



**AIMEZ LA VIANDE,  
MANGEZ-EN MIEUX.**



## LA FILIÈRE ÉLEVAGE ET VIANDE LANCE LA NOUVELLE SAISON DE SA CAMPAGNE DE COMMUNICATION COLLECTIVE ET AFFIRME QUE LE FLEXITARISME EST AUJOURD'HUI UN ACTE ENGAGÉ

*A quelques jours de la 59<sup>e</sup> édition du Salon International de l'Agriculture, la filière Élevage et Viande française donne au flexitarisme une nouvelle amplitude et une ambition encore plus forte avec le 3<sup>e</sup> volet de sa campagne de communication collective « Aimez la viande, mangez-en mieux. » signée « Naturellement Flexitariens » ; une campagne adossée à sa démarche de responsabilité sociétale. L'occasion de dévoiler en avant-première les résultats de la dernière étude\* Ipsos qui montre que la très grande majorité des Français se soucie de l'impact de son assiette sur la planète.*



### OBJECTIF DE CE VOLET INÉDIT :

amplifier la résonance du message « **AIMEZ LA VIANDE, MANGEZ-EN MIEUX.** », en montrant que tous les consommateurs « **NATURELLEMENT FLEXITARIENS** » sont des consommateurs engagés dans le choix d'une viande plus durable, meilleure pour soi et pour nos territoires.

Si le Flexitarien est bien l'omnivore du 21<sup>e</sup> siècle, c'est aujourd'hui un **omnivore engagé** et fier de l'être. C'est un consommateur éclairé qui mange de tout, librement et en conscience de l'impact de son assiette sur la planète. Il privilégie autant le plaisir que la qualité, l'équilibre et la variété, le local et la durabilité.

Les deux premières saisons de la campagne collective d'INTERBEV, déployées en 2019 et en 2021, ont mis en lumière la notion de flexitarisme pour illustrer l'évolution des comportements alimentaires des Français, soucieux de « mieux vivre, mieux consommer et mieux manger » et ce, en toute liberté.

En 2023, à travers cette nouvelle saison, INTERBEV affirme que le flexitarisme est bien plus qu'un régime alimentaire. **C'est un véritable engagement pour une consommation raisonnée en faisant le choix d'une viande durable, telle qu'elle est produite par notre filière française.**

## ÊTRE FLEXITARIEN EN 2023 : UN ENGAGEMENT EXIGEANT EN FAVEUR D'UNE ALIMENTATION DURABLE



Être flexitarien en 2023, c'est **s'affirmer en tant que consommateur exigeant et fier de s'engager**, à travers ses choix alimentaires.

C'est **décider de « mieux manger »**, et opter pour une alimentation de qualité, locale, meilleure en éthique comme en goût.

C'est **consommer en juste quantité et, dans le cadre d'une alimentation équilibrée, une viande durable, issue du modèle de production français**, un modèle d'élevage principalement herbager et à taille humaine, autonome, respectueux à la fois du bien-être animal et de la biodiversité.

Être flexitarien en 2023, c'est **choisir de ne pas faire de compromis sur le plaisir en tenant compte des impacts de sa consommation** sur sa santé et son environnement.

Être flexitarien en 2023, c'est aussi **s'engager à soutenir la pérennité de la filière Élevage et Viande française, mobilisée depuis 2017 dans une démarche de responsabilité sociétale exigeante et labellisée par l'AFNOR.**

### LES FRANÇAIS ET LE FLEXITARISME EN 2023

D'après la nouvelle étude Ipsos sur les comportements alimentaires des Français, le repas est aujourd'hui encore davantage un moment de partage et de convivialité pour les Français (70%) et une source de plaisir à laquelle ils sont de plus en plus attachés (68%). **Manger équilibré (48%) et avoir une alimentation variée (46%)** sont les deux principales valeurs que les Français souhaitent transmettre en termes d'éducation alimentaire.

**La connaissance du flexitarisme continue de progresser** en 2023 puisque 73% des Français affirment en avoir déjà entendu parler, soit une forte hausse par rapport à 2019 (+38 points), et 4 Français sur 10 savent désormais précisément ce dont il s'agit. Parmi ceux qui

en ont déjà entendu parler, **62% (+20 points depuis 2019) définissent le flexitarien comme une personne qui mange de tout, y compris de la viande et du poisson, en quantité raisonnable et en se souciant de leur mode de production.**

Preuve de cette adhésion au flexitarisme mis en avant dans la campagne collective « Aimez la viande, Mangez-en mieux. » signée « Naturellement Flexitariens », **pour 91% des Français, manger de tout est un régime idéal.** Ce qui les conduit à penser que manger de la viande fait partie de l'équilibre alimentaire (86%), 73% précisant : de façon raisonnable.

