



COMITÉ
NATIONAL
DE LA
CONCHYLICULTURE



Communiqué de presse, 10 mai 2021



Simple**s** & bon**s** !

Le Collectif *Poissons, Coquillages et Crustacés* repart en campagne avec un esprit « feel good ».

Forts du succès de deux années de collaboration sous le Collectif « Poissons, Coquillages et Crustacés », les professionnels des filières françaises de la pêche, de la pisciculture et de la conchyliculture, poursuivent leur partenariat à travers une nouvelle campagne de communication générique et pédagogique avec comme signature : « Poissons, Coquillages et Crustacés : simples et bons » ! Orchestrée par l'Agence Anim&Sens, et soutenue par le FEAMP, cette campagne « feel good » a pour mission de valoriser les produits issus de la pêche et de l'aquaculture auprès des jeunes, des enfants et de leurs familles en mettant l'accent sur les atouts nutritionnels des produits.

« Poissons, Coquillages et Crustacés, simples & bons »

Pour cette deuxième campagne collective, les professionnels des filières aquatiques souhaitent inscrire leurs produits dans le quotidien des consommateurs. Portés à la fois par les recommandations du PNNS - *de consommer du poisson deux fois par semaine en alternant un poisson gras à forte teneur en oméga-3 (saumon, sardine, maquereau, hareng, truite fumée) et un poisson maigre* – et le retour du « fait-maison », ils ont décidé d'intensifier leurs messages autour de la facilité de préparation et les atouts nutritionnels de leurs produits.

Un message qui passe, tout d'abord, par un logo modernisé et enrichi d'une signature évocatrice « simples & bons » ; tout est dit ! Le site internet www.poissons-coquillages-crustaces.fr a lui aussi évolué vers un accès à l'information simplifié et un rubriquage plus attractif. Une attention particulière est portée à la création de recettes pour lesquelles simplicité et facilité sont les maîtres mots.



Dès le 19 mai prochain, une nouvelle campagne média digitale va voir le jour permettant de valoriser la diversité et la créativité autour des *Poissons Coquillages et Crustacés*. Sa particularité ? Les bannières publicitaires sont conçues en fonction des jours de la semaine avec des recettes illustrant la cuisine du quotidien et celle plus conviviale du week-end, - propulsées aux heures de consommation des Français.

Deux autres vagues, à l'automne et au printemps prochains, vont rythmer les prises de parole avec une **portée estimée** à 8,6 millions d'impressions.

Enfin, cet esprit « feel good » se décline d'ores et déjà sur les réseaux sociaux – Facebook et Instagram @poissons_coquillages_crustaces, à travers des publications qui encouragent la préparation des produits, des astuces et des conseils, des quizz etc.

Vers toujours plus de pédagogie auprès des millenials et des familles

Alors que seuls 24% des Français déclarent consommer du poisson deux fois par semaine¹ et que les plus grands consommateurs de produits aquatiques sont les seniors (75 % des consommateurs ont plus de 50 ans)², l'un des enjeux de communication des filières est de rendre plus attractive la préparation de leurs produits auprès des plus jeunes. Les professionnels ont donc privilégié un dispositif de communication identitaire et affinitaire auprès de la cible « millenials » grâce à :

- Une **collaboration avec « Démotivateur Food »**, le premier média digital de divertissement français à destination des millenials : réalisation de vidéos recettes inspirationnelles, articles d'experts en nutrition pour répondre aux questions des communautés, des astuces et des conseils, des quizz...
- Des **partenariats avec de jeunes influenceurs food et lifestyle** pour inscrire les produits aquatiques à la fois dans des instants de consommations conviviaux et aussi du quotidien dans une dynamique portée par l'hashtag **#2foisparsemaine**.



Et aussi auprès des plus jeunes et de leurs parents :

- Le lancement **d'une web série pédagogique**, de 9 vidéos proposant des ateliers à 4 mains parents-enfants, diffusées sur une chaîne Youtube dédiée poissons_coquillages_crustaces.
- Des **collaborations avec de jeunes parents influenceurs et leurs enfants** dont la mission sera de réaliser avec les mêmes produits aquatiques, 2 recettes simples et accessibles : 1 version parent et 1 version enfant, toutes deux portées par l'hashtag **#DigitalParent**
- **La création du programme « Vis ma vie de... »**, un dispositif inédit mis en place entre des écoliers et des professionnels des filières. Venant compléter le kit pédagogique *Poissons, Coquillages et Crustacés* à destination des élèves et des enseignants en cycle 3³, cette plateforme d'échanges va permettre aux enfants de découvrir les produits aquatiques en suivant la vie d'un producteur, devenu le temps de quelques mois le « parrain » de la classe ; le professionnel sera sélectionné parmi des pêcheurs, pisciculteurs, conchyliculteurs volontaires.... Carnet de bords, vidéos et échanges sont au programme.

A PROPOS DE POISSONS, COQUILLAGES ET CRUSTACES : Lancée en 2019, le Collectif Poissons Coquillages et Crustacés regroupe les professionnels des filières françaises de pêche, de pisciculture et de conchyliculture, via leurs représentants France Filière Pêche (FFP), le Comité Interprofessionnel des Produits de l'Aquaculture (CIPA) et le Comité National de la Conchyliculture (CNC). Sa mission est de sensibiliser les jeunes publics aux produits aquatiques, de rappeler leurs bienfaits nutritionnels et les recommandations officielles (PNNS). Fort d'une première campagne de communication générique sur deux ans, le Collectif poursuit sa collaboration via une nouvelle campagne axée sur la simplicité et la facilité, pour 2021-2022. Ces campagnes sont financées avec le soutien de l'Union Européenne et le Ministère de l'Agriculture. Plus d'informations sur www.poissons-coquillages-crustaces.fr - @poissons_coquillages_crustaces -

A propos d'ANIM & SENS : ANIM & SENS est une agence de communication fondée en 2016 par Véronique Fabre-Darcourt et Sandrine Malet. Elle conçoit et met en œuvre des événements et des dispositifs pédagogiques sur-mesure dédiés à la valorisation des marques. Depuis ses débuts, elle collabore avec de nombreux clients du secteur agro-alimentaire (France Filière Pêche et sa marque Pavillon France, Produits Laitiers, Paysan Breton, Soignon....) - www.animetsens.com

Contact Presse : Delphine DANÉY – delphine@animetsens.com – 06.82.39.89.47

RETOUR SUR LA CAMPAGNE 2019-2020



Campagnes média radio et digital : + 11 M de contacts



Présence sur YOUIAM, la 1ère application cuisine des Millenials
Création de recettes



24 M d'affichages sur les réseaux sociaux



Partenariat avec les courses ODYSSEA
2300 dégustations + activations en ligne



Actions d'influence
Lancement de la websérie culinaire "A L'EAU"



Kit pédagogique à destination des scolaires
+ 3800 téléchargements



Relations média + 200 retombées

¹ Enquête OpinionWay pour le Collectif Poissons, Coquillages et Crustacés réalisée en ligne en mars 2019 auprès de 1 000 Français 18 ans et +

² Source : La consommation des produits aquatiques en 2018 / PÊCHE ET AQUACULTURE - Edition juillet 2019 - FranceAgrimer

³ Cycle 3 : Le cycle 3, ou cycle de consolidation, comprend le cours moyen première année (CM1) et le cours moyen deuxième année (CM2). Le cycle de consolidation se poursuit au collège, en classe de sixième (6^{ème}).