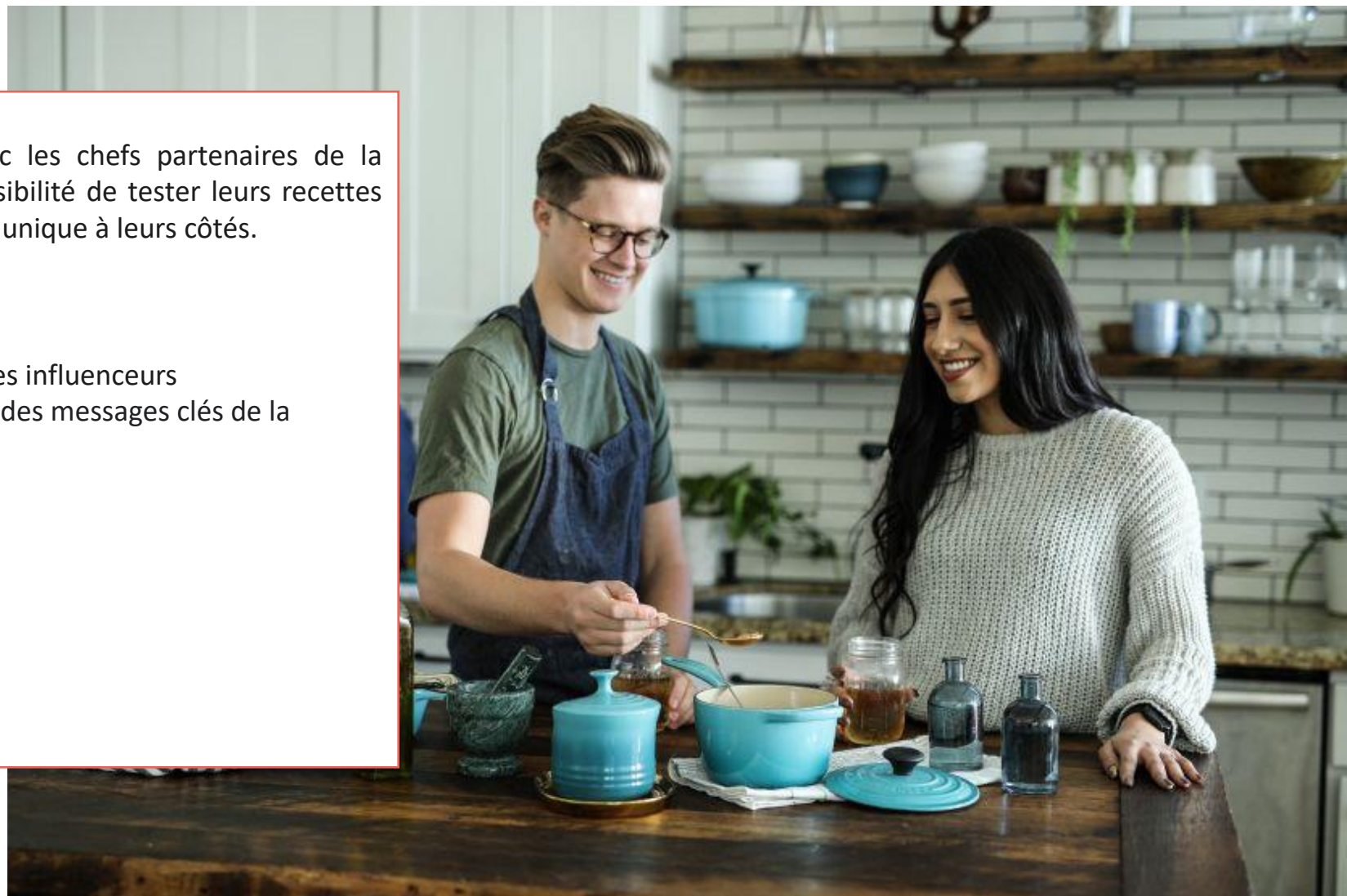
Contenu : capitaliser sur le partenariat avec les chefs partenaires de la campagne pour offrir aux influenceurs la possibilité de tester leurs recettes de volaille et de vivre une expérience culinaire unique à leurs côtés.

