

Follow Me TO BE HEALTHY!

*POUR ETRE EN FORME!



1^{er} janvier 2019

- 31 décembre 2021

Dossier de presse

Le contenu de cette campagne de promotion reflète uniquement la position de l'auteur et relève de sa seule responsabilité. La Commission européenne et l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé, l'agriculture et l'alimentation (CHAFEA) déclinent toute responsabilité quant à toute utilisation qui pourrait être faite des informations qui y figurent.



CAMPAGNE FINANÇÉE
AVEC L'AIDE DE
L'UNION EUROPÉENNE

Enjoy it's from Europe = Plaisirs d'Europe

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
A HEALTHY LIFESTYLE.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



TABLE DES MATIÈRES

1 - LA CAMPAGNE FOLLOW ME TO BE HEALTHY WITH EUROPE¹

- a. Pourquoi ce programme a t il été créé?
- b. La transition vers l'âge adulte : un moment clé dans la vie
- c. Les bienfaits des fruits et des légumes sur notre corps

2 - COMMENT ATTEINDRE NOS OBJECTIFS DE CAMPAGNE ?

- a. Une campagne numérique
- b. L'implication des internautes

3 - QUELS SONT LES RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE APRÈS 1 AN ?

4 - QUI SOMMES NOUS ?

- a. Freshfel Europe
- b. Aprifel

¹ Suis-moi pour être en forme avec l'Europe

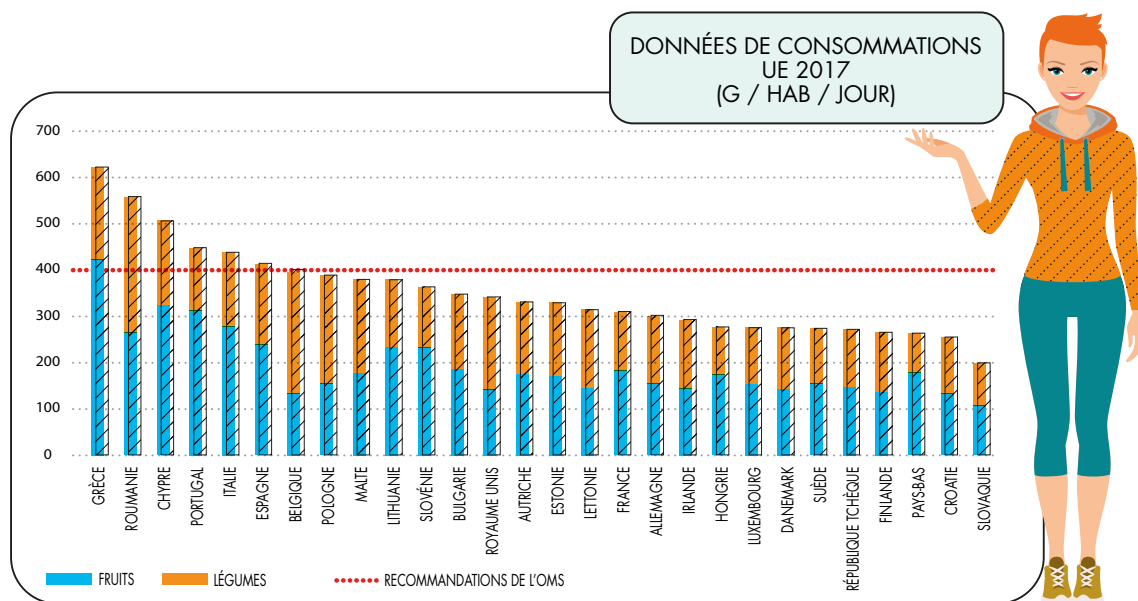
1 - LA CAMPAGNE FOLLOW ME TO BE HEALTHY WITH EUROPE

a. Pourquoi ce programme a-t-il été créé ?

Depuis 2012, les maladies non transmissibles (MNT) notamment l'obésité, les maladies cardiovasculaires, le diabète de type 2 et certains cancers sont la première cause de mortalité au niveau mondial. **En Europe, 1 adulte sur 5 est obèse, et en 2030, on estime que plus de 50% de la population européenne sera touchée par l'obésité.**

La nutrition est l'un des facteurs les plus déterminants pour notre santé. Une alimentation saine et équilibrée aide à prévenir l'apparition de maladies chroniques, augmente la durée de vie et en améliore la qualité, quel que soit l'âge. Il existe un large consensus au sein de la communauté scientifique sur les bienfaits pour la santé de la consommation régulière de fruits et légumes.

