

COUCOU? TU
AS PRIS
LE PAIN

DOSSIER DE PRESSE



www.tuasprislepain.fr

Observatoire du pain

le pain



SOMMAIRE

Paris, le 29 mai 2013

Communiqué de presse
« Coucou, tu as pris
le pain ? »

3

Les Français et le pain
Zoom sur le sondage exclusif
Ifop pour l'Observatoire du pain

5

Le pain en campagne
Dispositif

7

L'Observatoire du pain
en bref
Faire progresser les connaissances
sur le pain
Faire connaître le pain

11

Ayons le réflexe pain :
recettes
6 recettes gourmandes et
faciles

13

Les visuels de campagne

15

« COUCOU, TU AS PRIS LE PAIN ? »

Une campagne pour retrouver le plaisir du pain frais tous les jours !

Paris, le 29 mai 2013

Si les Français aiment le pain, rythmes de vie, perte des repères alimentaires ou idées reçues les éloignent parfois d'un plaisir quotidien, également essentiel à une alimentation équilibrée. Parce que l'on consomme moins de pain, on y pense moins... et parce que l'on y pense moins, on en consomme moins ! C'est cette mécanique que l'Observatoire du pain a décidé d'enrayer avec sa nouvelle campagne nationale « Coucou, tu as pris le pain ? » à l'affiche dès le 26 juin. A la façon d'un pense-bête, ce message joyeux et chaleureux rappellera aux distraits du pain qu'il est encore temps de passer à la boulangerie. A la maison, le succès auprès des proches est assuré : 97% des Français* sont contents de trouver du pain frais sur la table une fois de retour chez eux et 87% sont reconnaissants envers celui qui y a pensé¹ !

UNE CAMPAGNE « RÉFLEXE » POUR REPRENDRE LES BONNES HABITUDES

97,6 % des Français mangent du pain², mais certains sont devenus des consommateurs occasionnels et en consomment de façon irrégulière.

« Coucou, tu as pris le pain ? », c'est par cette question que l'Observatoire du pain sensibilisera les Français à la consommation de pain frais. Surprenante de prime abord, la question est pourtant celle que l'on pose le plus souvent à un proche lorsque l'on souhaite s'assurer qu'il y aura du pain chez soi. Le mode d'expression volontairement familier, joyeux et affectif est à l'image des valeurs liées au pain.

UNE CRÉATION MODERNE ET DYNAMIQUE

En jouant avec des couleurs fraîches et un graphisme dans l'air du temps, l'affiche conçue pour la campagne met en scène l'accroche à la façon d'un logo illustré par une baguette de tradition ou une miche.

UN DÉPLOIEMENT SUR LE PARCOURS DES CONSOMMATEURS

La campagne sera déployée de façon à favoriser le réflexe d'achat au moment où chacun peut s'interroger sur la présence de pain ou pas chez soi. Le pivot du dispositif est une présence en ville via le réseau d'affichage JCDecaux de 2m² : des « mupi » et abribus bien visibles sur les parcours de vie et d'achat des Français. La campagne d'affichage - en 3 vagues d'une semaine - sera étalée du 26 juin à septembre 2013 dans plus de 130 agglomérations de plus de 20 000 habitants. Les 32 000 boulangers de l'Hexagone relayeront l'action en apposant l'affiche « Coucou, et si vous preniez le pain ? » sur leur vitrine et en remettant à leurs clients la baguette dans des étuis « Coucou, j'ai pris le pain ! ». Des tags éphémères, disposés sur les trottoirs dans 10 grandes villes fin juin, compléteront le dispositif.

A Paris, dès le 29 mai, à l'occasion du lancement national, c'est sur une bâche de 140m² que les milliers d'automobilistes empruntant quotidiennement la Porte Maillot peuvent voir l'une des annonces de campagne sur la façade du Palais des Congrès. L'occasion (rare) d'admirer une baguette de tradition de 7 mètres de long sur 1 mètre de haut !