- >> 1 invitation presse
- >> Distribution des goodies de la campagne
- >> Relai de l'événement en story le jour-J par les influenceurs
- >> Partage de la recette sur leurs réseaux avec des messages clés de la campagne

Timing : novembre 2023

Cible :

Influenceurs et bloggers Food / Lifestyle



Social Media

Activity 2

Social Media.

Community management

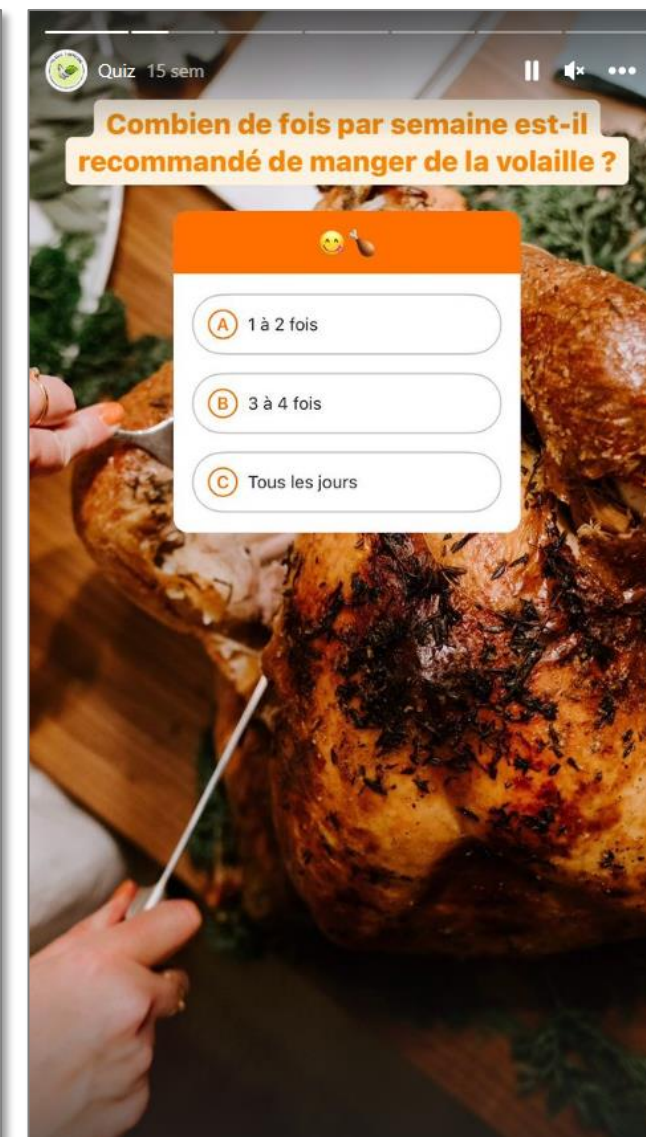
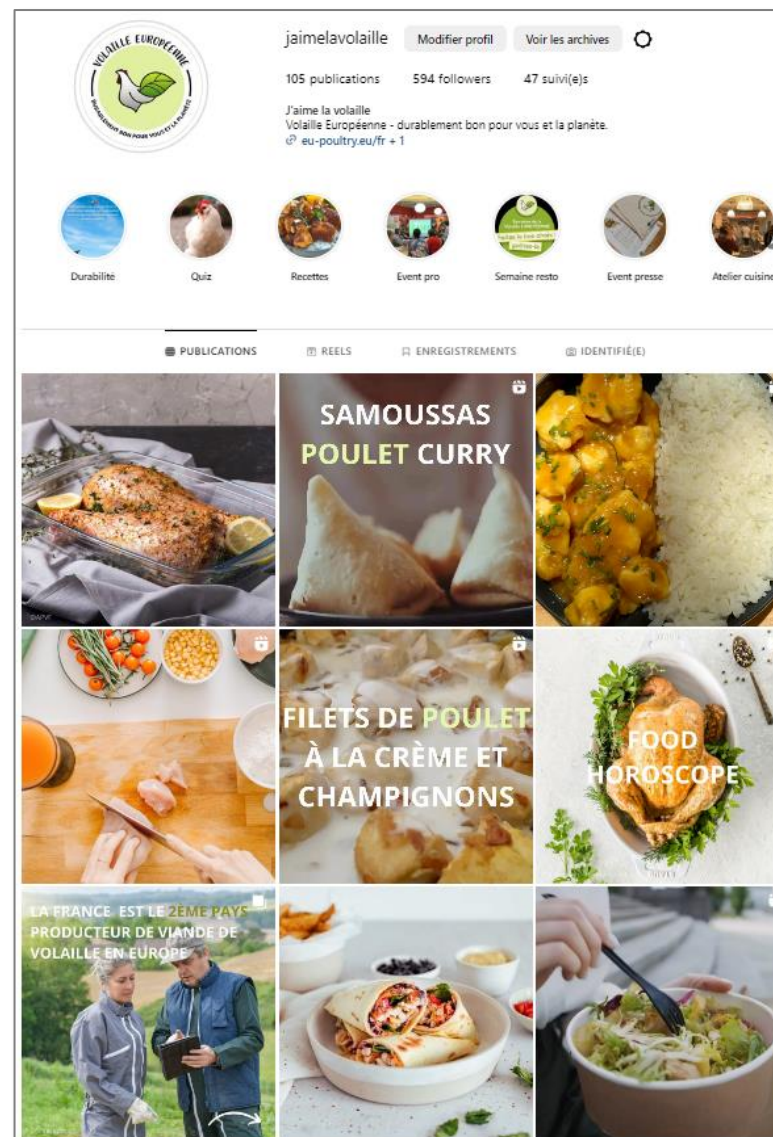