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), nous devrions manger au moins 400g de fruits et de légumes par jour. Cependant, la consommation de fruits et légumes dans la plupart des pays membres de l'Union Européenne reste bien en dessous de cet objectif. Seuls 14% des européens respectent cette recommandation².



La faible consommation de fruits et légumes est particulièrement notable parmi les 18-30 ans, qui sont la cible de cette campagne. Les jeunes adultes européens ont également une faible connaissance des bienfaits de la consommation de fruits et légumes sur la santé.

Améliorer ces connaissances est la première étape vers un changement des habitudes alimentaires. C'est le premier objectif de cette campagne qui a commencé en 2019 et se terminera en 2021. Le but de cette campagne est de transformer cette prise de conscience en actions concrètes et d'encourager les européens de 18 à 30 ans à consommer davantage de fruits et légumes.

² Eurostat 2014

b. Le passage à l'âge adulte: un moment clé dans la vie

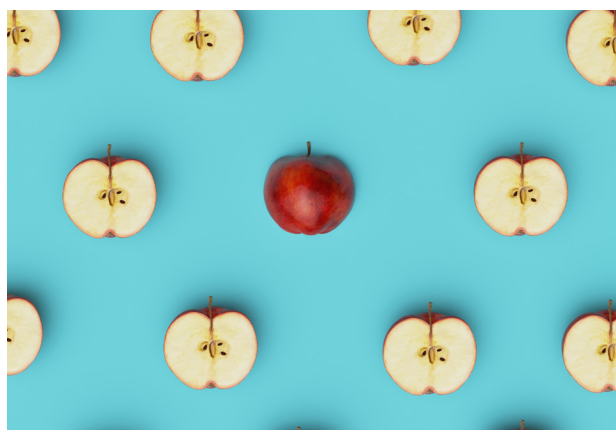
Ce programme vise les Européens âgés de 18 à 30 ans, ou « Millennials », qui sont à un moment crucial de leur vie. Au cours de cette période, ils vont quitter la maison de leurs parents pour emménager dans leur propre appartement, seuls ou en colocation, aller à l'université et trouver un travail. C'est un moment excitant, mais qui s'accompagne de nouveaux défis et responsabilités.

Notre but est d'accompagner les jeunes adultes dans cette transition en les aidant à adopter de nouvelles habitudes alimentaires. Pour la première fois, ils sont complètement responsables de leurs choix alimentaires et ce changement de mode de vie peut s'accompagner de nouveaux obstacles, tels que:

- Un manque d'intérêt pour les aliments et la santé
- Une connaissance limitée de la nutrition/ de ce qu'est une alimentation saine
- Des aptitudes limitées en cuisine
- La crainte que manger sainement coûte trop cher

Par conséquent, les jeunes adultes optent souvent pour des plats préparés, pratiques à manger, tandis qu'ils s'adaptent à leur nouveau mode de vie. Souvent, dans l'esprit de cette génération, le régime « pâtes et pizza » est la solution la plus facile, et (pour beaucoup) l'unique option.

La campagne « *Follow me to be Healthy with Europe* » leur montre que manger et cuisiner des fruits et des légumes tous les jours est simple, bon marché et délicieux !



Les jeunes adultes se préoccupent peu de manger des aliments trop gras ou trop sucrés car ils sont encore souvent trop jeunes pour avoir de réels problèmes liés à l'alimentation³. En revanche, les générations plus âgées, qui commencent à souffrir de troubles de santé dus à l'apparition des MNT, sont plus conscientes de l'importance d'une alimentation saine.

³ Eurobaromètre (2010), « Eurobaromètre spécial 329 : les déterminants de la santé », Bruxelles, Commission européenne.

c. Les bienfaits des fruits et légumes sur notre organisme

Les fruits et légumes sont délicieux, mais ils ont encore meilleur goût quand vous en connaissez les bienfaits sur votre esprit et votre corps!