* Individus vivant au sein d'un foyer de 2 personnes au moins

Placée sous le signe de la proximité avec les Français, la campagne est relayée sur le site www.tuasprislepain.fr. Il en présente les coulisses et propose aux consommateurs de mieux connaître le pain et son intérêt au quotidien : atouts nutritionnels, culturels ou gastronomiques, ainsi que des idées de recettes. Une expérience à poursuivre sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

LE PAIN, UN BON MOMENT PARTAGÉ AU QUOTIDIEN (RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE IFOP « LES FRANÇAIS ET LE PAIN », AVRIL 2013)

Au-delà de son intérêt nutritionnel, le pain offre une satisfaction largement éprouvée par tous. 97 % des Français déclarent être contents à la vue du pain frais sur la table lorsqu'ils rentrent chez eux³. Le pain est ainsi un vrai plaisir partagé... que l'on achète en pensant aussi bien à soi qu'aux autres, pour 80 % des interrogés.

Bien sûr, si la vue du pain frais fait autant d'effet, c'est parce que l'on prend plaisir à le consommer. Le pain est ainsi particulièrement apprécié en accompagnement d'un bon repas (pour 89 % des interrogés), pour déguster un morceau de fromage (90 %), en tartine au petit déjeuner (84 %)... autant de bons moments qui rassemblent tous les Français sans distinction d'âge. Aliment d'accompagnement, le pain est aussi apprécié seul : 79 % des Français ne résistent pas à l'idée d'en grignoter un petit morceau lorsqu'ils le voient sur la table de retour chez eux.

Le pain est l'aliment pivot des repas pour les Français : 19 % d'entre eux le consomment aux 4 repas, 41 % à trois, 23 % à deux et 12 % seulement à un seul. Aliment de partage, c'est aussi un aliment au sujet duquel on partage. Acheté par les femmes à 51 % et les hommes à 43 %, il peut l'être par l'un ou l'autre sans distinction dans 31 % des cas. Ceci explique sans doute l'importance des échanges que l'on peut avoir en cours de journée pour savoir qui le prend - à la façon de « Coucou, tu as pris le pain ? ».

Quant au lieu d'achat, la boulangerie reste reine pour 73 % des interrogés et jusqu'à 79% en agglomération parisienne.

L'OBSERVATOIRE DU PAIN

Créé en 2006, l'Observatoire du pain contribue à l'amélioration des connaissances sur le pain et à sa promotion.

Sa mission le conduit à participer ou initier des travaux sur le pain, l'alimentation et la nutrition et à informer tous les publics des données disponibles en la matière. Il agit aujourd'hui, par la campagne de communication nationale « Coucou, tu as pris le pain ? », en faveur de la consommation de pain.

¹ Sondage Ifop « Les Français et le pain », avril 2013

² Enquête Credoc « Comportements et Consommations alimentaires des Français » - CCAF 2010

³ Au sein des foyers constitués de plusieurs personnes

UN PLAISIR AU QUOTIDIEN

Le pain ravit les Français (et leurs papilles) : **97 %** sont « contents » lorsqu'ils trouvent du pain frais sur la table*. **87 %** sont reconnaissants envers la personne qui a pensé à le prendre. Il suscite immédiatement l'envie de près de 8 interrogés sur 10, qui souvent à sa vue ne peuvent s'empêcher d'en grignoter un morceau (**79 %**) ou ont hâte de passer à table (**79 %**).

UN ACHAT INDISPENSABLE

L'absence de pain frais conduit plus d'un quart des personnes interrogées (26%) à se déplacer pour en acheter expressément. Parmi d'autres produits de consommation courante, le pain est celui pour lequel on demande très souvent à l'autre ou aux autres d'en acheter : c'est « souvent », à **66 %**. Il se place ainsi devant le fromage (**46 %**), le lait (**37 %**), l'eau (**36 %**), les sodas (**24 %**), les céréales du petit déjeuner (**17 %**) ou encore le vin (**15 %**).

Aller chercher le pain, c'est une marque d'attention aux autres : **80 %** des interrogés l'achètent en pensant aussi bien à eux qu'aux autres. Si l'achat de pain est mixte avec une légère surreprésentation des femmes (**51 %** contre **43 %** d'hommes), il peut être très souvent pris par l'un ou l'autre, sans distinction (**31 %**). Cela explique sans doute l'importance des échanges que l'on peut avoir dans la journée pour savoir qui le prend.

