



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021





# ÉDITO

LAURENT GRANDIN, PRÉSIDENT

L'année 2021, a été déclarée « Année internationale des fruits et légumes » par la FAO et l'OMS. Une année phare donc pour notre filière, conduite par l'ensemble des professionnels, notre ambassadrice et notre parrain Hélène Darroze et Guillaume Gomez, malgré une actualité toujours marquée par la crise sanitaire.

La visibilité offerte aux fruits et légumes en 2021 ainsi que la reconnaissance par les instances internationales ont été l'occasion de sensibiliser plus largement aux bienfaits d'une consommation de fruits et légumes pour la santé, l'environnement et de la nécessité de réduire les pertes alimentaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement, de la production à la consommation.

Tout cela dans un contexte où les confinements successifs, le télétravail, les visio-conférences puis l'instauration du pass sanitaire en août ont modifié considérablement la

consommation des Français, avec pour ce qui concerne notre filière un impact certain sur la restauration collective singulièrement d'entreprise.

C'est ainsi que toute l'année, pour répondre à ces objectifs, la filière s'est mobilisée dans de nombreuses actions qui ont accompagné avec force ce programme. Deux tables rondes ont été organisées afin de débattre sur les priorités et les initiatives portées par Interfel. Un panel d'experts et des représentants politiques ont été conviés à ces deux occasions.

La fête des fruits et légumes frais, événement phare de la filière, s'est déroulée au musée des arts forains sous les yeux de personnalités politiques et institutionnelles tels que Beth Bechdol, Directrice générale adjointe de l'Organisation des Nations Unies (ONU) pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO). Cet événement fut également l'occasion pour toute la filière de fêter ses retrouvailles après une période de mise entre parenthèse sociale.

C'est dans ce cadre que l'interprofession a également soutenu l'Année de la gastronomie française, souhaitée par le Premier Ministre afin de relancer et soutenir la restauration dans son ensemble.

Interfel, tout en poursuivant le déploiement des axes de son plan de relance, a pu percevoir les prémices de quelques avancées majeures pour lesquelles elle se bat sans relâche, notamment sur les questions issues de différentes lois : EGALIM 1 et 2 issues des états généraux de l'alimentation, Climat pour ce qui concerne l'adaptation au changement climatique, AGECE sur l'emballage, l'anti-gaspillage et pour une économie circulaire.

L'annonce d'un plan spécifique aux fruits et légumes et celle du chèque alimentaire viennent couronner les efforts fournis par notre Interprofession depuis de nombreuses années. La filière s'est mise en ordre de marche sur l'ensemble de ces sujets via la création de plusieurs task-force ad'hoc et a, une nouvelle fois, démontré que la force du collectif joue



Interfel, tout en poursuivant le déploiement des axes de son plan de relance, a pu percevoir les prémices de quelques avancées majeures pour lesquelles elle se bat sans relâche

un rôle fondamental dans la capacité à répondre à l'évolution de son environnement qu'il soit politique, économique, sociétal ou sanitaire. Notre implication est totale, mais nous avons aussi besoin de moyens financiers additionnels, pour que la recherche et l'expérimentation accompagnent ces transitions.

2021, c'est aussi l'année de la réélection du Bureau et du Président d'Interfel. Je suis heureux de votre confiance renouvelée et de la reconnaissance de l'engagement collectif et des évolutions importantes que connaît notre interprofession forte aujourd'hui de ses 15 organisations professionnelles. Nous avons ensemble, au sein d'Interfel, réalisé un beau parcours y compris pour des sujets que nous n'avions pas pu anticiper. Tout n'a pas été réussi, mais nous avons abouti sur un grand nombre de dossiers et surtout à nous imposer dans le paysage comme une interprofession respectée et combative. Sur l'ensemble des actions menées, il faut également souligner celles en communication auprès du grand public, la place grandissante de nos Comités régionaux et d'un meilleur positionnement et reconnaissance de notre interprofession au niveau européen. Vous verrez au fil de ces pages l'ensemble des actions menées par les différentes commissions avec l'appui des équipes d'Interfel, que je tiens à sincèrement remercier également les professionnels pour leur totale implication.

2022, nouvelle année de changement, verra le départ à la retraite de notre Directeur général, Louis Orenge dont je salue les grands mérites professionnel et humain.

2022 sera également une année de nouveaux défis que notre interprofession saura assurément relever. À la sortie d'une crise sanitaire sans précédent, les élections présidentielles de 2022 seront l'occasion de nombreux échanges afin de présenter les 5 nouveaux enjeux de la filière des fruits et légumes frais pour le soutien de la consommation.



## SOMMAIRE

### 6 Le rôle d'Interfel

### 7 La gouvernance

### 8 La stratégie interprofessionnelle

### 9 Le budget d'interfel et la répartition de la cve

### 10 Actions stratégies filières, international et affaires juridiques

13 Contexte économique

14 Plateforme Plan de relance Interfel

15 Task force « PPL Egalim 2 »

16 Task force (PJ Climat et résilience)

17 Les accords interprofessionnels

18 Comité RSE

20 Comité bio

22 Comité RHD

24 GT indicateurs

25 GT suivi de marché

26 GT logistiques et emballage

27 GT juridique

28 Focus étude : les études économiques

29 Focus étude : Evolution du marché des fruits et légumes porteurs d'allégations sur les pesticides ou sur leurs résidus

31 Les groupes de réflexion produits

### 32 Actions à l'international

34 La rôle de la commission internationale

35 Négociations Internationales

36 Salons internationaux

37 Actions de communication

### 39 Actions d'information et communication

41 Stratégie Commission Communication

42 Communication institutionnelle & relations avec les pouvoirs publics et les élus

46 L'année internationale des fruits et légumes

48 Cuisinés Maison, les fruits et légumes frais restent légers dans votre budget

50 La Fête des fruits et légumes frais

52 Dispositifs de Communication en soutien aux produits en difficulté de marché

54 Stratégie Enfants Programme Fraich'Force

55 Événements en régions

56 Des actions toute l'année

57 Passionnés pour la vie, les métiers de la filière

58 « Les talents des fruits & légumes » - édition 2021

### 59 Actions produits et qualité innovation-stratégies régionales

61 Commission SIREF

62 Séminaire Création Variétale 27 & 28 octobre 2021

63 Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique

64 Les accords interprofessionnels

65 Les Signes d'Identification de La Qualité et de l'Origine

66 Séminaire sur les accords Interprofessionnels

68 Le contrôle des accords interprofessionnels

70 GT innovation - openlab

71 Ecotrophelia

72 Un réseau national de diététiciens engagé pour la valorisation des fruits et légumes frais

### 76 Actions des Comités régionaux d'Interfel

78 Présentation de la Commission

79 L'année 2021 marque la fin de la phase expérimentale pour les Comités régionaux d'Interfel

### 82 Fonctionnement et organisation interne

83 La communication interne, au cœur de la stratégie de la direction générale

85 Ressources humaines 2021

### 86 Perspectives

# UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR

75 000 ENTREPRISES

450 000 EMPLOIS DIRECTS

DONT 336 902 SAISONNIERS



## PRODUCTION

LA FRANCE EST LE 4<sup>e</sup> PAYS PRODUCTEUR DE FRUITS ET LÉGUMES EN EUROPE, APRÈS L'ESPAGNE, L'ITALIE ET LA POLOGNE

LA PRODUCTION S'ÉLÈVE À PRÈS DE 7,8 MILLIONS DE TONNES EN 2019 (HORS POMME DE TERRE) AVEC 5,5 MILLIONS DE TONNES À DESTINATION DU MARCHÉ DU FRAIS



30 900 EXPLOITATIONS

LÉGUMIÈRES, DONT

6 000 EXPLOITATIONS

SPÉCIALISÉES EN

PRODUCTION DE LÉGUMES DÉDIÉS À L'INDUSTRIE

27 600 EXPLOITATIONS

FRUITIÈRES

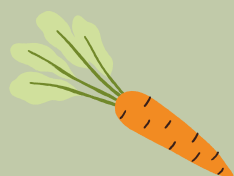
247 ORGANISATIONS

DE PRODUCTEURS

RECONNUES EN FRUITS

ET LÉGUMES

194 COOPÉRATIVES





## DISTRIBUTION

PLUS DE 30 000 POINTS DE VENTE (HYPER, SUPER, EDMP, DRIVES ET MAGASINS DE PROXIMITÉ)

14 311 PRIMEURS

250 ENTREPRISES D'EXPÉDITION ET D'EXPORTATION

160 ENTREPRISES D'IMPORTATION ET D'INTRODUCTION

907 GROSSISTES (HORS CENTRALES)



## CONSOMMATION

19,1 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES AU STADE DE LA CONSOMMATION (HORS POMME DE TERRE)

1,5 MILLIARDS D'EUROS POUR LA RESTAURATION HORS DOMICILE

1,3% DES DÉPENSES TOTALES DES MÉNAGES FRANÇAIS



## RESTAURATION COLLECTIVE

PRÈS DE 300 000 SALARIÉS EN RESTAURATION COLLECTIVE

60% EN GESTION DIRECTE ET 40% EN GESTION CONCÉDÉE



# LE RÔLE D'INTERFEL

Créée en 1976, Interfel, l'Interprofession des fruits et légumes frais, rassemble l'ensemble des produits issus de la filière des fruits et légumes frais. Tous les stades représentant les métiers de la filière sont représentés : production, coopération, gouvernance économique, expédition, importation/ introduction, expédition/exportation, commerce de gros, distribution (grandes surfaces, commerces spécialisés et restauration collective). Organisme de droit et d'initiative privés, Interfel est reconnue association interprofessionnelle nationale agricole par le droit rural français, ainsi que par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996 dans le cadre de l'OCM (Organisation commune de marché).

## LE TRAVAIL INTERPROFESSIONNEL : UNE RÉPONSE COLLECTIVE AU SERVICE DE LA FILIÈRE

L'interprofession se caractérise par une valeur ajoutée au profit de l'ensemble de la filière. La valeur ajoutée procurée par les actions de l'interprofession porte sur les produits tout au long de la filière. L'approche interprofessionnelle est par définition verticale, créant une valeur collective qui ne se limite pas simplement à la somme des valeurs de chaque métier au sein de la filière

## LES MISSIONS D'INTERFEL

Interfel a pour missions notamment d'élaborer des accords interprofessionnels, de prendre en charge les orientations stratégiques de la recherche et de l'expérimentation, et de défendre la place de la filière aussi bien sur le marché national qu'international. Enfin, Interfel met en œuvre des

actions d'information et de communication pour encourager la consommation de fruits et légumes frais.

Pour conduire ses missions, Interfel et ses membres placent au premier rang de leurs priorités communes une meilleure connaissance du consommateur, des marchés et de leur évolution, afin d'être collectivement plus à même d'adapter l'offre des fruits et des légumes frais à la demande.

Par le biais de l'Agence pour la recherche et l'information en fruits et légumes (Aprifel), Interfel œuvre pour la vulgarisation et la transmission des données scientifiques relatives aux fruits et légumes auprès des professionnels de la santé, de la filière et des associations de consommateurs. A travers le financement du Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL), Interfel permet d'améliorer les performances et la compétitivité des acteurs de la filière.

## Les membres d'Interfel

Les membres d'Interfel sont les organisations représentatives au niveau national des opérateurs économiques des différentes professions de la filière. Ces 15 organisations membres sont issues de tous les métiers intervenant au sein de la filière des fruits et légumes frais de l'amont à l'aval.

### COLLÈGE AMONT



#### FNPFF

Fédération nationale des producteurs de fruits



#### LÉGUMES DE FRANCE

Fédération nationale des producteurs de légumes



#### FELCOOP

Fédération française de la coopération fruitière, légumière et horticole



#### GEFEL

Gouvernance économique des fruits et légumes



#### COORDINATION RURALE



#### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

### COLLÈGE AVAL



#### ANEEFEL

Association nationale des expéditeurs et exportateurs de fruits et légumes



#### UNCGFL

Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes



#### SAVEURS COMMERCE

Fédération nationale des commerces alimentaires spécialisés de proximité



#### FCD

Fédération des entreprises du commerce et de la distribution



#### FCA

Fédération du Commerce Coopératif et Associé - collège alimentaire



#### RESTAU'CO

Réseau de restauration collective en gestion directe



#### SNRC

Syndicat national de la restauration concédée



#### CSIF

Chambre syndicale des importateurs français de fruits et légumes frais



#### SNIFL

Syndicat national des importateurs / exportateurs de fruits et légumes

# LA GOUVERNANCE

**SES MEMBRES** Élus par l'AG pour la durée d'une mandature, *intuitu personae*, les administrateurs ont le mandat de représenter la filière et d'œuvrer dans le sens de l'intérêt général.

## MEMBRES DU BUREAU

### Président

Monsieur Laurent Grandin

### Vice-président

Monsieur Jean-Michel Delannoy (FELCOOP)

### Secrétaire général

Monsieur Daniel Sauvaitre (GEFeL)

### Secrétaire Général adjoint

Monsieur Alain Kritchmar (CSIF)

### Trésorier

Monsieur Georges Daniel (FCD)

### Trésorier adjoint

Monsieur Jean-Louis Ogier (Coordination Rurale)

## MEMBRES DE LA CONFÉRENCE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES NATIONALES

### Collège Amont

Françoise Roch (FNPF)

Jacques Rouchaussé (Légumes de France)

Jean-Michel Delannoy (FELCOOP)

Bruno Darnaud (GEFeL)

Sébastien Héraud (Coordination Rurale)

Vincent Delmas (Confédération Paysanne)

### Collège Aval

Bernard Gérin (ANEFEFEL)

Didier Marques (UNCGFL)

Christel Teyssède

(Saveurs Commerce)

Georges Daniel (FCD)

Frédéric Legal (FCA)

Sylvie Dauriat (Restaü'co)

Philippe Pont-Nourat (SNRC)

Philippe Pons (CSIF)

Denis Ginard (SNIFL)

## MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2021



### FNPF

Françoise Roch - Luc Barbier  
Aurélien Soubeyrand



### LÉGUMES DE France

Jacques Rouchaussé  
Bruno Vila - Philippe Brehon



### FELCOOP

Jean-Michel Delannoy  
Christophe Rousse - Jean Nougaillac



### GEFeL

Bruno Darnaud - François Lafitte  
Daniel Sauvaitre



### COORDINATION RURALE

Sébastien Héraud - Jean-Louis Ogier



### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Jonathan Chabert - Vincent Delmas



### ANEFEFEL

Bernard Gérin - Éric Guasch  
Olivier Lemouzy



### UNCGFL

Didier Marques - Christian Berthe  
Philippe Guyot



### SAVEURS COMMERCE

Christel Teyssède  
Karine Bondu - Jean-Marc Brodbeck



### FCD

Georges Daniel - Jeff Mahintach  
Sophie Malinas



### FCA - Section alimentation

Frédéric Legal - Hervé Mayoud



### RESTAU'CO

Sylvie Dauriat



### SNRC

Philippe Pont-Nourat  
Jean-Frédéric Geolier



### CSIF

Philippe Pons - Alain Kritchmar



### SNIFL

Denis Ginard - Emmanuel Eichner

## CHIFFRES CLÉS 2021 DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

### 41 RÉUNIONS INTERNES

- 20 Codir
- 3 comités opérationnels
- 11 Copil communication interne
- 7 réunions du Comité de coordination des directeurs des organisations professionnelles

### 13 RÉUNIONS STATUTAIRES

- 4 Conseils d'Administration, dont 1 électif
- 4 Conférences des Présidents des organisations professionnelles (COPN)
- 2 Assemblées générales, dont 1 élective

### 27 RÉUNIONS INSTITUTIONNELLES

### 90 COLLABORATEURS

### LA DIRECTION GÉNÉRALE S'APPUIE SUR 5 DIRECTIONS :

3 directions opérationnelles et 2 directions supports.

## MEMBRES ASSOCIÉS

**BIK** : Kiwi fruit

**ANIAIL** : Ail

**AFIDEM** : Fruits & Légumes transformés

**FMGF** : Fédération des Marchés de Gros de France

**ANICC** : Association Nationale Interprofessionnelle du Champignon de Couche

# LA STRATÉGIE INTERPROFESSIONNELLE



## NOS ENGAGEMENTS

*"Être créateur de valeur collective à l'échelle d'une filière"*

1

Favoriser le dialogue entre les familles représentant les divers métiers de la filière et défendre et expliquer les décisions interprofessionnelles auprès des décideurs et des publics concernés.

2

Se doter des moyens humains, financiers et techniques permettant de soutenir les activités de la filière et la place des fruits et légumes au sein de notre alimentation.

3

Dynamiser et soutenir la place des fruits et légumes frais au sein de notre alimentation.

4

Proposer, soutenir et faire appliquer les accords interprofessionnels qui permettent de défendre les intérêts communs de la filière dans le respect de l'intérêt général.



# LE BUDGET D'INTERFEL ET LA RÉPARTITION DE LA CVE FOCUS SUR LA CVE (Cotisation volontaire étendue)

Il a été institué entre les organisations professionnelles membres d'Interfel une cotisation professionnelle destinée à favoriser le développement de la consommation des produits de la filière par des actions d'information, de publi-promotion générique, d'étude, ainsi que d'assurer, par des accords interprofessionnel, l'amélioration et le contrôle de la qualité des produits, le développement d'actions d'expérimentation et coordonner la recherche appliquée afin de favoriser la compétitivité et l'innovation technique des opérateurs de la filière.

