

L'AOP Maine-Anjou parle aux consommateurs

La race Rouge des Prés a fait part, lors d'une conférence de presse au Salon de l'agriculture, de son changement de stratégie. « *Aujourd'hui, les éleveurs doivent se réapproprier la mise sur le marché* », affirme Albéric Valais, directeur de l'Organisme de Sélection (OS) Rouge des Prés, « *Aussi avons-nous remis à plat notre stratégie commerciale.* » La race a lancé au Salon le slogan : « Rouge des prés et l'AOP Maine Anjou, probablement la vache la plus écolo du Salon ». « *Face aux attentes et attaques sociétales qui nous touchent économiquement mais également moralement, nous souhaitons nous rapprocher du consommateur par la vente directe et en adoptant un discours qui lui est accessible et*

intelligible », note Hervé Ménard, président de l'OS. L'idée est de transformer le discours technique du cahier des charges en un discours audible et intéressant pour le consommateur. « *On a une histoire qui se trouve dans notre cahier des charges que l'on n'a jamais racontée. On doit remettre en avant ce que l'on sait faire et montrer qu'on le fait bien* », ajoute le président. L'objectif est également d'avoir des ambassadeurs prêts à raconter et à promouvoir leur histoire. Actuellement, l'OS commercialisé en vente directe un animal par semaine. L'ambition est de passer à trois bêtes par semaine en 2017, tout en visant un marché haut de gamme. ■ C. D.