FOCUS

A PROPOS DE L'ENQUÊTE

L'enquête Ifop pour l'Observatoire du pain a été réalisée du 23 au 29 avril 2013 auprès d'un échantillon de 1010 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne.

Résultats détaillés du sondage disponibles sur demande

LA BOULANGERIE AVANT TOUT

La boulangerie s'impose comme le principal lieu d'achat : près de 3 personnes sur 4 (**73 %**, jusqu'à **79 %** en région parisienne) déclarent y acheter leur pain.

**Individus vivant au sein d'un foyer de 2 personnes au moins*

LE PAIN EN CAMPAGNE

Dispositif

Le grand retour du pain dans le quotidien des Français passe par une campagne multicanal ambitieuse. Détails et éclairages.

MESSAGE, CRÉATION : COMPLICITÉ ET PROXIMITÉ AVANT TOUT !

« Coucou, tu as pris le pain ? » La question peut surprendre lorsqu'on la lit pour la première fois. Pourtant, elle nous parle à tous, comme un proche qui nous demanderait gentiment, au retour d'un moment passé en ville, de penser au prochain repas et de passer à la boulangerie. Une douceur retrouvée dans la rondeur des typographies, la chaleur des couleurs et du pain. Photographiés par Christophe Dellière, deux pains ont été choisis pour illustrer le message : une boule de campagne et une baguette de Tradition Française.



La simplicité de la maquette et le graphisme ancrent la campagne dans la modernité. Le message permet une lecture rapide et une compréhension dans l'instant, où que l'on soit en ville.

UN DÉPLOIEMENT SUR LES PARCOURS DE VIE

L'affichage, via le réseau JCDecaux, a été retenu pour sa capacité à toucher les Français au « bon moment » : celui où ils pourront encore passer par la boulangerie.

Trois vagues d'affichage d'une semaine chacune auront lieu entre juin et septembre : la première, du 26 juin au 2 juillet, la deuxième en juillet ou août (semaine 28, 29, 34 ou 35) et la troisième en septembre (entre les semaines 36 et 39). Ce réseau couvre plus de 130 agglomérations de plus de 20 000 habitants, avec un total de 7 115 panneaux de 2m² (des « mupis » ou façades abribus) en juin et septembre et de 5 000 faces sur la vague estivale.



Liste complète des agglomérations concernées par le dispositif sur le site : www.tuasprislepain.fr

Les « mupis » assurent une visibilité au sein des pôles de vie et sur les parcours de consommation. Ils sont idéalement visibles lors des itinérances urbaines et ce, quel que soit le mode de déplacement.

On parle d'une audience « multi - modale » : automobilistes, piétons, usagers des transports en commun, cyclistes... On estime que plus de 80 % des habitants des agglomérations concernées verront ainsi les affiches. Au niveau national, 50 % de la population française âgée de 11 ans et plus verra la campagne en moyenne une quinzaine de fois par vague.



UN LANCEMENT DÈS LE 29 MAI À PARIS

Le lancement officiel de la campagne a eu lieu le 29 mai 2013 à l'occasion de l'installation d'une bâche événementielle de 140 m² reprenant l'annonce de la campagne, sur la façade du Palais des Congrès, Place de la Porte Maillot à Paris.

Cette bâche est installée jusqu'au 12 juin 2013. L'occasion rare d'admirer une baguette de tradition de 7 mètres de long sur 1 mètre de haut.



LES BOULANGERS AU COEUR DE L'OPÉRATION

Les boulangers s'adresseront aussi aux consommateurs. En vitrine, l'affiche « Coucou, et si vous preniez le pain ? » interpellera les passants qui n'y auront pas pensé et leur rappellera qu'il est encore temps de prendre du pain. Des sachets baguette « Coucou, j'ai pris le pain ! » permettront à chacun de célébrer l'arrivée du pain frais à la maison et de faire un clin d'œil au message chaleureux de la campagne.



