



## Naranjas y mandarinas, tus mejores amigos

### I – PRESENTATION ET DESCRIPTION DE L'ACTION :

#### 1- Ses objectifs :

L'objectif de la campagne est de promouvoir la consommation d'agrumes auprès élèves du primaire de la Communauté de Valence. Il s'agit, en fonction de l'âge des enfants, de leurs expliquer les caractéristiques et les propriétés des différents agrumes, mais aussi de leur monter les bénéfices d'une alimentation saine et équilibrée.

La fondation Sabor y Salud a développé ces dernières semaines la 4ème édition de la Campagne «Tus Amigos más Sanos / Els Teus Amics més Sants».

L'objectif principal était de permettre aux élèves de la Communauté de Valence de prendre conscience de l'importance d'une alimentation saine et équilibrée, basée sur la consommation quotidienne de fruits et légumes frais.

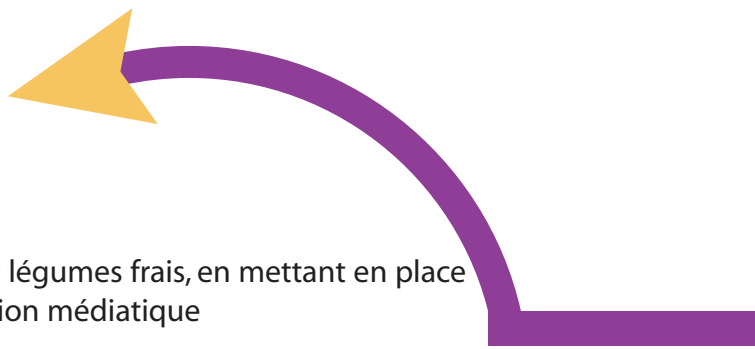
Dans le cadre de la campagne, 25 Collèges de Castellón, València et Alicante ont été visités du 2 février au 3 mars, date à laquelle s'est achevée la campagne à Alicante.

Au travers d'une représentation de théâtre, d'un jeu pédagogique et de la distribution de fruits, les enfants ont mieux compris l'importance de consommer des fruits et légumes frais.

Environ 9500 écoliers de la communauté ont participé aux activités de la campagne, et plus de 5000 kilos de fruits frais ont été distribués.

- Encourager la consommation de fruits et légumes chez les écoliers de 6 à 12 ans.
- Impliquer directement les écoliers dans l'apprentissage des propriétés des fruits et légumes, au travers d'une animation qui transforme l'apprentissage en quelque chose d'amusant.
- Informer les parents et les professionnels sur l'importance des fruits et légumes dans l'alimentation des enfants.





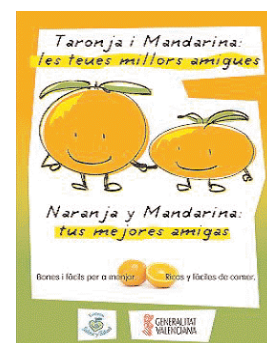
- Augmenter la notoriété aux fruits et légumes frais, en mettant en place un événement de grande répercussion médiatique

## 2- Les cibles (public) visées :

Les principales cibles ont été les collèges du primaire pour leur apprendre les propriétés et les vertus des produits naturels. Cela représente 100 collèges et environ 30 000 enfants de la région de Valencia.

Par le biais de l'implication des enfants dans cette démarche, les parents vont aussi être concernés.

Des institutionnels, ont été également impliqués, comme le Conseiller de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation et le Conseiller de la culture, de l'éducation et du sport de la Generalitat Valenciana.



## 3- Les territoires concernés

Toute la région de Valencia est concernée par l'événement

## 4- La période choisie

Octobre - Mai

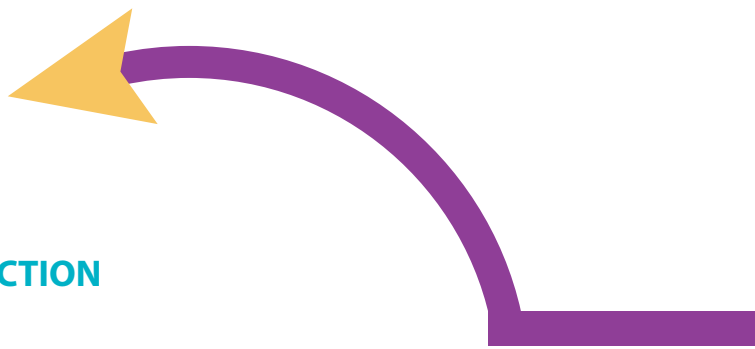
## 5- Les productions concernées :