Cet accord s'applique aux fruits et légumes frais et secs (dont la commercialisation des produits dits de 4<sup>ème</sup> gamme), n'ayant pas subi de transformation destinée à leur garantir une longue conservation, et aux plantes aromatiques fraîches à usage culinaire. Sont exclus du champ de cet accord les pommes de terre, la banane ainsi que les lentilles, pois-chiches et le soja. Pour l'assiette de la cotisation, Interfel entend donc par fruits et légumes frais, tous les fruits et légumes distribués ou commercialisés dans leur forme brute, et n'ayant pas subi de transformation destinée à leur garantir une longue conservation.

Sont notamment concernés par la cotisation les fruits et légumes frais préparés et prêts à l'emploi (type 4<sup>ème</sup> gamme et fraîch/découp) et les fruits et légumes de 1<sup>ère</sup> gamme 1/2 conformément aux définitions données par la DGCCRF.

**L'accord CVE est demandé pour un renouvellement tous les trois ans.**

Chaque opérateur de la filière, personne physique ou morale,

à compter de celui effectuant la première mise en marché, est redevable de la cotisation. Les dispositions de l'accord relatif à la cotisation sont étendues et rendues obligatoires pour l'ensemble des professionnels de la filière par arrêté interministériel.

FOCUS sur les financements européens & nationaux - en réponse à des appels à proposition Interfel répond aux appels à proposition de la Commission européenne afin de bénéficier d'un effet de levier pour promouvoir les fruits et légumes frais en France, en Europe et dans les pays tiers. Les financements européens permettent d'amplifier la portée des actions et d'en mener de nouvelles ce qui serait impossible sans le financement européen. Interfel bénéficie également de cofinancement de FranceAgriMer, notamment dans le cas de crises touchant le secteur. La mise en place des Comités Régionaux d'Interfel permet le déploiement des actions au niveau régional avec également l'appui des administrations locales.

## BUDGET RÉPARTI SELON LA CVE DE 39.9 MILLIONS D'EUROS

ACTIONS	% BUDGET PART CVE
<b>Actions recherche expérimentation et transfert</b>	<b>45%</b>
<b>Actions d'information et communication</b>	<b>31%</b>
<b>Actions international et communication à l'étranger</b>	<b>4%</b>
<b>Actions d'information scientifique</b>	<b>13%</b>
<b>Stratégie qualité, études économiques, actions juridiques</b>	<b>6%</b>
<b>Actions des Comités Régionaux d'Interfel</b>	<b>0,5%</b>

*Le budget d'Interfel par commission réalisé en 2021 sera détaillé ultérieurement dans les pages suivantes.*



# ACTIONS STRATÉGIES FILIÈRES, INTERNATIONAL ET AFFAIRES JURIDIQUES





**Daniel SAUVAITRE,**  
président  
délégué



**Jeff MAHINTACH,**  
président  
exécutif

### 13 CONTEXTE ÉCONOMIQUE

#### 14 PLATEFORME PLAN DE RELANCE INTERFEL

#### 15 TASK FORCE « PPL EGALIM 2 »

#### 16 TASK FORCE (PJ CLIMAT ET RÉSILIENCE)

#### 17 LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

#### 18 COMITÉ RSE

#### 20 COMITÉ BIO

#### 22 COMITÉ RHD

#### 24 GT INDICATEURS

#### 25 GT SUIVI DE MARCHÉ

#### 26 GT LOGISTIQUES ET EMBALLAGE

#### 27 GT JURIDIQUE

#### 28 FOCUS ÉTUDE : LES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

#### 29 FOCUS ÉTUDE : ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES PORTEURS D'ALLÉGATIONS SUR LES PESTICIDES OU SUR LEURS RÉSIDUS

#### 31 LES GROUPES DE RÉFLEXION PRODUITS

La Commission Économie a été définie comme **lieu d'échange, de dialogue, de partage d'expériences et de transfert d'expertises, permettant de créer un environnement favorable à l'élaboration de recommandations et d'outils interprofessionnels (guides, accords, etc.) applicables et appliqués, au service de la durabilité et de la compétitivité de la filière. Cette commission vise l'adéquation de l'offre à la demande avec pour objectif final, à terme, de créer les conditions économiques afin de doubler la consommation de fruits et légumes frais et d'augmenter la production française.** Elle est co-présidée par Daniel Sauvaitre en tant que président délégué et Matthieu Lovery auquel a succédé Jeff Mahintach mi 2021 en tant que président exécutif. Toutes les organisations professionnelles membres d'Interfel sont représentées au sein de cette commission qui comprend près de 40 membres (cf. composition ci-après)

En 2021, la Commission Économie a ciblé son action – au-delà des actions pérennes initiées depuis de nombreuses années et inscrites dans le plan de filière fruits et légumes – sur le suivi du plan « France relance » dans l'objectif d'un meilleur fléchage des mesures au bénéfice de la filière. Par ailleurs, la crise COVID-19 a montré la nécessité d'un suivi conjoncturel des marchés encore plus efficient et réactif. L'actualité législative et réglementaire a mobilisé fortement les membres de la commission et a continué d'être marquée par la préparation de la filière aux échéances liées à la suppression

des emballages plastiques et aux évolutions du cadre relatif aux relations commerciales (suites de la loi EGALIM en matière de SRP, promotion, transposition de la directive PCD, etc.). Enfin, la reconnaissance par les pouvoirs publics de nos accords interprofessionnels reste une priorité qui a été travaillée lors du séminaire qui s'est tenu au mois de mars.

### **Tout au long de l'année 2021, la Commission Économie a donc été mobilisée sur de nombreux dossiers en matière :**

- **D'observatoire économique, de suivi des marchés et de dynamisation de la consommation :** avec le suivi de l'évolution du taux d'auto-alimentation des principaux fruits et légumes, la révision de l'indicateur de marché du RNM et les actions possibles en cas de crise conjoncturelle, la publication mensuelle d'indicateurs relatifs à l'évolution des coûts de production, etc.
- **De suivi des tendances de consommation et d'organisation économique de la filière :** avec la conduite de différentes études économiques et consommateurs.
- **De qualité et de segmentation des produits :** avec notamment la poursuite des négociations avec les pouvoirs publics pour l'extension de nos accords qualité, l'organisation de réunion en région sur les SIQO, l'animation de la démarche autour du logo « fruits et légumes de France », etc.
- **De relations commerciales et de facilitation des transactions :** avec le lancement de la mise à jour du code d'usage Cofreurop, le suivi de la transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, l'évaluation de la mesure de relèvement du SRP, le renouvellement de nos accords relatifs aux relations commerciales, etc.
- **De traçabilité, digitalisation, emballages et logistique :** avec le suivi bien entendu de la loi AGECE et le lancement de projets associés, la participation à NUMAGRI, le renouvellement d'accords sur la logistique (étiquettes palettes, datage des colis), etc.
- **D'expertise économique sur la réglementation française et européenne :** avec une implication toujours plus forte d'Interfel sur tous les textes impactant l'économie de la filière, la réponse à diverses consultations émanant des pouvoirs publics français et européens et le suivi des dispositifs du plan de relance.

En 2021, la Commission Économie a ciblé son action sur le suivi du plan « France relance » dans l'objectif d'un meilleur fléchage des mesures au bénéfice de la filière.

## LA COMMISSION ÉCONOMIE EST COMPOSÉE DES REPRÉSENTANTS DES 15 ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES D'INTERFEL

### Collège Amont

#### FNPF

Nicolas FABRE  
Charlie GAUTIER  
Stéphanie PRAT  
Adeline GACHEIN

#### LÉGUMES DE France

Daniel BOUQUILLON  
Jean SALES  
Bruno VILA

#### FELCOOP

Christophe ROUSSE  
David POTEREAU  
Françoise BESSE

#### GEFeL

Daniel SAUVAITRE  
Lauriane LE LESLE  
René REYNARD

#### COORDINATION RURALE

Christian SCHIEVENE  
Joris MIACHON

#### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Jonathan CHABERT  
André BOUCHUT

### Collège Aval

#### ANEEFEL

Joël BOYER  
Bernard GERIN  
Sabine ALARY

#### UNCGFL

Bruno BERNARD-COFFRE  
David DUBUC  
Benoît GILLES

#### SAVEURS COMMERCE

Christel TEYSSÉDRE  
Pascal DUJOLS  
Sandrine CHOUX

#### FCD

Jeff MAHINTACH  
Hugues BEYLER

#### FCA

Hervé MAYOUD  
Frédéric LEGAL

#### RESTAU'CO

Eric LEPECHEUR  
Yves FRIOT

#### SNRC

Esther KALONJI

#### CSIF

Véronique LE BAIL  
François VIGUIER

#### SNIFL

Denis GINARD  
David PATTE/Cyril GORNES

## LE BUDGET

Commission économie : budget total réalisé intégrant la CVE et les cofinancements = **2 017 180 €**

Commission économie : budget total réalisé part CVE hors cofinancements = **2 017 440 €**

	Part CVE utilisée	Part sur le total des cofinancements obtenus
<b>Etudes</b>	100%	0%*
<b>Partenariats et expertise filière</b>	100%	0%
<b>Produits &amp; marchés</b>	100%	0%
<b>Stratégie Produits</b>	100%	0%
<b>Gestion des actions/Frais juridiques/ Marque Logo France</b>	100%	0%
<b>Plan de relance</b>	100%	0%
<b>Valeur/Etudes socio-économiques</b>	100%	0%
<b>Compétitivité/Etudes socio-économiques</b>		0%
<b>Etudes sur les entreprises</b>		
<b>TOTAL Stratégies Filières et Affaires juridiques</b>	100%	0%

\*Pourcentage ne tenant pas compte des aides FranceAgriMer via les achats en groupement de commandes





# CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Après une année 2020 extrêmement marquée par l'apparition de la crise sanitaire internationale de la Covid 19, la France a retrouvé globalement son niveau d'activité d'avant-crise sanitaire dès le 3<sup>ème</sup> trimestre 2021, dans un contexte de poursuite de l'épidémie maîtrisée néanmoins par la mise en place de la vaccination, du pass sanitaire et de mesures de restrictions moins « fortes » qu'en 2020.

L'inflation globale a accéléré de +1,6 % en 2021, un niveau jamais atteint depuis 2018 après une hausse de +0,5% en 2020, principalement tirée par les prix de l'énergie, notamment sur les derniers mois de l'année. D'un point de vue climatique, 2021 a été en moyenne plus conforme à la normale que les années précédentes. Toutefois, l'année a été très contrastée en termes de températures et de pluviométrie, et a été marquée par des épisodes de gel exceptionnel en avril, ayant entraîné une baisse de production (fruits d'été notamment) en France et de manière plus globale en Europe.

## CONTEXTE NATIONAL

### UNE DEMANDE EN REcul SUR UN AN APRÈS UN PIC ATTEINT EN 2020, MAIS QUI RESTE NÉANMOINS SUPÉRIEURE À SON NIVEAU D'AVANT-CRISE SANITAIRE

En réponse à la poursuite de la crise sanitaire, l'adaptation des comportements de consommation des Français a perduré en 2021 : moins de fréquentation des magasins, des paniers plus gros, plus d'enseignes fréquentées. Ainsi, une hausse des achats de produits de grande consommation - frais libre-service (à lier à un effet de transfert de la RHD vers la consommation à domicile) reste observée en 2021 par rapport à 2019, après un pic atteint en 2020 - conséquence des mesures gouvernementales de confinements/couvre-feux. Une attention toujours plus marquée aux produits choisis, à sa consommation de protéines animales, aux offres plus « vertueuses », au souhait de privilégier le local/made in France à l'avenir, a continué d'être observée en 2021, permettant une poursuite de la valorisation des achats (en l'absence d'un retour de l'inflation sur une majeure partie de l'année). La gamme biologique de manière globale n'a cependant pas bénéficié de cette dynamique en 2021. La consommation des produits frais traditionnels recule

également en volume et en valeur sur un an pour une majeure partie des catégories de produits, dont les fruits et légumes frais, mais reste supérieure à ses niveaux d'avant crise sanitaire.

### UNE CONSOMMATION DE F&L PAR MÉNAGE ÉTROITEMENT LIÉE AUX PERTURBATIONS GÉNÉRÉES PAR LA PANDÉMIE

Les sommes dépensées par ménage ont reculé de -3,5% en 2021 par rapport à 2020, après une hausse marquée en 2020. Les achats par ménage en volume ont reculé de -4,3% sur un an, en lien avec une baisse marquée du panier moyen d'achat en volume, mais restent d'un bon niveau, légèrement supérieurs à 2019. La fréquence d'achat est un peu remontée sur l'ensemble de l'année mais demeure à un niveau inférieur à 2019, en réponse à la poursuite de la crise sanitaire en 2021.

### BIO - UN REcul MARQUÉ DES ACHATS EN VOLUME ET UN REpli DU RECRUTEMENT

Après une année 2020 où les principaux indicateurs de consommation en bio n'avaient augmenté que pendant les périodes de confinement, l'année 2021 se traduit par un repli des achats non compensé par une augmentation des prix. Le recul des achats en volume d'environ -11% sur un an, plus marqué que sur l'ensemble des F&L frais, est lié à la baisse de la fréquence d'achat et à une diminution sensible du panier moyen en volume, conjuguées à une baisse de la taille de la clientèle qui revient au niveau de 2019 après les achats perturbés des ménages pendant les confinements.

Pour en savoir plus, des éléments complémentaires sont disponibles dans le bilan consommation 2021 téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (extranet) : <https://www.interfel.com/docs/bilan-consommation-2021-interfel/>

# PLATEFORME PLAN DE RELANCE INTERFEL

Pour faire face à l'épidémie de Covid-19, le Gouvernement a mis en place dès le début de la crise, un plan d'urgence afin de soutenir les entreprises, les filières et les salariés. A la suite de ce plan d'urgence, un plan de relance de près de 100 milliards d'euros a été annoncé en septembre 2020 pour la période 2020-2022.

Dès l'annonce du gouvernement concernant ce plan, Interfel a travaillé à son analyse s'agissant notamment des mesures concernant la filière Fruits et Légumes frais. L'objectif étant de mettre à disposition des opérateurs de la filière une grille de lecture des dispositifs annoncés.

Ainsi, pour maximiser l'accès des opérateurs de toutes les familles professionnelles aux guichets de ce plan de relance, Interfel a mis en place une plateforme digitale <https://plan-de-relance.interfel.com/> ciblant l'ensemble des mesures d'intérêt pour la filière Fruits & Légumes frais, par type de structures ou thématiques et au fur et à mesure de leur sortie et mise à jour.

Grâce aux inscriptions via le formulaire de contact de la plateforme, les opérateurs de la filière ont régulièrement reçu des newsletters les informant sur les évolutions du dispositif.

Etant donné l'intérêt et l'engouement suscités par cette plateforme, Interfel a lancé dans le cadre de la refonte de son site internet une réflexion sur la création d'une interface générique pour informer plus largement et dans la durée les opérateurs de la filière sur les dispositifs d'accompagnement et de soutien.

En 2022, la Plateforme Plan de Relance évoluera donc et inclura notamment des mesures de France 2030 annoncé en octobre 2021 et d'autres dispositifs de soutien pertinents pour la filière des Fruits et Légumes frais.

Dans cette attente, l'adresse mail [planderelance@interfel.com](mailto:planderelance@interfel.com) demeurera opérationnelle afin de répondre aux questions des professionnels.





## TASK FORCE « PPL EGALIM 2 »

**Interfel a mis en place au début du mois de juin 2021 une taskforce « PPL Egalim 2 » rattachée à la Commission économie pour suivre la proposition de loi visant à protéger la rémunération des agriculteurs déposée par le député Grégory Besson-Moreau (dite « Egalim 2 »).**

La task force s'est réunie six fois jusqu'à la promulgation de la loi le 18 octobre 2021. L'ensemble des articles de loi a fait l'objet d'un décryptage continu au fur et à mesure de leur évolution afin d'analyser l'impact, tant positif que négatif, que ceux-ci pourraient avoir sur les relations économiques au sein de la filière. Des notes de position argumentées ont été élaborées dans ce cadre.

Parmi les mesures prévues par la loi Egalim 2 figure la contractualisation écrite pluriannuelle obligatoire entre le producteur et son premier acheteur. La loi offrant la possibilité à certaines filières agricoles de déroger à cette règle, Interfel a demandé le maintien d'une contractualisation volontaire pour les fruits et légumes frais en rappelant les raisons qui justifiaient cette dérogation pour notre secteur (en premier lieu le caractère météo-sensible et la diversité des produits

qui rend impossible un engagement systématique sur une longue période). De la même manière, des argumentaires ont été consolidés pour justifier de la non-applicabilité d'un certain nombre de mesures de la loi pour notre filière. Sur ces différents sujets, l'interprofession a été entendue.

Après la promulgation de la loi, la task force a poursuivi son travail sur les décrets d'application élaborés par l'administration. Elle s'est également réunie plusieurs fois pour débattre de l'opportunité de sortir ou non, pour certains produits de la filière, de l'expérimentation du dispositif « SRP+10 ». Les membres d'Interfel ont ainsi pu agréger un certain nombre de données permettant de décrire l'impact de la mesure de relèvement du SRP sur les relations commerciales, préparant ainsi l'échéance de la fin de l'expérimentation de la mesure fixée à avril 2023.



# TASK FORCE « PJ CLIMAT ET RÉSILIENCE »

Afin de suivre le projet de loi « Climat et résilience », Interfel a mis en place dès le début des débats parlementaires une task force placée sous l'égide de la Commission économie. 7 notes de positionnement ont été rédigées dans le cadre de ces travaux afin d'analyser les mesures jugées prioritaires pour la filière fruits et légumes et proposer des évolutions législatives tenant compte des contraintes, spécificités et atouts du secteur. Dans ce cadre, les problématiques suivantes ont fait l'objet d'une attention particulière :

- **L'affichage environnemental** : fort de l'expérience acquise depuis de nombreuses années par le CTIFL en matière d'ACV, plusieurs principes ont été portés au niveau des élus : nécessité d'une méthodologie consensuelle, harmonisée et co-construite avec les acteurs directement concernés ; nécessité d'une promotion et reconnaissance au niveau européen des méthodologies définies au niveau national, attention particulière à porter aux notions « d'externalités environnementales », incompatibilité entre un affichage environnemental sur nos produits et la suppression à très courte échéance de tout emballage « plastique »...