>> Publication sur les réseaux sociaux avec un rythme **de 1 à 2 posts par semaine**.

Chaque publication est faite sur Instagram, Facebook et Pinterest.

>> Publication de **Réels** sur Instagram pour varier les formats et proposer du contenu vidéo.

>> Partage en **story** de sondages et contenus incitant à l'interaction + story misent à la Une.



Influenceurs

Activity 2

Notre stratégie est de capitaliser sur **2 types d'influenceurs** qui peuvent atteindre différents objectifs : les **chefs** et les **macro-influenceurs**.



INFLUENCERS PROFILES

Strong interest for food

- Personnalités avec **un large public et donc une portée significative**
- Un pouvoir de **prescription conséquent**
- Un plus haut niveau de **professionnalisme** en termes de création de contenu (matériel photo, film...)

**MACRO
INFLUENCERS**

=

Visibilité

(70k – 300k abonnés)

**INFLUENCERS /
CHEFS**

=

garanties & visibilité

- Les chefs sont une **véritable garantie quand on parle de produits alimentaires** et de leur qualité. Ils légitiment les propos d'une campagne.
- Ils **proviennent souvent d'émissions de télévision comme Top Chef** et produisent du contenu sur les réseaux sociaux.

Various chefs profiles to achieve our objectives and highlight different aspects of EU Poultry : *healthy, trendy, affordable*.

1



pierrechomet.



75k abonnés



1,19% de taux d'eng.

Nous avons choisi Pierre Chomet une deuxième fois parce que l'an dernier nous avons obtenu de bonnes performances grâce à lui.

2



florian barbarot.



101,2k abonnés



0,97% de taux d'eng.

3



jeancovillault.



35,2k abonnés



Profil en cours de validation. Nous avons sélectionné Jean Covillault car il était présent dans la dernière saison de l'émission Top Chef et a été l'un des candidats les plus marquants et apprécié du public.

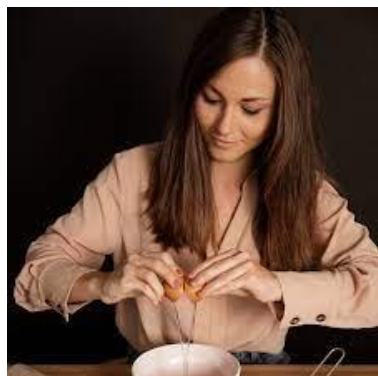
Profils retenus pour aborder les différents aspects de la Volaille Européenne



clemfoodie.

 225k abonnés
 0,54% de taux d'eng.

RECETTES DU
QUOTIDIEN



fitspau.

 76,2k abonnés
 1,46% de taux d'eng.

RECETTES SAINES



zoeladiet.

 113,5k abonnés
 1,31% de taux d'eng.
 198,8k abonnés

RECETTES SAINES



unzestepourdeux.

 116k abonnés
 3,89% de taux d'eng.
 60,5K abonnés

TRENDY & EASY
RECIPES

Ces influenceurs postent également leur vidéo recette sur TikTok afin de toucher une autre audience cible.



