



Pour obtenir de plus amples informations sur la campagne

«5 par jour» · Ligue suisse contre le cancer · Ursula Zybach · Effingerstrasse 40 · Case postale · 3001 Berne
Téléphone 031 389 91 51 · Fax 031 389 91 60 · zybach@liguecancer.ch · info@5parjour.ch
www.5parjour.ch · www.flipthefruit.ch




Rapport annuel 2008

«5 par jour» est une campagne destinée à encourager la consommation de fruits et de légumes. Elle est financée par la Ligue suisse contre le cancer, Promotion Santé Suisse et l'Office fédéral de la santé publique.



Sommaire

Fin prêt – la recette de «5 par jour»	3
Droit au but – les objectifs de la campagne	4
Tous de concert – les organismes responsables partenaires et preneurs de licence	5
Informations tous azimuts – les mesures de communication	8
Santé et performance – les activités pour groupes cibles et offres pour les entreprises	10
Les chiffres – les compte 2008	11
Contact	12



Fin prêt – la recette de «5 par jour»

Le logo de la campagne «5 par jour» est synonyme de qualité, de bien-être et de plaisir, et il délivre un message clair: en consommant quotidiennement 5 portions de légumes et de fruits, on s'assure une alimentation équilibrée, favorable à la santé et au bien-être. Ce logo ne peut être apposé que sur des produits répondant à de sévères critères: la licence «5 par jour» n'est octroyée qu'à des produits dont la teneur en fruits ou en légumes est très élevée. Les consommatrices et consommateurs peuvent ainsi faire leurs achats en toute connaissance de cause et trouver aisément des aliments contribuant à une alimentation saine et équilibrée.

A fin 2007, un logo «portion» est venu s'ajouter au logo «5 par jour». Le logo «portion» signale des produits renfermant une portion de fruits ou de légumes d'au moins 120 g, prête à être consommée. Lors d'une enquête de marché représentative menée par Coop une année après son introduction, environ un quart des personnes interrogées ont déclaré connaître le logo «portion».

Durant l'année sous revue, la campagne «5 par jour» a poursuivi le développement de ses activités et attiré l'attention du public de façon originale, notamment à travers une brochure de recettes pour l'Euro 08. Les spots TV «Fin prêt?» ont reçu un bon accueil, et leur fréquence de diffusion a été plus que doublée par rapport à ce qui avait été convenu. Le grand public a pu ainsi être sensibilisé de manière amusante au message de «5 par jour»: avec une bonne préparation, il est facile de consommer chaque jour 5 portions de fruits et de légumes. Il est prévu de recourir davantage à ce type de spots TV dans les années à venir.

Ursula Zybach, responsable de la campagne



Droit au but – les objectifs de la campagne

D'entente avec les organismes responsables de la campagne «5 par jour», de nouveaux objectifs en matière de stratégie et de contenu ont été élaborés en 2007 et mis en œuvre en 2008. L'objectif supérieur demeure: amener la population suisse à consommer chaque jour 5 portions de fruits et de légumes. La concrétisation de cet objectif représente une quantité quotidienne de légumes et de fruits de 4440000 kg! Pour assurer partout la disponibilité de fruits et de légumes de qualité, il est nécessaire de réunir les conditions suivantes:

- L'offre en fruits et légumes doit être améliorée dans tous les lieux d'activité et de vie.
- Les prix des fruits et des légumes doivent être abordables pour toutes les couches de la population.
- L'offre locale en fruits et des légumes de saison doit être favorisée.
- La qualité sensorielle des fruits et des légumes doit être élevée.
- Le message de la campagne doit être compris.

La campagne «5 par jour» doit s'inscrire dans une perspective à long terme, car de gros efforts restent à déployer pour que la consommation de fruits et de légumes de la population suisse atteigne un niveau convenable.