- **Le développement du vrac** : Interfel a porté la demande d'une étude d'impact sur ce sujet préalablement à la mise en œuvre d'une telle mesure, notamment pour vérifier que celle-ci ne conduira pas à freiner la consommation des fruits et légumes frais qui reste un enjeu majeur de santé publique.

- **Marchés publics et indication d'origine** : Interfel a porté la demande d'autoriser de manière dérogatoire, au niveau de toutes les régions européennes et dans la limite d'un tiers du montant des appels d'offres publics pour les approvisionnements en produits frais, seuls totalement tracés sur un territoire, à recourir à des produits locaux dans les mises en concurrence.

- **Alimentation « durable » en RHD** : Interfel a alerté sur le double risque que les fruits et légumes frais deviennent la variable d'ajustement d'une mesure visant la montée en gamme des viandes et poissons en restauration collective et d'un changement des règles applicables en matière de certification environnementale (HVE).

- **Chèque alimentaire pour les plus démunis** : Interfel a défendu avec force la mise en place d'un chèque « fruits et légumes frais » ou, a minima, ciblant les produits frais et durables au sens de la loi EGALIM (HVE, SIQO, Bio, etc.).

- **Information sur la saisonnalité des fruits et légumes frais** : Interfel a défendu l'idée que l'information des consommateurs sur la saisonnalité des fruits et légumes doit passer par une pédagogie adaptée autour des conditions de productions qui évoluent, tout comme les conditions de commercialisation.

Il importe de mettre en avant une information sérieuse et professionnelle qui ne peut se réduire à un affichage en magasin. La mesure doit donc évoluer pour intégrer l'information diffusée par voie électronique d'une part et la mise en place effective des espaces d'information périodiques gratuits déjà prévus par la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt. L'affichage par voie électronique a été retenu par le législateur. La task force a continué de se réunir après la publication de la loi pour travailler à un calendrier interprofessionnel de saisonnalité des fruits et légumes.

- **L'encadrement des labels privés** : grâce à l'action concertée d'Interfel et de ses organisations membres, la rédaction de l'article de loi a évolué en permettant d'élargir le champ des démarches collectives répondant à la définition de labels privés.



# LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

Interfel a notamment pour mission l'élaboration d'accords interprofessionnels qui peuvent être étendus par les pouvoirs publics rendant ainsi leur application obligatoire pour tous les opérateurs de la filière conformément à l'article L.632-4 du code rural.

## INTERFEL ÉLABORE TROIS TYPOLOGIES D'ACCORDS :

### 1 - L'ACCORD INTERPROFESSIONNEL « COTISATION AD VALOREM » (ACCORD CVE)

Cet accord porte sur la cotisation interprofessionnelle en vue du financement des actions collectives portée par l'interprofession et telles qu'elles sont prévues à l'article 164 du règlement (UE) n°1308/2013 du 17 décembre 2013 (dit « OCM »).

L'accord CVE du 4 juin 2019 adopté à l'unanimité par les professionnels de la filière réunis en Conférence des Présidents a été étendu par les pouvoirs publics, pour les années civiles 2021 et 2022 par arrêté interministériel du 24 novembre 2020.

L'accord CVE fixe les taux de la cotisation interprofessionnelle, cotisation assise sur le chiffre d'affaires « fruits et légumes » des différents maillons de la filière, et précise que le produit de la cotisation est affecté au financement :

- D'actions génériques de marketing, publi-promotion et d'études pour le développement de la consommation des fruits et légumes frais ;
- D'actions d'information, d'éducation et de réponse aux attentes sociétales sur les fruits et légumes frais ;
- D'actions d'investissement collectif dans la prospection de nouveaux marchés et la promotion des fruits et légumes frais à l'étranger ;
- D'actions destinées à assurer l'amélioration de la segmentation du marché et le contrôle de la qualité des fruits et légumes ;
- D'actions de recherche appliquée et d'expérimentation.

### 2 - LES ACCORDS PORTANT SUR LES PRATIQUES COMMERCIALES & LOGISTIQUES

En 2021, quatre accords interprofessionnels portant sur les pratiques commerciales et la logistique étaient en vigueur :

- **Accord interprofessionnel « Harmonisation des pratiques de datage des colis et des UVC »** du 10 mars 2020 : cet accord a pour objet d'harmoniser les pratiques de datage lors de l'étiquetage des colis et des Unités de Vente Consommateurs de fruits et légumes commercialisés en 1<sup>ère</sup> gamme, lorsque l'apposition d'une date est demandée par un client à son fournisseur.
- **Accord interprofessionnel sur les réfections tarifaires** du 20 octobre 2020, entré en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2021 pour une durée de trois ans : cet accord, mentionné par l'article L.443-2 alinéa II du Code de Commerce, encadre les réfections tarifaires pouvant avoir lieu entre un fournisseur et son client, en cas de non-conformité qualitative ou quantitative du produit livré par rapport à la commande.

- **Accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation »** du 8 janvier 2019 : cet accord a pour objet de définir des standards de palettisation pour les transactions et les conditions de valorisation de ces standards dans le cadre des relations commerciales entre le fournisseur et son client.

- **Accord interprofessionnel sur la sécurisation des annonces de prix hors lieux de vente** du 9 mars 2021 : cet accord interprofessionnel, en lien avec l'article L.441-2-1 du Code de Commerce, a pour objectif de sécuriser les délais de finalisation des éléments constitutifs de l'engagement contractuel écrit entre un fournisseur et son client, en cas d'annonces de prix hors lieux de vente par voie de prospectus/catalogue/radio/presse quotidienne régionale ou nationale.

### 3 - LES ACCORDS PORTANT SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS

Au nombre de 12 en 2021 dont 5 étendus ou partiellement étendus, ces accords définissent les règles ou caractéristiques applicables aux produits concernés. (cf. page 65).

L'année 2021 a également été l'occasion pour les organisations membres d'Interfel de se réunir lors d'un séminaire qui s'est tenu en mars 2021 afin d'échanger sur la thématique des accords interprofessionnels (cf. page 66).





# COMITÉ RSE (3 RÉUNIONS EN VISIO, 1 EN PRÉSENTIEL)

## Co-rapporteurs du Comité RSE en 2021 :

Amont : Patrick Briand (FELCOOP)

Aval : Damien Castagnier puis Mathilde Caner (FCD)

## 1 - DES TRAVAUX MENÉS SUR DES THÉMATIQUES VARIÉES EN LIEN AVEC LA RSE

### Pratiques agricoles durables

La durabilité des pratiques agricoles a été abordée sous différents angles. Lancée en 2020, **l'étude sur l'évolution du marché des fruits et légumes porteurs d'allégations sur les pesticides et les résidus a été finalisée en 2021 (cf. Focus étude p.28-30)**. L'objet de cette étude était de dresser un état des lieux quantitatif du marché des produits porteurs de ces allégations, d'analyser le consentement à payer des consommateurs sur cette gamme de produits et d'étudier dans quelle mesure cette offre nouvelle pouvait avoir des impacts, tant en termes d'image que d'achat effectif, sur le reste du rayon fruits et légumes.

Cette étude a fait l'objet d'une restitution au Comité RSE et une infographie a été réalisée afin de valoriser les résultats auprès des acteurs concernés.

Sur le volet des pratiques agricoles durables, toujours, Interfel a lancé, courant 2020, **un état des lieux des démarches de progrès liées aux pratiques agricoles**

**qui comporte une analyse des évolutions nécessaires à opérer afin d'atteindre les exigences des démarches considérées comme des références pour la filière**

(certification environnementale des exploitations et démarches équivalentes pour les produits hors origine France). Les premiers résultats de cette étude ont été présentés au Comité RSE en décembre 2021, une synthèse sera publiée courant 2022.

### Affichage environnemental

En 2021, Interfel a suivi de près les travaux menés en participant au Comité des partenaires de l'expérimentation sur l'affichage environnemental pilotée par le ministère de la Transition écologique afin de s'assurer que les méthodologies travaillées ne soient pas défavorables aux fruits et légumes et tiennent compte des particularités de notre secteur (produits bruts, vendus majoritairement en vrac, etc.). Cette expérimentation a conduit à l'élaboration d'un rapport du gouvernement remis au Parlement fin 2021, précisant les grandes orientations du futur affichage.

En parallèle, le Comité RSE a validé la participation d'Interfel à une coalition européenne sur le sujet menée par Freshfel. L'objectif de cette coalition est de développer une méthodologie de calcul de l'empreinte environnementale objective et standardisée, une base de données et un outil digital pour le secteur des fruits et légumes frais qui soient partagés par les professionnels du secteur et les parties



prenantes, y compris les consommateurs. Les travaux de cette coalition débiteront en 2022.

Une étude d'impacts de la mise en place d'un tel affichage sera également lancée en 2022 en collaboration avec le CTIFL.



### Certification environnementale

Malgré un développement très positif de la démarche dans notre secteur, on observe un niveau de connaissances hétérogène au sein de la filière, de nombreuses interrogations persistent.

Pour y répondre, les membres du Comité RSE ont décidé en 2020 de la réalisation d'un « vadémécum » spécifique à cette certification pour la filière Fruits et Légumes. En 2021, le Comité RSE a recensé, via un questionnaire en ligne, les principales questions et les points à traiter. L'outil sera développé et mis en ligne courant 2022.

### Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique

Le Comité RSE a activement participé aux travaux menés par la « Task Force » Interfel dédiée au Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique lancé en mai 2021 par le ministère de la Transition écologique et le ministère

de l'Agriculture. Ces travaux ont conduit à l'élaboration d'une contribution d'Interfel à la thématique 2 intitulée « Renforcer la résilience de l'agriculture dans une approche globale en agissant notamment sur les sols, les variétés, les pratiques culturales et d'élevage, les infrastructures agroécologiques et l'efficacité de l'eau d'irrigation ».

## 2 - MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE « RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE » POUR LA FILIÈRE

Le Comité RSE travaille actuellement à l'établissement d'une démarche de responsabilité sociétale à l'échelle de la filière en suivant les grandes étapes de la méthodologie reconnue. L'année 2021 a été marquée par l'approfondissement de certains enjeux parmi les 9 précédemment identifiés par la filière. Le travail sera poursuivi en 2022 avec la cartographie, la hiérarchisation et la consultation des parties prenantes sur leur vision des enjeux prioritaires pour la filière fruits et légumes frais afin de dégager des axes de travail communs et d'identifier des indicateurs à suivre pour chacun des axes. L'objectif de cette action est d'objectiver et valoriser les progrès de la filière sur différents axes de la RSE et d'identifier les marges de manœuvre pour progresser encore davantage.

Par ailleurs, le Comité RSE a participé à l'élaboration du contenu de la communication informative Healthyvores portée par Aprifel.



# COMITÉ BIO (3 RÉUNIONS EN VISIO, 1 EN PRÉSENTIEL)

## Co-rapporteurs du Comité Bio en 2021 :

Amont : Bruno Vila (Légumes de France)

Aval : Emmanuel Eichner (SNIFL)

### Compte-tenu des difficultés rencontrées sur le plan économique, le Comité Bio a mis l'accent sur la connaissance du marché des fruits et légumes bio

En 2021, Interfel a publié la troisième édition de l'outil « **L'observatoire économique des fruits et légumes bio par produit** ». Pour rappel, cet outil rassemble, par produit, toutes les données économiques disponibles : surfaces cultivées en bio (données Agence Bio), volumes mis en marché (enquête CHD Expert pour Interfel), cotations prix aux stades expédition et détail (données du RNM), données de consommation (KantarWorldPanel), données de marché mises à disposition par l'Agence Bio, données sur le marché de la restauration collective, quantités de semences commercialisées sous dérogations (données INAO)...

L'outil compte 12 fiches fruits et 9 fiches légumes. Il est mis à jour tous les ans et publié sur l'extranet du site [www.interfel.com](http://www.interfel.com).

D'autre part, il est fait, à chaque réunion du Comité Bio, un point sur la conjoncture des fruits et légumes bio, illustré par l'évolution des niveaux de prix passés des principaux produits en cours de campagne. De plus, **chaque trimestre, Interfel publie sur l'extranet une note de consommation afin d'avoir un aperçu régulier des indicateurs de consommation des 15 fruits et légumes bio suivis.**

En effet, les parts de marché des fruits et légumes bio, qui étaient en progression constante ces dernières années, sont désormais en recul. Dans ce contexte conjoncturel, les membres du Comité Bio ont lancé en 2021 **une étude visant à analyser finement l'adéquation entre offre et demande en fruits et légumes bio** avec un cofinancement de FranceAgriMer. Les résultats de cette étude seront connus courant 2022.

### Le Comité Bio a participé en 2021 à plusieurs actions de communication et de promotion des fruits et légumes bio

Après la diffusion du « Guide de développement des filières de fruits et légumes bio » en 2020, **le Comité bio a procédé en 2021 à la digitalisation de cet outil** (en libre accès sur <https://www.interfel.com/le-guide-bio/>). Pour rappel, ce guide rassemble en un seul support toutes les informations pertinentes à prendre en compte pour développer une



activité en agriculture biologique, en fruits et légumes frais (acteurs, fiches métiers, financements, témoignages...). En 2021, le Comité Bio d'Interfel a également participé à différents événements. A l'occasion du Congrès mondial de la bio, organisé du 6 au 10 septembre à Rennes (en format mixte visio/présentiel), **un poster de présentation du « Guide de développement des filières de fruits et légumes bio » a été diffusé entre les conférences** afin d'en faire la promotion.

**Plusieurs interventions concernant la situation du marché des fruits et légumes bio ont été réalisées lors du salon Tech&Bio à Bourg-lès-Valence du 21 au 23 septembre 2021.** Pour la première fois, Interfel disposait d'un stand identifié dans l'espace Exposant du salon afin d'informer le public des outils et travaux réalisés par Interfel et le Ctifl et d'accueillir les professionnels de la filière en association étroite avec le Comité régional AURA d'Interfel. En parallèle, le Comité Bio a renouvelé son soutien financier aux actions de promotion/communication conduites par l'Agence Bio.

**Au niveau européen, Interfel a obtenu en 2021, en partenariat avec le Cniel, le cofinancement d'un programme sur la promotion de la bio qui sera déployé en 2022 et jusqu'en 2024 avec un budget de 600 k€/an (participation**

**UE à hauteur de 70%).** L'objectif principal du programme est de **renforcer la compétitivité et la consommation des produits biologiques européens sur le marché français** en sensibilisant et formant les professionnels aux spécificités et valeurs de l'agriculture biologique européenne et en développant l'offre et la consommation de produits biologiques européens en restauration collective.

**En vue de l'entrée en vigueur du nouveau règlement bio européen, Interfel a poursuivi la coordination, entre l'INAO, SEMAE et le CTIFL pour l'adaptation de la base [www.semences-biologiques.org](http://www.semences-biologiques.org) à la partie « Plants »**

Le nouveau règlement bio européen (UE 848/2018 du Conseil du 30 mai 2018) entraîne l'obligation de passer par la plateforme [www.semences-biologiques.org](http://www.semences-biologiques.org) (actuellement gérée par SEMAE, l'interprofession des semences) pour toute utilisation de plants non-bio en agriculture biologique. Interfel et le CTIFL ont été sollicités par l'INAO pour préparer avec SEMAE le développement de la partie « Plants » au sein de la plateforme. Le partenariat précisant les modalités de développement et de gestion de cet outil a été finalisé fin 2021.



# COMITÉ RHD

## Co-rapporteurs du Comité RHD en 2021 :

Guy-Bernard Cordier (UNCGFL)  
Éric Lepêcheur (RESTAU'CO)

La fin de l'année 2021 a été l'occasion de retrouvailles en physique lors de la dernière réunion plénière pour les membres du Comité RHD, qui a par ailleurs tenu 3 autres réunions à distance en 2021. Après une année 2020 consacrée à la finalisation de la mise à jour des « Recommandations pour l'achat public de fruits et légumes frais », 2021 a été notamment l'occasion de faire la promotion de cet outil structurant pour une approche pertinente de la gestion des Fruits & Légumes frais en restauration collective.

## PROMOTION DES « RECOMMANDATIONS POUR L'ACHAT PUBLIC DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS »

Après plus d'une année d'un travail de fond réalisé par et avec les professionnels de la filière, il semblait important pour Interfel d'aller à la rencontre des acteurs de terrain afin d'assurer la promotion de cet outil, permettant à chaque maillon de la filière de s'inscrire dans une relation d'échanges et de confiance. Confronté à un contexte peu propice aux événements physiques, Interfel a saisi l'ensemble des opportunités pour faire connaître et valoriser ce guide. La présence d'Interfel au SIRHA 2021, au Salon Restau'Co et au Congrès des Maires, ont été autant d'occasion de toucher aussi bien les professionnels que les prescripteurs de la commande publique.