70.

Evénements B2B & B2C

Activity 1

Evénement B2B.

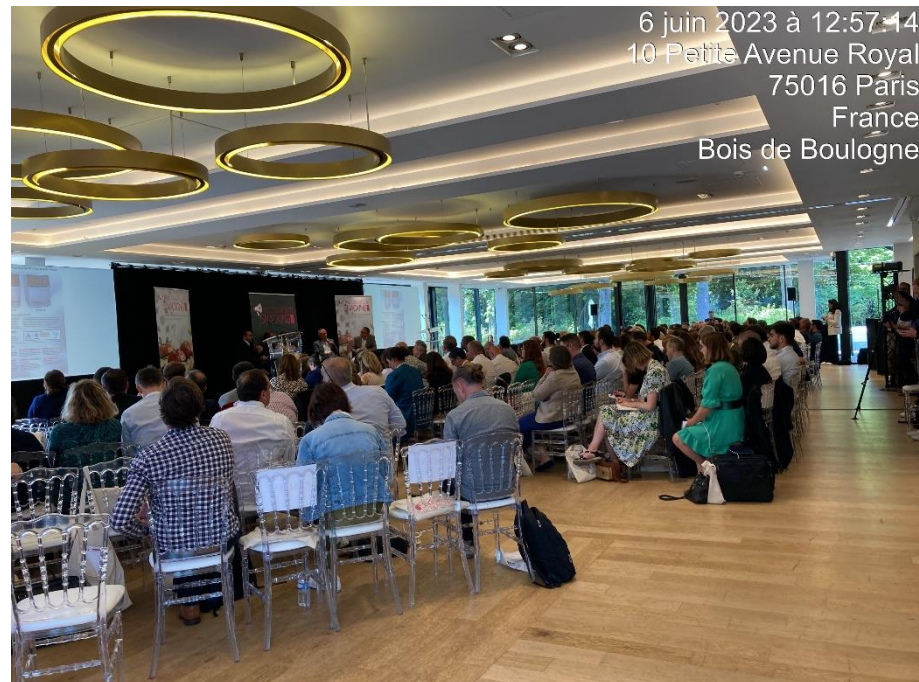
1 SALON DEDIE AUX PROFESSIONNELS

LE CONGRÈS DU
SNACKING

Le principe : participation à une table ronde à l'occasion du Congrès du Snacking : un salon dédié aux professionnels de la restauration rapide, la boulangerie, la distribution et l'alimentation nomade. Un expert, représentant la filière, présente les spécificités de la volaille européenne durable.

Thème de la table ronde : « L'évolution de la restauration face à ses défis dont la hausse des matières premières » au côté de Pokawa, Quick and Bchef

Timing : 6 juin – 230 participants



Evénement B2C.

1 EVENEMENT DEDIE AUX CONSOMMATEURS



Principe : un atelier de cuisine avec l'Atelier des Chefs sous la forme d'un défi « Top Chef ». L'équipe gagnante remportera un prix : un bon par personne pour suivre un cours de cuisine à l'Atelier des Chefs.

Comment : chaque équipe sera dirigée par un chef-influenceur (du WP4), ils devront créer le meilleur plat à base de volaille (avec un garde-manger à côté pour réaliser les accompagnements).

Qui : environ 25 personnes invitées par nos influenceurs partenaires à travers un concours en ligne sur leurs réseaux sociaux.

Quand : jeudi 28 septembre

Où : à l'Atelier des Chefs d'Hôtel de Ville à Paris

Goodies : chaque participant recevra un lot de goodies promotionnels : cahier, tablier, stylo, aimant, gourde dans un tote bag et aussi un livret de recettes avec les messages clés de la campagne.



Animations école

Activity 3

Animations école.

Déroulé des animations

Cible : élèves du CE2, CM1 et CM2 de 9 à 12 ans.

