

#VenirCestSoutenir

## LE PORC FRANÇAIS À LA RENCONTRE DES CONSOMMATEURS AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE ET DANS TOUTE LA FRANCE

L'Interprofession nationale porcine INAPORC met le cochon en tête d'affiche en ce début d'année.

Du **18 février au 22 mars**, elle organise une grande campagne d'affichage « Le Porc Français », pour la première fois dans tout le pays, dans les principales agglomérations métropolitaines et sur les chariots en magasins.

Du **21 février au 1<sup>er</sup> mars**, au Salon International de l'Agriculture, le porc fera partie des 3 500 animaux présents sur l'événement et sera l'objet de nombreuses animations au sein du « Village du Cochon » dans le Hall 1.

L'espace réunit en effet les stands de l'Interprofession nationale porcine INAPORC, du Ligeral (l'association des livres généalogiques collectifs des races locales de porcs françaises) et de Herta, entreprise industrielle de charcuterie-traiteur.



## SIA : 9 jours d'immersion, d'échanges et de dégustations

Au sein du Village du Cochon, sur le Stand 1 M 023, INAPORC participe au SIA avec un programme riche et convivial, destiné à valoriser la diversité et le savoir-faire de la filière porcine française. Les visiteurs pourront notamment vivre une expérience immersive grâce à une visite virtuelle d'un élevage de porcs avec des lunettes 360°, et échanger directement avec des éleveurs venus sur place depuis toute la France.

De multiples animations ludiques permettront de remporter des cadeaux en testant ses connaissances sur le cochon, son alimentation et en participant à des jeux, dont une version géante du Cochon qui Rit®. Chaque jour, les visiteurs pourront admirer et savourer la viande de porc et les charcuteries grâce aux démonstrations culinaires proposées par le CEPROC et aux dégustations de différentes spécialités régionales de charcuteries.



## Affichage : 5 semaines de présence partout en France

Pour la première fois de son histoire, « Le Porc Français » et sa signature « La vraie référence dans l'assiette », s'affichent en grand dans tout le pays, du 18 février au 22 mars, pour atteindre 139 millions de contacts. Les affiches en centre-ville dans les grandes agglomérations et les affiches sur les chariots dans les enseignes seront au plus près de l'acte d'achat.

Le visuel créé pour la nouvelle campagne met l'accent sur l'aspect abordable du porc : « Oui, on peut se régaler sans trancher dans son budget ». L'objectif est d'inciter les consommateurs à préférer les produits Le Porc Français, qui garantissent un porc né, élevé, abattu et transformé en France, comme le savent 80 % des Français. 86 % des consommateurs de porc considèrent même que la présence du logo sur la charcuterie ou la viande peut influencer positivement leur achat.

(Source : enquête INAPORC / CSA 2025)





### **À propos d'INAPORC :**

INAPORC est l'interprofession nationale porcine.

Elle rassemble tous les métiers de la filière porcine française : fabricants d'aliments pour les porcs, éleveurs, coopératives, abatteurs-découpeurs, industriels de la charcuterie-salaison, grande distribution, artisans bouchers et charcutiers-traiteurs, restauration collective. La filière porcine représente 130 000 emplois sur le territoire français, dont 25 000 en élevage.

