



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le jeudi 31 mars 2022

# LET'S TALK ABOUT PORK FROM EUROPE

\*PARLONS DU PORC EN EUROPE

# UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DES MILLENNIALS À L'ÉLEVAGE DE PORCS EN EUROPE ? REAL !

L'élevage de porcs en Europe, on en parle ! À l'issue de sa deuxième année, le programme de sensibilisation sur la filière porcine et les éleveurs a permis de toucher en France plus de 58 Mo de contacts à travers 2 campagnes TV et digitales.

Grâce à notre ambassadrice, la Cheffe Alexia Duchêne, les millenials ont également pu aller à la rencontre des éleveurs français et en apprendre plus sur la traçabilité, la démarche anti-gaspillage, la baisse des antibiotiques et la modernisation des élevages. Retour sur cette année riche en échanges.

## LE PORC EN EUROPE, VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX ET EN DIGITAL

Forte de sa présence digitale, la campagne Let's Talk about Pork from Europe a tout d'abord sensibilisé en début d'année les millenials via la diffusion d'un spot TV, à plus de **15 millions de personnes**. Incontournable sur les réseaux sociaux, le programme a permis d'informer **plus de 37 millions de personnes** via une diffusion sur Snapchat, Facebook, Instagram, YouTube & Teads générant **11 millions de vues**.

Quelques mois plus tard, une playlist Deezer spécialement créée pour la campagne a pimenté l'été des millenials, avec au total plus d'**1,2 millions d'écoutes**.

Enfin, pour informer sur le quotidien des éleveurs de la filière, notre éleveuse Lydia s'est prêtée au jeu des questions réponses via une vidéo portrait réalisée par Démotivateur, et à l'origine de **600 000 contacts**.

**Rien de tel que de publier sur ces réseaux pour créer un dialogue avec les millenials et démêler le vrai du faux sur la filière porcine et les éleveurs !**

## SPOT TV ET RÉSEAUX



**15 MILLIONS**  
de personnes



**37 MILLIONS**  
de personnes



**11 MILLIONS**  
de vues

## PLAYLIST



**1,2 MILLIONS**  
d'écoutes

## VIDÉO PORTRAIT



**600 000**  
contacts

## APRÈS EXPOSITION À LA CAMPAGNE, LA CONNAISSANCE ET L'OPINION DES MILLENNIALS A PROGRESSÉ SUR L'ÉLEVAGE DE PORCS



Après avoir vu la campagne,

**64%** PENSENT QUE LE BIEN-ÊTRE ANIMAL EST GARANTI DANS L'ÉLEVAGE DE PORCS.

39 % de plus qu'avant exposition.



Après avoir vu la campagne,

**63%** ESTIMENT QUE LA PRODUCTION DE VIANDE DE PORC EST DURABLE POUR L'ENVIRONNEMENT,

soit 37% de plus qu'avant exposition.



Au global, pour les jeunes qui ont vu la campagne,

**90%** ONT UNE BONNE IMAGE DE L'ÉLEVAGE DE PORCS,

dont 52% ont une meilleure image de l'élevage de porcs après avoir vu la campagne.



CAMPAGNE FINANÇÉE  
AVEC L'AIDE DE  
L'UNION EUROPÉENNE

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT  
LES CAMPAGNES DE PROMOTION  
DE LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





## UNE AMBASSADRICE PORTE-PAROLE DE LA FILIÈRE

Tout au long de l'année, la cheffe Alexia Duchêne s'est pleinement investie dans son rôle d'ambassadrice, afin de faire découvrir les réalités de la filière.

*« Cela a été une super expérience pour moi d'aller à la rencontre des producteurs et de comprendre la filière porcine. En tant que cheffe, comprendre un produit que l'on affectionne c'est primordial pour transmettre nos engagements auprès de nos clients et de notre communauté. »*

Alexia a eu à cœur de rencontrer les éleveurs et partager leurs engagements et valeurs à sa communauté. Notre porte-parole est partie à la rencontre de deux éleveurs en Bretagne et Occitanie : l'occasion d'en savoir plus sur la traçabilité des produits, l'engagement de la filière pour diminuer les antibiotiques, la démarche anti-gaspillage et la modernisation des élevages.

## DÉCOUVREZ LES REPORTAGES EN ÉLEVAGE DE LA CHEFFE ALEXIA DUCHÈNE



**TRAÇABILITÉ DES PRODUITS**

Partie aussi en filière longue.



**DIMINUTION DES ANTIBIOTIQUES**



**DÉMARCHE ANTI-GASPILLAGE**



**ÉLEVAGE FAMILIAL ET MODERNE**

Et la suite ? Une année 2022 tout aussi prometteuse et riche en événements  
**À NE PAS MANQUER !**

**LET'S  
TALK  
ABOUT  
PORK  
FROM EUROPE**

**A propos de la campagne  
« Let's talk about pork from Europe »**

« Il paraît que... j'ai entendu dire... j'ai lu un tweet... » aujourd'hui toutes sortes d'informations circulent très rapidement, qu'elles soient vraies ou fausses ! Face à cela, les filières porcines de France, d'Espagne et du Portugal, ont décidé, avec le soutien de l'Union européenne, de lancer ensemble un programme d'information sur l'élevage de porcs en Europe.

Cette campagne de 3 ans intitulée « Let's talk about Pork from Europe » interpelle les jeunes via des messages « Fake or Real ». Elle leur permet de faire la part des choses face aux rumeurs et autres « Fake news » et redirige vers le site [letstalkaboutepork.com](http://letstalkaboutepork.com)



**INAPORC**  
LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE PORCINE FRANÇAISE

**A propos du Porc Français et Inaporc**

Le Porc Français garantit l'origine française des viandes de porcs et des charcuteries.

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.

L'interprofession défend les intérêts de la filière porcine française et met en œuvre des actions collectives d'intérêt général.

Connectez-vous sur le site de la campagne : [letstalkaboutepork.com](http://letstalkaboutepork.com)

Contact presse : Cyrielle Bisson | [cbisson@sopexa.com](mailto:cbisson@sopexa.com) | 01.55.37.50.29



CAMPAGNE FINANÇÉE  
AVEC L'AIDE DE  
L'UNION EUROPÉENNE

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIEN  
LES CAMPAGNES DE PROMOTION  
DE LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

**ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE**

Plaisirs d'Europe