



Follow Me to be Healthy with Europe: le #400gChallenge annonce de nouveaux partenariats avec des influenceurs européens de premier plan.

- La campagne *Follow Me to be Healthy with Europe*, qui entame sa dernière année, s'est associée avec plus de 20 influenceurs, de 6 pays européens, et a atteint plus de 40 millions impressions sur les réseaux sociaux ;
- Lancée par Freshfel Europe et Aprifel et cofinancée par la Commission européenne, la campagne a pour but d'augmenter la consommation de fruits et légumes auprès des européens âgés de 18 à 30 ans ;
- Des collaborations avec des influenceurs et des challenges chaque mois ont encouragé les jeunes européens à partager des astuces pour facilement intégrer les fruits et légumes à leur alimentation quotidienne.

BRUXELLES, Belgique, 11 Décembre 2020 – Aujourd'hui, la campagne "[Follow me to be healthy with Europe](#)" annonce un nouveau partenariat avec 6 influenceurs pour sa dernière année.

Lancée par Freshfel Europe et Aprifel, l'objectif de la campagne est d'encourager les jeunes européens à augmenter leur consommation de fruits et légumes à un minimum de 400g par jour, pour améliorer et transformer, in fine, les habitudes alimentaires des Millennials.

Grâce au hashtag **#400gChallenge**, les abonnés sont mis au défi d'intégrer plus de fruits et légumes à leur quotidien. Ces challenges sont relayés par des infographies, astuces et vidéos mensuelles qui présentent les bienfaits sur la santé des fruits et légumes grâce à un format accrocheur et pertinent sur les réseaux sociaux de la campagne.

Lors de l'évènement de lancement aux Eurockéennes de Belfort en juillet 2019, 1 tonne de fruits et légumes frais a été distribuée aux festivaliers. La campagne avait également prévu des évènements en 2020, qui n'ont finalement pas pu avoir lieu à cause de la situation sanitaire actuelle.

La campagne étant principalement digitale, il a tout de même été possible de toucher un large public. La campagne européenne a généré plus de 40 millions d'impressions sur les réseaux sociaux depuis son lancement en juillet 2019 et vise à tirer parti de ces résultats durant la dernière année de ce projet. «2021 est l'année internationale des fruits et légumes et donc une année importante pour la campagne. Notre présence sur les réseaux nous permet de toucher une plus large audience en Europe et d'encourager les abonnés à prendre part au **#400gChallenge**, à booster leur consommation de fruits et légumes tout au long de l'année» a déclaré Philippe Binard, le Délégué Général de Freshfel Europe.

Pour cela, la partie digitale de la campagne a été renforcée grâce à de nouvelles collaborations. En 2021, 6 influenceurs européens très populaires vont participer au programme: l'espagnol [Carlos Rios](#), l'allemande [Denise Schuster](#), l'italienne [Luisa Ambrosini](#), la polonaise [lifemanagerka](#) et les françaises [Clemfoodie](#) and [Gaëlle Prudencio](#). De nouvelles collaborations seront annoncées en 2021.



Ces partenariats visent à montrer qu'avoir une alimentation riche en fruits et légumes, ce n'est pas seulement bon pour la santé, mais aussi délicieux, facile à cuisiner et amusant à préparer. «S'associer avec des influenceurs européens est l'un des meilleurs moyens pour transmettre notre message à travers les frontières. Cela nous permet non seulement de toucher différentes communautés mais aussi de s'adresser à des jeunes qui ne s'intéressent pas forcément à la santé ou à la nutrition» a déclaré Mathilde Fléchar, Chargée de projets européens chez Aprifel. Bien que les activités digitales se soient avérées un réel succès, la campagne espère pouvoir participer à des événements dès que cela sera possible.

En Europe, 1 adulte sur 5 est obèse, et il est estimé que d'ici 2030, plus de 50 % de la population européenne souffrira d'obésité.

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), «les fruits et légumes sont d'importants composants d'une alimentation saine»¹. En effet, l'OMS recommande de consommer au moins 400g de fruits et légumes chaque jour. Cependant, la consommation de fruits et légumes reste bien en dessous des recommandations dans la plupart des états membres de l'UE, avec seulement 14 % de la population européenne qui respecte ces recommandations.

Cette faible consommation de fruits et légumes est particulièrement notable chez des 18-30 ans. C'est pour cette raison que cette campagne de sensibilisation pan-européenne se concentre sur ce groupe cible.

Téléchargez le dossier de presse de la campagne en français [ici](#).

À propos de la campagne d'information «Follow me to be healthy with Europe»: Saviez-vous que les Européens âgés de 18 à 30 ans ne mangent pas assez de fruits et de légumes? «Follow me to be healthy with Europe» est une campagne digitale, co-financée par l'Union Européenne, qui, au cours des trois prochaines années, vise à inciter les jeunes européens à consommer au moins 400g de fruits et légumes par jour.

Avec cette campagne, Freshfel Europe et Aprifel veulent améliorer la compréhension du rôle que les fruits et les légumes jouent dans un régime alimentaire sain. Pour aider les millenials à atteindre cet objectif, cette campagne s'appliquera à leur montrer qu'il est très facile d'intégrer 400g de fruits et légumes dans leur alimentation quotidienne et leur en expliquera les bénéfices pour leur santé. Prêt à relever le **#400gChallenge** ?

- Twitter: [@400gChallengeEU](#) & [@400gChallengeFR](#)
- Instagram: [@400gChallengeEU](#)
- Facebook: [Follow me to be healthy](#) & [Suis moi pour être en forme](#)
- YouTube: [400gChallenge](#)
- Website: [www.400gchallenge.eu](#)

Pour plus d'information sur la campagne, merci de contacter:

Mathilde Bouvier, APCO Worldwide, 400gChallenge@apcoworldwide.com, +32(0)473.680.107

¹<https://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/en/>