Il existe un large consensus scientifique sur le fait qu'il est essentiel pour la santé de manger des fruits et des légumes chaque jour, car:

- Ils contiennent des nutriments essentiels pour notre organisme, comme l'eau, les fibres, les vitamines, les minéraux, les oligoéléments et les antioxydants, tout en étant peu caloriques
- Une consommation journalière aide à réduire le risque d'obésité, de crise cardiaque, d'hypertension, d'AVC, de diabète de type 2, de certains cancers et de nombreuses maladies chroniques
- Les fruits et légumes ont des effets bénéfiques sur la performance physique et intellectuelle et ont des effets préventifs sur la perte cognitive, l'asthme et la santé des os
- Une alimentation riche en fruits et légumes aide l'esprit à rester positif et pourrait avoir un effet préventif sur la dépression et l'anxiété

Au-delà de ces indiscutables bienfaits, les fruits et les légumes font partie des aliments les plus durables en Europe. **Les fruits et légumes ont l'impact environnemental le plus faible et figurent au sommet de la liste d'aliments recommandés pour la santé.** Par conséquent, une consommation accrue de fruits et de légumes peut à la fois réduire l'impact de la consommation alimentaire sur l'environnement, et permettre de s'alimenter de manière plus saine et équilibrée.

Une faible consommation de fruits et de légumes est un facteur de risque pour la santé considéré par l'OMS comme étant aussi important que la consommation de tabac ou d'alcool.



2 - COMMENT ATTEINDRE NOS OBJECTIFS DE CAMPAGNE ?

Les objectifs sont atteints par le biais de plusieurs événements, notamment des ateliers avec des influenceurs qui partagent des messages clés via des vidéos, des infographies, et des astuces sur les réseaux sociaux (YouTube, Instagram, Facebook et Twitter), mais aussi lors de rencontres sur le stand de la campagne lors d'événements publics.

a. Une campagne numérique

Les « Millennials » sont hyper connectés et friands de contenus visuels, ce qui explique le choix d'une campagne « *Follow me to be Healthy with Europe* » avant tout digitale. La communication est en grande partie sur les réseaux avec des relais tels que :

- Une chaîne YouTube avec des vidéos mensuelles. Chaque vidéo lance un défi à la communauté pour inciter les jeunes à manger plus de fruits et légumes.
- Des posts sur Instagram, Twitter et Facebook pour diffuser des infographies inspirantes, des astuces et des vidéos.



Tous les contenus sont développés en anglais et en français, avec des messages clés traduits en allemand, espagnol, italien et polonais, afin de toucher un large public européen. Le site Internet de la campagne rassemble tous les contenus.

Le thème de la campagne « *Follow me to be Healthy with Europe* » et son concept consistent en une série de défis que le public cible sera encouragé à relever. Durant les trois années du programme, on demande aux jeunes entre 18 et 30 ans « Êtes-vous prêts à relever le #400gChallenge ? ». Chaque mois, ils sont invités à participer à un #400gChallenge bien précis pour les aider à changer leurs habitudes alimentaires et à incorporer au moins 400g de fruits et légumes dans leur alimentation quotidienne.

2 - COMMENT ATTEINDRE NOS OBJECTIFS DE CAMPAGNE ?

b. L'implication des internautes

Les jeunes adultes passent beaucoup de temps sur les réseaux sociaux et considèrent les influenceurs comme des exemples et des sources d'inspiration. **Dans cette campagne, des influenceurs européens de renom ont été choisis pour éveiller les consciences sur l'importance de manger des fruits et des légumes.** Grâce à l'étendue de leurs audiences en Europe, ils permettent à la campagne de résonner au-delà des frontières et de toucher le plus grand nombre de jeunes possible. Nos vidéos mensuelles sur YouTube mettent en lumière un étudiant, une jeune active et un couple, pour couvrir la diversité du public cible. De plus, d'autres influenceurs partagent leur contenu sur Instagram, Facebook et Twitter et participent à des événements en France et à Bruxelles. Ces influenceurs sont à la fois des ambassadeurs de la campagne et des pairs pour les jeunes de la communauté.