En parallèle, Interfel a organisé un Webinaire le 8 juillet sur la

thématique : « Guide De l'Achat Public De Fruits Et Légumes Frais : Comment définir au mieux votre besoin en F&L frais tout en conciliant les objectifs d'approvisionnement prévus dans le cadre du Code de la Commande Publique ? » conciliant présentation du guide et témoignages de professionnels.  
<https://youtu.be/frkhjBEpQck>

Ce webinaire a permis de réunir plusieurs dizaines de professionnels de l'achat public et de les sensibiliser à ces recommandations en lien avec les comités Régionaux d'Interfel et leurs parties prenantes à l'échelle régionale. Les recommandations Interfel pour l'achat public de fruits et légumes frais et la vidéo du Webinaire sont à découvrir à ce lien : [https://www.interfel.com/guide\\_achatpublic/](https://www.interfel.com/guide_achatpublic/)

## PARTICIPATION AU SIRHA

Le Comité RHD, en lien avec la Commission Communication d'Interfel, a piloté la participation de la filière Fruits & Légumes au SIRHA 2021 qui s'est tenu à Lyon du 23 au 27 septembre 2021.

Les professionnels du Comité RHD ont souhaité que la présence d'Interfel soit ponctuée par diverses mini-conférences sur des sujets d'intérêt pour les professionnels de la restauration :

- « Certification Environnementale et HVE : de quoi parle-t-on, où en est la filière Fruits & Légumes ? »
- « Année internationale des fruits et légumes : comment réduire le gaspillage de fruits et légumes en RHD ? »
- « Dérèglement climatique : quel impact sur l'offre de fruits & légumes ? »
- « Recommandations Interfel pour l'Achat Public des fruits & légumes frais en RHD en région Auvergne-Rhône-Alpes »
- « État des Lieux de la disponibilité des fruits & légumes



Bio sur le territoire et perspectives »

Lors du cocktail du jeudi 23 septembre, Christian Berthe, co-président de la Commission Communication Interfel et Régis Aubenas, président du Comité Régional AURA, ont par ailleurs accueilli sur le stand Guillaume Gomez, parrain de l'Année internationale des fruits et légumes.

**DANS UN CONTEXTE COMPLIQUÉ POUR LE SECTEUR, LES MEMBRES DU COMITÉ RHD ONT AUSSI CONTINUÉ À S'INVESTIR FORTEMENT EN 2021 SUR LES SUJETS SUIVANTS :**

#### **SUIVI DES DONNÉES ET CONDUITE D'ÉTUDES POUR AMÉLIORER LA CONNAISSANCE DU SECTEUR**

Les membres du Comité RHD ont souhaité poursuivre la mise en place d'outils de veille économique pour une meilleure compréhension des enjeux de la filière des Fruits & Légumes Frais. Ainsi, lors de chaque réunion du Comité, il a été instauré un point d'éclairage aussi bien sur la santé économique du secteur de la restauration que sur les grandes tendances qui sous-tendent la filière. Fort de cette montée en puissance, les professionnels, ont ouvert le chantier aujourd'hui de la mise à disposition de ces éléments au-delà des seuls membres du Comité.

#### **LA PARTICIPATION AUX TRAVAUX DU CONSEIL NATIONAL DE LA RESTAURATION COLLECTIVE**

Dans le cadre de ses missions, Interfel participe au Conseil National de la Restauration Collective (CNRC) et à ses différents Groupes de Travail. Ainsi, en 2021, ce ne sont pas moins de 6 réunions auxquelles l'interprofession a

pris part activement. Dans les sujets travaillés, Interfel a notamment continué d'apporter son appui à la rédaction du guide pratique à destination des acheteurs publics de la restauration collective, dans un but d'alignement avec les propres recommandations d'achats d'Interfel.

Des points à date de l'avancée des réflexions et des travaux sont portés régulièrement à la connaissance des membres du Comité RHD, qui sont d'ailleurs consultés de façon ad'hoc sur certains sujets.

#### **ACCOMPAGNEMENT À LA MISE EN ŒUVRE DE LA LOI EGALIM**

Conscients des enjeux et des difficultés rencontrés par les collectivités dans la mise en œuvre des objectifs fixés par la loi EGAlim en lien avec l'approvisionnement en biens durables et de qualité, Interfel s'est attachée à éclairer les professionnels via des outils pertinents de décryptage de la réglementation et notamment des catégories de produits éligibles. C'est ainsi qu'une plaquette rassemblant toute l'information disponible à vu le jour et a été distribuée lors de divers événements comme le salon Restau'co, le SIRHA ou encore le congrès des Maires de France.

<https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2022/04/depliant-qr-2022-web.pdf>

Enfin, toujours dans un objectif d'accompagnement sur les objectifs EGAlim, le Comité RHD a travaillé de concert avec le GT Logistique & Emballage pour réfléchir à une solution pertinente de suivi et d'informations, dans les flux logistiques, des produits issus d'une certification environnementale de niveau 2 et 3 (produits HVE).





# GT INDICATEURS

En lien direct avec le GT suivi de marché, et sous l'égide de la Commission Économie, l'objectif du GT indicateurs est d'une part de mieux connaître les données statistiques existantes pour la filière des fruits et légumes frais, et d'autre part de travailler sur des projets de mise en place de nouveaux indicateurs économiques, en collaboration avec la Direction Prospective et Études Économiques du CTIFL et les fournisseurs de données statistiques et économiques.

Le GT Indicateurs s'est réuni 4 fois en 2021, et a travaillé sur les sujets suivants.

## INDICATEURS EGALIM

Conformément à l'article L631-24 III du Code Rural, l'interprofession a poursuivi en 2021 la publication sur son site internet des indicateurs EGalim relatifs à l'évolution des facteurs associés aux coûts de production. Ces indicateurs mis en ligne chaque mois depuis février 2019 sont élaborés par le GT Indicateurs en collaboration technique avec le CTIFL. Dans un contexte, notamment à partir du 4<sup>ème</sup> trimestre 2021, marqué par une hausse généralisée des coûts de production, ces indicateurs ont permis d'éclairer les professionnels de la filière sur les évolutions en cours.

Afin d'être en phase avec l'évolution des marchés, le GT Indicateurs a également entrepris avec l'appui du CTIFL la mise à jour de la méthodologie associée à ces indicateurs EGalim : passage d'une base 100 = 2010 à une base 100 = 2015 et actualisation de la pondération RICA sur une moyenne mobile 3 ans.

Pour finir, dans le cadre de la loi Egalim 2, le GT Indicateurs a œuvré auprès de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires (OFMPMA) pour le référencement des indicateurs de la filière fruits et légumes frais sur le site de l'Observatoire.

<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/indicateurs-de-couts-de-production-agricole>.

Le GT Indicateurs relaie par ailleurs les nombreuses études et publications ayant trait à la répartition de la valeur au sein de la filière. Il suit notamment les travaux de l'OFMPMA et ceux du RGA lancés fin 2020 pour lequel les résultats sectoriels sont attendus en 2022.

## SUIVI DES INDICATEURS EMBALLAGES

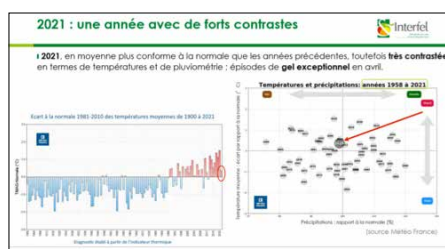
L'impact de la crise sanitaire (arrêt des usines de fabrication d'emballages, perturbations des flux logistiques au niveau mondial...) couplé à la publication en octobre 2021 du décret d'application de l'article 77 de la loi AGECE (cf. page 26) c'est traduit au sein de la filière par la hausse fulgurante des prix des emballages utilisés pour le conditionnement des fruits et légumes frais.

L'Interprofession, dans une logique d'information et d'accompagnement des professionnels, a mis en place un suivi de l'évolution des indices de prix des emballages (bois, papier, plastique...) produits par l'INSEE. Ces indicateurs sont relayés de manière mensuelle et viennent étoffer le Tableau de Bord hebdomadaire du GT Suivi de marché (cf. page 27).

## TRAVAUX AUTOUR DE L'INDICATEUR DE MARCHÉ DU RNM ET LE DÉCLENCHEMENT DES CRISES CONJONCTURELLES

Le GT Indicateurs a poursuivi en 2021 une action lancée en 2020 auprès des pouvoirs publics pour la révision du mode de calcul de l'indicateur de marché du RNM et des paramètres qui définissent l'entrée et la sortie des produits en crise conjoncturelle afin d'ajuster ceux-ci à l'évolution des marchés. Une réflexion sur le calcul de la référence historique a également été mise en place en 2021. De premières évolutions sont attendues en 2022 (modifications des arrêtés et de la Loi encadrant l'indicateur).





# GT SUIVI DE MARCHÉ

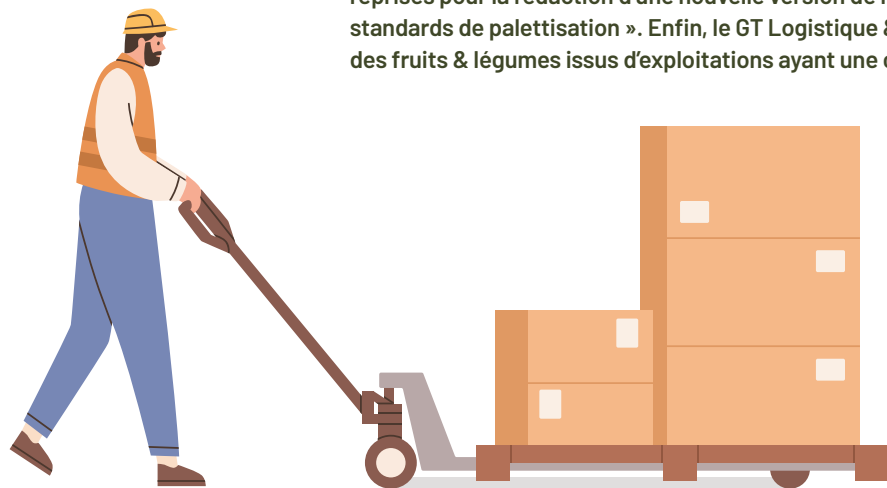
**Tout au long des campagnes, le GT suivi de marché permet de développer la connaissance des marchés et d'intensifier le dialogue interprofessionnel pour fluidifier les relations commerciales au sein de la filière. En 2021, le GT suivi de marché a permis aux représentants de tous les maillons de la filière d'échanger sur l'évolution conjoncturelle de la production et du commerce. Ce sont 32 réunions téléphoniques qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes.**

En parallèle, Interfel a poursuivi en 2021, sur la période du printemps, de l'été, et de l'automne-hiver, la mesure de l'activité commerciale des marchés de gros et de la distribution grâce à l'outil « baromètre aval ». L'outil complémentaire du « tableau de bord consolidé » hebdomadaire, présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, a été poursuivi et enrichi d'indicateurs complémentaires, notamment sur le volet de la météo (prévisions via un partenariat avec Météo France), du suivi des prix au stade consommateur (avec le relais régulier d'indicateurs de l'INSEE et du panel consommateur Kantar) et le suivi de l'évolution du coût des emballages utilisés dans la filière des Fruits et Légumes frais. Les événements marquants des campagnes ou les temps forts de communication ont donné lieu à la diffusion de 17 bulletins d'information filières. Un nouveau type d'outil a également été mis en place en 2021, celui de l'alerte filière, visant à sensibiliser les acteurs de la filière face à des difficultés avérées de marché. 7 bulletins d'alerte filières à destination des acteurs de la distribution ont ainsi été relayés en 2021. Ils ont également donné lieu à 2 vagues d'actions de communication de crise : d'une part

en concombre et melon en septembre dans un contexte de marché difficile lié à une consommation peu active sur la période estivale marquée par une météo maussade peu favorable aux achats de produits météo-sensibles, et d'autre part en carotte, poireau et endive dans le cadre d'un contexte de marché compliqué en décembre où une météo douce tout au long de l'hiver et différents arbitrages d'achat ont notamment été défavorables au marché des légumes d'hiver. Afin de rythmer les campagnes et de mieux piloter l'entrée en commercialisation des fruits et légumes de saison, une première réunion a eu lieu le 12 mars en visio pour préparer le lancement des campagnes de printemps, puis, le 7 mai a été organisée la réunion de lancement des campagnes d'été (format visio). Une troisième réunion en visio a été organisée le 11 octobre pour préparer le lancement des campagnes d'automne-hiver. Pour clôturer l'année, une journée nationale visio qui s'est déroulée le 8 février 2022, a été l'occasion de partager entre les représentants de l'amont et de l'aval le bilan des campagnes 2021 et la préparation de 2022. La mobilisation des professionnels, pour cette réunion, est toujours aussi importante.

# GT LOGISTIQUE & EMBALLAGE

En 2021, le GT Logistique et Emballage a gardé un rythme de travail conséquent avec pas moins de 8 réunions. Outre le suivi des travaux amorcés en 2020 sur les emballages, le GT s'est réuni à plusieurs reprises pour la rédaction d'une nouvelle version de l'accord «Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation ». Enfin, le GT Logistique & Emballage a piloté la rédaction d'un guide de suivi des fruits & légumes issus d'exploitations ayant une certification environnementale de niveau 2 ou 3.



## ACCORD « RECONNAISSANCE ET VALORISATION DES STANDARDS DE PALETTISATION »

L'accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation » arrivant à échéance en fin d'année 2021, les professionnels de la filière ont souhaité profiter des discussions entamées sur sa reconduction pour envisager des évolutions tant sur la définition des standards, que sur les conditions de valorisation de ces standards. Ces évolutions apportant des modifications substantielles à l'accord, les professionnels ont souhaité bénéficier d'un peu plus de temps afin de finaliser la rédaction de cet accord. Ainsi, il a été demandé de prolonger en l'état l'accord en vigueur fin 2021 au 1<sup>er</sup> semestre 2022 pour permettre de finaliser la révision de cet accord dans de bonnes conditions.

## TRAVAUX EN LIEN AVEC LES EMBALLAGES DES FRUITS & LÉGUMES FRAIS

En 2021, le GT Logistique & Emballage a poursuivi son accompagnement technique en lien avec les obligations auxquelles sont soumis les professionnels de la filière dans le cadre de la loi AGECE notamment.

Interfel publie à ce titre depuis cette année une FAQ sur la loi AGECE et les emballages de fruits et légumes frais : <https://www.interfel.com/docs/faq-sur-la-loi-agece-et-emballages-de-fruits-et-legumes/>

Cette FAQ est le canal choisi par Interfel pour répondre aux nombreuses sollicitations des opérateurs du terrain et leur permettre de décrypter et de comprendre les nouvelles mesures qui s'imposent à eux. Sur cet espace, sont donc mis à disposition des professionnels, outre les références réglementaires, un décryptage des termes de la loi et des décrets, ainsi que des éléments d'éclairage techniques travaillés conjointement par Interfel et le CTIFL.

En parallèle, le GT est régulièrement sollicité dans le cadre de consultations en lien avec la loi Agec et la loi Climat et Résilience, pour apporter son expertise et sa connaissance de la filière, comme par exemple lors de travaux sur la Stratégie 3R (Réduction, Réemploi, Recyclage). Enfin, Interfel a lancé en 2021 son projet « Interfel pour un Futur Emballant ». Conscients des enjeux auxquels ils sont confrontés, les professionnels de la filière des Fruits & Légumes frais ont souhaité avancer collectivement sur les questions liées aux emballages plastiques, dans un objectif de cohérence, de mutualisation des ressources et de synergie.

C'est ainsi qu'est né le projet « Interfel - Pour un futur emballant » visant à identifier, caractériser et diffuser aux opérateurs économiques de la filière des Fruits & Légumes Frais les alternatives aux emballages plastiques et aux étiquettes non compostables à domicile en lien avec les articles 77 et 80 de la loi AGECE.

### Ce projet s'appuie sur 3 piliers :

- L'identification et la caractérisation des emballages de demain pour la filière ;
- La diffusion vers les opérateurs des résultats via une plateforme ouverte aux professionnels ;
- L'animation des échanges entre les maillons de la filière pour une parfaite appropriation des résultats.

Le projet est mené par un cabinet spécialiste de ces questions et s'appuie également sur les expertises du CTIFL. Il est prévu sur une période de 36 mois avec de premiers livrables dès début 2022.



Cette opération est réalisée avec le soutien financier de l'ADEME.

## GUIDE DE SUIVI DES FRUITS & LÉGUMES ISSUS D'EXPLOITATIONS AYANT UNE CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE DE NIVEAU 2 OU 3

Les membres du Comité RHD d'Interfel ont sollicité l'expertise du GT Logistique & Emballage afin de réfléchir à la façon la plus pertinente de suivre les produits issus d'exploitations ayant une certification de niveau 2 ou 3 (HVE). Les conclusions de ces réflexions ont été consignées dans un guide validé lors du CA d'Interfel du 1<sup>er</sup> décembre 2021.

# GT JURIDIQUE

Le GT juridique rassemble les experts désignés par les organisations membres pour travailler sur des sujets ayant trait principalement aux relations commerciales.

Rattaché à la Commission Économie, il est piloté par le Service Affaires Juridiques qui dépend de la Direction Stratégies Filières, International et Affaires Juridiques (SFIAJ).

En 2021, le groupe s'est réuni de nombreuses fois pour suivre et mesurer les changements induits par la réforme de la PAC sur le rôle et le fonctionnement des organisations interprofessionnelles prévus par le règlement (UE) 1308/2013 du 17 décembre 2013 portant organisation commune des

marchés des produits agricoles.

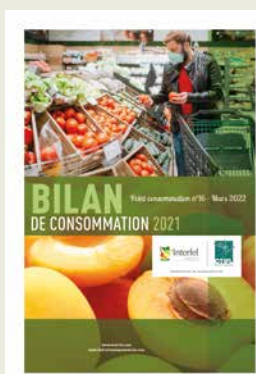
Comme autre sujet, le groupe de travail a également travaillé sur les implications, pour la filière des Fruits et Légumes frais, de la transposition en France la directive (UE) 2019/633 du 17 avril 2019 sur les pratiques commerciales déloyales dans les relations interentreprises au sein de la chaîne d'approvisionnement agricole et alimentaire, en particulier la nouvelle pratique restrictive relative à l'annulation de commande à brève échéance (codifiée à l'article L. 443-5 du code de commerce) afin de prévoir un délai spécifique pour les fruits et légumes frais.



