

Paris, le 19 octobre 2026

POUR CAPITALISER SUR SA NOTORIÉTÉ, LE PORC FRANÇAIS REPART EN CAMPAGNE DIGITALE DU 19 OCTOBRE AU 22 NOVEMBRE 2026

Pour continuer de capitaliser sur ses 94% de notoriété assistée, le Porc Français poursuit cet automne sa campagne de communication. Le plan media digital et les affiches chez les artisans visent une audience de 18,4 millions d'impressions et 17,9 millions de vidéos vues.

Un logo Le Porc Français reconnu et plébiscité

L'étude menée par Epsilon pour Inaporc montre une notoriété assistée du logo Le Porc Français de 94% (+12% par rapport à 2016). Il est également cité spontanément par 15% des répondants pour certifier l'origine France (+4% depuis 2022), juste après l'historique Label Rouge. Le Porc Français donne une image de qualité des produits pour 93% des sondés et les rassure quant à l'origine France pour 87% d'entre eux.

Le Porc Français repart en campagne

Forts de ces bons résultats, Le Porc Français continue de mettre tout le monde d'accord dans l'assiette et repart en campagne avec la saga qui joue avec les décalages entre générations autour des réfs des uns et des autres. Ces deux spots de 20 secondes mettent en scène un père et sa fille qui n'ont pas les mêmes réfs mais se retrouvent autour des produits.



Un plan media 100% vidéo et des affiches chez les artisans

Le plan media digital se déploie en replay TV sur TF1, M6, BFM et RMC, sur Youtube et en campagne social media sur Facebook et Instagram. Les spots seront bien sûr à retrouver sur les réseaux sociaux Le Porc Français.

Objectif : 18,4 millions d'impressions et 17,9 millions de vidéos vues

La campagne se décline en affiches humoristiques sur la connaissance (ou non) des produits pour faire sourire les clients des artisans bouchers et charcutiers et déclencher l'échange sur les produits de la filière. A l'honneur cet automne, le jarretton et les rillettes.



Les spots de la campagne sont à retrouver sur ce lien :

<https://youtu.be/jyIVESntDdU>

ET

<https://youtu.be/90uwtqIR68g>

À propos d'INAPORC :

INAPORC est l'interprofession nationale porcine. Elle rassemble tous les métiers de la filière porcine française : fabricants d'aliments pour les porcs, éleveurs, coopératives, abatteurs-découpeurs, industriels de la charcuterie-salaison, grande distribution, artisans bouchers et charcutiers-traiteurs, restauration collective. La filière porcine représente 250 000 emplois sur le territoire français dont 25 000 en élevage.

Arnault, Sandra & l'équipe Adocom
Service de Presse INAPORC
vous remercie de votre attention.

Tél. : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM

BAROMÈTRE & POST-TEST 2026 SYNTHÈSE

Études EPSILON de juin 2026, réalisées auprès d'un échantillon de 1000 individus représentatif des 25-49 ans / responsables des achats / non réfractaires à la viande ou charcuteries de porc.

UN CAPITAL IMAGE PORTÉ PAR L'ORIGINE FRANCE ET LE PLAISIR DE CONSOMMER

1^{er} critère cité
« l'origine France qui rassure »

8,2 /10 POUR LA VIANDE **8,3** /10 POUR LES CHARCUTERIES

2^{ème} critère pour la viande
« qui permet de se régaler » **7,9** /10

2^{ème} critère pour les charcuteries
« que j'ai plaisir à consommer » **8,1** /10

UNE COMMUNICATION APPRÉCIÉE

Un agrément global de **68%** et un souvenir publicitaire de **23%** qui augmentent fortement avec l'exposition aux campagnes.

Des spots publicitaires jugés sympathiques par **81%** des sondés, qui évoquent la saveur (**79%**) et donnent une image de qualité des produits à base de porc français (**75%**).

Des affiches qui montrent la variété des produits à base de porc français (**90%**) et incitent à préférer les produits portant le logo « Le Porc Français » (**82%**).

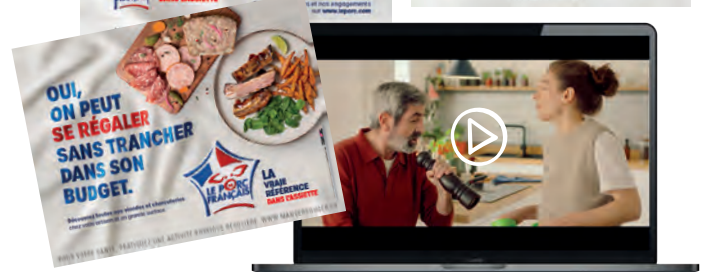
POUR **84%** DES SONDES,
CETTE CAMPAGNE DONNE ENVIE
DE **SOUTENIR LA FILIÈRE PORCINE FRANÇAISE**
EN ACHETANT DES PRODUITS
LE PORC FRANÇAIS.

LA
VRAIE
RÉFÉRENCE
DANS L'ASSIETTE



LE LOGO LE PORC FRANÇAIS EST RECONNU ET PLÉBISCITÉ

- **94% de notoriété** assistée du logo Le Porc Français (+ 12% vs 2016).
- **Un logo de confiance** pour certifier l'origine France, cité spontanément par **15%** des sondés (+ 4% vs 2022), en 2^{ème} position derrière le « Label Rouge ».
- Une image de **qualité** des produits à base de porc français pour **93%** des sondés.
- Un logo qui rassure **87%** des sondés sur l'origine France.



INAPORC
LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE PORCINE FRANÇAISE