Les influenceurs ont été choisis pour leur capacité à s'identifier aux jeunes Européens : ils viennent de divers pays et cultures et se passionnent pour différents sujets, notamment la cuisine, le sport et les voyages. Toutefois, ils partagent tous le même désir d'améliorer leur alimentation en mangeant davantage de fruits et légumes. Ainsi, les influenceurs choisis encouragent les jeunes à participer aux défis de la campagne, afin qu'ils prennent conscience de l'importance de consommer des fruits et légumes. **L'objectif global est de créer une campagne collaborative avec une communauté investie et active de jeunes gens qui partagent ce que manger sainement signifie pour eux.**

2 - COMMENT ATTEINDRE NOS OBJECTIFS DE CAMPAGNE ?

Afin de rencontrer des jeunes Européens, l'équipe de « *Follow me to be Healthy with Europe* » a participé aux Eurockéennes de Belfort du 4 au 7 juillet 2019, au Paris Manga Sci-Fi Show le 5-6 octobre 2019 et au POLITICO EU Studies and Career Fair 2020 à Bruxelles le 15 février 2020.



3 - QUELS SONT LES RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE APRÈS 1 AN ?

Pendant cette première année, la campagne a :

- Potentiellement touché **1,1 MILLION** de personnes grâce aux vidéos YouTube, infographies, tips et publications des influenceurs.
- Impliqué **UNE VINGTAINE** d'influenceurs
- Été citée dans **41** articles
- Interagi avec **32 000 PERSONNES** via les réseaux sociaux, autres contenus et événements
- Rencontré plus de **2 500 PERSONNES** lors de **3** événements
- Encouragé les jeunes à augmenter leur consommation de fruits et légumes
- Aidé des centaines de jeunes à consommer la bonne portion de fruits et légumes chaque jour et les a informés sur leurs bienfaits pour la santé
- Généré **831 089 VUES** sur YouTube

Follow me TO BE HEALTHY!
*POUR ÊTRE EN FORME!

WITH EUROPE

ENJOY IT'S FROM EUROPE

LE SAVAIS-TU?

Que les pastèques¹, les fraises² et les raisins³ contiennent à peu près tous **90% D'EAU**. Ces fruits t'aideront à éviter la déshydratation pendant tes vacances!

CAMPAGNE FINANÇÉE AVEC LE AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE
Enjoy it's from Europe - Plans de l'Europe

Follow me TO BE HEALTHY!
*POUR ÊTRE EN FORME!

WITH EUROPE

ENJOY IT'S FROM EUROPE

VISION LASER

CAMPAGNE FINANÇÉE AVEC LE AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE
Enjoy it's from Europe - Plans de l'Europe

Follow me TO BE HEALTHY!
*POUR ÊTRE EN FORME!

WITH EUROPE

Whether carnivore, pescatarian, vegetarian or vegan, fruit and vegetables are an essential part of our daily diet.

#VITAMINLOVER

CAMPAGNE FINANÇÉE AVEC LE AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE
Enjoy it's from Europe - Plans de l'Europe

Follow me TO BE HEALTHY!
*POUR ÊTRE EN FORME!

WITH EUROPE

#400GCHALLENGE

#400GCHALLENGE – UN AN APRES

Ce mois-ci, c'est le premier anniversaire de la campagne Follow me to be Healthy!

Tu connais maintenant les bienfaits de manger au moins 400g de fruits et légumes chaque jour : ils ne sont pas juste sains et nutritifs, ils sont délicieux et contribuent au bon fonctionnement de ton corps. Pour fêter cette étape, voici quelques gourmandises estivales qui sont encore meilleures qu'un gâteau d'anniversaire.

freshfel | Aprifet | Campagne financée avec l'aide de l'Union Européenne

Follow me TO BE HEALTHY!
*POUR ÊTRE EN FORME!

WITH EUROPE

ENJOY IT'S FROM EUROPE

BIRTHDAY

A l'année prochaine!

