



Communiqué de presse

Caen, le 3 avril 2012

Camembert de Normandie, Pont-l'Évêque,
Livarot, Neufchâtel, Crème et Beurre d'Isigny

Les A.O.P. laitières de Normandie lancent leur nouvelle campagne de communication et de promotion collective 2012

La campagne 2012 des A.O.P. laitières de Normandie sera visible sur Internet, facebook, en points de vente, à la TV et au cinéma.

Les AOP, vous connaissez ?

Depuis 2006, tous les produits d'appellation d'origine dans les pays de l'Union Européenne sont regroupés sous un signe officiel de qualité commun, l'Appellation d'Origine Protégée. Cette appellation a remplacé l'A.O.C. française. 150 fromages, beurres et crèmes européens, dont 45 Français, répondent actuellement aux critères d'exigence de l'A.O.P.

L'A.O.P. désigne un produit qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique. Elle est l'expression d'un lien intime entre le produit et son terroir :

- une zone géographique,
- des caractéristiques géologiques, agronomiques, climatiques et historiques...,
- des disciplines humaines, conditions de production spécifiques pour tirer le meilleur parti de la nature.

Les 6 A.O.P. laitières de Normandie disposent d'atouts locaux indéniables pour bénéficier de cette appellation : verts pâturages, race Normande rustique... Faire de l'A.O.P. un critère important dans le choix des produits est bien l'objectif premier de la campagne.

Les outils de la campagne collective 2012

Cette campagne réunit le Syndicat Professionnel de Défense des Producteurs de lait et Transformateurs de Beurre et Crème d'Isigny, le Syndicat du Fromage de Neuchâtel et l'Association de Gestion des ODG Laitiers Normands. Elle est co-signée par l'agence Trademark pour le volet Promotion et Achat d'espaces et l'agence C3M, pour les Relations Presse et les Réseaux Sociaux.

La campagne média

Un film diffusé

- Dans les salles de cinéma en Haute & Basse Normandie et en Île-de-France du 4 avril au 3 juillet 2012 et du 5 septembre au 4 décembre 2012.
- Et sur France 3 Haute & Basse Normandie, du 2 au 15 avril 2012 (35 Spots) et du 15 au 30 novembre 2012.



Des relais promotionnels et média sur des événements grand public

Prochainement :

- le festival des A.O.C./A.O.P. à Cambremer, (28 et 29 avril 2012)
- le festival de Beaugard (6, 7 et 8 juillet, à Hérouville-Saint-Clair (Caen)).



Une campagne de relations presse régionale et nationale

L'engouement actuel des consommateurs pour les produits de qualité et de terroirs trouvera un écho favorable dans cette campagne qui vise large – aussi bien les médias spécialisés que grand public.

Une page facebook [<http://www.facebook.com/aopnormandie>]

Conçue sur la base d'une ligne éditoriale large pour rallier vers elle tous les amateurs d'A.O.P., des produits laitiers normands, les amoureux de la Normandie, les participants aux événements. Des dizaines d'anecdotes, des recettes, des chiffres, des portraits de producteurs... viendront l'enrichir au fil des semaines...

La campagne promotionnelle – Du 1^{er} avril au 31 décembre 2012

Autour du site Web www.aop-normandie.com/ qui met en jeu chaque mois, 1 an de cinéma.

Incitant au vote des Internauts, le site Web crée une dynamique virale, qui permet d'accroître rapidement le nombre de visiteurs et de participants.

Les A.O.P. laitières de Normandie, au cœur du développement durable

Au-delà de la production d'un produit de qualité, l'A.O.P. participe ainsi à un mode de développement durable des territoires ruraux. Choisir un produit laitier bénéficiant de l'A.O.P. laitière de Normandie, ce n'est donc pas qu'une affaire du gourmet. Consommer un produit A.O.P., c'est un acte citoyen qui permet de maintenir l'emploi local et de préserver les paysages traditionnels.

La campagne de communication fera apprécier les qualités gustatives des produits, mais attirera aussi l'attention sur le travail et le savoir-faire qui en sont à l'origine. Car ce sont des dizaines de producteurs de lait normands et de fromageries qui fabriquent tous ces fromages, ces pots de crème et ces plaquettes de beurre. A la clef, des emplois de proximité, héritages d'un savoir-faire unique, garants du dynamisme de nos territoires.

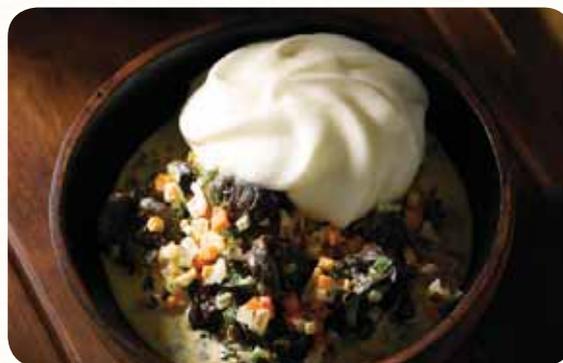
Des recettes qui changent tout (*)

Lors du point presse qui a présenté la campagne 2012, des recettes détonantes et pourtant faciles à faire, ont été présentées par le Chef des Toques Rebelles, à Caen.

Démonstration éclatante que ces produits ancrés dans la tradition culinaire française, se prêtent à bien des fantaisies pour peu qu'on soit imaginatif.

Vous reprendrez bien une sucette de Livarot ? Que diriez-vous d'un Camembert de Normandie façon dessert ? D'une verrine aux pommes, crème de Pont-l'Évêque. Ou, tout simplement d'une Brouillade d'œufs au Neufchâtel, d'une Crème d'Isigny façon trifle, ou d'une Brioche au beurre d'Isigny comme un pain perdu ? Ces produits se prêtent à des fantaisies et à des moments de consommation variés.

(*) Disponibles sur demande auprès de l'agence C3M – plein de recettes et des photos...



CONTACTS PRESSE

Agence C3M, Michelle Amiard, Sophie Daudignon, Laurence Delval

Tél. : 01 47 34 01 15 - contact@agence-C3M.com