# FOCUS ÉTUDE

## LES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

Les études économiques sont pour l'Interprofession un enjeu majeur. Comprendre, décrypter, anticiper les marchés, le comportement des consommateurs et leurs évolutions est l'une des clés pour assurer la meilleure pertinence des actions menées collectivement. Pour cela, Interfel s'appuie bien évidemment sur des observatoires et outils de suivi, mais mène également des études tout au long de l'année, en coordination avec le Centre Technique Interprofessionnel des Fruits & Légumes (CTIFL). A titre d'exemples, l'Interprofession a mené cette année des investigations sur les sujets suivants :



### LE BILAN CONSOMMATION 2021

Le bilan de consommation de l'année 2021, édité début 2022, a mis en lumière les faits marquants de l'année 2021 et les tendances de consommation observées, notamment en lien avec les perturbations générées par la pandémie de la Covid 19.

Il est téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (extranet) : <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2022/03/interfel-bilan-conso-2021-10.pdf>

### LE SUIVI DE LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS DANS LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

L'institut CSA Research a réalisé, sous la forme d'un sondage barométrique administré pour la 8<sup>ème</sup> année consécutive et cofinancé par FranceAgriMer et Interfel, une étude sur la confiance accordée par les Français aux fruits et légumes

frais. Au terme de cette année 2021, la confiance accordée par les Français aux fruits et légumes est renouvelée. Celle-ci est stable : 93% des répondants indiquent avoir confiance envers les légumes et 91% envers les fruits.

Les principaux résultats de la vague 2021 de cette enquête ont été présentés en conférence de presse au Salon de l'Agriculture le 28 février dernier.

Infographie et synthèse de l'enquête téléchargeables en libreaccès sur le site d'Interfel aux liens suivants : <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2021/03/infobaroconf2020.pdf> et <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2021/03/synthesebaroconf2020.pdf>

### ÉTUDE DES SUBSTITUTIONS DE CONSOMMATION DE FRUITS ET DE LÉGUMES FRAIS

Une étude des substitutions de consommation de fruits et de légumes frais a été menée dans le cadre du programme d'études 2019-2020 de la Commission Économie.

Cette étude, financée par Interfel et réalisée par le Crédoc, a pour objectif de répondre aux questions suivantes :

- Depuis ces 10 dernières années, comment a évolué la consommation de fruits et légumes frais ? Quelles sont les substitutions observées entre les fruits et légumes de la 1<sup>ère</sup> gamme, avec les fruits et légumes des autres gammes et avec les produits des autres filières frais ou transformés ?
- A quelle occasion sont-ils consommés ?
- Quels effets de substitution ont pu être observés et auprès de quelle catégorie de la population ?
- Comment peut-on expliquer ces différentes évolutions ?

Une présentation des résultats de cette étude a eu lieu en mai 2021 auprès de la Commission Économie et de la Commission Communication.

Synthèse accessible sur l'extranet du site d'Interfel au lien suivant : <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2022/01/syntheseetudeinterfel-credoc-vf.pdf>



**Baromètre 2020**

### UN MAINTIEN DE LA CONFIANCE DES FRANÇAIS ENVERS LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Fruits et légumes toujours dans le TOP 5 des produits frais

- 93% PAIN
- 93% LÉGUMES
- 92% FRUITS
- 90% PRODUITS LAITIERS
- 84% POISSONS

Pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, un recul de la part de Français ayant moins confiance qu'avant

EN 2020, DES FRANÇAIS OUI SE SENTENT DAVANTAGE INFORMÉS sur les fruits et légumes frais

3 Français sur 5

L'origine des produits 1<sup>er</sup> critère de confiance

TOP 5 DES ACTEURS DE CONFIANCE POUR S'INFORMER

- 85% ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS
- 78% PREMIERS / COMMERÇANTS DE PROXIMITÉ
- 78% PROFESSIONNELS DE SANTÉ
- 78% ENTOURAGE
- 70% AGRICULTEURS

LA GRANDE DISTRIBUTION acteur clé pendant les périodes de confinement, progresse

Pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, un RECUL de l'insécurité des Français envers l'utilisation des pesticides

par 1 Français sur 5

Source : Baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais, enquête auprès d'un échantillon de 5000 individus représentatifs de la population française (Dacominet 2020). Une méthode innovante et adaptée aux enjeux qui répond à 2021

CSA Research FranceAgriMer Interfel



## FOCUS ÉTUDE

# ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES PORTEURS D'ALLÉGATIONS SUR LES PESTICIDES OU SUR LEURS RÉSIDUS

Après avoir édité un guide de recommandations relatives à l'utilisation des allégations négatives sur les pesticides et leurs résidus dans la filière fruits et légumes frais, Interfel s'est attachée à suivre ces démarches afin d'analyser leur développement et leurs impacts au sein de l'univers fruits et légumes.

L'étude cofinancée par FranceAgriMer et confiée au cabinet Segments en collaboration avec le cabinet Triesse-Gressard a été menée en 2 temps avec pour objectifs de :

- >> dresser un état des lieux quantitatif du marché des fruits et légumes porteurs d'allégations sur les pesticides et leurs résidus ;
- >> analyser le consentement à payer des consommateurs sur cette gamme de produits ;
- >> étudier dans quelle mesure cette offre nouvelle peut avoir des impacts, tant en termes d'image que d'achat effectif, sur le reste du rayon fruits et légumes (tous circuits de distribution).

L'analyse bibliographique et les interviews menées auprès des acteurs de la filière montrent que **les opérateurs sont engagés dans 2 grands types de démarches :**

- les allégations de type « Cultivé Sans ... » (ex. pesticides, pesticides de synthèse dès la floraison, insecticides du champ à l'assiette...) ou « sans traitement après récolte »
- les allégations autour du « Sans résidu de pesticides » ou « Zéro résidu de pesticides »

**ÉTUDES Fruits et Légumes**

Synthèse de l'étude transversale relative à l'évolution du marché des fruits et légumes porteurs d'allégations sur les pesticides et les résidus

**Étude réalisée par le cabinet Segments (en partenariat avec le cabinet Triesse-Gressard) financée par FranceAgriMer et Interfel.**

**Rappel du contexte**  
Le développement de démarches de produits porteurs d'allégations sur les pesticides et les résidus (mentions de type « cultivés sans pesticides », « zéro résidu de pesticides », « sans pesticides de synthèse », ...) peut répondre à une demande de réassurance des consommateurs.

Pour autant, il convient d'analyser l'évolution de ce marché au regard de l'évolution du marché des fruits et légumes frais en général.

**Volet 1 : Dresser un état des lieux quantitatif du marché des produits porteurs d'allégations sur les pesticides et les résidus**

**Introduction**  
Cette étude concerne les produits porteurs d'allégations sur les pesticides et leurs résidus dans la filière fruits et légumes frais. Une « allégation » s'entend par tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, des éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières (art. 2, 2, 1 du Règlement (CE) n° 1825/2006).

Actuellement, il existe deux grands types d'allégations autour des produits phytopharmaceutiques :

- Les allégations autour du « Cultivé Sans ... » (ex. pesticides / pesticides de synthèse dès la floraison / insecticides du champ à l'assiette...) ou « sans traitement après récolte ».
- Les allégations autour du « Sans résidu de pesticides » ou « Zéro résidu de pesticides ».

**L'étude a 3 objectifs majeurs :**

- Premier objectif : dresser un état des lieux quantitatif du marché des fruits et légumes porteurs d'allégations sur les pesticides et leurs résidus (nombre de logos, de références / marques mises en ventes, taille de marché au niveau de la distribution, principaux produits concernés, poids sur le marché global des fruits et légumes frais...).
- Deuxième objectif : analyser le consentement à payer des consommateurs sur cette gamme de produits.
- Troisième objectif : étudier dans quelle mesure cette offre nouvelle peut avoir des impacts, tant en termes d'image que d'achat effectif, sur le reste du rayon fruits et légumes (tous circuits de distribution).

**Méthodologie**  
Ce premier volet de l'étude s'articule autour des séquences de travail suivantes :

- L'analyse des données et de la bibliographie disponible.
  - La confiance des Français envers les fruits et les légumes frais - INTERFEL, FAM - 2019.
  - « Bilan de consommation » - INTERFEL, CTEF - 2020.
  - « Démarches « sans ou zéro » entre le bio et le conventionnel : Perception et attentes des consommateurs de tomates » - CTEF - 2019.
  - « Fruits et légumes : perception et compréhension du consommateur sur les efforts fournis

**Interfel**

**Portées par la production et par la distribution, elles sont en fort développement avec une croissance à deux chiffres**, mais restent très faibles au regard de la production française et de l'offre globale de fruits et légumes frais (environ 250 000 t entre 2018 et 2019). Elles concernent surtout les tomates, malgré une stratégie d'élargissement de la gamme sur d'autres espèces, notamment carottes et oignons voire pour certains collectifs un élargissement à diverses autres espèces.

L'étude visait également à mieux cerner les attentes des consommateurs et a mis en évidence que **ces acheteurs sont des consommateurs CSP+ avec une forte sensibilité aux questions de santé, d'alimentation et d'environnement**. Interrogés sur 4 types de produits différents : carottes, oignons, tomates cocktail et pommes via un questionnaire en ligne, ils ont déclaré de façon globale pour plus de la moitié des consommateurs être sensibles à la notion de produits « sans » en

lien avec les préoccupations sur la qualité et la composition des produits alimentaires et se disent prêts à payer plus cher pour ces allégations.

Enfin, concernant **l'impact sur l'image des magasins, les résultats sont positifs** puisque la présence de produits avec allégations donne une meilleure image au point de vente pour la moitié des interrogés et donne envie d'acheter à la majorité sans pénaliser a priori outre mesure le reste de la gamme. Les consommateurs déclarent aussi à l'avenir faire plus attention à ces notions et attendent plus de produits porteurs de ces allégations.

<https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2021/12/synthesediffusableallegationsnegativesflvf.pdf>

*Une « allégation » s'entend par tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, des éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières (art 2, 2, 1 du Règlement (CE) n° 1924/2006).*





## LES GROUPES DE RÉFLEXION PRODUITS (GRP)

Si les actions d'Interfel sont avant tout génériques au regard du mode de prélèvement de la Contribution Volontaire Étendue (CVE) qui est assise sur la globalité de l'activité fruits et légumes et non par produit, l'interprofession se doit de répondre également à des problématiques structurelles pouvant se poser de façon ponctuelle sur des produits ou groupes de produits identifiés.

C'est fort de ce constat qu'Interfel a souhaité faire évoluer dès 2019 son organisation en permettant la création de groupes de réflexion produits (GRP) pour gagner en souplesse et en réactivité tout en conservant une gouvernance adaptée pour traiter ce type de demande au regard du fonctionnement interprofessionnel. Doté d'un budget propre de fonctionnement, les GRP permettent aux maillons de la filière de définir de manière collective les enjeux sur ces produits et les leviers et moyens à mettre en œuvre pour y faire face. Le groupe de réflexion « petits fruits » a ainsi poursuivi en 2021 les travaux entrepris dès 2019. Il s'est ainsi réuni à 2 reprises en 2021 et ses travaux ont continué à faire

émerger les problématiques de ces filières auprès de tous et de flécher encore davantage les outils Interfel et CTIFL sur ces productions. Concrètement, ces travaux ont permis d'initier des travaux de recherche et expérimentation dédiés pour ces productions (par exemple, évaluation sensorielle et de la qualité nutritionnelle de variétés de myrtilles, projet de recherche Alt'herb petits fruits, etc.), de disposer d'un panorama économique complet de ces filières, de réaliser un benchmark international de l'offre produits, d'engager une réflexion sur la déclinaison du logo fruits et légumes de France, etc.

Mais 2021 a aussi été l'année qui a permis d'avancer sur les enjeux de structuration de ces filières. À ce stade de la réflexion, les professionnels ont identifié le besoin d'une journée approfondie d'échanges entre acteurs de l'amont et de l'aval, afin de définir les leviers et moyens à activer collectivement. Pour des raisons sanitaires, ce « Séminaire Petits Fruits » n'a pu se tenir en 2021, et a été reporté sur le début d'année 2022.



ACTIONS  
À L'INTERNATIONAL





**Eric GUASCH**  
président délégué



**Christophe BELLOC**  
président exécutif

**34** LE RÔLE DE LA COMMISSION INTERNATIONALE  
**35** NÉGOCIATIONS INTERNATIONALES  
**36** SALONS INTERNATIONAUX  
**37** ACTIONS DE COMMUNICATION

En 2020, nous avons exprimé le souhait que l'année 2021 nous permette d'avoir un retour d'activité un peu plus normale pour nouer ou renouer les liens amicaux avec l'ensemble de nos collègues européens et internationaux. Disons que nous avons vécu plutôt une année de déconfinement avec tout son processus de retour à une activité normale par étape.

Au mois de février, nous avons participé pour la première fois au salon GULFOOD de Dubaï qui s'est tenu en présentiel avec un protocole sanitaire assez strict. Ce dernier s'est allégé au moment du salon Fruit Attraction à Madrid au mois d'octobre 2021. Au mois de décembre, nous avons eu l'occasion de nous retrouver à l'Exposition Universelle de Dubaï pour un séminaire de mise en avant des filières agricoles et agroalimentaires françaises. Dans tous ces moments, nous retenons le vrai plaisir de se retrouver, de partager un bon repas, d'échanger de manière conviviale et de faire partager nos beaux fruits et légumes frais aux consommateurs ou aux professionnels rencontrés. De nombreuses actions ont pu se maintenir de manière digitale comme le webinaire au Vietnam, le salon CIIE à Shanghai ou la réalisation de nombreuses vidéos sur la

plateforme Taste France Magazine du ministère de l'Agriculture. Ce qui présage que ce modèle hybride d'activité perdurera à l'avenir.

Sur les marchés à l'exportation, nous avons vécu un peu la même situation. La crise sanitaire a fortement ralenti nos exportations vers l'Asie en raison du fret maritime, où la disponibilité des containers était rare, et les coûts de transport ont explosé. A cela s'est rajouté un boycott de l'origine France sur la zone Moyen Orient. La situation s'est quelque peu améliorée au cours du second semestre sans être mirobolante en raison des conditions climatiques qui ne nous ont pas permis de disposer d'une offre suffisante.

Face à ces difficultés, notre commission a mené de front différents dossiers notamment en demandant le maintien des aides concernant les assurances crédits, le chèque relance export et le dépôt de nouveaux programmes de promotion au niveau communautaire pour soutenir notre offre sur les pays-tiers. Pour ces derniers, ces dossiers sont stratégiques pour la filière car ils permettent de lever des soutiens importants en communication pour les petites et moyennes entreprises qui représentent l'essentiel de nos acteurs.

La crise sanitaire a ralenti fortement nos exportations vers l'Asie en raison du fret maritime, où la disponibilité des containers était rare, et les coûts de transport ont explosé.

La filière à l'exportation a donc besoin pour l'avenir d'un soutien sans commune mesure pour faire face aux prochains défis comme le maintien de la surveillance biologique du territoire, essentiel pour assurer nos exportations sur les pays-tiers, l'ouverture de nouveaux débouchés pour nos fruits et légumes frais comme la Pomme au Mexique ou la Prune au Vietnam et surtout compter sur un appui des autorités françaises et européennes dans nos programmes de promotion et de communication.

Nous comptons sur vous et nous, nous répondrons présent.



# LE RÔLE DE LA COMMISSION INTERNATIONALE

La Commission internationale a pour but de favoriser le développement des marchés des fruits et légumes frais que ce soit en France et dans le monde. Son objectif principal est d'améliorer les échanges de fruits et légumes frais dans le monde, grâce à plusieurs leviers d'actions :

- le lobbying auprès des instances publiques dans les négociations internationales,
- la mise en avant des opérateurs français dans les salons internationaux professionnels,
- la valorisation des produits par des programmes de promotion sur les différents marchés ciblés en Europe ou dans les pays tiers.

## MISSIONS

**La stratégie à l'export consiste :**

- à développer la promotion et la prospection des entreprises Françaises dans les marchés mondiaux : programmes de promotion européens, participation à des salons internationaux,
- à améliorer les outils de soutien à l'exportation pour les entreprises Françaises : contribuer à la mise en place d'un dispositif d'assurance - crédit sur les destinations à risque, ouverture des marchés...
- à exiger des accords de réciprocité dans les relations commerciales : existence de barrières tarifaires et non tarifaires qui limitent notre capacité à exporter vers les pays tiers.

