



Bovillage : η ιστορία επιτυχίας της μάρκας που αναδεικνύει τους επαγγελματίες

Δημιουργία & αξίες Bovillage

Η Γαλλική Διεπαγγελματική Ζώντων Ζώων και Κρέατος Interbeven και οι εταιρίες – μέλη της δημιουργούν το 2009 τη μάρκα επικοινωνίας Bovillage, δίνοντας έτσι ένα πλαίσιο και μία ονομασία σε ένα συλλογικό θεσμικό πρόγραμμα επικοινωνίας για το γαλλικό βόειο κρέας που η Interbeven υλοποιεί δυναμικά ήδη πολλά χρόνια στην Ελλάδα: η ελληνική αγορά είναι από τις πιο σημαντικές αγορές-στόχο στην Ευρώπη για το γαλλικό κλάδο κρέατος.

Η Bovillage πλαισιώνεται από μία δυνατή ιστορία που υπογραμμίζει τη δέσμευση ενός κλάδου συνολικά, όπου κάθε κρίκος μίας μεγάλης αλυσίδας (από τον Γάλλο παραγωγό και σφαγείο έως τον Έλληνα κρεοπώλη) επιτελεί τον δικό του ρόλο με στόχο να παρέχει ένα βόειο κρέας εξαιρετικής ποιότητας.

Ένα κρέας προερχόμενο από τα γαλλικά terroirs, αποτέλεσμα παραδοσιακής εκτροφής από την πρώτη χώρα εκτροφής στην Ευρώπη, που διασφαλίζει την ευζωία των ζώων και εγγυάται τη φυσική τους διατροφή, την ιχνηλασιμότητα και πλαισιώνεται από αυστηρούς ελέγχους. Με τη συμβολή και την τεχνογνωσία των βιομηχανιών του κλάδου που εξασφαλίζουν την εγγύηση μιας σταθερής ποιότητας. Αυτές είναι οι αξίες της Bovillage.

10 χρόνια Bovillage & Bovillage Ambassadors

Το 2019, με αφετηρία τον εορτασμό των 10 ετών από τη δημιουργία της, η Bovillage αποκτά ένα νέο πρόσωπο με νέα εικόνα και μήνυμα επικοινωνίας / υπογραφή, τονίζοντας έτσι την επιθυμία της να εξελιχτεί κρατώντας παράλληλα τον πυρήνα των εγγενών αξιών της: οι συνεχείς έρευνες που η Interbeven υλοποιεί τακτικά στην ελληνική αγορά καταδεικνύουν εξάλλου ότι πρόκειται για μία μάρκα «με κύρος που χαίρει ιδιαίτερης εκτίμησης», «αναγνωρισμένη για την υψηλή της ποιότητα» «συνώνυμο ηγετικής θέσης» και επικυρώνουν αυτή την απόφαση.

Για τη σημαντική αυτή επέτειο, η Bovillage τιμά και ευχαριστεί όσους την εμπιστεύτηκαν και τους δίνει τον πρώτο λόγο, δημιουργώντας την ομάδα των πρεσβευτών Bovillage

10 επαγγελματίες κρεοπώλες, με υψηλή κατάρτιση και κοινό πάθος και όραμα για το κρέας, αναγνωρισμένοι για την τεχνογνωσία τους, ενώνουν τις δυνάμεις τους και δεσμεύονται να «προάγουν τις αξίες της Bovillage για να τιμήσουν την εμπιστοσύνη των πελατών τους»

Η σημαντική έννοια της λέξης-κλειδί εμπιστοσύνη γίνεται πρωταγωνιστής της νέας καμπάνιας επικοινωνίας της Bovillage

Ένα πλούσιο πρόγραμμα επικοινωνίας

Από τα εκπαιδευτικά σεμινάρια έως δράσεις event, η Bovillage φωτίζει με τον καλύτερο τρόπο χάρη σε ένα πρόγραμμα επικοινωνίας 360ο, την απαραίτητη τεχνογνωσία των ανθρώπων που της δίνουν ψήφο εμπιστοσύνης: το 2020, παρά τις πρωτόγνωρες και δύσκολες συνθήκες που βιώνει ο πλανήτης, η Bovillage υλοποιεί για πρώτη φορά το Bovillage Ambassador Challenge ; οι πρεσβευτές της διαγωνίζονται για το καλύτερο παρασκεύασμα, παρουσιάζοντας και αναδεικνύοντας με μοναδικό τρόπο τα διασημότερα γαλλικά préparations του κρεοπωλείου.

