

essentiel

CAMPAGNE DE COMMUNICATION DU CNIEL

Cinq actions pour trois par jour

Trois est le chiffre sur lequel s'appuie la nouvelle collective des produits laitiers pour s'inscrire dans les lignes du PNNS. Trois pour trois produits laitiers par jour, mais cinq pour cinq opérations de communication vers différentes cibles.

L'interprofession a décidé de mettre le paquet pour lancer le concept trois produits laitiers par jour. Cette référence a été lancée par le PNNS (Plan national nutrition santé) en 2001 mais n'a pas été mise en avant jusqu'ici. Les Français ne consomment que 2,1 produits laitiers par jour en moyenne: il y a un gap à combler! Et une croissance de consommation de presque 50 % à gagner!

Dans le nouveau plan stratégique de communication du Cniel, cet objectif devient une priorité. « 93 % des Français disent avoir connaissance de la recommandation « 5 fruits

et légumes par jour ». Nous visons la même reconnaissance pour « 3 produits laitiers par jour », commente Laurent Damiens, directeur de la communication. Ce score n'est aujourd'hui que de 62 %, selon les résultats du récent baromètre CSA-Cniel (lire pages 24-25) : il reste 31 points à conquérir.

VERS CINQ CIBLES

Pour y parvenir le Cniel se donne les moyens. Un plan d'attaque à plusieurs décharges est en cours de lancement. Les actions démarrent dès le mois d'octobre. Elles sont au nombre de 5 et se déclinent vers différents publics.

À NOTER

Quelques dates de passage du film sous réserve de changement:

- TF1 : 03/10/09 à 19h40 et 21h40; 16/10/09 à 21h40; 25/10/09 à 19h;
- FR2 : 04/10/09 à 22h22; 21/10/09 à 22h22;
- FR3 : 07/10/09 à 22h23;
- M6 : 12/10/09 à 21h40; 20/10/09 à 18h30.

• A la télévision

L'action la plus spectaculaire consiste en l'adaptation du film d'animation lancé en 2007 « les produits laitiers, nos amis pour la vie », dans un nouveau scénario, signé de l'agence La Chose autour du grand méchant loup et des trois petits cochons. « Le succès du film sorti en 2007 nous a incité à capitaliser sur les éléments qui ont marqué les spec-



AGENCE LA CHOSE

Scénario pour la télévision : dans la forêt, 3 bonies courent. Ils sont poursuivis mangent des produits laitiers avant de donner des énormes kick retournés au



3
EST UN CHIFFRE MAGIQUE

3 produits laitiers par jour,
un chiffre magique pour bien grandir.

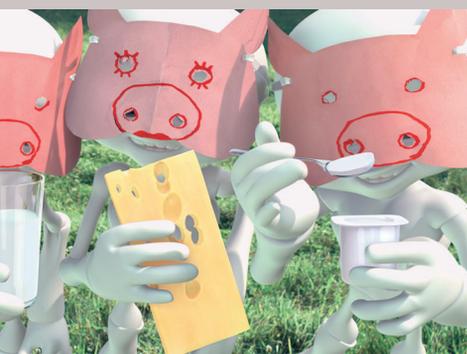
C'est juste ce qu'il faut pour bien grandir. Et c'est très facile ! Il suffit d'y penser : un bol de lait au petit déjeuner, un yaourt à boire au goûter et une part de fromage au dîner. C'est bon au goût et c'est aussi bon pour votre enfant.

AGENCE LA CHOSE

Campagne cofinancée par l'Union européenne dans la presse et à la radio.



produits laitiers



par le grand méchant loup. Ils s'arrêtent et affrontent le loup. Sortant les masques des trois petits cochons, ils loup qui se retrouve par terre. Les bonies repartent retrouver la Bouddha vache qui les nourrit de leur lait.

tateurs : les désormais célèbres bonies, bouddha vache, musique techno... », justifie Laurent Damiens. Les porteurs du message sont donc les bonies, mais cette fois-ci au nombre de trois. Le slogan plaide dans le même sens. Il devient : « Trois produits laitiers par jour... nos amis pour la vie ». Les films télévisés (30 et 20 secondes) seront diffusés à partir du 1^{er} octobre pour la première vague en direction des mères avec adolescents. « Les prétests prédisent une bonne reconnaissance du message : supérieure à 74 % », rassure Laurent Damiens.

• Dans la presse et à la radio

Pour les acheteuses de moins de 35 ans avec jeunes enfants, le Cniel s'appuie sur une campagne presse et radio dont le slogan est : « trois est un chiffre magique ». « Nous avons gardé le même univers de la BD qui parle aux parents et aux enfants : Lucky Luke, Astérix, Les 101 Dalmatiens... », rapporte Laurent Damiens. Il s'agit d'une opération avec co-

3 produits laitiers par jour



Ça fortifie la vie

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière

Campagne dans la presse médicale.

financement européen. 50 % des fonds sont versés par l'Union européenne, 40 % par le Cniel, et 10 % par France AgriMer.

• Dans les classes

Parallèlement, une information sera conduite dans les écoles auprès des classes de CE2, CM1 et CM2 autour de l'équilibre alimentaire et en particulier de la nécessité de consommer trois ou quatre produits laitiers par jour. 100

diététiciens sillonneront ainsi la France pour semer la bonne parole. L'opération démarre en octobre et dure jusqu'à fin mars. « 80 % des écoles contactées acceptent cette démarche », indique Laurent Damiens.

• Vers le milieu scolaire

Le scolaire bénéficiera également d'une action menée en partenariat avec l'éducation nationale. Des affiches et des kits éducatifs à l'adresse des enseignants, des infirmières et médecins scolaires et des parents d'élèves sont en cours de conception.

• Auprès des médecins

Enfin, une cible et pas des moindres est au cœur du dispositif : les médecins. Après avoir communiqué en septembre vers le corps médical autour des bénéfices santé du beurre, le Cniel réitère sa communication médicale en adaptant le message aux... trois produits laitiers par jour. Avec cet arsenal, difficile de passer à côté du message. RITA LEMOINE

EN BREF

Christine Avelin est



la nouvelle directrice adjointe chargée des produits agroalimentaires et forestiers au sein de l'Institut national de l'origine et de la qualité (Inao). Administrateur civil, elle était de 2006 à 2008 chef du bureau des signes de qualité et de l'agriculture biologique à la Direction générale des politiques économique, européenne et internationale au sein du ministère chargé de l'agriculture, après avoir été chef du bureau de l'organisation des filières au sein de cette même direction de 2004 à 2006. Elle succède à Catherine de Menthère nommée conseillère au cabinet du ministre de l'espace rural et de l'aménagement du territoire.

Marc Mortureux,



ancien directeur de cabinet de Luc Chatel, a été nommé par décret du Président de la République, à la tête de l'Afssa. A 48 ans, il succède à Pascale Briand, qui a pris, fin juillet, la Direction générale de l'alimentation au sein du ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche. Ingénieur des Mines, Marc Mortureux a notamment été directeur général adjoint de l'Institut Pasteur, de 2005 à 2008.