Loin de toute théorie, la campagne «5 par jour» prône la consommation de légumes et de fruits juteux et savoureux représentant à peu près, quantitativement, la moitié d'une ration alimentaire saine. La campagne «5 par jour» ne peut assurer, à elle seule, la réalisation des objectifs qu'elle s'est donnée. La participation des producteurs de légumes et de fruits et de leurs organisations professionnelles, la collaboration avec les fabricants de produits à base de fruits et de légumes, avec les preneurs de licence et avec les autorités, établissements scolaires et entreprises, de même que des synergies avec divers projets de prévention et de promotion de la santé, sont indispensables.



Tous de concert – les organismes responsables, partenaires et preneurs de licence

Organismes responsables

«5 par jour» est une campagne de la Ligue suisse contre le cancer, Promotion Santé Suisse et l'Office fédéral de la santé publique.

La Ligue suisse contre le cancer (LSC) est chargée de l'organisation, de la planification et de la coordination de la campagne. Elle y contribue financièrement et la soutient à travers de nombreuses prestations dont elle prend elle-même l'initiative. Ursula Zybach (ing. sc. al. dipl. EPF) a assumé la direction de la campagne. Katrin Haldemann s'est occupée de la publicité et du travail auprès des médias, ainsi que des relations avec les preneurs de licence. Le nouveau projet «5 par jour inside!» a été élaboré par Claudia Wiediger. En tant qu'assistante, Daniela Amsler a travaillé principalement à l'encadrement des preneurs de licence et à l'actualisation du site Internet de «5 par jour». Corinne Rentsch, elle aussi en qualité d'assistante, et Ursina Anderegg, stagiaire étudiante, ont secondé l'équipe.

L'Office fédéral de la santé publique (OFSP) a également fourni un soutien financier à la campagne durant l'année sous revue.

Partenaires

Les organismes responsables de la campagne «5 par jour» visent une collaboration étroite avec différents représentants de l'industrie, du commerce, de la production et de la distribution fruitières et maraîchères, ainsi qu'avec des institutions actives dans la promotion de la santé. En 2008, la campagne a collaboré avec les organisations ou projets suivants:

- **action d**, Berne
- **Ausbildungszentrum Insel**, Berne
- **Fona Verlag**, Lenzbourg
- **Go for 5**, Berne
- **Fruit-Union Suisse**, Zoug
- **Société Suisse de Nutrition (SSN)**, Berne
- **Suissebalance**, Berne
- **Union maraîchère suisse**, Berne
- **Schifti**, Zurich

Licences

Droits de la marque

Début 2008, la protection de la marque dans quatre langues – «5 par jour», «5 am Tag», «5 al giorno» et «5 a day» – a été élargie aux classes de marchandises et de services 21, 25, 28 et 43.

Preneurs de licence

Durant l'année sous revue, trois nouveaux contrats de licence ont été conclus. Peuvent arborer le logo «5 par jour» des produits transformés, non transformés, séchés ou pressés. Etant donné que de très nombreux produits portent désormais ce logo, il n'est plus possible de les quantifier précisément, contrairement aux années antérieures.

Nouveaux preneurs de licence

L'entreprise **Mutzner AG** a pour champ d'activité le catering d'événements et la restauration d'entreprise. Elle gère de manière autonome les restaurants du personnel de différents clients ou livre à la demande des menus fraîchement préparés tous les jours et prêts à être consommés. L'encouragement d'une alimentation à la fois contemporaine et saine lui tenant particulièrement à cœur, Mutzner AG bénéficie depuis février 2008 de la licence «5 par jour».

Cap Gourmand SA, filiale de la Société de navigation des lacs de Neuchâtel et Morat SA (LNM SA), existe depuis 2003. Elle est active non seulement dans la restauration pour les

clients de la LNM, mais joue aussi le rôle de traiteur pour différentes entreprises. Cap Gourmand SA est la créatrice de l'offre HappyLunch.ch. Elle est titulaire de la licence «5 par jour» depuis mars 2008.

