RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ

Il y a des signes qui ne trompent pas : la campagne de communication grand public sur les SIQO est lancée

Ça y est, notre campagne de communication participative et grand public sur les 5 signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) est lancée. Elle cible particulièrement les jeunes de 20 à 35 ans. Les actions se déclineront jusqu'au point d'orgue : la semaine de la qualité et de l'origine, du 1er au 7 décembre. Il est encore temps de rejoindre l'initiative !

Articulée autour d'un slogan commun («***il y a des signes qui ne trompent pas / signes officiels de confiance***»), cette campagne vise à aiguiller les consommateurs face à la multiplication des labels, et mettra en avant les 5 SIQO : Appellation d'origine protégée (AOP), Indication géographique protégée (IGP), Spécialité traditionnelle garantie (STG), Label Rouge et Agriculture biologique.

Exemple d'insertion presse réalisée pour la campagne (ici, dans le magazine "Docteur Good, C'est bon !")

Elle comprend plusieurs volets :

1. Insertions presse dans les magazines Dr Good, c’est bon, Cuisine actuelle, Ça m’intéresse, Prima et Femme actuelle ;
2. Campagne publicitaire en TV Replay sur **TF1**
3. Émission de TV **ConsoMag** sur les SIQO diffusée sur les chaîne de France Télévisions
4. Vidéo pédagogique sur **Brut**
5. Recettes 100% SIQO sur la plateforme de menus personnalisés et de courses **JOW**
6. Collaboration avec 4 influenceurs gourmands et hédonistes pour promouvoir les SIQO sur les réseaux sociaux :

1. **Justine Piluso**, ex-finaliste de Top Chef adepte de cuisine responsable
2. **Alexandre Czeh**, alias La Bonne Pitance, charcutier de talent
3. **Margot Ducancel**, alias Rouge aux lèvres, œnologue pétillante
4. **Céline Duhamel**, alias les Yeux Grognons, cheffe pâtissière créative

7. Actions de sensibilisation auprès des consommateurs dans plusieurs centaines de grandes et moyennes surfaces, au plus près de l’acte d’achat.
8. Mise en place d’un jeu concours sur les SIQO

Les acteurs des SIQO invités à rejoindre la démarche

Tous les organismes, partenaires, distributeurs, institutions et réseaux interprofessionnels engagés dans les SIQO sont invités à participer à la campagne, en relayant les informations et en déployant leurs propres outils fondés sur des éléments communs. Un kit partenaire et un guide de la campagne sont accessibles sur le site **https://www.campagne-inao-2024.fr/**. Personnalisez les visuels à vos produits et donnons ensemble aux SIQO la visibilité qu’ils méritent. En effet, le succès de cette campagne repose avant tout sur la mobilisation des tous les acteurs engagés dans la promotion des produits sous SIQO.

Source URL: *https://inao.gouv.fr/lettres-odg/novembre-2024/campagne-communication*

List of links present in page

1. https://www.tf1.fr/tf1/replay
2. https://www.france.tv/societe/magazine-d-actualites/consomag/
3. https://www.brut.media/fr
4. https://jow.fr/
5. https://www.instagram.com/justine_piluso/?hl=fr
6. https://www.instagram.com/bonnepitance/
7. https://www.instagram.com/rougeauxlevres/
8. https://www.instagram.com/lesyeuxgrognons/
9. https://www.campagne-inao-2024.fr/
10. https://inao.gouv.fr/actus-odg