

La Confédération : actions de communication

Plus que jamais, les boulangers doivent imposer leur identité, valoriser leur image et assurer la promotion de leurs produits.

Appliquant les orientations fixées par le Président de la Confédération, le service Communication définit, met en oeuvre et suit le bon déroulement du plan national de communication en faveur des boulangers.

Ce plan national de communication est soumis pour approbation à la Commission de la Communication, de la Promotion et de l'Information puis validé par le Bureau confédéral et le Conseil d'Administration.

Plusieurs réunions annuelles de la Commission de la Communication, de la Promotion et de l'Information, actuellement présidée par Daniel LAIDIN, permettent de suivre la mise en oeuvre des actions de ce plan, d'apporter d'éventuels correctifs et en dresser le bilan.

Pour soutenir les boulangers, le service Communication de la Confédération a intensifié ses actions et conçu des outils qui permettent de promouvoir la profession.

- ✓ **Mise en oeuvre d'actions publicitaires propres à la profession**, en boulangerie et pâtisserie, telles que :
 - la Fête du Pain
 - la campagne presse « Vous m'appréciez chaque jour... mais me connaissez-vous vraiment ? »
 - Cotillon

- ✓ **Création et gestion du site de la Maison de la Boulangerie** : www.boulangerie.org

- ✓ **Avec l'Association Nationale de la Meunerie Française**, création et administration :
 - d'un centre de documentation et d'information générale sur la filière blé, farine, pain : l'Espace Pain Information (EPI)
 - d'un centre de ressources et d'études scientifiques sur le pain pour améliorer les connaissances nutritionnelles sur le pain : l'Observatoire du pain

- ✓ **Participation à des actions de communication d'ampleur nationale** en partenariat avec les organisateurs :
 - Opération Pièces Jaunes
 - Téléthon
 - La Semaine du Goût
 - Coupe du Monde de Rugby
 - La France en courant

- ✓ Le service communication de la Confédération **est également chargé de :**
 - la gestion des relations médias (TV, radio, presse) : réponse aux questions des journalistes ; communiqués et dossiers de presse ; revue de presse hebdomadaire
 - la collaboration active à des salons professionnels : EUROPAIN/Intersuc ; Salon national de la boulangerie...
 - l'administration d'une marque collective et d'un site Internet spécifique destiné à recenser et fédérer les initiatives locales dont le pain est le support ou l'acteur : Le Pain en fête
 - la conception, le développement et la défense du logo des boulangers : dépôt à l'INPI, charte graphique, diffusion d'enseignes lumineuses, défense de l'usage du sigle...

- ✓ Forte de son expérience, la Confédération exerce une **activité de conseil** auprès des syndicats départementaux dans la conception de leurs actions promotionnelles.

- ✓ Enfin, le service Communication apporte son **soutien à l'organisation de manifestations professionnelles et cérémonies officielles :**
 - Les Etats Généraux de la Boulangerie
 - Univers Boulangerie
 - Cérémonie de l'Epiphanie à l'Elysée