## LE BUDGET

budget total réalisé intégrant la CVE et les cofinancements = **3 134 167 €**  
 budget total réalisé part CVE = **1 117 923 €**  
 budget total réalisé part cofinancements = **2 016 244 €**

	Part CVE utilisée	Part sur le total des cofinancements obtenus
<b>Programmes Marchés Européens</b>	98,30%	1,70%
<b>Programmes Pays-Tiers</b>	23,58%	76,42%
<b>Programmes Privés et Club Export</b>	35,75%	64,25%
<b>Frais liés aux actions ME</b>	100,00%	0,00%
<b>TOTAL Marché Extérieur</b>	35,67%	64,33%

## MEMBRES DE LA COMMISSION INTERNATIONALE

### FNPF

Nicolas FABRE  
 Bruno DUPONT  
 Daniel SAUVAITRE

### LEGUMES DE FRANCE

Jacques ROUCHAUSSE  
 Yves BONFILS  
 Bertrand RIVAL

### GEFEL

Christophe BELLOC  
 François LAFITTE  
 Jean-Louis MOULON

### FELCOOP

Jonathan RHODES  
 Marc PEYRES  
 Yves GIDOIN

### COORDINATION RURALE

Jérôme OGIER  
 Céline BACCEI-ROUMIEUX

### CONFEDERATION PAYSANNE

M. Fabien CHAMPION  
 M. André BOUCHOT

### ANEEFEL

Joël BOYER  
 Sabine ALARY  
 Eric GUASCH

### UNCGFL

Thierry MOUNEYRAC  
 Marc LE BRIS  
 Djilali BENZID

### FCD

Olivier PAGEAU  
 Hugues BEYLER

### FCA

Hervé MAYOUD  
 Frédéric LEGAL

### RESTAU CO

André BELLOC

### SNRC

Esther KALONJI

### CSIF

Véronique LE BAIL  
 François VIGUIER

### SNIFL

Emmanuel EICHNER  
 David PATTE/Cyril GORNES

### INVITES PERMANENTS

Dina ABELLA BLUE WHALE  
 Pascal CORBEL

### CARDELL EXPORT

Philippe RAYNAUD HARMONIE  
 Christophe ARTERO

### FDA INTERNATIONAL

Sandrine RICAUD MESFRUITS  
 Marc RAUFFET POMINTER  
 Olivier MAUGEAIS SELECT FRUIT  
 David SOCHELEAU

### LA BLOTTIERE

François Xavier SALMON

### TIFANETTE

Didier CRABOS COFRUID'OC  
 Béatrice CHAUFAILLE PERLIM  
 Jean-Baptiste PINEL

### PRIMLAND

Isabelle JUSSERAND AFIDEM  
 Inna KRIVOSHEEVA AFEAA  
 Vincent GUERIN ANPP  
 Raphaël MARTINEZ AOP

### Pêche&Nectarine

Adeline GACHEIN BIK  
 Bei LI CAFIC  
 Hubert LEVY CNPA  
 Philippe BINARD FRESHFEL

### EXPERT À LA DEMANDE

BUSINESS FRANCE  
 MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DGAL  
 MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DGPE  
 MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES  
 FRANCEAGRIMER  
 SOPEXA

# NÉGOCIATIONS INTERNATIONALES

Le déficit de la balance commerciale s'est accentué en 2021 pour les fruits et légumes frais en raison des déficits de production en France au cours de l'année et des difficultés du fret maritime.

## BILAN DES MARCHÉS INTERNATIONAUX DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN 2021

	2018	2019	2020	2021	Évolution 2020/21
<b>Exportation de Fruits &amp; Légumes</b>	<b>2 114 630</b>	<b>2 070 648</b>	<b>2 056 694</b>	<b>1 949 794</b>	<b>-5%</b>
<b>Importation de Fruits &amp; Légumes</b>	<b>5 741 842</b>	<b>5 697 807</b>	<b>5 660 502</b>	<b>5 739 851</b>	<b>1%</b>
<b>Solde Commercial</b>	<b>- 3 627 212</b>	<b>- 3 627 159</b>	<b>- 3 603 808</b>	<b>- 3 790 057</b>	<b>5%</b>

Source Douanes Françaises

Les exportations de F&L en 2021 ont été impactées par une baisse de 5% passant de 2.056.694 T exportées en 2020 à 1.949.794 T en 2021. Cette diminution s'explique par la forte baisse sur le Moyen-Orient (-35%) et l'Asie (-33%) ainsi que sur l'Union Européenne (-5%). Seul le continent Américain est en croissance (+3%). Comme expliqué en introduction, le déficit de production en raison des intempéries explique cette décroissance mais ce n'est pas tout. En effet, sur le Moyen-Orient, les produits français ont été en début d'année 2021 ciblés par un boycott. A cela s'est ajoutée la désorganisation mondiale du fret maritime qui a entraîné des surcoûts et des rallonges de temps de transport qui

pour nos produits n'est pas absorbable en raison des faibles marges. Cette situation sur le Grand Export est inquiétante car cela fait 2 années consécutives que notre secteur est en décroissance de plus 30% sur cette zone.

Pour ce qui est des importations, elles ont augmenté de 1% par rapport à 2020 pour atteindre un volume de 5.739.851 tonnes. Cette augmentation des volumes importés s'explique par une augmentation des échanges intracommunautaires (+1%) ainsi que ceux venant du continent Africain (+5%) et du continent Américain (+8%). L'importation compense les déficits de production française. L'Asie reste en déficit en raison du Covid et du fret maritime prohibitif.

### Période de l'action

De janvier à décembre 2021

### Objectifs

Représenter la filière Française des Fruits et Légumes Frais afin de pouvoir négocier l'ouverture de marché dans les pays tiers, suivre l'ensemble des protocoles d'exportation et faire de la coopération Internationale avec les pays qui pratiquent la réciprocité des échanges



## ÉTATS DES NÉGOCIATIONS EN 2021

L'année 2021 a ressemblé en tout point à l'année 2020 pour les négociations internationales. En raison de la crise Covid-19, les avancées sur les différents dossiers sont au ralenti. Sur certaines destinations, les procédures se sont complexifiées comme en Chine où il faut dorénavant un agrément spécifique pour les catégories oignons, choux et choux-fleurs qui n'existait pas par le passé. L'Inde demande dorénavant un certificat non OGM pour toute importation de fruits et légumes dans le pays. Le marché Australien s'est fermé au kiwi français en septembre 2021 en demandant un traitement au bromure de

méthyle qui est prohibé en Union Européenne.

A tout cela se sont ajoutés le fret maritime totalement déstabilisé par la crise sanitaire et une situation de quasi-monopole des compagnies maritimes qui accentuent les difficultés de nos professionnels, que ce soit à l'exportation ou à l'importation.

La bonne nouvelle sur ces dossiers est le report de la mise en place de la certification et des contrôles au Royaume-Uni. La profession a aussi su s'organiser en proposant des solutions de contrôles accentués pour l'exportation de poireaux au Canada évitant ainsi la mise en place de la certification phytosanitaire sur cette destination.

# SALONS INTERNATIONAUX

## Période de l'action

De février à décembre 2021

## Objectifs

Assurer la présence institutionnelle de la filière;  
Être un espace d'animation incontournable de l'Espace France.  
Être un espace de rencontre pour les Professionnels, la Presse Française et Étrangère.

Malgré un contexte encore fragilisé par la crise sanitaire, cette année 2021 a été marquée par le retour de certains salons incontournables pour la filière des fruits et légumes notamment à Dubai (Emirats Arabes Unis), à Madrid (Espagne) et à Shanghai (Chine).

## BILAN DES ACTIONS

**1<sup>ère</sup> participation au salon Gulfood**, ce salon s'est imposé comme l'incontournable plateforme d'affaires du secteur de l'agroalimentaire au Moyen-Orient. En 2021, il a accueilli des participants provenant de 85 pays, impatients de renouer des contacts en face-à-face, stimuler la relance des affaires et découvrir les dernières innovations et tendances de consommation. Beaucoup de choses ont changé au cours des 12 mois qui se sont écoulés, et le secteur a réagi par l'innovation, la détermination offrant d'énormes opportunités.

**Près de 70 entreprises sur plus de 1000 m<sup>2</sup>** étaient présentes sur le pavillon français, une première participation pertinente pour Interfel qui était accompagnée de **4 entreprises françaises fruits et légumes**. Un premier événement en physique réussi pour les professionnels du secteur.

Ce salon a réuni plus de 40 000 visiteurs de différents pays, avec un marché de 5,2 millions d'habitants dont 85 % d'expatriés, Dubai est la plateforme incontournable du Moyen-Orient qui rayonne sur de nombreuses zones alentours telles que l'Afrique et l'Asie.

**Fruit Attraction 2021 : une belle édition de reprise**, le salon international des fruits et légumes frais a retrouvé sa belle énergie après une édition 2020 exclusivement en digital. Il s'est tenu du 5 au 7 octobre à Madrid, et nous étions au rendez-vous avec **la French Tower** fruitée et vitaminée qui a toujours le même succès au sein du pavillon France. La France occupe une place particulière car elle reste le premier pavillon international avec la présence de plus de 135 sociétés.

Ce fut l'occasion de se revoir autour **d'échanges conviviaux essentiels** pour les professionnels de la filière et de rencontres institutionnelles enrichissantes avec le ministre de l'Agriculture espagnol, Monsieur Luis Planas et notre Ambassadeur de France en Espagne, Monsieur Jean-Michel Casa.

Un rendez-vous commercial 2021 pour le secteur des fruits et légumes réussi en cette année déclarée comme l'Année internationale des fruits et légumes par l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). **65 000 professionnels de 110 pays** ont participé à la 13<sup>ème</sup> édition du Fruit Attraction.

## CHIFFRES CLÉS :

- **2 salons internationaux reportés** en 2022 (Fruit Logistica, Berlin et Asia Fruit Logistica, Hong Kong)
- **26 entreprises françaises** présentes autour de la French Tower
- **226 couverts servis** en 3 jours au French restaurant d'Interfel à Madrid
- **70 professionnels** présents lors d'un cocktail institutionnel à l'Ambassade de France en Espagne
- **3<sup>ème</sup> participation au salon CIIE**, stand commun de 200m<sup>2</sup> avec le Cniel, avec 11 exposants présents sur le pavillon, dont 7 entreprises laitières et **4 entreprises fruits et légumes**
- **21 retombées presse** dans les médias chinois





# ACTIONS DE COMMUNICATION

## BILAN DES ACTIONS

**Pays tiers : Les 4 programmes de promotion et de communication** financés par la Commission Européenne se sont terminés en 2021 sur les 4 zones géographiques : Asie, Moyen-Orient, Amérique du Nord et du Sud. La crise sanitaire a entraîné de nombreux changements, notamment la digitalisation de certaines actions.

Par ailleurs, les actions sur la zone Moyen-Orient ont dû être décalées au second semestre 2021, du fait d'un boycott des produits français en début d'année. Des dégustations et des pop-up ont pu être mise en place afin de faire découvrir les pommes françaises. L'organisation d'un événement d'influence « European Rendez-vous » à Dubaï, fut l'occasion de rencontrer les professionnels autour d'un dîner fruité et vitaminé.

D'octobre à décembre, des actions co-financées par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation (MAA) ont été mises en place à Hong-Kong, à Singapour, au Vietnam, en Colombie, et au Moyen-Orient : des dispositifs sous l'égide Taste France pour créer de la notoriété et stimuler les ventes de produits français notamment de pommes durant la saison.

De la dégustation en point de vente, au webinaire professionnel au Vietnam, à l'apple bike en Colombie, de nombreuses actions ont permis de communiquer et faire connaître les produits français. Enfin, un French Market a été mis en place lors de **la semaine de l'éducation de l'Exposition Universelle de Dubaï** devant le Pavillon France du 12 au 14 décembre afin de communiquer de manière pédagogique sur la richesse des produits du terroir français. Au travers d'une théâtralisation impactante et qualitative, les fruits et légumes frais, les pommes de terre et les produits laitiers ont été mis en avant

grâce aux animations réalisées par le **Primeur Meilleur Ouvrier de France Clotilde Jacoulot** et le **Chef ambassadeur Charles Soussin**.

Une semaine vitaminée et enrichissante, une Success story pour les fruits et légumes et les pommes de terre, comme le souligne Clotilde Jacoulot « nous avons proposé de nombreuses recettes à base de produits français mais aussi de produits locaux comme les dattes, d'excellente qualité aux émirats. La recette de dattes farcies à la pomme et au beurre de cacahuètes a connu un succès fou avec plus de 1 200 unités distribuées. Ça a été un vrai plaisir de me sentir ambassadrice des fruits et légumes frais et pommes de terre, dans un lieu aussi magique que l'exposition universelle de Dubaï ! »

Face à un public curieux et enthousiasmé par la qualité et les variétés des fruits et légumes français, le Chef Charles Soussin a proposé des recettes colorées et gourmandes pour satisfaire toutes les papilles, pour lui « le plus du French Market sur l'exposition, c'est d'être au milieu de toutes ces nations pour un plus grand rayonnement ». La France est appréciée et reconnue à travers le monde grâce à ses produits et sa gastronomie.

## Une vraie réussite sucrée-salée haute en couleurs pour le Pavillon français !

En parallèle, une conférence multi-filières a également eu lieu le **14 décembre** sur le Pavillon France avec comme thématique « **Les systèmes de Production français en réponse aux enjeux sociétaux** » en présence de l'Ambassadeur de France aux Emirats Arabes Unis M. Xavier Chatel. Notre filière fruits et légumes a été représentée par M. Eric Guasch, Président délégué de la Commission Internationale d'Interfel qui est

### Période de l'action

De février à décembre 2021

### Objectifs

Assurer la présence institutionnelle de la filière;  
Être un espace d'animation incontournable de l'Espace France.  
Être un espace de rencontre pour les Professionnels, la Presse Française et Étrangère.



intervenir lors de cette conférence aux côtés du Cniel, du Cnipt, ainsi que de nombreux officiels émiriens.

étaient tous les deux, membres du jury respectivement dans chaque pays de la zone ibérique.



**Info 2021 :**  
**Obtention d'un programme cofinancé par l'Union Européenne pour 2022-2025**

Le programme obtenu par Interfel est un **programme simple, « Europe Loves Green »** qui sera déployé sur la **zone Proche et Moyen-Orient** (les Emirats Arabes Unis, l'Arabie Saoudite/ Bahreïn, le Qatar, Oman, et le Koweït) et ciblera les professionnels du marché agroalimentaire (importateurs, grossistes, distributeurs) ; les consommateurs et les médias (presse, influenceurs/ chefs prescripteurs).

La stratégie de ce programme repose sur une mise en avant d'une promotion soutenant les objectifs **du Green Deal européen** garantissant ainsi **une stratégie de la ferme à l'assiette** visant à accélérer notre transition vers un système alimentaire sain, de qualité et durable.  
 (Budget global du programme 2.8 M avec un cofinancement à 80 %)

**Europe :** - Direction l'Europe, l'année 2021 a été marquée par l'organisation d'un concours culinaire à Madrid le 27 avril et à Lisbonne le 2 mai, 12 finalistes : 6 étudiants espagnols et 6 étudiants portugais d'écoles d'hôtellerie se sont affrontés en cuisine. Les élèves participants ont élaboré des recettes autour des produits français en collaboration avec le CIFOG (comité interprofessionnel des palmipèdes à foie gras), et le CNIPT (Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre). Les chefs ambassadeurs des masterclass de l'année 2020, Fran Vicente (Espagne) et Luis Machado (Portugal),

Dans la poursuite de l'année précédente, au travers du média digital Taste France Magazine, les produits de saison comme l'abricot, la tomate, le melon et la prune ont été mis en avant tout l'été sur 3 marchés cibles : **le Royaume Uni, l'Allemagne et l'Espagne**, grâce à différentes recettes sucrées, salées, faciles à réaliser mais surtout savoureuses. Valoriser les fruits et légumes de saison par **la diffusion de contenus pétillants de saveurs** sur les réseaux sociaux dédiés à chaque pays, afin de favoriser l'intégration de produits français dans les cultures locales. Par ailleurs, le partage de ces recettes sur l'Instagram Taste France Magazine est un succès, avec notamment **27 000 vues** pour la recette « Salade de melon » et **54 000 vues** pour la recette « Moelleux aux prunes ».



**CHIFFRES CLÉS :**

- **25 journées d'Apple bike et 60 journées de théâtralisation** dans 3 points de vente en Colombie
- **3 pop-up** dans les malls au Qatar, Oman et au Koweït
- **5 sessions de formations digitales** avec le chef formation Charles Soussin
- **20 000 personnes touchées** par jour lors du French Market à l'Exposition Universelle de Dubai
- **100 participants** au webinaire au Vietnam
- **195 journées d'animations à Hong-Kong, 78 journées à Singapour et 200 journées au Vietnam**
- **414 400 vues** des 5 vidéos sur le média Taste France Magazine espagnol et 256 600 vues sur le média anglais



ACTIONS D'INFORMATION  
ET COMMUNICATION



**Jacques ROUCHAUSSE,**  
président  
délégué



**Christian BERTHE,**  
président  
exécutif

**41 STRATÉGIE COMMISSION  
COMMUNICATION**

**42 COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE  
& RELATIONS AVEC LES POUVOIRS  
PUBLICS ET LES ÉLUS**

**46 L'ANNÉE INTERNATIONALE  
DES FRUITS ET LÉGUMES**

**48 CUISINÉS MAISON, LES FRUITS ET  
LÉGUMES FRAIS RESTENT LÉGERS  
DANS VOTRE BUDGET**

**50 LA FÊTE DES FRUITS  
ET LÉGUMES FRAIS**

**52 DISPOSITIFS DE COMMUNICATION  
EN SOUTIEN AUX PRODUITS  
EN DIFFICULTÉ DE MARCHÉ**

**54 STRATÉGIE ENFANTS  
PROGRAMME FRAÏCH'FORCE**

**55 ÉVÉNEMENTS EN RÉGIONS**

**56 DES ACTIONS TOUTE L'ANNÉE**

**57 PASSIONNÉS POUR LA VIE,  
LES MÉTIERS DE LA FILIÈRE**

**58 « LES TALENTS DES FRUITS  
& LÉGUMES » - ÉDITION 2021**

L'année 2021, année internationale des fruits et des légumes déclarée par l'ONU a été particulièrement riche en actions de communication tant sur le plan de la cible Grand public qu'au niveau institutionnel.