Ce sont essentiellement les productions de fruits et légumes et plus spécialement les agrumes

## 6- Le budget alloué de la composition des ressources

Le budget attribué par la Conselleria de Agricultura Pesca y Alimentacion est de 83 700 €.





## II – LA MISE EN ŒUVRE DE L’ACTION

### 1- Les messages mis en avant :

Permettre aux enfants de découvrir une autre façon de se nourrir : changer leurs habitudes alimentaires en leur montrant, de manière ludique, l’importance de consommer des fruits et es légumes.

### 2- Le plan média

Médias utilisés : la presse et la télévision

Un plan de communication bilingue (espagnol – valencien) destiné aux parents et aux professeurs et des moyens de communication, dont l’objectif était de maximiser l’impact de la campagne auprès du public de la Communauté de Valencia.

#### • Parents / professeurs

Pour informer les parents et les professeurs du déroulement de la campagne, ont été créées des brochures personnalisées de la Fondation Sabor y Salud, dans lesquelles nous informions les parents et les collègues des objectifs de la campagne : ‘encourager les habitudes alimentaires saines par une consommation quotidienne d’agrumes au niveau des écoliers de la communauté.

Le but de cette brochure n’était pas seulement d’informer les parents et les professeurs de la mise en œuvre de la campagne, mais aussi de rechercher leur participation active à l’amélioration des habitudes alimentaires de leurs enfants et élèves.

Pour cela, nous avons créé le slogan

**«A partir de demain, votre enfant vous réclamera des fruits».**

#### • Brochure bilingue pour les parents

Images du triptyque bilingue

#### • Centre d’appel et Boite postale

La fondation a établi un centre d’appel exclusif pour la campagne, pour répondre aux questions et aux doutes des établissements participants, des parents et des professeurs.



Parallèlement, une boîte postale a été mise en place pour pouvoir recevoir toutes les communications et les photos envoyées par les collègues à la Fondation Sabor y Salud.

• Affichage

De plus, des affiches en format A3 ont été créées pour informer sur la campagne et le concours de photographies, en les placardant sur les panneaux d'affichage et les lieux très fréquentés dans les collèges.

Pour améliorer la signalisation et les images de l'événement, deux banderoles de 2x1 mètres avec le logo de la Fondation et de la Campagne ont été placées chaque jour dans des lieux plus éloignés des collèges.

• Moyens de communication

Pour accroître l'impact de la campagne au sein la Communauté de Valencia, les médias ont été invités à se rendre à la clôture de la campagne

La Fondation Sabor y Salud a développé les activités suivantes pour la presse :

- 1) Composition et élaboration de Dossier de presse
- 2) Convocation de la presse
- 3) Envoi de communiqués de presse de clôture de la campagne
- 4) Suivi des médias et résumé de ce qui a été publié dans la presse écrite, télévisée et à la radio.

• Médias utilisés

VALENCIA 2 DE MARZO (Clôture)

Télévision : Canal 9, Punt 2

Radio : Radio 9

Presse écrite : Journal El Mundo

Cabinets : Presse de la Conselleria, Presse de la Presidencia de la generalitat







### 3- Les moyens promotionnels

L'action a été conçue pour être ludique et informative. Afin de renforcer le niveau de mémorisation, a été créé un jingle accrocheur.

Les phases de la campagne :

- 1) Représentation de théâtre : «Frutería Sabor y Salud»
- 2) Le Grand Jeu des Fruits et Légumes
- 3) Jingle de la Campagne : «Magia de Vegetales»
- 4) Concours de photographie
- 5) Distribution de fruits frais



A la fin de la représentation théâtrale et du jeu, au moment de la récréation, tous les élèves du centre ont goûté d'excellents fruits frais.