Appleaday.ch est une jeune entreprise qui livre des fruits frais commandés en ligne. Les fruits sont conditionnés dans des emballages à utilisation multiple, respectueux de l'environnement. Le transport s'effectue directement des producteurs ou des revendeurs dans les régions; les distances sont donc réduites. La philosophie d'entreprise allie protection de l'environnement, santé et saveur. Appleaday.ch est preneuse de licence «5 par jour» depuis mai 2008.

Preneurs de licence existants

COOP est preneuse de licence de la campagne «5 par jour» depuis septembre 2007. Premier partenaire de licence de «5 par jour» à utiliser le logo «portion» sur tous les produits de ses propres marques répondant aux critères de «5 par jour», Coop soutient la campagne sur le plan de la communication. Le groupe entend ainsi contribuer à augmenter la consommation de légumes et de fruits en Suisse.

FRESH AG.CH est titulaire de la licence «5 par jour» depuis janvier 2007. Elle importe et exporte des denrées alimentaires, notamment des fruits et des légumes. FRESH AG.CH apporte ainsi une importante contribution à la fourniture quotidienne de ces aliments sains et à la réalisation des objectifs de «5 par jour».

healthy&snacky AG propose des collations, en-cas et amuse-bouche modernes et sains. Il s'agit de produits complets à base de fruits, légumes, noix, graines et céréales, pour l'essentiel non traités et non transformés. Cette jeune entreprise a obtenu la licence «5 par jour» en août 2007.

Depuis janvier 2007, l'entreprise familiale **Rammelmeyer AG** est preneuse de licence de «5 par jour». Comptant parmi les plus gros distributeurs alimentaires de Suisse centrale, ce commerce de fruits et légumes approvisionne des détaillants, hôtels, restaurants, hôpitaux et cantines en produits frais soigneusement sélectionnés.

Obipektin AG détient une licence de la marque «5 par jour» depuis décembre 2006. L'assortiment de cette entreprise comprend un large éventail de poudres de fruits et de légumes, composées à 100 % de pulpes et de chairs. Ces poudres ne sont pas destinées aux consommateurs finaux, mais aux fabricants de produits alimentaires.

L'entreprise **Exofrucht GmbH** dispose d'une licence depuis septembre 2006. Elle produit des fruits secs et confits non traités.



L'entreprise **Hero**, à Lenzbourg, commercialise depuis mars 2006 deux boissons aux fruits portant le label «5 par jour». A base de petits morceaux de fruits, de jus de fruits et de purée de fruits, ces drinks fournissent des vitamines et des sels minéraux, mais aussi et surtout de précieuses fibres.

Zeste Juice Bars SA est preneuse de licence depuis mai 2006. Cette jeune entreprise innovante, implantée à Genève, Lausanne et Neuchâtel, vend des smoothies et jus de fruits fraîchement pressés, auxquels peuvent être ajoutés – selon les désirs de la clientèle – du yaourt, du lait ou du sorbet.

L'entreprise **myGoodness International SA** a repris les produits mySmoothie de la société Kronenbourg SA, qui est preneuse de licence «5 par jour» depuis septembre 2005. Composés à 100 % de fruits frais et ne contenant ni additifs ni conservateurs, ces drinks répondent aux exigences requises pour des en-cas riches en vitamines et en nutriments.

Freshbox Switzerland GmbH est une société novatrice livrant quotidiennement à des entreprises et des particuliers des fruits frais de qualité achetés à des grossistes zurichois. Sur son site Internet primé, elle fait la promotion de la campagne «5 par jour». Freshbox est preneuse de licence depuis 2004.

Informations tous azimuts – les mesures de communication

Médias

Quatre communiqués de presse ont été diffusés en 2008: «Fruits et légumes de saison de la région pour protéger l'environnement», «Fin prêt? «5 par jour» – tous les jours», «Boissons et collations variées et bigarrées pour l'Euro 08» et «Logo «5 par jour» – simple et utile».