Tout au long de l'année, l'ensemble des campagnes ont porté les couleurs de l'Année Internationale et les deux chefs : Hélène Darroze, ambassadrice et Guillaume Gomez, parrain, ont participé aux nombreux événements qui ont eu lieu en visio ou en physique, à Paris et dans les territoires. Ces rencontres ont permis d'échanger avec des personnalités de la FAO, des élus, mais aussi avec de nombreux journalistes, et ont permis une réelle interpellation sur les bienfaits de la consommation de Fruits et Légumes et sur les **enjeux sociétaux** auxquels est confrontée la filière.

Malgré une année encore perturbée par la crise sanitaire et notamment l'annulation du SIA 2021, rendez-vous annuel particulièrement important pour notre filière, les équipes ont pu adapter les actions et les investissements avec notamment le lancement de la tournée du food truck en lien avec les campagnes « Cuisinés Maison ». De nombreuses opérations spéciales avec des influenceurs renommés comme Squeezie, Locklear, MacFLy et Carlito nous ont permis de toucher une large audience de la jeune génération et de créer de l'engagement.

2021 a aussi été l'année du lancement du nouveau programme européen Fraïch'Force qui a permis à Interfel de poursuivre ses actions sur la cible stratégique des **Familles et Enfants** avec notamment la production de 12 nouveaux épisodes des aventures de Frutti et Veggi et le dispositif événementiel «le Jardin Extraordinaire ».

Le réseau des diététiciens a comme chaque année largement participé aux événements publics en proposant des activités diverses et adaptées à chaque profil, notamment en juin pendant la Fête des Fruits et Légumes Frais. Quiz, ateliers culinaires et conseils sur les **Bénéfices Santé**. Les diététiciens permettent aux participants d'avoir des informations de qualité pour consommer « malin », pour bien cuisiner et bien choisir les fruits et légumes et pour réaliser des recettes simples et rapides à cuisiner.

Les **Métiers de la filière** ont été mis à l'honneur en 2021 avec le lancement de la campagne « Passionnés pour la vie » avec des vidéos qui renforcent la confiance et la proximité entre les français et les professionnels de la filière des Fruits et Légumes frais.

Enfin au cours de cette année 2021, la Commission Communication s'est réunie les 27 et 28 mai 2021 pour une réflexion approfondie sur la stratégie de **Dynamisation de la consommation**. Ce séminaire a fait émerger une volonté commune de donner une nouvelle impulsion à nos prises de parole, un nouvel élan pour améliorer la visibilité et la lisibilité des différentes actions. « OSER » pour faire évoluer les comportements de consommation de la jeune génération, âgée de 25 à 34 ans.

La Commission Communication s'est dotée d'une Raison d'Être : **« Chaque jour, libérer votre imagination pour partager une source de plaisir sans limite »**

C'est à partir de cette Raison d'Être que la nouvelle plateforme de communication « Jamais Trop » a été construite. Cette plateforme basée sur le plaisir et la diversité permettra en 2022 de créer un véritable fil rouge transversal pour l'ensemble des actions de communication.



# STRATÉGIE COMMISSION COMMUNICATION

La Commission a pour mission de favoriser la consommation de Fruits et Légumes frais au niveau national et régional, mais aussi d'informer les consommateurs-citoyens sur les bénéfices santé et les sujets sociétaux des fruits et Légumes. Elle met en place des actions pour valoriser l'ensemble des produits et des métiers de la filière. Elle est co-présidée par Jacques Rouchausse, Président Délégué et Christian Berthe, Président Exécutif. Elle est composée de 33 membres issus des Organisations Professionnelles et des responsables de la Direction Communication d'Interfel et d'Aprifel.

La Commission Communication coordonne les différents investissements en matière de communication décidés par l'interprofession et suit la mise en œuvre des actions réalisées directement par l'interprofession. Cette double mission garantit la cohérence et l'efficacité d'utilisation des budgets qui sont alloués à ces actions.

Dans un contexte de sous-consommation des fruits et légumes frais (moins de 30 % des adultes consomment 5 fruits et légumes par jour) et au regard des recommandations de santé publique, de la crise de confiance liée notamment aux perceptions relatives à l'utilisation des pesticides, mais aussi des tendances de consommation qui évoluent (alimentation saine, durable et du potentiel que représentent les fruits et légumes face aux demandes à venir), Interfel déploie des actions de communication visant à renforcer un environnement favorable à la consommation des fruits et légumes. L'ensemble des actions de communication repose sur 4 axes stratégiques permettant de déployer des campagnes Média, des actions terrain et digitales auprès des différents publics.

## Les professionnels et les équipes : une force vive pour répondre aux besoins du collectif

L'échange entre les professionnels et les équipes d'Interfel au sein de la commission et des Groupes de Travail est indispensable. Il permet d'être proche des réalités du terrain et de mieux comprendre les enjeux des organisations professionnelles. Les professionnels de la filière bénéficient de l'expertise communication des équipes et du temps passé nécessaire à mettre en place les différentes actions : achat d'espace Média, publicité sur les lieux de vente, communication digitale et webmarketing, promotions, événementiel, relations publiques et relations presse, relations institutionnelles...

Ce savoir-faire est mis au service des professionnels pour proposer des campagnes impactantes et inciter les consommateurs à l'achat et à la consommation de fruits et légumes frais, mais aussi pour mettre en avant le plaisir de les cuisiner et de les déguster.

## MEMBRES DE LA COMMISSION COMMUNICATION

### Collège Amont

#### FNPF

Antony OBOUSSIER  
Guillaume SEGUIN  
David AILHAUD  
Adeline GACHEIN

#### LEGUMES DE FRANCE

Jacques ROUCHAUSSE  
Daniel BOUQUILLON  
Gérard ROCHE

#### GEFeL

Jean Louis MOULON  
Sandrine GABORIAU  
Marion MISPOUILLE

#### FELCOOP

Jean Louis  
CHAPEYROUX

#### COORDINATION RURALE

Nicolas BUARD  
Sebastien HERAUD

### Collège Aval

#### ANEEFEL

Philippe DUPONT  
Olivier LEMOUZY  
Xavier MARTIN

#### UNCGFL

Christian BERTHE  
Franck ANDRIEUX  
Jean Hugues BELLAND

#### SAVEURS COMMERCE

Karine BONDU  
Marie DANIEL  
Delphine LEBON

#### FCD

George DANIEL  
Sophie MALINAS

#### FCA

Hervé MAYOUD  
Frédéric LEGAL  
Christophe BONNO

#### RESTAU'CO

Yves FRIOT  
Philippe LAPOUGE

#### SNRC

Esther KALONJI

#### SNIFL

Denis GINARD  
Philippe ARROYO

#### CSIF

Jean-François VALLET  
François VIGUIER

## LE BUDGET 2021

Commission communication : budget total réalisé intégrant la CVE et les cofinancements = 11 197 356 €

Commission communication : budget total réalisé part CVE = 9 932 574 €

Commission communication : budget total réalisé part cofinancements = 1 264 782 €

	Part CVE utilisée	Part sur le total des cofinancements obtenus
Matériel / Support de com. - Animations	70,08%	29,92%
Publicités Campagnes Média	96,77%	3,23%
Gestion de crise	85,54%	14,46%
Charte d'expression et stratégie	100,00%	0,00%
Communication digitale	88,47%	11,53%
Information	100,00%	0,00%
Communication Professionnelle	100,00%	0,00%
Relations Presse	90,43%	9,57%
Événements	76,09%	23,91%
Relations et Partenariats institutionnels	100,00%	0,00%
Réseau Diététiciens	89,87%	10,13%
Honoraires/Evaluation programme UE	20,00%	80,00%
Comité BIO - Comité RHD - GT Talents	100,00%	0,00%
Etudes et posts tests	100,00%	0,00%
Actions transverses	100,00%	0,00%
<b>TOTAL Communication Interfel</b>	<b>88,70%</b>	<b>11,30%</b>

# COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE & RELATIONS AVEC LES POUVOIRS PUBLICS ET LES ELUS

L'année 2021 aura été particulièrement intense en termes de relations institutionnelles avec les pouvoirs publics et les élus, notamment en raison des multiples lois AGECE, EGALIM 2, Climat, mais aussi les élections régionales et départementales. Afin de travailler et d'assurer une bonne remontée d'informations avec les professionnels de la filière, des Task Force ont été mises en place pour la première fois, ainsi qu'une veille institutionnelle (nationale et régionale) à destination des familles professionnelles membres d'Interfel.

Malgré l'annulation du Salon International de l'Agriculture, lieu incontournable de rencontres institutionnelles, Interfel a pu échanger avec les politiques en organisant des visioconférences et en participant à nouveau au Congrès des Maires après un an d'absence (annulation en 2020 en raison du Covid-19).

Enfin, l'Année internationale des fruits et légumes a permis à l'interprofession un rayonnement national vis-à-vis des parties prenantes, mais aussi international vis-à-vis d'autres organisations telles que la FAO.

## SUIVI DE LA LOI AGECE ET DE LA MESURE DE SUPPRESSION DES EMBALLAGES PLASTIQUES DES FRUITS ET LÉGUMES

Suite à la promulgation de la loi AGECE (le 10 février 2020) et à l'interdiction des emballages plastiques au 1<sup>er</sup> janvier 2022 pour les lots de fruits et légumes frais non transformés jusqu'à 1,5kg (art.77), Interfel n'a cessé d'échanger avec les ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture en amont de la sortie du décret d'application. Publié le 12 octobre 2021, ce décret précise certains termes de la loi et dresse la liste des fruits et légumes exemptés de cette obligation au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Tous les fruits et légumes frais non transformés (hormis ceux conditionnés par lots de plus de 1.5 kg) seront finalement concernés par la loi, au plus tard le 30 juin 2026. Par ailleurs, la loi AGECE prévoit également l'interdiction des étiquettes adhésives (stickers) sur les fruits et légumes frais au 1<sup>er</sup> janvier 2022 (art.80) à l'exception des étiquettes compostables à domicile et constituées en tout ou partie de matières biosourcées.

### Des avancées ont été obtenues par Interfel, en lien avec ses familles et le CTIFL, notamment :

- **Après le report d'une année** de l'entrée en vigueur de la loi par rapport au texte initial (1<sup>er</sup> janvier 2022 au lieu du 1<sup>er</sup> janvier 2021), Interfel a obtenu la reconnaissance de la notion de progressivité dans l'application de la loi (en ce qui concerne l'article 77), les mesures d'interdiction s'étalant entre 2022 et 2026 selon les produits ;
- **La prise en compte d'un certain nombre de produits** dans les exemptions listées au décret ;
- **L'exclusion de la définition de « conditionnement »** des élastiques nécessaires au regroupement de plusieurs petits fruits ou légumes, tels que ceux qui sont présentés à la vente avec des fanes (radis, carottes, etc.) ou encore les herbes aromatiques ;
- **L'élargissement du délai de six mois** d'écoulement des

stocks d'emballages plastiques aux fruits et légumes produits ou importés après le 1<sup>er</sup> janvier 2022 ;

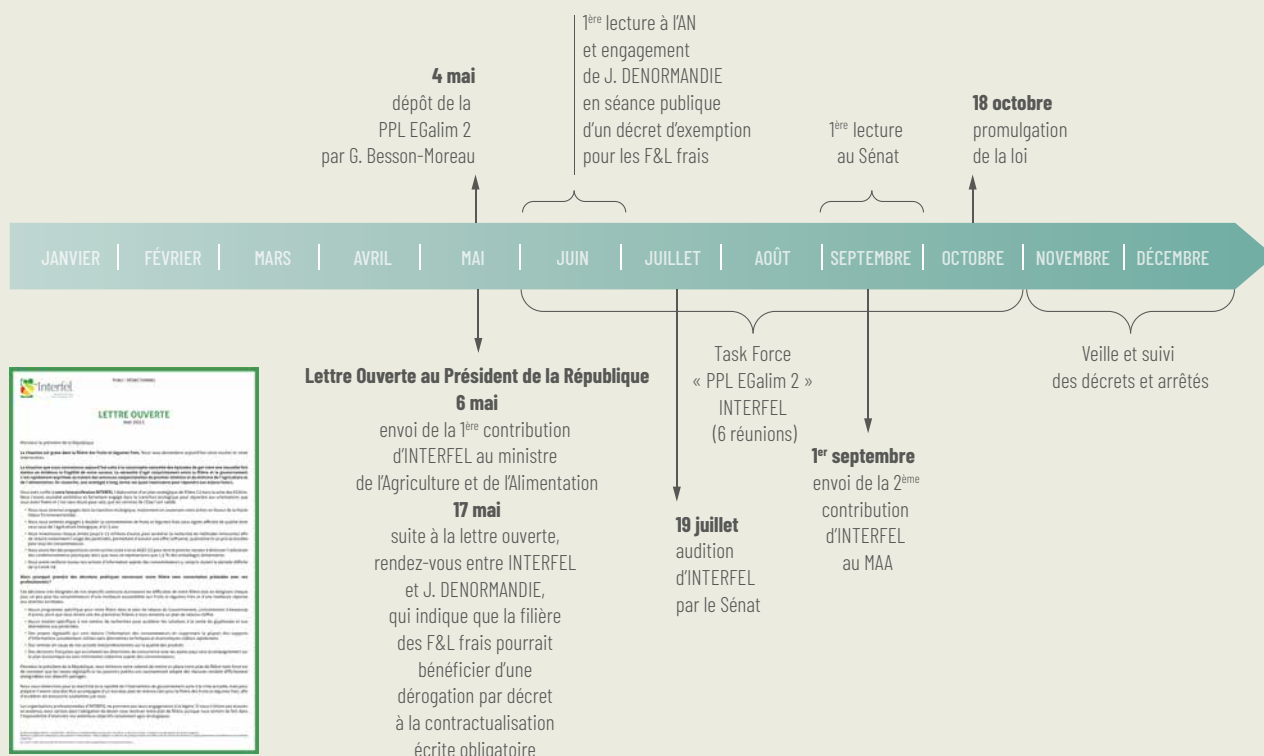
• **La FAQ du Ministère de la Transition écologique**, précisant que les adhésifs (colles) sont exclus de la définition de « matière plastique » en ce qui concerne l'article 80.

## PROPOSITION DE LOI EGALIM 2

Interfel a suivi activement la proposition de loi visant à protéger la rémunération des agriculteurs, dite « EGALIM 2 », en mettant en place une Task Force dédiée (six réunions jusqu'à la promulgation de la loi, le 18 octobre 2021), en soutenant le dépôt de deux amendements législatifs spécifiques lors de l'examen du texte, en étant auditionnée par la rapporteure Anne-Catherine LOISIER, en multipliant les échanges avec le ministre Julien DENORMANDIE et son cabinet (trois réunions de concertation), et en prenant position sur les décrets d'application prévus par le texte (notes de positions et contributions adressées au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation).



## ACTIONS MENÉES DANS LE CADRE DE LA PPL EGALIM 2



Interfel a demandé le maintien d'une contractualisation volontaire pour les fruits et légumes frais en rappelant les raisons qui justifiaient cette dérogation pour notre secteur (en premier lieu le caractère météo-sensible et la diversité des produits qui rendent impossible un engagement systématique sur une longue période).

### Interfel a obtenu gain de cause sur plusieurs dispositions :

- **L'inscription dans la loi de la dérogation pour les fruits et légumes frais** sur l'encadrement de la publicité relative à des opérations de dégagement ;
- **Les fruits et légumes frais ne seront pas visés par la contractualisation** pluriannuelle écrite obligatoire (projet de décret adopté conformément à l'engagement pris par le Gouvernement auprès d'Interfel) ;
- **Les fruits et légumes frais ne seront pas visés par l'expérimentation** d'une clause de tunnel de prix (absents dans le décret d'application 2021) ;
- **Les fruits et légumes frais sont exclus de la transparence** et la non-négociabilité des matières premières agricoles (dérogation expresse dans le décret d'application)

### PROJET DE LOI « 3 DS »

Dans le cadre du projet de loi « 3DS » et dans la continuité des actions d'Interfel relatives au programme UE « Lait et fruits à l'école » (contribution, lettre ouverte, etc.), l'interprofession a décidé d'utiliser ce véhicule législatif (en novembre 2021) pour proposer un amendement d'appel afin d'attirer l'attention des parlementaires sur l'échec de ce programme en France et d'amener le gouvernement à se positionner publiquement sur ce constat. La proposition d'Interfel a été de demander un rapport du gouvernement remis au Parlement, qui poserait

les bases d'une évolution du programme dans la direction qui apparaît, pour la filière, la plus adaptée afin que celui-ci gagne en efficacité (à savoir la régionalisation et le lancement d'une expérimentation). Porté par le député Bruno QUESTEL (rapporteur du projet de loi), cet amendement a été adopté et inscrit dans la loi.

### PROJET DE LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE

Issu des travaux de la Convention Citoyenne pour le Climat, le projet de loi Climat et résilience a été présenté en Conseil des Ministres en février 2021. Dès février, Interfel a alors décidé de mettre en place une Task Force « PJ Climat » afin de faire travailler les professionnels ensemble (avec l'appui de son agence de lobbying) et ainsi permettre à l'interprofession d'être proactive et réactive lors des débats législatifs. Entre février et juillet 2021, 8 réunions ont ainsi pu se tenir, avec pour résultats à l'issue de ces travaux :

- **3 propositions d'évolutions législatives d'Interfel** ont été déposées, dont une adoptée sur l'affichage de la saisonnalité visant à ajouter une information par voie électronique ;
- **7 notes techniques de positionnement élaborées et validées par la Conférence des présidents (COPN)** : sur l'affichage environnemental, la mise en place du vrac, les marchés publics et les indications d'origine, l'information de la saisonnalité des fruits et légumes, le chèque alimentaire, l'encadrement des labels privés, l'alimentation durable en restauration hors domicile, ainsi qu'un note synthétique globale\* ;

\* Toutes ces notes sont disponibles sur demande auprès du Service Relations institutionnelles.

