

The logo for AMORA is centered on a red background. It features the word "AMORA" in a bold, white, sans-serif font. The text is contained within a red, horizontally-oriented shield-like shape with a yellow border. Above the shield, a series of yellow lines radiate outwards, creating a sunburst or sunrise effect.

**AMORA**

DOSSIER DE PRESSE

# AMORA

## **PAR AMOUR DU GOÛT... ET DU REPAS « À LA FRANÇAISE » ,** *Amora® invite les Français à sa table le dimanche 14 juillet.*

En 2019, Amora® s'engage au service du repas « à la française », emblème de notre patrimoine culturel et culinaire ! Après avoir mis en lumière, dans une étude Kantar pour Amora®<sup>1</sup>, l'omniprésence des écrans et avoir lancé une campagne revendiquant le droit à la déconnexion à table, la marque passe à l'action. À l'occasion de ses 100 ans et dans le cadre de son partenariat avec le Tour de France, Amora® organisera, le 14 juillet prochain, la table la plus conviviale de France. Ainsi, 400 convives se réuniront lors de l'étape allant de Saint-Étienne à Brioude, pour un barbecue « bleu-blanc-rouge » et riche en saveurs !

1 - Étude « L'impact des écrans lors des repas en France » menée par Kantar pour Amora® du 14/05/2019 au 16/05/2019 sur un échantillon national représentatif des Français âgés de 18 ans et plus (méthode des quotas : sexe, âge, CSP et régions UDA 5).



# AMORA

## LA TABLE LA PLUS CONVIVIALE *au service du repas* « à la française »

Dans le cadre de son manifeste « Profitons ! Résistons ! », véritable plaidoyer pour réinstaurer la convivialité au centre de la table, Amora® s'apprête à sillonner tout le pays avec sa caravane du Tour de France pour partager avec les Français son amour du goût. Le point d'orgue de ce parcours se déroulera le dimanche 14 juillet lors de l'étape entre Saint-Étienne et Brioude. Une date symbolique - le jour de la fête nationale - qui souligne l'engagement d'Amora®.

La marque y organisera une immense tablée, avec 400 convives, autour d'un barbecue géant et gratuit. Un moment intense, festif et populaire, à son image, autour du partage et de la déconnexion. Ses invités, consommateurs ou membres d'associations locales se retrouveront « Aux Cèdres Bleus », site Logis de France partenaire de l'événement, également fournisseur officiel du Tour de France. Un emplacement qui se révélera idéal pour assister au passage de la caravane et de la course !

# AMORA



## LE TOUR DE FRANCE D'AMORA®

Le Tour de France est un événement fort pour les Français : une vraie tradition festive et populaire, dont la marque Amora® partage les valeurs de générosité, de proximité, de simplicité et de convivialité. Sillonnant la France au rythme des coureurs et à bord de 4 véhicules Citroën néo-rétro décorés à ses couleurs, la marque sera donc présente pour partager avec les spectateurs un moment savoureux autour de ses produits. De nombreux petits cadeaux seront distribués, dont des sacs en tissu « Amora® 100 ans & Tour de France » reprenant le design de son verre à moutarde en édition limitée, des casquettes vintage ou encore des nappes de pique-nique Amora®.



L'édition 2019 n'a pas été choisie au hasard ! Comme l'emblématique Maillot jaune, la plus célèbre des moutardes fête cette année ses 100 ans. Comme lui, la marque a toujours poursuivi sa quête d'excellence et préservé son authenticité sans jamais perdre de sa modernité.



# AMORA



*Un verre en édition limitée*  
**« AMORA® 100 ANS & TOUR DE FRANCE »**

Amora®, c'est aussi le fameux verre à moutarde présent sur les tables et dans tous les placards ! À l'occasion de ses 100 ans et de son partenariat avec le Tour de France, la marque propose une nouvelle édition limitée, aux couleurs de la grande boucle. Des dessins sérigraphiés, imaginés par l'illustratrice Beax et joyeusement rétro : un graphisme bleu, blanc, rouge, clin d'œil à l'événement et reprenant le tracé du circuit autour du verre.

**LE SAVIEZ-VOUS ?**

Le verre réutilisable Amora® fête cette année ses 85 ans d'existence ! En 1934, Amora® révolutionne le marché de la moutarde en suivant la vieille devise des moutardiers : « Il n'est pas de bonnes moutardes dans de vilains pots ». C'est la naissance de son fameux verre réutilisable, non décoré encore. C'est en 1953 que le fameux verre « Givror » fait son apparition. Sérigraphié, il réjouit depuis des décennies les collectionneurs, petits et grands, tout en se révélant très pratique !



# AMORA

## **DÉJÀ 100 ANS DE PLAISIR GOURMAND** *à la table des Français !*

Née en 1919, Amora® fête cette année 100 ans de présence à la table des Français. Dix décennies qui ont profondément ancré la marque dans la culture française. Convive de choix, Amora® est aujourd'hui présente dans près de 8 foyers français sur 10<sup>2</sup>, avec ses 7 familles de condiments riches en saveurs : moutardes, vinaigres, cornichons, mayonnaises, ketchups, sauces salades et sauces de variété.

Sa conviction autant que sa vocation s'illustrent dans sa signature « Par amour du goût ». Ce n'est donc pas sans raison qu'elle s'engage aujourd'hui pour que le repas des Français reste associé à un moment de partage et de plaisir culinaire. Forte d'un savoir-faire inégalé, elle sait se renouveler pour proposer à ses amateurs des produits gourmands, créatifs et dans l'air du temps. C'est ce qui contribue, aujourd'hui encore, à son succès sur un marché où elle reste le leader incontestable<sup>3</sup>.