**Plus de la moitié des interrogés (57%) estime important d'agir pour avoir une alimentation durable en consommant local et**

**des produits de saison.** Pour la très grande majorité des Français, adopter un mode d'alimentation flexitarien, **c'est se soucier de l'impact environnemental de ce que l'on mange (83%), c'est affirmer son engagement pour une alimentation plus raisonnée (83%), c'est soutenir les exploitants agricoles sur le territoire français (82%), et c'est avoir une consommation locale et renoncer aux aliments qui viennent de trop loin (80%).**

Ces convictions, liées aux habitudes alimentaires des Français, révélées par cette étude, sont au cœur de la nouvelle saison de la campagne « Aimez la viande, mangez-en mieux. » signée « Naturellement Flexitariens ».

*\*Méthodologie de l'étude IPSOS « Comportements alimentaires : Naturellement Flexitariens ! »*

*Sondage réalisé en ligne par Ipsos pour INTERBEV, du 19 au 23 janvier 2023, sur un échantillon de 1 085 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession, catégorie d'agglomération et région).*

# UNE CAMPAGNE MULTICANAL POUR PORTER L'ENGAGEMENT DES FLEXITARIENS

Retrouvez Thomas, à l'aube d'une nouvelle aventure familiale, dans un spot publicitaire inédit révélé à l'antenne le 19 février 2023.

Le 3<sup>e</sup> volet de la campagne de communication collective d'INTERBEV, conçu par l'agence Ogilvy Paris, s'illustre par un nouveau film publicitaire. Réalisé par Kate McMullen, il présente les membres de la famille de Thomas, le personnage principal des deux premiers spots de la campagne, et dresse un panorama tout aussi réaliste que bienveillant des habitudes de consommation engagées ou non - de chacun.

Faisant écho aux tendances actuelles et à l'ambivalence que connaissent les consommateurs d'aujourd'hui, le film se termine en rappelant l'engagement

Flexitarien de Thomas, sur le point de devenir père de famille. **Car être Flexitarien c'est aussi s'engager : s'engager à consommer de façon raisonnée en choisissant une viande plus durable, meilleure pour soi et pour nos territoires. Et pour ça, les Français peuvent compter sur l'exigence de toute la filière Élevage et Viande, portée par des professionnels investis en faveur du manger mieux, dont 3 sont représentés à la fin du film.** Révélé à la télévision le dimanche 19 février 2023, le film publicitaire est diffusé durant 3 semaines pour cette première vague.



Ce dernier est à retrouver sur le site Internet « [Naturellement-flexitariens.fr](http://Naturellement-flexitariens.fr) », une plateforme où les consommateurs peuvent s'informer sur les preuves d'engagements de la filière Élevage et Viande en matière de production de viande durable.

Le nouveau volet de la campagne est également décliné sur les réseaux sociaux (Facebook, TikTok, Instagram et Snapchat), où les consommateurs peuvent retrouver des publications dédiées à l'engagement flexitarien.

## DÉCOUVREZ LE NOUVEAU FILM PUBLICITAIRE



## UNE SÉRIE D'AFFICHES COMME AUTANT D'ACTES D'ENGAGEMENT

Le nouveau volet de la campagne de communication collective d'INTERBEV s'incarne également par une série d'affiches captant des instants de vie, **reflétant le flexitarisme au quotidien (en couple, entre amis, en famille, en terrasse, au champ...)**. Ces dernières se déclinent en 6 moments scénographiés par la photographe Shelby Duncan dont l'univers pop et coloré exprime avec authenticité et optimisme la conviction qu'être flexitarien, c'est aussi s'engager dans l'assiette.

Les affiches sont à retrouver en exclusivité sur le nouveau stand INTERBEV au Salon International de l'Agriculture et sur les quais du métro parisien du 27 février au 5 mars 2023, ainsi que sur les réseaux sociaux.





INTERBEV est l'Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes, fondée en 1979 à l'initiative des organisations représentatives de la filière française de l'élevage et des viandes. Elle reflète la volonté des professionnels des secteurs bovin, ovin, équin et caprin de proposer aux consommateurs des produits sains, de qualité et identifiés tout au long de la filière. Elle fédère et valorise les intérêts communs de l'élevage, des activités artisanales, industrielles et commerciales de ce secteur, qui constitue l'une des premières activités économiques de notre territoire.

Afin de mieux intégrer les attentes de la société, les professionnels de cette filière se sont rassemblés autour d'une démarche de responsabilité sociétale, le « Pacte sociétal », qui vise à mieux répondre collectivement aux enjeux en matière d'environnement, de protection animale, de juste rémunération des acteurs de la filière et d'attractivité de ses métiers au service d'une alimentation raisonnée et de qualité. En 2021, INTERBEV reçoit à nouveau le label AFNOR « ENGAGÉ RSE CONFIRMÉ » de niveau 3 sur 4 pour sa démarche collective de responsabilité sociétale. Aujourd'hui, cette démarche qui engage la filière dans la promesse responsable et durable « Aimez la viande, mangez-en mieux. », est portée par une campagne de communication collective du même nom, signée « Naturellement Flexitariens ».