

Partenariats PAVILLON FRANCE : exemples de projets éligibles (liste non exhaustive)

Cette fiche illustre ce qui est attendu d'un partenariat PAVILLON FRANCE. L'objet de chaque opération est de **mettre en valeur la marque PAVILLON FRANCE** et la filière pêche française, en s'appuyant sur l'ancrage local d'un partenaire ou d'un événement. Lorsque la marque salue, sur ses réseaux, le temps fort réalisé conjointement, c'est pour rendre compte de l'opération menée ensemble (et non pour promouvoir le partenaire pour lui-même). En retour, le partenaire fait vivre PAVILLON FRANCE, ses valeurs et ses engagements auprès de ses publics.

1. Opérations de relations presse & relations publiques (événement ou temps médiatique)

Faire exister l'opération dans l'espace médiatique et institutionnel, en plaçant PAVILLON FRANCE au premier plan, l'événement ou le partenaire servant d'ancrage territorial.

Exemples concrets

- Communiqué et dossier de presse construits autour de PAVILLON FRANCE et de l'opération menée ensemble.
- Invitation de la presse locale et spécialisée à un temps fort (inauguration, dégustation, atelier).
- Intégration de la marque au parcours des délégations officielles (élus, partenaires institutionnels).
- Porte-parole ou professionnel de la filière mis à disposition pour les interviews.

Livrables attendus côté partenaire

- ✓ Logo PAVILLON FRANCE sur les supports presse (communiqué, dossier, programme).
- ✓ Texte ou message institutionnel validé en amont par France Filière Pêche.
- ✓ Mention explicite de la marque dans les prises de parole aux médias.
- ✓ Transmission des retombées mentionnant PAVILLON FRANCE.

2. Valorisation a posteriori d'un temps fort

Garantir que PAVILLON FRANCE est visible et fidèlement représentée dans les retombées médias, dans le respect de la charte de la marque.

Exemples concrets

- Présence de la marque dans les visuels et supports diffusés aux médias.
- Engagements de la marque (origine, fraîcheur, traçabilité, soutien à la filière) repris dans les éléments de langage.
- Espèces méconnues et accessibles proposées comme angle éditorial aux journalistes.
- Reportage ou interview valorisant un métier de la filière.

Livrables attendus côté partenaire

- ✓ Respect de l'identité visuelle et des éléments de langage de la marque.
- ✓ Validation préalable des messages institutionnels.
- ✓ Recension des retombées (presse écrite, web, audiovisuel) partagée avec France Filière Pêche.
- ✓ Liens ou captures des publications média mentionnant la marque.

3. Création de contenus écrits & numériques

Prolonger l'opération par des contenus qui font vivre PAVILLON FRANCE auprès d'un large public, en ligne comme en imprimé, avant, pendant et après l'événement.

Exemples concrets

- Publications dédiées sur les réseaux du partenaire, avec mention et hashtag de la marque.
- Au moins un contenu spécifiquement consacré à la marque, validé en amont.
- Formats courts (vidéo, stories) sur les espèces, les métiers ou des recettes.
- Jeu, quiz ou animation en ligne, avec dotations de la marque.
- Relais imprimés : encarts, affichage, programmes intégrant l'identité de la marque.

Livrables attendus côté partenaire

- ✓ Présence systématique du logo, de l'identité visuelle et du hashtag.
- ✓ Tag de la marque sur les publications dédiées (post, story).
- ✓ Statistiques de performance des contenus publiés.
- ✓ Liens ou captures des contenus diffusés, et volume de publications relayées.

4. Événement institutionnel ou temps fort associatif

Associer PAVILLON FRANCE à un événement porté localement par une organisation professionnelle ou associative, pour aller à la rencontre d'un large public sur le terrain.

Exemples concrets

- Espace PAVILLON FRANCE intégré à une manifestation existante (marché, rendez-vous saisonnier, salon).
- Temps fort dédié à la filière dans le programme officiel (animation, dégustation, prise de parole).
- Visite inaugurale incluant un arrêt sur l'espace de la marque.
- Co-construction de la communication de l'événement autour de la pêche française.

Livrables attendus côté partenaire

- ✓ Visibilité de la marque sur les supports et la signalétique de l'événement.
- ✓ Salutation de l'opération conjointe sur les canaux de PAVILLON FRANCE.
- ✓ Contenus dédiés à la marque produits par l'organisateur.
- ✓ Bilan de fréquentation et de retombées transmis après l'événement.

5. Concours, challenge

Soutenir une mobilisation de type concours, challenge, compétition, orientée vers la valorisation : des produits de la pêche, des métiers et talents de la filière, du monde de la mer et de la pêche maritime, de l'éducation à l'alimentation et aux principes d'une alimentation saine, diversifiée et tracée.

Le partenariat associe la marque à la conception et au rayonnement de l'événement.

Exemples concrets

- Catégorie ou défi orienté espèces françaises, défini avec la marque.
- Prix assorti d'une dotation aux équipes lauréates.
- Présence d'un représentant de la marque au sein du jury.
- Accompagnement des équipes (intervention, ressources sur la filière et les espèces).

Contreparties attendues (enrichies)

- ✓ Association du nom de la marque à l'épreuve et à sa communication.
- ✓ Droits de diffusion des contenus produits lors du concours (portraits d'équipes, pitches, formats courts).
- ✓ Retombées presse de l'événement mentionnant la marque.

6. Cofinancement de la création d'un contenu original

Participer au financement d'une œuvre qui valorise un métier ou la filière — reportage photo, film, série de portraits. L'œuvre ne porte pas sur la marque : elle sert la promotion des métiers de la pêche, et PAVILLON FRANCE y apparaît au titre de sa contribution. La contrepartie prend la forme de droits d'usage sur les contenus produits.

Exemples concrets

- Reportage photo valorisant le métier de mareyeur, un port ou une criée.
- Film documentaire ou série de portraits sur les savoir-faire de la filière.
- Captation vidéo d'un temps fort, exploitable pour la promotion des métiers.
- Production éditoriale (carnet, exposition) sur la pêche française.

Contreparties attendues (droits & crédits)

- ✓ Droits d'usage et d'exploitation, pour la communication de la marque, sur un lot de photos défini.
- ✓ Droits sur la vidéo éventuellement réalisée, dans le périmètre de la promotion des métiers.
- ✓ Présence de représentants de la marque ou d'éléments de signalétique dans certains visuels.
- ✓ Remerciement à PAVILLON FRANCE dans les publications du projet et mention au générique des vidéos.

À retenir

Quel que soit le format, l'opération valorise en priorité PAVILLON FRANCE et la filière pêche française par rapport à la marque partenaire. Selon le cas, la contrepartie prend la forme d'une visibilité de la marque, de contenus dédiés, ou de droits d'usage sur des contenus valorisant les métiers. Un projet limité à la seule présence d'un logo, ou à la promotion commerciale des produits du porteur, ne répond pas à cette attente.

Cette fiche est indicative. Les modalités précises de visibilité, les livrables, les droits et les critères d'éligibilité figurent dans le règlement de l'appel à projets et, le cas échéant, dans la convention de partenariat, qui prévalent en cas de divergence.