



45 FROMAGES, 3 BEURRES ET 2 CRÈMES DES VALEURS COMMUNES UN SEUL LOGO

FROMAGES, BEURRES, CRÈMES

A.O.P.

LA PLUS BELLE PREUVE
D'AUTHENTICITÉ

50 AOP EN PLEINE CAMPAGNE

- Une campagne de promotion des fromages, beurres et crèmes Appellations d'Origine Protégées (AOP) portée par le CNIEL (Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière) avec la participation de 15 AOP.
- Une campagne prévue sur 2014-2016 décuplée par un co-financement de la Commission européenne portant son budget total à 6,1 millions d'euros pour les trois ans (29% CNIEL, 21% syndicats AOP, 50% UE).



Une campagne d'envergure avec un important dispositif national en TV et web. Présentée auprès de toute la filière laitière lors du Salon de l'agriculture, la campagne sera découverte par le grand public dès le 13 octobre 2014. Un spot de 30 secondes sera diffusé du 13 octobre au 30 novembre en TV sur TF1, M6, France TV et une dizaine de chaînes TNT (W9, Téva, Paris Première, TMC, RTL9, TF6, AB1, BFM TV, RMC Découverte, D8, D17, I>Télé).

Sur le web, les internautes pourront retrouver 6 spots de 15 secondes mettant en avant une AOP en particulier (beurre Charentes Poitou, comté, cantal, morbier, ossau-iraty, reblochon). Ces spots seront diffusés du 13 octobre jusqu'à fin décembre sur 6play.fr, MyTF1.fr, marmiton.fr et un ensemble de sites complémentaires.

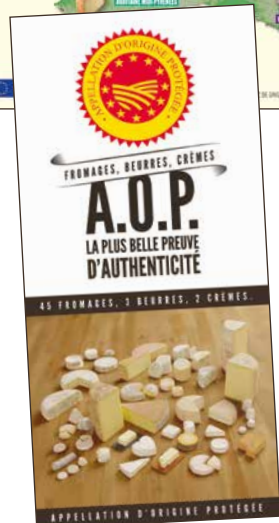
La campagne se prolongera ensuite sur 2015 avec la diffusion alternée de 15 films de 15 secondes. Ces spots visibles en télévision et sur le web mettront plus particulièrement en avant les 15 AOP participantes : beurre Charentes Poitou, beurre et crème d'Isigny, brie de Meaux et brie de Melun, cantal, comté, chaource, morbier, ossau-iraty, reblochon et les fromages de Normandie : livarot, neufchâtel, pont-l'évêque et camembert de Normandie.



FROMAGES, BEURRES, CRÈMES

A.O.P.

LA PLUS BELLE PREUVE
D'AUTHENTICITÉ



UNE CAMPAGNE SOUS FORME DE VOYAGE GOURMAND AU CŒUR DES AOP.

Une campagne qui met la gourmandise et les produits - fromages, beurres et crèmes AOP - au cœur de l'image afin d'augmenter la reconnaissance du logo AOP. **Une campagne esthétique, moderne et didactique pour sensibiliser le consommateur aux valeurs portées par les AOP et apprendre à mieux les identifier.** Une campagne conçue comme un voyage savoureux au cœur de la famille des AOP focalisant sur quelques fromages pour mieux illustrer la diversité et rattacher ces produits à l'Appellation qui les protège.

Un concept qui sera décliné également sur le site www.fromages-aop.com, accompagné de relations presse, de publicité sur le lieu de vente à destination des crémiers fromagers et de matériel d'information (livrets présentant les 50 AOP, carte de France et d'Europe des AOP).

UNE CAMPAGNE POUR CLAMER HAUT ET FORT LES VALEURS DES AOP LAITIÈRES !

Le logo AOP est le marqueur unique de 45 fromages, 3 beurres et 2 crèmes, tous unis par les mêmes valeurs :

- **Origine de toutes les étapes de fabrication** (production du lait, transformation et affinage). C'est la 1^{re} garantie apportée par l'AOP.
- **Préservation des savoir-faire.** Parce que n'importe qui ne peut pas faire des AOP n'importe comment, toutes les étapes d'obtention d'une AOP sont strictement définies dans un cahier des charges rigoureusement contrôlé par un organisme certificateur indépendant.
- **Participation à l'économie de nos territoires.** Les AOP dynamisent l'activité économique de régions souvent contraignantes pour la production agricole.
- **Diversité des saveurs.** Choisir un fromage, beurre ou crème AOP, c'est choisir parmi 50 produits eux-mêmes variables dans leurs saveurs. Ne pas proposer des goûts standardisés, c'est aussi ça la promesse des AOP.

Parce qu'il est porteur de toutes ces valeurs, **le logo AOP, équivalent au niveau européen de l'AOC**, mérite pourtant d'être mieux connu du consommateur. Actuellement, seuls 23% des consommateurs de 15 ans et plus savent le reconnaître (baromètre de notoriété IFOP décembre 2013). Faire connaître le logo AOP et les valeurs dont il est porteur, tout en le liant aux fromages, beurres et crèmes concernés, tel est bien l'objectif de cette nouvelle campagne 2014-2016.

CONTACT PRESSE CNIEL

Marylène BEZAMAT :
mbezamat@cniel.com
06 03 99 62 07



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS DE
L'UNION EUROPÉENNE



A PROPOS DU CNIEL

Le CNIEL représente par le biais de ses trois collègues adhérents (producteurs, coopérateurs et transformateurs) l'ensemble des acteurs français de la filière laitière. Il mène des actions de promotion sur les produits laitiers dont ceux bénéficiant d'une AOP.

Dans le cas de cette campagne il s'est associé à 15 AOP qui participent financièrement à ses côtés : beurre Charentes-Poitou, beurre d'Isigny, brie de Meaux, brie de Melun, camembert de Normandie, cantal, chaource, comté, crème d'Isigny, livarot, morbier, neufchâtel, pont-l'évêque, reblochon et ossau-iraty.

Pour plus d'informations sur les AOP Laitières, rendez-vous sur le site www.fromages-aop.com