



■ Le concours

"Jeunes Talents"



En 2010, Restaurateurs de France engage une campagne de communication en cohérence avec son positionnement et ses ambitions.

L'objectif est de développer la visibilité du label et de renforcer sa notoriété vis-à-vis des publics cibles :

- **Consommateurs**
(grand public)
- **Professionnels**
(adhérents - futurs adhérents - fournisseurs)
- **Partenaires**
(institutionnels - de proximités)
- **Médias**

Le concours des Jeunes Talents Restaurateurs de France est un concept événementiel de **dimension nationale**. Son principe pour l'édition 2010 est la valorisation des apprentis Restaurateurs de France sur une thématique de produits du terroir. Le volet "formation" est une des missions principales de Restaurateurs de France.

La mise en dynamique de ces 2 logiques au travers d'un concours de dimension nationale a pour objectif d'accompagner les jeunes vers **l'excellence**.

Déroulement du concours :

En région :

- *Pré-sélection des apprentis chez les adhérents Restaurateurs de France.*
- *Remise d'un panier de produits.*
- *Elaboration d'une recette sur la base des produits remis.*

Au national :

La finale se déroulera lors de la Foire Internationale Gastronomique de Dijon en présence de notre Président Francis Attrazic, de nos Chefs étoilés adhérents et Miss France 2010 :

- *Réalisation de la recette par "les jeunes talents" en direct.*
- *Présentation du plat devant le jury constitué de professionnels.*



LABEL DE QUALITÉ RECONNU PAR L'ÉTAT





■ Campagne de communication

Le concours Jeunes Talents Restaurateurs de France s'inscrit dans le cadre d'une campagne de communication de dimension nationale.

Sa valorisation et son identification auprès de ces différents publics cibles se déploie autour des logiques suivantes

Une Identité visuelle :

Création d'un logo et d'une charte graphique "Jeunes Talents" Restaurateurs de France.



Des supports de communication :

- Dossier presse & annonce presse
- Dossier concours
- Site Internet
- Invitations
- Textile
- Newsletter
- PLV & ChronoExpo
- Recueil édition 2010



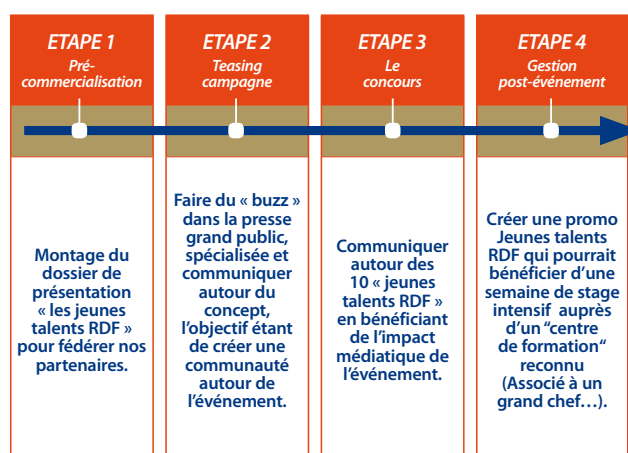
Une campagne de relation presse auprès de :

- Presse Quotidienne Régionale
- Presse nationale
- Presse professionnelle
- Radio
- TV
- Web



"Jeunes Talents"

■ Plan d'action 2010



■ Rétroplanning 2010