Durant l'année sous revue, 87 articles ont été publiés, avec un tirage totale de 24 842 812 exemplaires, ce qui a permis d'atteindre 48 839 000 lecteurs, soit 33 % de plus que l'année précédente, malgré un nombre d'articles très inférieur. L'équivalent-annonces a représenté une somme de 568 844 francs. Dix articles publiés en ligne ont été recensés. Sept interviews radiophoniques ont touché 732 000 auditeurs.

Publicité

Au printemps ont été produits des spots TV intitulés «Fin prêt?», avec comme groupe cible les hommes et femmes âgés de 25 à 44 ans. Ces spots montrent de manière amusante que tout le monde peut arriver aisément à consommer quotidiennement cinq portions de légumes et de fruits. Ils ont été diffusés du 14 au 17 avril 2008 en Suisse romande et alémanique. A fin avril et surtout en juin, durant l'Euro 08, ces spots ont été placés gratuitement à titre de bouchons, pour une contre-valeur de 228 500 francs. Ils ont été utilisés jusqu'à la fin de l'année comme spots de remplissage. Pour des raisons de coûts, aucune évaluation de cette prestation gratuite n'a toutefois été effectuée.

Annonces

En 2008, cinq annonces ont été placées à des conditions très avantageuses, voire gratuitement. Par exemple dans le Blick (suggestions de recettes pour l'Euro 08) et dans la brochure de Freshbox (offre InfoMarché/MémoMarché).

Internet

Le site Internet a été actualisé régulièrement, complété et rendu encore plus facile d'utilisation. www.5parjour.ch a reçu en 2008 plus de 116 000 visites, ce qui représente une progression de 10 % par rapport à l'année précédente.

Le site Web www.flipthefruit.ch, jeu Internet interactif et informatif sur différents fruits et légumes, a reçu 16 060 visites durant l'année sous revue. Il a dû être légèrement adapté sur le plan technique et, comme les années précédentes, il n'a fait l'objet d'aucune publicité.

La newsletter électronique a donné lieu à quatre numéros, envoyés à 2000 destinataires. Cette infolettre a permis d'adresser directement à un public intéressé des informations de saison spécifiques à la thématique concernée.

Matériel

La demande pour les dépliants «5 par jour» a légèrement augmentée en 2008 par rapport à l'année précédente. Au total, 33 600 exemplaires ont été envoyés; les dépliants traduits dans des langues de migration, cependant, ont été nettement moins demandés que l'année précédente. Le dépliant «Santé et bien-être lors des séances et conférences» a été envoyé ou vendu à quelque 3 700 exemplaires. La demande pour les panneaux d'exposition a encore baissé légèrement. Ces panneaux ont été prêtés à sept reprises pour diverses manifestations. Le dossier didactique «Pommyversum/Fruttiversum» a continué d'être proposé tant en français qu'en allemand.

Livre de cuisine

«Tendance fruits et légumes»

Ce livre de recettes publié en 2007 a continué d'être grandement apprécié. Afin de satisfaire la forte demande, une réimpression de 330 exemplaires en français et de 695 exemplaires en allemand a été effectuée durant l'année sous revue.

Le projet de publier un second livre de cuisine pour parents et enfants, en collaboration avec les Editions Fona, a échoué, car les recettes choisies par l'éditeur n'ont pas répondu aux exigences nutritionnelles de la campagne.