Timing : entre septembre and début décembre

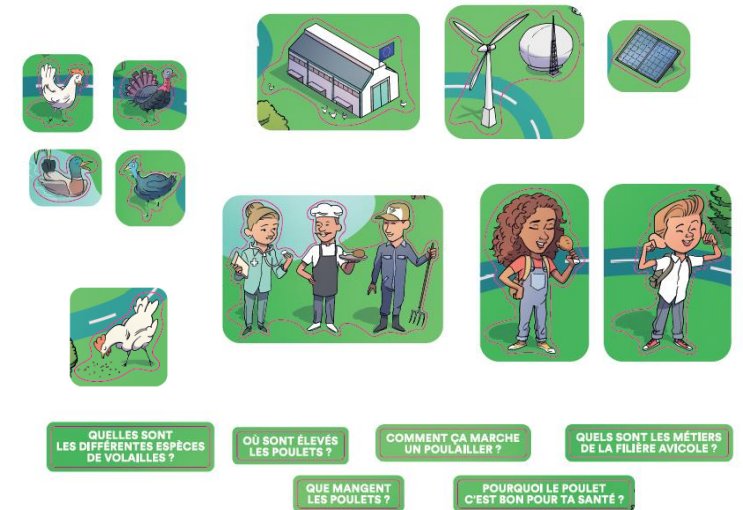
Principe de l'animation : l'animateur, debout devant la classe, utilise une grande planche illustrée et magnétisée comme support visuel pour la présentation. Ce tableau résume les différentes étapes du poulailler à l'assiette. Les enfants pourront suivre l'animation grâce à un livret pédagogique, distribué au début de l'animation, qui reprendra les arguments clés donnés par l'animateur à l'oral.

À mesure que l'explication progresse, l'animateur ajoute des aimants pour faire apparaître tout le tableau. Cela maintient le suspense et l'attention des élèves d'une étape à l'autre.

Outils pour l'animateur : tableau magnétique, roll up, vidéos motion

Outils pour les élèves : livret pédagogique, livret recettes, tablier, trousse avec matériel, tote bag, crayons de couleur, cahier

Où : nous aimerions élargir notre périmètre d'action en allant dans des villes de province.



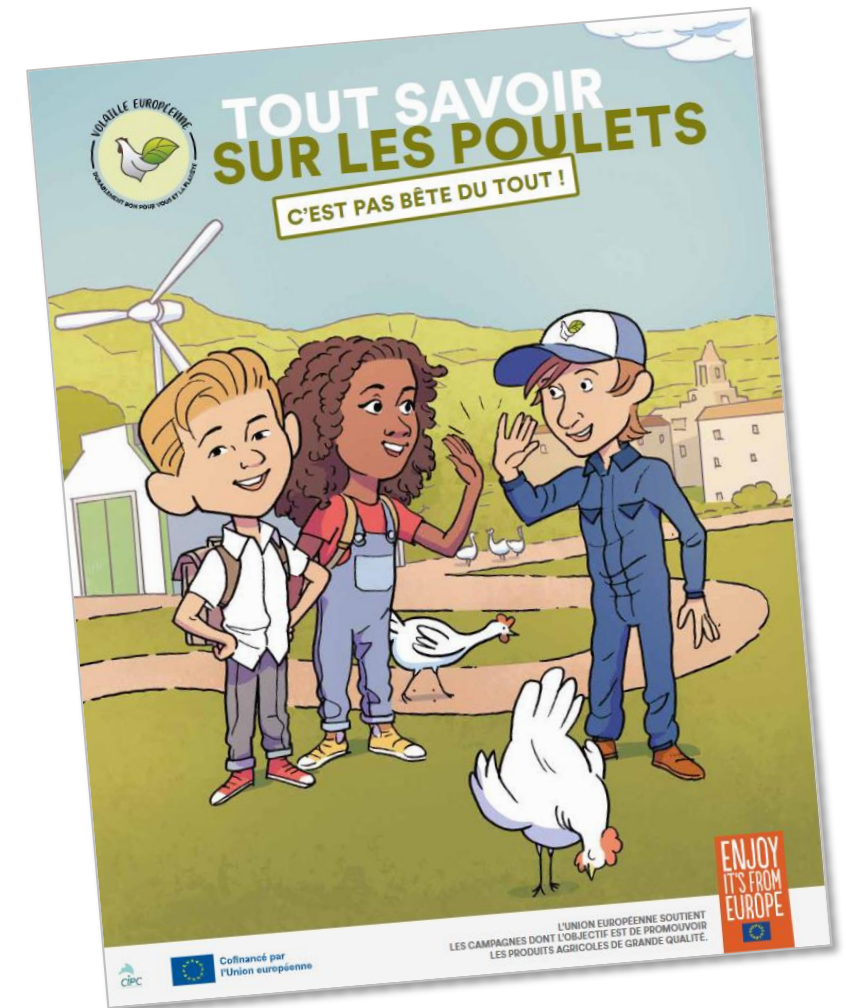
Animations école.