UN SITE INTERNET POUR PROLONGER LE GOÛT DU PAIN

Sur les affiches et les étuis baguette, un flashcode invite à se rendre sur le site www.tuasprislepain.fr qui présente les coulisses de la campagne et propose aux consommateurs de mieux connaître le pain. Les atouts nutritionnels, culturels ou gastronomiques sont présentés sous un format ludique et interactif. Une expérience à poursuivre sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.



LA CAMPAGNE : LES INTERVENANTS

ANNONCEUR : CIFAP - OBSERVATOIRE DU PAIN

Responsable campagne : Valérie Mousquès-Cami,
Secrétaire générale CIFAP - Observatoire du pain

AGENCE : OPINION VALLEY

Responsable campagne : Vincent Manesse
Consultante : Pauline Annoni

DIRECTEUR DE CRÉATION : Pascal Manry

DIRECTRICE ARTISTIQUE : Pascale Montenay

PHOTOGRAPHE : Christophe Dellière

SYNTHÈSE D'ÉTUDES ET CONSEIL :

Benoît Heilbrunn, professeur
de marketing à l'ESCP Europe

AGENCE INTERNET : PLAN.NET

Responsable projet : Julie Gaffuri

AGENCE MEDIA : MEDIALINUS

Responsable du budget : Manuel Jais

RÉSEAU D'AFFICHAGE : JCDECAUX

Responsable projet : Franck Erbeia



L'OBSERVATOIRE DU PAIN EN BREF

Faire progresser les connaissances sur le pain
Faire connaître le pain

Consommé par près de 98 % des Français, le pain est un pilier de l'alimentation « à la française », mais ses qualités spécifiques restent encore trop souvent méconnues. Conscients que cet aliment, allié de l'équilibre alimentaire, doit s'inscrire dans l'avenir, les acteurs de la filière farine/pain se sont engagés à améliorer les connaissances sur le pain ainsi qu'à promouvoir sa consommation. De cette réflexion est né, en 2006, l'Observatoire du pain.

L'Observatoire du pain est co-présidé par Jean-Pierre Cruzet et Bernard Valluis.

L'OBSERVATOIRE DU PAIN, CENTRE DE RESSOURCES SCIENTIFIQUES SUR LE PAIN

En 2006, la filière farine/pain renforce sa démarche de recherche et d'amélioration des connaissances sur le pain en créant l'Observatoire du pain. Les objectifs : faire progresser les connaissances sur le pain et transmettre aux consommateurs et prescripteurs des repères de consommation simples ainsi qu'une information de qualité. Initialement consacrée à l'amélioration des connaissances scientifiques et nutritionnelles, son action s'est progressivement étendue à de nouveaux domaines de recherche (comme la sociologie ou les sciences du comportement) afin de répondre aux interrogations complémentaires soulevées par l'évolution de la société. Les travaux et actions initiés sous la signature « Observatoire du pain » sont soutenus par un comité scientifique d'experts pluridisciplinaires et par des médecins conseil nutritionnistes.

UNE DYNAMIQUE DE RECHERCHE AU SERVICE DU PAIN

Le recensement des études scientifiques françaises et internationales existantes sur le pain et la nutrition/santé a été l'une des étapes fondamentales de la construction de l'Observatoire du pain. Ce travail a permis d'établir un socle de connaissances scientifiques sur le pain et d'identifier d'autres domaines de réflexion. Pour répondre aux nouvelles interrogations soulevées par la société au cours des 10 dernières années, plusieurs études ont ainsi été conduites à l'initiative ou avec le soutien de l'Observatoire du pain.