Η Bovillage διαθέτει επίσης μία πολύ ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης Facebook, Instagram και YouTube ενώ η φετινή χρονιά αναμένεται επίσης πλούσια σε δράσεις,

Για την επιτυχημένη πορεία της μάρκας Bovillage μιλούν οι

Claudine Allain, υπεύθυνη Διεθνούς Επικοινωνίας της Interben : «Οι Ambassadors βρίσκονται σήμερα στο κέντρο της μάρκας Bovillage, ενσαρκώνουν το κατεξοχήν παράδειγμα ανάδειξης ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας και μεταλαμπάδευσης της ιστορικής τεχνογνωσίας των προγόνων μας»

Το 2009, όταν δημιουργήθηκε η Bovillage, στόχος της Interben ήταν να παρέχει στη μάρκα και στους Έλληνες επαγγελματίες τα επιχειρήματα και εφόδια, συνοδεύοντάς τους ουσιαστικά, στην καθημερινή τους προσπάθεια ανάδειξης του προϊόντος και των εγγενών χαρακτηριστικών του και πληροφόρησης του καταναλωτή.

Το 2019, για τα 10 χρόνια Bovillage, η Interben και τα μέλη της θέλησαν να εξελίσουν την επικοινωνία αυτή και να συνδεθούν άμεσα με τους Έλληνες επαγγελματίες. Έτσι γεννήθηκε η ιδέα των « Bovillage Ambassadors ».

Συνδύασαμε, ουσιαστικά και έμπρακτα, δύο συστήματα αξιών: την ηγετική θέση και τις αξίες της Bovillage στην Ελλάδα με την ηγετική θέση του παραδοσιακού κρεοπωλείου.

Η άμεση και ιδιαίτερος θερμή ανταπόκριση των κρεοτεχνών στη σύλληψη και υλοποίηση των δράσεων (εκπαιδευτικά σεμινάρια, challenge, τοποθετήσεις στο πλαίσιο του κλαδικού Τύπου και στα ΜΚΔ, προωθητικές ενέργειες ...) αποτέλεσε για εμάς ιδιαίτερος ευχάριστη έκπληξη.

Συνειδητοποιήσαμε ότι, με το να βρίσκονται στον πυρήνα των δράσεων επικοινωνίας, οι Ambassadors «υιοθέτησαν» ακόμη περισσότερο τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της μάρκας, γεγονός που τους προσδίδει το δικαίωμα να ομιλούν εκ μέρους αυτής και αναδεικνύει ακόμη περισσότερο το ρόλο τους απέναντι στους συναδέλφους τους και τους πελάτες τους.

Εκτιμώ επιπλέον, πως αυτή μας η πρωτοβουλία έδωσε τη δυνατότητα να δημιουργηθούν ακόμη ισχυρότεροι δεσμοί μεταξύ των μελών της ομάδας, με κυρίαρχο το αίσθημα ότι ανήκουν σε μία ομάδα με όραμα, που μπορεί να έχει διαφορετική αφετηρία και background, επιτελεί ωστόσο το μοναδικό έργο να ενσαρκώνει το μέλλον του κλάδου.

Η εξέλιξη αυτή αποτελεί χωρίς αμφιβολία ένα επιτυχημένο στοίχημα για τον γαλλικό κλάδο που θα συνεχίσει, χάρη στη Bovillage, να αναπτύσσει τις δράσεις του και τη θέση του και να καταστήσει τη μάρκα σημείο αναφοράς στο βόειο κρέας στην ελληνική αγορά.