Boissons et collations saines et équilibrées pour l'Euro 2008

A l'occasion du Championnat d'Europe de football 2008, une brochure de recettes intitulée «Boissons et collations saines et équilibrées pour l'Euro 2008» a été produite, en collaboration avec des partenaires du domaine alimentaire (action d, Ligue suisse contre le cancer, Public Health Suisse, Fondation Suisse de l'Obésité FOSO, Association Suisse du Diabète, Fondation Suisse de Cardiologie, Association suisse obésité de l'enfant et de l'adolescent, Société Suisse de Nutrition, Fondation suisse pour la promotion de l'allaitement maternel, Association Suisse des Diététiciens-ne-s diplômé-e-s et Suisse Balance). Pour chaque pays participant à l'Euro 08, deux recettes originales étaient proposées: une collation et une boisson. Dans sa forme électronique, cette brochure pouvait être téléchargée à partir du site Internet de «5 par jour». Elle a donné lieu à sept interviews dans des radios régionales et à 15 articles. Sa version électronique a également été mise en ligne sur les sites Internet de plusieurs organisations et entreprises (p. ex. OFSP, Croix-Rouge suisse, Coop, SF-TV, E-Balance).



Santé et performance – les activités pour groupes cibles et offres pour les entreprises

Manifestations

En 2008 aussi, la campagne «5 par jour» a pu, grâce au soutien de Fruit-Union Suisse, appuyer diverses manifestations par la mise à disposition de fruits et du matériel de la campagne:

- Activités au sein de la Ligue lucernoise contre le cancer
- Présentation de la maquette d'intestin géant à Soleure
- Walking Day, Morges
- Congrès de l'UICC, Genève
- Direction de l'instruction publique du Canton de Berne

Go for 5

Le 5 mai 2008, la manifestation «go for 5» s'est déroulée dans 15 lieux de Suisse. Les nombreux participants se sont lancés à 5 heures 5 (17h 05) sur un parcours de 5 km, qu'ils ont accompli en recourant, au choix, à la marche, à la marche nordique ou au jogging. A l'arrivée, ils se sont vu offrir une pomme toute fraîche de la part de «5 par jour» et ont pu poser des questions à une diététicienne présente sur place.

Offre pour les entreprises

«5 par jour» a donné dans des entreprises huit conférences sur l'alimentation saine, complétées de manière modulaire par d'autres offres. Un cours de cuisine a été organisé dans une entreprise, dans le but de montrer au personnel comment préparer des repas sains. Dans une autre entreprise, un bar à jus a été mis sur pied pour la journée sportive interne, afin que les collaboratrices et collaborateurs puissent boire des drinks aux fruits et, ainsi, augmenter leur consommation de fruits. Des fruits ont encore été mis à disposition du personnel, en collaboration avec Fruit-Union Suisse.

«5 par jour – inside!»

Sur une suggestion de l'OFSP, un nouveau projet baptisé «5 par jour – inside!» a été conçu pour les preneurs de licence. Par une aide au démarrage de six mois consistant en un soutien technique et financier, il s'agit de motiver les preneurs de licence à réaliser «5 par jour» non seulement pour leur clientèle, mais aussi pour leur personnel. La condition d'octroi de cette aide est que l'entreprise s'engage à maintenir ensuite de façon autonome une offre en fruits pour son personnel durant au moins une année supplémentaire.

A fin 2008, les preneurs de licence ont reçu une vue d'ensemble de l'offre, avec notamment la mise à disposition de fruits pour les pauses ainsi que différents modules, par exemple une conférence sur l'alimentation, un cours de cuisine et des séances d'information pour les collaboratrices et collaborateurs. La mise en œuvre est intervenue en 2009.



Les chiffres – les compte 2008

Comptes 2008	Recettes	Dépenses
Provisions, report 2007	39 370.85	
Office fédéral de la santé publique		
· Paiement final 2007	20 000.00	
· Nouveau contrat 2008	80 000.00	
Ligue suisse contre le cancer		
· Contribution 2008	100 000.00	
Licences	72 844.10	13 209.30
Publicité, «events»		138 506.70
Travail auprès des médias		5 730.00
Matériel et supports de communication	5 349.00	39 394.60
Internet «5 par jour»		18 204.65
Entreprises	6 701.75	4 285.50
Activités spécifiques		7 163.45
Livre de cuisine	27 041.70	12 492.80
Charges du personnel		91 693.95
Provisions pour activités prévues en 2009		20 626.45
Total	351 307.40	351 307.40