2013 : Symposium « Le Gluten en questions »

2012 : Enquête sur l'impact des régimes alimentaires restrictifs sur la consommation de pain (Observatoire du pain - Occurrence)

2011 : Étude de la place du pain dans les comportements alimentaires des Français (Observatoire du pain - Crédoc)

2011 : Etude de mesure de la réduction progressive de la teneur en sel dans le pain (Observatoire du pain - INBP)
2010/2011 : Etude anthropologique du rapport des Français au pain (Observatoire du pain - Sociolab)
2009 : Amélioration de la QUALité NUtritionnelle du Pain (AQUANUP) (Observatoire du pain - INRA)
2008 : 1^{ère} étude de composition nutritionnelle des pains français (Observatoire du pain)
2004 : Etude de référence sur l'Index Glycémique et l'Index insulémique du pain (Observatoire du pain - Inserm)

UNE DÉMARCHE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

Soucieux de faire progresser les connaissances du grand public sur les qualités spécifiques du pain, de soutenir sa consommation, mais aussi de répondre aux nouvelles interrogations sociétales sur la nutrition et l'alimentation, l'Observatoire du pain partage les résultats de ses travaux avec le grand public. Pour ce faire, il développe des opérations dédiées à des publics clés : les femmes, sensibles aux questions d'alimentation et de nutrition, et les jeunes, dont les pratiques alimentaires sont bouleversées après avoir quitté le foyer familial. Pour ce faire, l'Observatoire du pain développe des partenariats avec des magazines grand public et organise des événements de prévention. L'Observatoire du pain diffuse également des informations nutritionnelles sur le pain à travers son site Internet et sur les réseaux sociaux. Le fil Twitter **#ObsduPain** propose chaque jour deux ou trois tweets sur la nutrition, le pain et l'alimentation à la communauté Twitter. La page Facebook **Croqueurs de pain** contribue à relayer les actualités de l'Observatoire du pain auprès du grand public. La campagne de 2013 poursuit cette démarche de sensibilisation en faveur de la consommation de pain avec pour ambition de toucher un public élargi.

FOCUS

LE PAIN : DES QUALITÉS NUTRITIONNELLES AVÉRÉES

Afin d'améliorer l'information nutritionnelle sur les pains les plus couramment consommés en France, l'Observatoire du Pain a publié la première table de composition nutritionnelle des pains français. Elle révèle les nombreux atouts du pain :

- ! Un apport calorique homogène situé entre 253 et 264 kcal/100 g (seul le pain complet est à 232 kcal/100 g).
- ! Une source de protéines végétales, essentielles à la structure des tissus, avec environ 9 g/100 g.
- ! Un apport en glucides, dont glucides complexes, avec une teneur en glucides totaux d'environ 55 g/ 100 g
- ! Une faible teneur en lipides (0,3 à 1,2 g/100 g).
- ! Un apport en fibres, alliées du transit intestinal : de 3,3 à 8,8 g/100 g selon le type de pain.
- ! De nombreux micronutriments et minéraux essentiels à l'équilibre alimentaire : vitamines B3 (PP, niacine), B6 (pyridoxine), ou B9 (folates), fer, manganèse, phosphore, zinc, potassium, magnésium...

AYONS LE REFLEXE PAIN !

6 recettes gourmandes et faciles, adaptées à tous les moments du quotidien !

On n'a pas toujours le temps de préparer les menus souhaités : le « réflexe » pain, ce sont des solutions saines, savoureuses et rapides à réaliser pour tous les moments de la vie quotidienne !

AU PETIT DÉJEUNER : LE PLEIN DE VITAMINES !

Les tartines fruitées

Pour 2 pers., préparation 10 min

Ingrédients : 1 baguette Tradition coupée en tartines ; 40 g de beurre ou de fromage blanc ; 1 barquette de fraises ou framboises ; 2 pommes ; 1 citron ; 2 poires ; 4 CS de confiture.

Lavez les fruits et coupez poires et pommes en fines lamelles. Prenez soin de citronner les lamelles de pommes pour éviter qu'elles noircissent. Coupez la baguette et grillez les tartines ainsi préparées. Beurrez légèrement les tartines et recouvrez-les des fruits préparés au préalable : c'est prêt à déguster !



© ODP/ Yves Bagros

AU DÉJEUNER : LES TARTINES MALIGNES

Les tartines aux émincés de poulet au curry et saté, Petits légumes

Pour 4 pers., préparation 25 min

Ingrédients : 2 grandes tranches de pain de campagne ; 1 blanc de poulet ; 1 courgette ; 1/4 de poivron rouge ; 1/4 de poivron jaune ; 1 C.C de saté ; 1 C.C de curry.