Améliorations livret pédagogique

Présentation du livret pédagogique : Au début de chaque intervention, un livret pédagogique sera distribué aux enfants par l'animateur. Chacune des étapes sera représentée sur le livret. Les enfants trouveront un résumé des informations pédagogiques expliquées oralement par l'animateur ainsi que des jeux qui leur permettront/nous de vérifier s'ils ont bien compris. Les enfants auront un temps donné pour jouer aux jeux ou aux activités, puis l'animateur donnera les bonnes réponses et les informations clés collectivement, avant de passer à l'étape suivante. Une mascotte, Polo l'éleveur, apparaîtra occasionnellement sur le livret pour donner des conseils, des conseils ou des informations clés.

Améliorations sur le livret pédagogique :

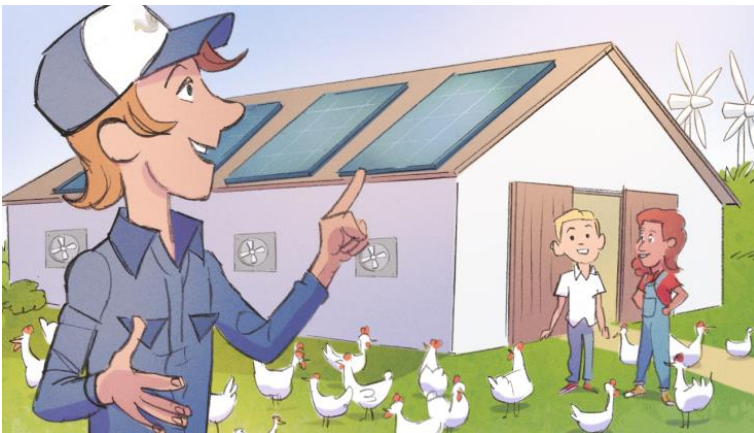
- >> simplifier le jeu où il faut créer des repas équilibrés : en notant les noms de tous les aliments présentés et mieux définir ce qui est un repas équilibré.
- >> donner une définition concrète de la durabilité : ajout d'un glossaire au début du livret



Animations école.

Vidéos motion

Réalisation de 3 vidéos motion : réaliser des vidéos animées pour améliorer le côté interactif et garder l'attention des enfants. Ce support ludique nous aidera à rythmer l'animation et à **développer les thématiques spécifiques de l'élevage, les énergies renouvelables et la durabilité.**



Aperçu du storyboard



Incrustation de vidéos issues des tournages de la campagne pour mixer motion et vraies images

Chef at home

Activity 4

Chef at home.

Contest: gift vouchers to win a dinner

Le principe : mettre en place un concours en ligne via les réseaux sociaux nos influenceurs partenaires (du WP4) pour faire gagner aux gens une expérience « Chef à domicile ».

Objectif : amener la volaille européenne dans les maisons des consommateurs grâce à un chef professionnel qui préparera le produit chez eux. C'est l'occasion de montrer la polyvalence de la volaille et tous ses avantages pour la santé. De cette façon, nous offrons une expérience agréable et conviviale aux gagnants, et nous en profitons pour proposer des recettes faciles à reproduire à la maison.

Un bon cadeau comprend :

- > Un menu à base poulet : entrée + plat + dessert pour 4 personnes
- > Un Chef qui vient chez le gagnant (avec les ingrédients, la préparation, le rangement et le nettoyage)
- > Le bon est valable jusqu'au 31 décembre 2023, *avant la fin de la campagne*

Pour activer le bon, les gagnants doivent se rendre sur le site, saisir le code et choisir la date souhaitée. Des chefs sont disponibles partout en France.

Goodies : tote bags, aimants, tabliers, gourdes, stylos, cahiers > chaque gagnant recevra 4 exemplaires de chaque article pour lui et ses invités.