L'inauguration de cette action a été couverte par les médias, et la presse. Différents supports ont été utilisés comme par exemple des filets de clementines, des autocollants, un manuel présentant les propriétés des agrumes et leurs bienfaits pour la santé. Des affiches ont aussi été distribuées. «**Frutas y verduras, fuentes de salud Colección Nutrición y salud 2003**».

Dans le cadre de la campagne «Copa America» des menus «Saveurs Méditerranéennes» ont été élaborés et offerts au public présent.

#### • Représentation de théâtre : «Frutería sabor y salud»

Le tableau de la pièce de théâtre est une boutique de fruits particulière dans laquelle se réunissent les personnages les plus pittoresques, chacun avec son point de vue personnel sur les fruits et légumes.

Leurs vies sont un prétexte pour faire connaître les noms et les propriétés de différents fruits et légumes.

Chaque personnage a un mal qui se guérit par la consommation d'un type de fruit ou de légumes. Parallèlement, un autre personnage détient une santé de fer, grâce à un régime sain et équilibré qu'il a suivi toute sa vie.



De cette façon, et grâce au côté comique des personnages, nous avons réussi à ce que les enfants associent la consommation de ces produits naturels à la santé et au bien-être.

• Le Grand Jeu des fruits et légumes

La phase de mémoire est aussi la plus ludique : elle est jouée par «El Grán Juego de las Frutas y Hortalizas»

Avec ce jeu, les écoliers mettent en pratique ce qu'ils ont appris lors de la pièce.

Le jeu est basé sur une dynamique de questions-réponses. Le tableau, thématisé, présente un verger dans lequel les enfants doivent avancer en répondant aux questions sur les propriétés des différents fruits et légumes.

• Jingle de la campagne «Magia de vegetales»

Avec l'objectif d'accroître la mémorisation, aussi à l'extérieur du collège, une chanson accrocheuse a été composée spécialement pour la campagne : «Magia de Vegetales».

Elle reprend les idées de base de la campagne et permet d'augmenter l'impact de la journée par le bouche à oreille.

Le jingle a été le lien entre les différentes activités de la campagne, de par le fait que les enfants ont entendu la mélodie au début et à la fin de la pièce de théâtre et du jeu.

C'est précisément à la fin du jeu, quand tous les participants dansent sur le jingle avec les éducateurs, qu'on leur remet le cadeau de la campagne : une caisse de crayons de couleurs personnalisés avec le logo de la campagne.

• Concours de photographie

Pour prolonger la campagne, un concours de photographie scolaire a été organisé entre les collèges participants.

Pour y participer, il faut envoyer la photo d'une réalisation sur le thème des fruits et légumes, que se soit une sculpture, un collage ou un dessin. La seule condition est qu'elle soit en relation avec le thème de la campagne.



Le concours de photo permet à la fois aux enfants de développer leur créativité, de s'amuser. Il favorise le travail en équipe et intègre les adultes – parents et professeurs.

Le stimulant principal est un magnifique prix : un séjour pour le gagnant et toute sa classe dans une ferme pédagogique. Pour les finalistes en 2ème et 3ème position, deux excursions ont été organisées – pour toute la classe – au Hemisfèric – Planétarium de Castellón et au Musée de l'Orange.

Après la fin de la pièce de théâtre et du jeu, une distribution de fruits aux élèves du collège a été organisée.

Pendant l'heure de la récréation, tous les élèves du centre s'approchaient des tables mises à disposition par la Fondation Sabor y Salud dans chaque collège pour distribuer les fruits. Les éducateurs et le personnel du centre ont participé à la distribution des fruits en leur donnant, à déjeuner, autant de morceaux de fruit qu'ils le désiraient.

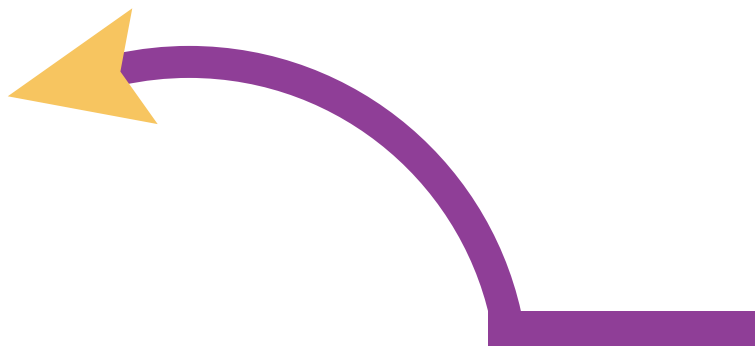
#### **4- Les évènements**

Cette campagne a été effectuée dans 100 collèges de la Communauté de Valencia, choisis par la «Conselleria» de Culture, Éducation et Sport.