MANGUE¹ = RICHE EN VITAMINE C. CONTRIBUTE À LA FORMATION DU COLLAGÈNE

ABRICOT² = SOURCE DE VITAMINE A. CONTRIBUTE À MAINTENIR UNE BONNE VUE

CAMPAGNE FINANÇÉE AVEC LE AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE
Enjoy it's from Europe - Plans de l'Europe

¹ <http://www.aprifet.com/fr/le-nutri-produit-allegrations-mangue-30.html>
² <http://www.aprifet.com/fr/le-nutri-produit-allegrations-abricot-10.html>

Le contenu de cette campagne de promotion est financé par le budget de l'Union européenne et celui de la région de la Communauté wallonne. Les campagnes sont financées par le budget de l'Union européenne et celui de la région de la Communauté wallonne.

4 - QUI SOMMES NOUS ?

La campagne « *Follow me to be Healthy with Europe* » est une action d'information européenne cofinancée par l'Union européenne. Elle est mise en œuvre par:

a. Freshfel Europe



L'Association européenne de produits frais (Freshfel Europe) est la plateforme de la chaîne d'approvisionnement en fruits et légumes frais en Europe et au-delà, et la première organisation européenne de fruits et légumes frais en Europe. Freshfel Europe est une association à but non lucratif qui fonctionne grâce à l'adhésion de ses membres, elle est basée à Bruxelles et gérée par un Conseil de direction et plusieurs départements et comités.

Freshfel Europe compte 127 membres originaires de 18 Etats membres, y compris toutes les principales entreprises et associations nationales européennes de fruits et légumes frais.

Ainsi, les membres de Freshfel Europe couvrent toute la chaîne d'approvisionnement, notamment les producteurs, les organisations de producteurs, les transporteurs, les exportateurs, les importateurs, les fournisseurs, les entreprises de logistique, les distributeurs et les revendeurs.

La mission de Freshfel est la suivante:

- Améliorer l'efficacité et la concurrence dans le secteur
- Faciliter le commerce international des produits frais
- Aider ses membres à respecter les normes RSE, environnementales et de sécurité maximales
- Promouvoir les bienfaits des produits frais, augmenter l'efficacité des activités de promotion en Europe et au delà, et partager les meilleures pratiques
- Positionner le secteur en fonction des nouvelles règles liées à l'innovation et à la recherche
- Stimuler la consommation des fruits et légumes frais.

Pour plus d'information sur Freshfel Europe, ses objectifs, ses missions et ses activités, visitez son site: <http://freshfel.org/>

b. Aprifel



Aprifel est une association créée en 1981 par INTERFEL, l'interprofession française des fruits et légumes frais, pour gérer un réseau d'experts et constituer une source d'information fiable au sein pour l'interprofession.

La gouvernance de l'association est assurée par trois Conseils, qui émettent des avis et recommandations sur les informations à partager avec le public au sens large et les professionnels:

- Le Conseil scientifique, qui comprend 7 experts scientifiques indépendants;
- Le Conseil consommateurs, qui comprend 11 associations de consommateurs agréées;
- Le Conseil d'administration.

Aprifel s'efforce d'assurer la transmission de données scientifiques concernant les fruits et légumes auprès des professionnels de la santé, des professionnels du secteur des fruits et légumes, et des associations de consommateurs. Elle fait le lien entre les scientifiques, la société civile et les professionnels des fruits et légumes.

Aprifel poursuit les objectifs suivants:

- Développer les initiatives de recherche ou les études scientifiques, en particulier dans les domaines de la nutrition, de la santé publique et de la sécurité sanitaire des aliments
- Rassembler des experts scientifiques, des représentants de la société civile et des consommateurs pour encourager la transmission et le dialogue avec des organisations internationales facilitant une plus large et une meilleure connaissance des fruits et légumes
- Développer un réseau international avec des acteurs du secteur des fruits et légumes
- Organiser et coordonner des conférences et des colloques internationaux.

Plus d'informations sur Aprifel: www.aprifel.com

Follow me
TO BE HEALTHY!



Contact presse:

APCO Worldwide

Rue Montoyer 47, 1000 Bruxelles

[Mathilde Bouvier, 400gChallenge@apcoworldwide.com, +32(0)473.680.107]

[www.400gchallenge.eu]



@400gChallengeEU

@400gChallengeFR



@400gChallengeEU



@Suis moi pour être en forme

@Follow me to be healthy



@400gChallenge



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC L'AIDE DE
L'UNION EUROPÉENNE

Enjoy it's from Europe = Plaisirs d'Europe

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
A HEALTHY LIFESTYLE.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