Emincez le blanc de poulet et faites-en revenir une moitié dans le curry et l'autre dans le saté. Coupez les légumes en petits dés et poêlez-les. Faites ensuite revenir chaque émincé dans un récipient différent.

Dressez les tartines avec d'un côté le poulet au saté accompagné des légumes et de l'autre le poulet au curry accompagné des mêmes légumes. Coupez la tartine en deux et servez une moitié de chaque.



© EPI/Rina NURRA/Ilan WAICHE

Les tartines aux légumes grillés et mozzarella

Pour 4 pers., préparation 25 min, cuisson 5 min

Ingrédients : 1 pain au son ; 1 courgette ; 1 aubergine ; 1 poivron rouge ; 1 poivron jaune ; 200 g de mozzarella ; un peu d'huile d'olive.

Coupez les légumes en lamelles, badigeonnez-les d'huile et saupoudrez d'herbes de Provence.

Grillez ces légumes de chaque côté au four. Tranchez le pain et la mozzarella. Disposez sur les tartines les lamelles de légumes en les intercalant avec les tranches de mozzarella. Mettez les tartines sous le gril du four. Servez bien chaud.



© EPI/Rina NURRA/Ilan WAICHE

AU COUTER : GOURMANDISES PRATIQUES

Les tartines de crème chantilly et chocolat fondu

Pour 4 pers., préparation 15 min

Ingrédients : 4 tranches de pain aux céréales ; 20 cl de crème liquide ; 50 g de sucre glace ; 100 g de chocolat noir ; 20 g d'amandes effilées ; 20 g de noix de coco râpée.

Fouettez la crème liquide, ajoutez le sucre glace à la fin de cette opération. Faites fondre le chocolat. Étalez la crème chantilly sur les tartines de pain aux céréales, puis le chocolat fondu. Saupoudrez d'amandes effilées et de noix de coco râpée. C'est prêt !



©EPI/Rina NURRA/Ilan WAICHE

AU DINER : LES PETITS PLATS DANS LES GRANDS

Les tartines de rougets sur beurre de basilic

Pour 4 pers., préparation 15 min, cuisson 5 à 7 min

Ingrédients : 1 pain de campagne ; 300 g de filets de rouget ; 80 g de beurre ; 1 bouquet de basilic ; 1/2 gousse d'ail ; sel, poivre.

Mixez le basilic avec la gousse d'ail et ajoutez petit à petit le beurre fondu. Tranchez le pain et étalez sur les tartines le beurre de basilic puis les filets de rouget. Salez et poivrez. Passez les tartines au four 5 à 7 minutes.



©EPI/Rina NURRA/Ilan WAICHE

Tartines de saumon mariné à l'aneth et crème de moutarde

Pour 4 pers., préparation 10 min + 1 h de marinade

Ingrédients : 2 tranches de pain aux raisins ; 10 cl de crème liquide ; 2 grandes tranches de saumon fumé ; 1 CC de moutarde à l'ancienne ; 2 branches d'aneth ; huile d'olive, sel, poivre.

Faites mariner durant une heure les tranches de saumon dans de l'huile d'olive et de l'aneth.

Faites griller les tranches de pain aux raisins.

Fouettez la crème liquide et ajoutez la moutarde ;

salez et poivrez. Étalez sur la tranche de pain, la crème à la moutarde, puis une tranche de saumon mariné, et quelques brins d'aneth.

Servez.



©EPI/Rina NURRA/Ilan WAICHE

Recettes libres de droit. Les visuels haute définition sont disponibles sur demande au service de presse.

LES VISUELS DE CAMPAGNE

Les visuels haute définition sont disponibles sur demande au service de presse.

LES AFFICHES DECAUX



LA BÂCHE ÉVÉNEMENTIELLE



LES VISUELS DE CAMPAGNE

LES SACHETS BAGUETTE



L'AFFICHE EN BOULANGERIES