Αντώνης Καραμαλέγκος, Bovillage Ambassador, νικητής του 1^{ου} Bovillage Ambassador Challenge

Bovillage: μπορεί να σημαίνει μικρό σε ηλικία μοσχάρι, αλλά για εμένα προσωπικά, μετά από χρόνια στην μεγάλη οικογένεια των κρεοτεχνών ... είναι μια μεγάλη αγκαλιά που μπορεί και ενώνει την τεχνογνωσία, το πάθος και τη δύναμη για το αυριανό μέλλον του επαγγέλματός μας.

Είναι τιμή μου να ανήκω σε αυτή την ομάδα!

Θέλω να συγχαρώ και να ευχαριστήσω όλους τους συνάδελφους που συμμετέχουν σε αυτή, με κοινό παρονομαστή για το ήθος τους, την λατρεία και τις καθημερινές θυσίες που κάνουν για το αρτιότερο αποτέλεσμα. Και όπως λέμε συχνά μεταξύ μας, τα καλύτερα είναι μπροστά μας!

Γιώργος Αργυρίου, πρόεδρος της Πανελληνίας Ένωσης Εμπορικών Αντιπροσώπων Κρέατος και αντιπρόσωπος της γαλλικής εταιρίας Eivinia

Το γαλλικό μοσχαρίσιο κρέας κατέχει διαχρονικά έναν κυρίαρχο ρόλο στην Ελληνική αγορά κρέατος, εναρμονίζοντας απόλυτα την παροχή ποιότητας σε ανταγωνιστική τιμή.

Πρόκειται για ένα εξαιρετικό προϊόν με σταθερή ποιότητα και υψηλή διατροφική αξία.

Οι δράσεις της Bonivillage στην Ελληνική αγορά συμβάλλουν εδώ και χρόνια σημαντικά στην προβολή του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος, με γνώμονα την επισήμανση των θετικών χαρακτηριστικών κρέατος που μπορεί να προσφέρει στον καταναλωτή ένα προϊόν ανώτατης ποιότητας.

Πολύ σημαντικό ρόλο στις δράσεις αυτές που έχουν ως σκοπό την προώθηση του γαλλικού μοσχαρίσιου κρέατος Bonivillage κατέχουν αναμφίβολα οι Ambassadors, καταξιωμένοι επαγγελματίες του κλάδου κρέατος με τεχνογνωσία και εξειδίκευση.'

Luc Perez, Κρεοτέχνης, ειδικός εκπαίδευσης και επίσημος συνεργάτης Interbeve

Το βόειο κρέας Bonivillage, με προέλευση από τα γαλλικά terroirs ταίριαξε μοναδικά στο όμορφο τοπίο της Ελλάδας.

Οι κρεοπαραγωγές φυλές, αναπόσπαστο μέρος και περηφάνεια της γαλλικής πολιτιστικής κληρονομιάς, συμπληρώνουν αρμονικά τα εξαιρετικά προϊόντα της Ελλάδας. Σε αυτή τη μοναδική ελληνογαλλική συμμαχία πίστεψαν πολλοί άνθρωποι!

Χρόνο με το χρόνο, στη βάση της Bonivillage γεννήθηκε μία εποικοδομητική συνεργασία, μία ανταλλαγή επαγγελματιών που ένωσε εξαιρετικούς, μοναδικούς επαγγελματίες, σε μία υπέροχη ομάδα, αυτή των Bonivillage Ambassadors.

Μαζί συνδυάζουμε καθημερινά σε ένα πνεύμα συνέργειας, τεχνικές, κοπές, παρασκευάσματα, για να δώσουμε στους Έλληνες καταναλωτές που ξέρουν να εκτιμούν το καλό φαγητό, προτάσεις γύρω από το κρέας, τόσο απαραίτητο και αναπόσπαστο κομμάτι της διατροφής μας.

Είμαι τόσο περήφανος που ανήκω σε αυτή την ομάδα καταξιωμένων επαγγελματιών από τους οποίους μαθαίνω καθημερινά. Έχω πάρει πολύ περισσότερα από όσα έχω δώσει. Έχω συναντήσει πραγματικούς συν-αδέλφους με τους οποίους πορεύομαι και ελπίζω να πορευτώ για πολλά πολλά χρόνια ακόμη.