



Bovillage : le pari réussi d'une marque qui valorise ses professionnels

Historique & valeurs Bovillage

C'est en 2009 qu'Interbev et ses entreprises créent Bovillage, donnant ainsi un cadre et une appellation à un programme de communication collectif que Interbev met en place de façon très active depuis plusieurs années en Grèce : le marché grec est un des premiers marchés en Europe pour l'Interprofession française et ses entreprises membres.

Une marque dotée d'un narratif mettant en avant les efforts et la passion de toute une filière, chacun des maillons (de l'éleveur, à l'entreprise française jusqu'au boucher grec) ayant son propre rôle à jouer pour offrir une viande bovine de qualité exceptionnelle.

Une viande issue des terroirs français, le résultat d'un élevage traditionnel du pays no 1 en Europe, assurant le bien être des animaux, garantissant une alimentation naturelle ; encadrée par une traçabilité et des contrôles rigoureux ; portée par le savoir faire d'entreprises impliquées, assurant une garantie de qualité constante : voici les valeurs de Bovillage

Les 10 ans & les Bovillage Ambassadors

En 2019, pour célébrer ses 10 ans, la marque Bovillage se dote d'un nouveau visage, une image et une signature montrant sa volonté d'évolution tout en gardant intact le noyau de ses valeurs intrinsèques : les études qu'Interbev réalise régulièrement sur le marché grec font d'ailleurs mention d'une marque 'prestigieuse et appréciée', 'reconnue pour sa qualité', 'synonyme de leader' et confortent cette décision

Pour cet anniversaire, Bovillage remercie et honore ceux qui lui ont fait confiance en les mettant au premier plan : c'est ainsi que naît l'équipe des Ambassadeurs Bovillage 10 bouchers professionnels éminents, partageant la passion pour leur métier, reconnus pour leur savoir-faire, s'engagent 'à partager les valeurs de Bovillage pour honorer la confiance de leurs clients'.

Confiance devient un mot clé pour la nouvelle campagne

Un programme riche en actions

Des séminaires de formation aux actions événementielles, le programme 360° met en avant le savoir faire des hommes qui la plébiscitent : ainsi, en 2020, malgré les conditions inédites et difficiles que connaît le monde, Bovillage réalise le premier Bovillage Ambassador Challenge ; les Ambassadeurs entrent en compétition pour la meilleure préparation

française de boucherie. La notoriété de Bovillage s'étend grâce également à une présence très active sur les médias sociaux, Fb, Instagram et YouTube.

Les raisons d'un pari réussi : témoignages

Claudine Allain, chargée de la communication export d'Interbev : 'Les Ambassadeurs sont aujourd'hui au centre du dispositif de la marque Bovillage, ils incarnent l'exemple par excellence de la valorisation d'un produit de grande qualité et de la transmission d'un savoir faire ancestral »

En 2009, lors de la création de Bovillage, Interbev avait pour objectif d'offrir à la marque, aux opérateurs et bouchers grecs tous les arguments et outils pour les accompagner dans leurs efforts de mise en avant du produit et de la communication de ses valeurs.

En 2019, pour les 10 ans de Bovillage, Interbev et ses entreprises ont souhaité aller plus loin en associant les bouchers traditionnels au discours de marque. C'est ainsi qu'est né le dispositif « Bovillage Ambassadeurs ».

Nous avons ainsi associé deux systèmes de valeurs : le leadership et les qualités de la marque Bovillage sur le marché grec au leadership détenu par la boucherie traditionnelle. Nous avons été surpris par l'appropriation immédiate des bouchers aux dispositifs proposés (formations, challenge, prise de parole dans la presse et sur les réseaux sociaux, actions promotionnelles dans leur magasins....)

Nous nous sommes rendus compte qu'en étant au centre du dispositif, les Ambassadeurs 's'approprièrent' encore plus les caractéristiques de la marque, que cela leur apportait une légitimité dans leur discours et que cela les valoriser encore plus auprès de leurs pairs et de leurs clients.

De plus, cette initiative a permis de créer entre les Ambassadeurs le sentiment d'appartenance à une équipe visionnaire issue de régions et backgrounds différents, incarnant l'avenir du secteur, tout en renforçant les relations qu'ils ont entre eux.

Cette évolution vers un dispositif plus inclusif est sans aucun doute un pari réussi pour la filière française qui continuera avec Bovillage à développer sa position de viande bovine de référence sur le marché grec.

Antonis Karamalegos, Ambassadeur Bovillage, vainqueur du 1^{er} Bovillage Ambassador Challenge

Bovillage: cela veut peut être dire petit (jeune en grec) bovin, mais en ce qui me concerne, après de nombreuses années dans la grande famille des artisans bouchers, cela représente une grande famille qui unit le savoir-faire, la passion, et la force pour l'avenir.

C'est un honneur pour moi d'appartenir à cette équipe !

Je veux féliciter et remercier tous mes collègues avec qui je partage cette équipe pour leur éthique, leur amour et les sacrifices que nous faisons tous les jours pour le meilleur résultat. Comme nous disons souvent entre nous, le meilleur est devant nous !

Georges Arghyriou, président de l'Union Nationale des Agents Commerciaux de Viande et agent représentant de la société Elivia

La viande bovine française détient historiquement un rôle leader sur le marché grec de viande, en associant dans une harmonie totale la qualité au prix.

Il s'agit d'un produit exceptionnel de qualité stable et un apport nutritionnel élevé.

Les actions de Bovillage sur le marché grec contribuent depuis plusieurs années de façon capitale à la mise en avant de la viande française, autour de la valorisation des caractéristiques positives qu'un produit de qualité exceptionnelle peut offrir au consommateur.

Le rôle des Ambassadeurs Bovillage, professionnels éminents de la filière dont le savoir faire et spécialisation sont reconnus de la filière, est hautement important dans les actions visant à promouvoir la viande bovine française Bovillage.

Luc Perez, Boucher formateur et collaborateur officiel Interbev

Comme son nom le laisse à penser, la viande bovine issue des terroirs français a su s'intégrer à merveille à la beauté du paysage grec.

Ces races allaitantes, fierté du patrimoine français, apporte une complémentarité aux produits déjà excellents que l'on retrouve en Grèce.

Des personnes ont crue en cette alliance franco-grecque.

D'année en année on a ressenti le bienfondé de Bovillage et un échange constructif est né. Un échange entre professionnels de la viande qui a réuni des bouchers en une team extraordinaire, les Ambassadeurs Bovillage.

Ensemble nous associons dans un esprit de synergie, techniques, découpes et préparations, afin d'offrir au consommateur grec une variété de propositions autour de la viande, élément indispensable et indissociable de notre alimentation.

Je suis très fier de faire partie de cette équipe de professionnels éminents, de qui j'apprends tous les jours. J'ai reçu de leur part bien plus que ce que je leur ai offert ; j'ai rencontré de véritables confrères avec qui j'avance tous les jours et j'espère avoir encore de nombreuses choses à partager pour les années à venir.