Planning

2023

AVRIL

MAI

JUIN

JUILLET

AOÛT

SEPT

OCT

NOV

DEC

WP2 – PR

Activity 1 – Communiqué de presse

Activity 2 – Événement

WP3 – Social media

Activity 2 – Réseaux sociaux

WP4 - Advertising

Activity 2 – Activation des influenceurs

WP6 - Events

Activity 1 – Événement B2B & B2C

Activity 3 – Actions dans les écoles

Activity 4 – « Chef à domicile »



1

2

3

4

5

6

7

B2B Congrès
du Snacking

B2C cooking
workshop

Actions dans les écoles

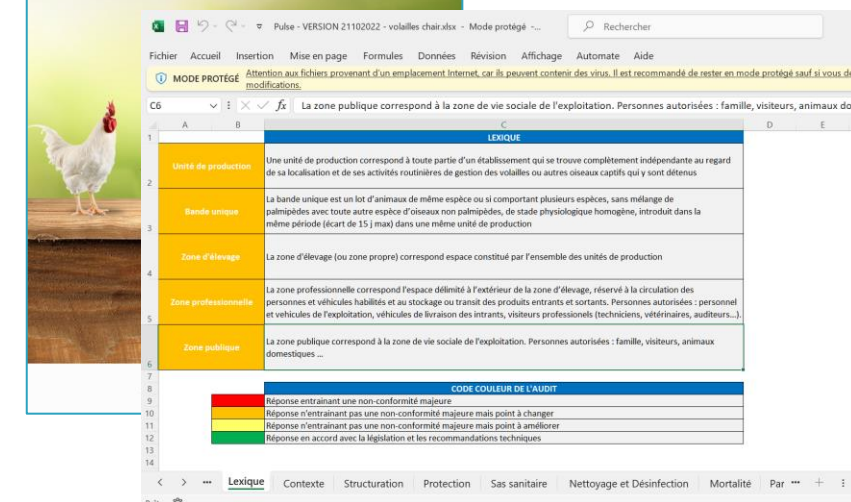
Jeux concours influenceurs

EVA - Pulse



➔ Ajout de la charte PULSE sur l'application EVA

- ➔ Comparaison et harmonisation des critères biosécurité entre les 2 chartes EVA et PULSE
- ➔ Mise à jour de la charte EVA pour actualiser les critères
- ➔ Tout éleveur de volaille de chair pourra accéder à l'application pour réaliser un audit PULSE
- ➔ Envoi d'un rapport d'audit de biosécurité



	A	B	C	D	E
1			LEXIQUE		
2	Unité de production		Une unité de production correspond à toute partie d'un établissement qui se trouve complètement indépendante au regard de sa localisation et de ses activités routinières de gestion des volailles ou autres oiseaux captifs qui y sont détenus		
3	Bande unique		La bande unique est un lot d'animaux de même espèce ou si comportant plusieurs espèces, sans mélange de palmipèdes avec toute autre espèce d'oiseaux non palmipèdes, de stade physiologique homogène, introduit dans la même période (écart de 15 j max) dans une même unité de production		
4	Zone d'élevage		La zone d'élevage (ou zone propre) correspond à l'espace constitué par l'ensemble des unités de production		
5	Zone professionnelle		La zone professionnelle correspond à l'espace délimité à l'extérieur de la zone d'élevage, réservé à la circulation des personnes et véhicules habilités et au stockage ou transit des produits entrants et sortants. Personnes autorisées : personnel et véhicules de l'exploitation, véhicules de livraison des intrants, visiteurs professionnels (techniciens, vétérinaires, auditeurs...)		
6	Zone publique		La zone publique correspond à la zone de vie sociale de l'exploitation. Personnes autorisées : famille, visiteurs, animaux domestiques ...		
7					
8			CODE COULEUR DE L'AUDIT		
9			Réponse entraînant une non-conformité majeure		
10			Réponse n'entraînant pas une non-conformité majeure mais point à changer		
11			Réponse n'entraînant pas une non-conformité majeure mais point à améliorer		
12			Réponse en accord avec la législation et les recommandations techniques		
13					
14					



Points divers



Calendrier 2023-2024



- ▶ Assemblée Générale à Angers
 - ▶ **Mardi 8 : Cocktail Dinatoire**
 - ▶ **Mercredi 9 avril 2024 – AG ANVOL & Statutaire CIDEF - CIPC**
- ▶ Conseils d'administration 2023-2024
 - ▶ **21 novembre 2023 - 9H00**
 - ▶ **Mars 2024**
 - ▶ **Aout-Septembre 2024**
 - ▶ **Novembre 2024**

