

## Nouvelle campagne de communication d'INAPORC Faire connaître le nouveau logo Le Porc Français

INAPORC lance le 23 avril sa nouvelle campagne de communication pour faire connaître le nouveau logo Le Porc Français. Destiné à remplacer le logo VPF, il se met en place progressivement sur la viande de porc et les produits de charcuterie issus de porcs nés, élevés, abattus et transformés en France.

### En 2014, VPF devient Le Porc Français



DEVIENT



Le nouveau logo Le Porc Français est la signature de la volonté des professionnels de la filière porcine française d'identifier le plus clairement possible l'origine française des produits qu'ils garantissent au consommateur.

Véritable signature de l'origine, les tests auprès des consommateurs montrent qu'ils l'estiment à la fois rassurant, moderne et convivial. Le pentagone et les couleurs du drapeau français portent clairement l'origine française des produits qui portent ce logo, information recherchée par les consommateurs. La tête du cochon incarne l'aspect populaire et convivial de la viande de porc et des produits de charcuterie.

Diffusé depuis mi-janvier aux opérateurs de la filière engagés dans la démarche VPF, le nouveau logo Le Porc Français va apparaître progressivement sur les packagings en 2014.

### Une campagne de lancement du logo à partir du 23 avril

#### **1 – Régalez-vous à la française avec Le Porc Français !**

La campagne d'INAPORC a pour objectif de donner envie de consommer la viande de porc et les produits de charcuterie portant le logo Le Porc Français. Elle mise sur la popularité et le savoir-vivre lié aux produits de la filière et est axée sur le plaisir de consommer avec le slogan « Régalez-vous à la française ! ». Les illustrations dessinées installent le territoire de communication dans la convivialité et la modernité.



## 2 – Une campagne presse puissante

INAPORC lance sa campagne dans la presse écrite avec des parutions **les 23 et 25 avril dans la Presse Quotidienne Régionale et des parutions d'avril à juin dans 17 titres de presse magazine féminins, cuisine, TV et santé.**

Le plan est puissant avec **522 GRP** sur l'année soit plus de 83% de la cible exposée à la campagne avec en moyenne 6 visuels vus. Cela représente plus de 50 millions de contacts.

**La campagne se décline en magasins** avec plus de 9 000 kits pour les enseignes de la grande distribution comprenant notamment affiches, stop-rayons et bandes de rives pour mettre en scène le nouveau logo dans les rayons. Les artisans bouchers et charcutiers-traiteurs recevront des affiches de la campagne et 2 000 d'entre eux des kits de communication pour mettre en avant le nouveau logo.

**La campagne se décline également en mai sur le web** sur des sites en affinité comme Marmiton, Cuisine AZ ou le Journal des Femmes. Un jeu concours sur leporc.com mettant en scène une fresque animée et musicale à partir des illustrations dessinées permettra de gagner des planchas au gaz et des paniers pique-nique.

Contacts presse : Didier DELZESCAUX et Rachel RIVIERE : 01 44 93 60 00

INTERPROFESSION **NATIONALE PORCINE**

5 rue Lespagnol ■ 75020 PARIS ■ France

Tél. 01 44 93 60 00 ■ Fax. 01 44 93 60 01 ■ inaporc@inaporc.asso.fr ■ [www.leporc.com](http://www.leporc.com)

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