2 - Kantar - panel Worldpanel 2018

3 - Ventes volumes Nielsen HMSM Proxi Drive, CAM P3 2019

# AMORA

## UNE MARQUE ENGAGÉE *pour la convivialité et le partage*

Si Amora® est partie en campagne, c'est aussi pour faire à nouveau du repas un véritable instant dédié au plaisir, au goût et à l'échange, à l'heure où une omniprésence des écrans pourrait mettre à mal ce moment essentiel de partage en famille.

Dans sa nouvelle campagne TV, la marque met ainsi en scène une famille hyperconnectée, attablée dans une ambiance monochrome, autour d'un repas sans saveur, où plus personne ne s'adresse la parole. Les visages sont fermés et peu expressifs, chacun fixant son écran. Dans le jardin d'à côté, au contraire, une famille « sans écrans » partage quant à elle un vrai moment de bonheur et se régale autour d'une table gourmande ! Et s'il n'y avait qu'un geste à faire pour la rejoindre : éteindre ses écrans et se reconnecter, enfin, au goût ?

*Le repas partagé,  
une tradition sacrée  
en France !*

Le repas en famille est une véritable institution française ! Les Français accordent depuis toujours à ce moment une place particulière. Pour 97 % d'entre eux<sup>1</sup>, il est d'ailleurs synonyme de partage. Les repas à plusieurs sont perçus comme des moments chaleureux et conviviaux et près de la moitié des foyers partagent le dîner en famille (dont 92 % des foyers avec enfants<sup>1</sup>).



# AMORA

## DES ÉCRANS À TABLE<sup>1</sup>

*mais à consommer avec modération ?*

37 % des Français déclarent utiliser des écrans lors du dîner (dont 49 % des 18-34 ans)<sup>1</sup>. Cette connexion périphérique au repas isole les individus et rompt le partage. Elle entraîne une rupture du lien et de la convivialité pour 92 %<sup>1</sup> des personnes interrogées.

Conscients que cette hyperconnexion empêche les échanges spontanés, 79 %<sup>1</sup> des Français sont donc favorables à un retour des repas sans écrans. D'autant plus que pour 85 % d'entre eux, ces moments sont l'occasion d'une transmission intergénérationnelle.

1 - Étude « L'impact des écrans lors des repas en France » menée par Kantar pour Amora® du 14/05/2019 au 16/05/2019 sur un échantillon national représentatif des Français âgés de 18 ans et plus (méthode des quotas : sexe, âge, CSP et régions UDA 5).

## LES FRANÇAIS & LES ÉCRANS À TABLE

**97%** DES FRANÇAIS  
POSSÈDENT UN  
SMARTPHONE  
AU SEIN DU FOYER



**59%** DES 18-24 ANS  
ONT DU MAL À  
SE PASSER DE  
LEUR TÉLÉPHONE

LE REPAS,  
UN MOMENT DE...  
**PARTAGE**  
**97%**



**PLAISIR GUSTATIF/  
GOURMAND**  
**95%**



**37%**  
UTILISENT DES  
ÉCRANS LORS  
DU DÎNER



**49%**  
DES 18-34 ANS

LES ÉCRANS À TABLE...

**92%**  
UNE RUPTURE DU LIEN /  
DE LA CONVIVIALITÉ



**83%** UN FREIN QUI NOUS  
EMPÊCHE D'APPRECIER  
CE QUE NOUS MANGEONS

UN RETOUR DES REPAS SANS ÉCRANS...



**79%** DES FRANÇAIS  
Y SONT  
FAVORABLES



**46%** Y VOIENT  
PLUS DE  
CONVIVIALITÉ



**73%** DES FAMILLES  
Y VOIENT UN  
MEILLEUR LIEN AVEC  
LEUR(S) ENFANT(S)



KANTAR

SELON UNE ÉTUDE KANTAR POUR AMORA®, MENÉE AUPRÈS D'UN ÉCHANTILLON DE 1 000 FRANÇAIS ÂGÉS DE 18 ANS ET PLUS, AU PROFIL NATIONAL REPRÉSENTATIF (MÉTHODE DES QUOTAS), INTERROGÉS DU 14 AU 16 MAI 2019

AMORA





# AMORA

## À propos d'Amora®

Née en 1919 à Dijon, Amora® est aujourd'hui leader sur le marché des condiments\*. Marque iconique et puissante, elle fait vibrer le cœur des Français depuis 100 ans en leur offrant le meilleur du goût. Grâce à une sélection d'ingrédients bons et simples, elle conçoit des recettes savoureuses et de qualité. Ainsi, elle s'adresse à toute la famille, faisant découvrir aux enfants le goût des bonnes choses et rappelant à leurs parents de savoureux souvenirs. Combinant respect de la tradition et esprit d'innovation, sa philosophie se résume à travers sa signature : « Amora®, par amour du goût ».

La marque a un fort ancrage français et produit depuis 100 ans sa moutarde dans la région de Dijon, dans son usine de Chevigny-Saint-Sauveur. Amora® est engagée pour relancer la production de graines de moutarde en Bourgogne et accompagne 270 producteurs dans une démarche plus durable et à meilleur rendement en apportant son expertise technique et ses ressources en recherche & développement.

Pour en savoir plus : [www.amora.fr](http://www.amora.fr)

### Relations Médias AMORA® : FHCOM

[victor.hernandez@fhcom.net](mailto:victor.hernandez@fhcom.net) — [frederic.henry@fhcom.net](mailto:frederic.henry@fhcom.net)  
Tél. : 01 55 34 24 24 — [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net) - Twitter : @FHCOM