La Conselleria a été présente dans des foires internationales (Alicante, Valencia, Berlin, Madrid, Colonia) et locales (dans 25 localités de la Communauté Valenciana).

L'action de promotion en faveur des oranges et mandarines s'inscrit dans la politique générale de soutien aux dénominations d'origine :

- Campagne «Uva de mesa embolsada Vinalopó».....sept./décembre
- Campagne «Nísperos de Callosa d'en Sarriá» .....avril/mai
- Campagne «Kaki Ribera del Xúquer» .....octobre/novembre
- Campagne «Cerezas de la Montaña de Alicante» .....avril/mai
- Campagne «Alcachofa de Benicarló» .....décembre/mars
- Campagne «Cítricos Valencianos» .....octobre/mai
- Campagne «Comité de Agricultura Ecológica» .....toute l'année



### 5- Les facteurs clés de succès :

L'impression des collègues est extrêmement importante pour la Fondation Sabor y Salud.

Pour connaître l'opinion réelle du professorat et apporter les améliorations souhaitables, un questionnaire quantitatif et qualitatif a été distribué aux professeurs de chaque établissement.

Dans ce questionnaire il est demandé :

- Une évaluation quantitative de la campagne, dans laquelle chaque professeur doit donner une note de 1 à 5 aux différentes phases qui composent la campagne.
- Une évaluation qualitative, dans laquelle on demande aux professeurs d'exprimer leur opinion sur le projet, son organisation, son impact auprès des écoliers et de leurs parents et sur toutes autres campagnes d'éducation scolaire qui ont eu lieu dans l'établissement.

L'impression globale de la campagne a été excellente, comme le démontrent les questionnaires remis par les professeurs.

Après avoir analysé les données de l'étude de qualité dans un tableau, nous avons obtenu les notes moyennes suivantes de chaque point :

- Contenus nutritionnels : ..... 4,17 / 5,00
- Représentation de théâtre : ..... 4,51 / 5,00
- Jingle «Magia et Vegetales» : ..... 4,10 / 5,00
- Jeu de fruits et légumes : ..... 4,13 / 5,00
- Distribution de fruits : ..... 4,98 / 5,00
- Concours de photographie : ..... 3,90 / 5,00

L'évaluation qualitative a également été très bonne : tous les professeurs ont manifesté leur plaisir à recevoir la visite de la Fondation Sabor y Salud et pour avoir participé à la campagne.

Le professorat a mis en avant le fait que se soit une entité étrangère au cercle de relations habituel des écoliers - parents et professeurs – qui leur annonce et explique le concept.

Ce sont des concepts qui perdurent dans le temps et qui serviront aux professeurs comme point de référence pour rappeler aux écoliers les avantages d'une alimentation riche en fruits et légumes frais.





Des questions posées aux professeurs nous déduisons que :

- Le professorat est bien prédisposé à participer aux activités de formation extrascolaires.
- Une action orientée vers une formation des écoliers par la voie ludique est très bien accueillie par le professorat, qui a estimé très positif le système pédagogique de la campagne.
- Un grand nombre de collègues a participé à quelques autres campagnes de sensibilisation scolaire, spécialement celles en relation avec le besoin de prendre un bon petit déjeuner, la prévention des maladies et l'hygiène dentaire.
- Beaucoup de professeurs suggèrent, pour les prochaines occasions, que les écoliers puissent toucher et manipuler les fruits eux-mêmes.

### III – LES CONTACTS UTILES (personnes – sites)

**Fundación Sabor y Salud**  
c/ Embajador Vich 3,1ª U 46002 Valencia.  
Tel : 00 34 963 94 32 73  
info@fundacionsaborysalud.com

