



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Logo «5 par jour» – simple et utile**

*Berne, le 6 novembre 2008. Le logo «5 par jour» aide les consommatrices et consommateurs à s'orienter vers une alimentation saine. Car seuls les produits qui satisfont aux critères de la campagne «5 par jour» portent le logo «5 par jour» sur leur emballage. Coop utilise le logo «portion» depuis une année. Environ un quart des personnes interrogées lors d'une enquête représentative ont dit connaître ce logo. La campagne «5 par jour» collabore déjà avec 13 preneurs de licence.*

Synonyme de qualité, de bien-être et de plaisir, le logo de la campagne «5 par jour» véhicule 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 représentant au moins 120 g de légumes ou fruits et ne contenant pas plus de 1,25 g de sel par 100 g, et dont au maximum 10 pour cent de l'apport énergétique provient de sucre ajouté et 30 pour cent de matières grasses. Grâce à ces critères sévères, seuls des produits renfermant une très forte proportion de fruits ou de légumes peuvent porter le label de la campagne. Voilà qui aide les consommatrices et consommateurs à s'orienter et leur facilite une alimentation saine et équilibrée.

#### **Logo «portion» – depuis une année chez Coop**

Coop est preneuse de licence de la campagne «5 par jour» depuis une année. Coop est la première chaîne de détail à apposer le logo «portion» de la campagne sur les emballages d'aliments sains. Ce logo signale une portion d'au moins 120 g de fruits ou de légumes prête à être consommée. Une enquête de marché représentative réalisée par Coop montre qu'après une année, environ un quart des personnes interrogées connaissent déjà le logo «portion». Jusqu'au samedi 8 novembre 2008, dans les magasins Coop, les clientes et clients peuvent remplir eux-mêmes de légumes d'automne un sac vendu au prix forfaitaire de CHF 6.95.

#### **La campagne «5 par jour» compte déjà 13 preneurs de licence**

La licence «5 par jour» permet à des entreprises de se positionner dans un contexte positif, favorable à la santé. L'offre s'adresse aux producteurs et distributeurs de fruits et légumes frais, mais aussi de produits à base de fruits et légumes – des produits surgelés aux soupes aux légumes et aux jus, en passant par les fruits secs. Les preneurs de licence sont autorisés à placer le logo «5 par jour» sur les produits en question, leurs emballages et les supports de communication y relatifs.

*Les preneurs de licence «5 par jour» sont: Apple a day GmbH ([www.appleaday.ch](http://www.appleaday.ch)), Cap Gourmand ([www.capgourmand.ch](http://www.capgourmand.ch)), Coop ([www.coop.ch](http://www.coop.ch)), Exofrucht ([www.exofrucht.ch](http://www.exofrucht.ch)), FRESH AG.CH ([www.freshag.ch](http://www.freshag.ch)), healthy & snacky ag ([www.healthyandsnacky.ch](http://www.healthyandsnacky.ch)), Hero ([www.hero.ch](http://www.hero.ch)), myGoodness International SA, ([www.my-smoothie.com](http://www.my-smoothie.com)), Robert Mutzner AG, Obipektin AG ([www.obipektin.ch](http://www.obipektin.ch)), Rammelmeyer AG ([www.rammelmeyer.ch](http://www.rammelmeyer.ch)), sm servicemanagement GmbH ([www.freshbox.ch](http://www.freshbox.ch)) et Zeste Juice Bars SA ([www.zeste4life.ch](http://www.zeste4life.ch)).*

«5 par jour»: une campagne destinée à encourager la consommation de légumes et de fruits  
[www.5parjour.ch](http://www.5parjour.ch), [www.flipthefruit.ch](http://www.flipthefruit.ch)

#### **Contact Campagne «5 par jour»:**

Nicole Bulliard, chargée de communication prévention, 031 389 92 10, [media@5parjour.ch](mailto:media@5parjour.ch)

Une campagne destinée à encourager la consommation de légumes et de fruits  
de la Ligue suisse contre le cancer, Promotion Santé Suisse et l'Office fédéral de la santé publique.

Contact: Ligue suisse contre le cancer, Effingerstrasse 40, Case postale, 3001 Berne, Tél. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, [www.5parjour.ch](http://www.5parjour.ch)