Par ailleurs, deux visioconférences ont été organisées par Interfel dans le cadre du PJ Climat (avec les députés, puis les sénateurs), et Interfel a été auditionnée par la sénatrice Anne-Catherine LOISIER, rapporteure du titre V « Se nourrir », qui a pu prendre en compte les propositions de l'interprofession (en portant notamment deux amendements pendant les débats, dont un adopté dans la loi). En 2022, la Task Force « Loi Climat » d'Interfel sera réactivée afin de travailler sur un calendrier des fruits et légumes de saison validé par l'ensemble de la filière.

### DES OUTILS CONÇUS POUR INFORMER ET ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE

Pour accompagner au mieux les professionnels de la filière des fruits et légumes frais tout au long de l'année, lors de rencontres institutionnelles ou de situations de crise ponctuelles, Interfel élabore au fil de l'eau des notes et mementos (avec le soutien d'Aprifel et du CTIFL) : memento « Prix des fruits et légumes frais - focus Gel 2021 », memento « Face à une crise médiatique, comment je réagis ? », etc.

#### En 2021, Interfel a mis en place d'une veille institutionnelle à destination des familles professionnelles :

- Une **veille institutionnelle nationale** hebdomadaire (#30 lettres de veille en 2021) ;
- Une **veille institutionnelle des régions** des Comités régionaux d'Interfel (mensuelle - #9 en 2021) ;
- Une **veille parlementaire au fil de l'eau** (suivi des textes législatifs et réglementaires).



#### RÉSULTATS ET CHIFFRES CLÉS :

- Participation d'Interfel à 3 auditions (PJ Climat, PPL EGALIM 2) ;
- Plus de 10 rencontres avec les membres du gouvernement ou membres des cabinets ministériels ;
- Rencontres avec 40 parlementaires français et députés européens ;

#### NOUVEAUTÉS :

- Interfel a organisé 2 visioconférences avec les parlementaires dans le cadre des débats PJ Climat ;
- Interfel a organisé 2 table-rondes dans le cadre de l'Année Internationale des fruits et légumes, en présence de politiques, mais aussi de parties prenantes/ société civile ;
- Mise en place et organisation de 2 task force dans le cadre du PJ Climat et PPL EGALIM 2 ;
- Mise en place d'une veille institutionnelle à destination des familles

#### ACQUIS :

Interventions législatives d'Interfel : amendements intégrés dans la loi Climat, EGALIM 2, et la loi « 3DS ».

### MISE EN PLACE D'UN COPIL « LOBBYING » DANS LE CADRE DE LA MISE EN CONCURRENCE LOBBYING

En 2021, Interfel a également lancé une mise en concurrence afin de sélectionner son agence qui mènera des actions de lobbying au niveau national et régional pour les 3 années à venir (de juillet 2021 à juillet 2024).

Afin de définir le périmètre de ses missions (suite à l'évolution de l'interprofession, avec notamment le développement des Comités régionaux d'Interfel), 2 réunions de COPIL lobbying ont été mises en place (le 27 janvier et 8 avril 2021), ainsi que 2 réunions du GT technique lobbying ad'hoc pour rédiger le cahier des charges (février/mars 2021). L'agence de lobbying retenue est le groupement Bonafide/Cilab.

### PARTICIPATION D'INTERFEL AU 103ÈME CONGRÈS DES MAIRES

Après un an d'absence en raison de la covid-19, Interfel a renouvelé sa participation au Congrès des maires et des Présidents d'intercommunalité de France en 2021 afin de sensibiliser les élus et responsables administratifs aux thématiques clés de la filière fruits et légumes frais, ainsi qu'aux actions d'éducation et d'information menées autour de nos produits.

Cette 103<sup>ème</sup> édition a connu particulièrement une forte affluence, après l'annulation en 2020 de ce rendez-vous annuel. Professionnels de la filière et représentants de l'interprofession ont été heureux de retrouver ce temps de dialogue essentiel avec les élus locaux venus nombreux, afin de leur présenter les engagements de la filière des fruits et légumes frais, acteur de premier ordre au plus près des enjeux d'alimentation des territoires.

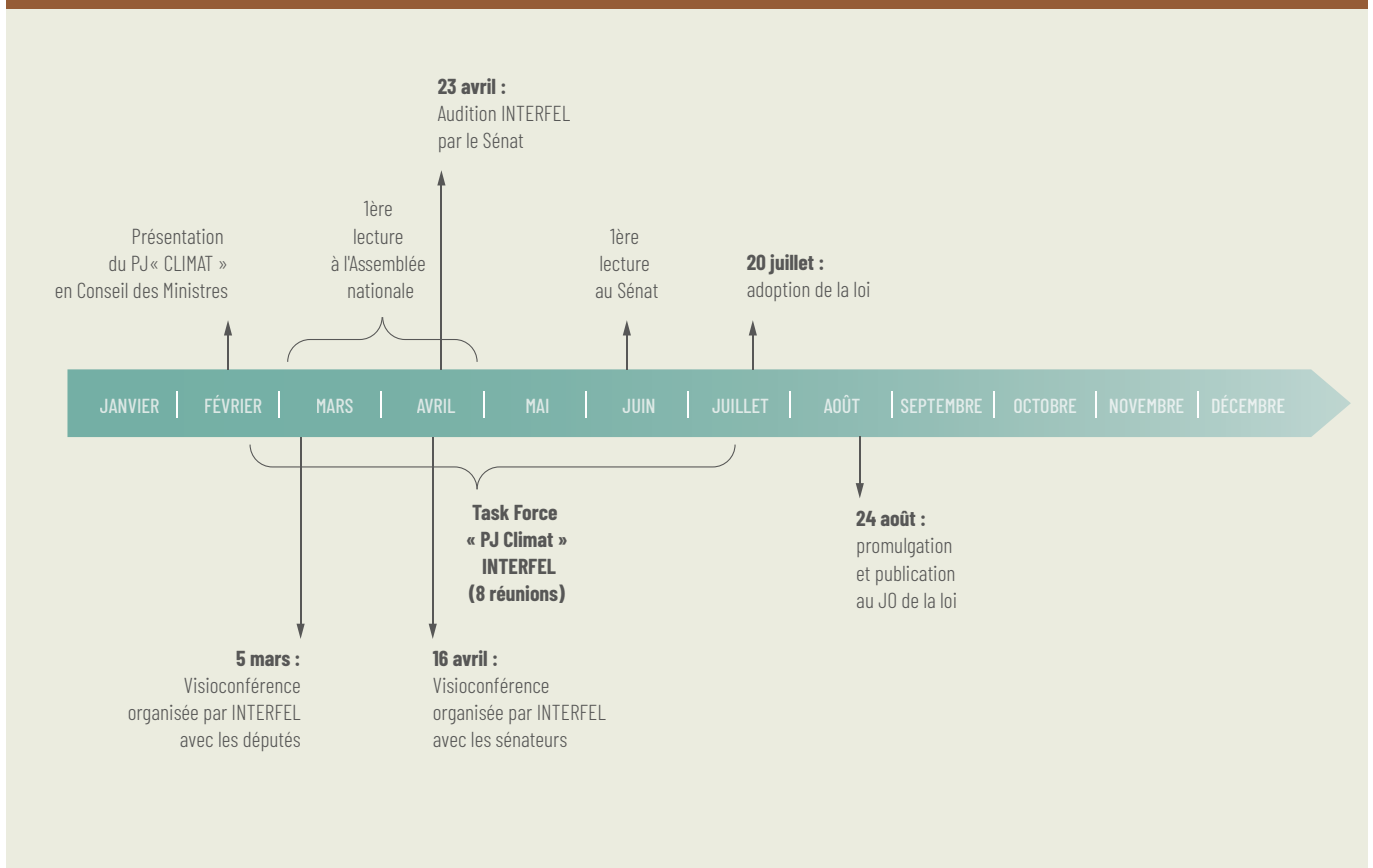
#### Interfel accompagne au quotidien les acteurs des collectivités territoriales

En lien direct avec des thématiques abordées lors des différents Forums et débats sur le Congrès (éducation alimentaire, loi EGALIM...), Interfel a pu présenter aux congressistes les outils conçus par l'interprofession (guides, plaquettes) mis à disposition des collectivités pour les aider à répondre notamment aux objectifs des lois EGALIM et Climat qui entreront en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2022.

Une plaquette intitulée « Interfel accompagne au quotidien les acteurs des collectivités territoriales » (validée par l'AMF) a été distribuée à 12 500 exemplaires dans les mallettes des congressistes et aux emplacements dédiés à Interfel (deux charrettes). Cette plaquette permettait aux congressistes de retrouver (via des QR codes) sur un seul et même document l'ensemble des brochures et guides publiés par l'interprofession sur la thématique de la restauration hors domicile (RHD) : SIQO, bio, HVE, menus végétariens, recommandations d'achat public, etc.

Ce Congrès a également été l'occasion de présenter aux

## ACTIONS MENÉES DANS LE CADRE DU PROJET DE LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE



maires nouvellement élus en 2020, les différentes actions menées par Interfel en régions et au sein des collectivités et ce, notamment grâce aux Comités Régionaux et au réseau des diététiciens.

rendu inopérant en raison d'une lourdeur et d'une complexité administrative. Interfel y renouvelle ainsi ses propositions faites aux pouvoirs publics, pour rendre ce programme opérationnel.

### Zoom sur le programme « Fruits et Légumes à l'école »

Pendant le Congrès, une Lettre ouverte a été diffusée dans le magazine Maires de France (45 000 tirages et 10 000 exemplaires imprimés pour l'événement) afin de sensibiliser les maires sur une nécessaire évolution du programme « Fruits et lait à l'école » en France, où ce programme est

### Distribution et dégustation de produits de saison, grâce à nos partenaires

Cette année encore, Interfel a pu distribuer aux maires et leurs équipes, des fruits de saison : pommes, poires et clémentines de Corse, grâce à l'aimable contribution de nos partenaires (ANPP et APRODEC).



# L'ANNÉE INTERNATIONALE DES FRUITS ET LÉGUMES

Dans le cadre de la décennie d'actions des Nations unies pour la nutrition (2016-2025), 2021 était « l'Année internationale des fruits et légumes ». Sous l'égide de la FAO et de l'OMS, cette célébration poursuivait plusieurs objectifs :

- >> Une sensibilisation aux bienfaits de la consommation de fruits et légumes pour la santé et la nutrition ;
- >> La connaissance qu'une plus grande consommation de fruits et de légumes favorise une alimentation saine ;
- >> La promotion des efforts menés au niveau international pour accroître durablement la production de fruits et de légumes ;
- >> Les actions pour lutter contre les pertes et le gaspillage alimentaire tout au long de la chaîne d'approvisionnement (de la production jusqu'à la consommation).

consommer et soutenir les métiers de la filière des fruits et légumes frais.

## Au total :

- **70 participants** (partenaires, institutionnels, professionnels...), dont 22 journalistes : presse généraliste (AFP) / Food / art de vivre / agro/agri
- **32 retombées** : radio, presse web et print.

## INTERPELLATION DES POUVOIRS PUBLICS ET DU GRAND PUBLIC

### Des table-rondes « Année internationale des fruits et légumes : conversations et perspectives »

Afin d'interpeller l'ensemble des experts, acteurs reconnus de la société civile et décideurs institutionnels, sur les bienfaits nutritionnels et sanitaires d'une consommation de fruits et de légumes frais et les enjeux auxquels est confrontée la filière, Interfel a organisé deux table-rondes « **Année internationale des fruits et légumes : conversations et perspectives** » - en visioconférence. Ces rencontres ont permis de réunir autour de Laurent Grandin, un panel d'experts et acteurs reconnus de la société civile, des représentants nationaux de secteurs stratégiques en lien avec les priorités et les initiatives portées par Interfel, en particulier dans le cadre de l'Année internationale des fruits et légumes, des élus et décideurs politiques.

Après sollicitation, plusieurs élus ont souhaité participer à cette Année internationale des fruits et légumes, en envoyant à Interfel **11 vidéos de soutien** : des députés, dont Stéphane Travert (ancien ministre de l'Agriculture), des maires, des sénateurs, nationaux et européens.

## LANCEMENT DE L'ANNÉE INTERNATIONALE DES FRUITS ET LÉGUMES

A compter du mois de novembre 2020, Interfel et Aprifel ont annoncé cette célébration à venir, et ce, avant même le lancement officiel par la FAO (le 15 décembre 2020), via :

- **Des actions media** : affichage urbain, insertion en presse quotidienne nationale (PQN), avec notamment une double page dans Le Figaro, insertion en presse quotidienne régionale (PQR) ;
- **Une communication sur les réseaux sociaux**, ainsi que sur les sites internet d'Interfel et des fruits et légumes frais ;
- **La mise à disposition de supports de communication** pour les acteurs de la filière (affiches, cartes, formats digitaux, cartes, etc.)

Cette visibilité offerte aux fruits et légumes et la reconnaissance par des instances internationales de leur rôle essentiel ont permis à Interfel de mettre en avant les enjeux et défis de la filière auprès des pouvoirs publics, et donc la nécessité d'une « solidarité réciproque » : la filière et ses produits œuvrent pour la collectivité au quotidien (qualité, goût, approvisionnement, plaisir, patrimoine culturel, secteur économique), mais doivent en retour être soutenus par le grand public (actes d'achat) et les institutionnels (réglementation, financement de la recherche). Le 31 mars 2021, Laurent Grandin, Jacques Rouchaussé et Christel Teyssède ont présenté, à l'occasion d'une e-conférence de presse, le nom de l'ambadrice et du parrain qui allaient accompagner la filière tout au long de l'année, pour rendre visibles leurs enjeux et défis, via des actions média, digitales, événementielles et institutionnelles :

**Hélène Darroze, cheffe multi étoilée,**  
**Et Guillaume Gomez, représentant personnel du Président pour la gastronomie française.**

Lors de cette e-conférence de presse, Julien Denormandie, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, a tenu à adresser un message vidéo de soutien à la filière.

En parallèle, un portage presse a été réalisé auprès de plusieurs grands media (RTL, RFM, Télématin, TMC, TF1, M6, etc.) et un manifeste a été publié dans la presse quotidienne, nationale et régionale, afin de présenter l'accompagnement nécessaire de la filière pour parvenir aux objectifs qu'elle s'est fixée : permettre à tous de mieux se nourrir, de mieux



### L'événement de lancement de la Fête des fruits et légumes frais

Pour lancer la 17<sup>ème</sup> édition de la Fête des fruits et légumes frais (11 au 20 juin 2021) un événement de relations publiques et institutionnelles a été organisé le 9 juin, au Musée des Arts Forains à Paris. Aux côtés d'Hélène Darroze, ambadrice de l'Année internationale pour le compte d'Interfel, des personnalités politiques et institutionnelles ont répondu présentes pour partager ce moment de convivialité. Laurent Grandin, Président d'Interfel, a ouvert les festivités en rappelant l'importance de cet événement phare de la filière qui, malgré le contexte, a pu être mis en place sur l'ensemble



du territoire. Il a également remercié la présence de Beth Bechdol, Directrice générale adjointe de l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) qui a pu rappeler les objectifs de l'Année internationale des fruits et légumes.

## RÉMANENCE TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

### Une présence soutenue sur les réseaux sociaux

Une série de posts « Question essentielle » a été publiée tout au long de l'année sur les comptes institutionnels d'Interfel Twitter et LinkedIn, afin de mettre en avant les chiffres clés de la filière mais aussi d'aborder les enjeux sociétaux autour des fruits et légumes frais : "Comment lutter contre le gaspillage alimentaire ?"; "Quels changements le confinement a eu sur nos habitudes culinaires ?"; « Pourquoi certains fruits et légumes sont-ils emballés ? ».

**Au total : plus de 1.4 Millions de vues sur Twitter.**

Ces questions ont également été mises en vidéos, afin de permettre à des citoyens de poser directement leurs questions et à des professionnels de tous les métiers de la filière, d'y répondre.

**Au total : 12 vidéos ont été réalisées, dont 4 médiatisées pour plus de 11 millions d'impressions sur Twitter et LinkedIn.**

**12 posts "infos insolites"** ont par ailleurs été diffusés sur les comptes grand public des fruits et légumes frais, Facebook, Instagram et Twitter, pour apprendre des informations insolites et historiques sur nos produits.

Interfel a pu compter sur son ambassadrice et son parrain pour rendre visible l'Année internationale des fruits et légumes, à la fois par la réalisation de deux vidéos « Question essentielle » sur Instagram et Twitter mais également par leurs posts Instagram et tweets réguliers.

**Au total : plus de 100 000 vues sur Instagram.**



## Des actions et événements en régions aux couleurs de l'Année internationale

Pour donner toujours plus de visibilité à cette Année internationale, toutes les campagnes de communication et temps forts 2021 d'Interfel ont porté les couleurs de l'AIFL : Cuisinés Maison, la Fête des Fruits et Légumes Frais, la tournée du Food Truck et les événements en régions.

Le 16 octobre 2021, à l'occasion de la **Journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire**, le réseau des diététiciens d'Interfel s'est mobilisé afin de proposer animations, quiz et recettes anti-gaspi. Des supports de communication « anti-gaspi » ont été réalisés et distribués pour cette occasion.

Du 11 au 17 octobre, des animations autour de l'anti-gaspi ont également été proposées par le réseau des diététiciens dans le cadre de l'opération Chefs de gare ! Enfin de nombreuses recettes anti-gaspi ont été partagées sur le site des fruits et légumes frais et les réseaux sociaux, et une vidéo « Question essentielle du jour » sur le thème de l'anti-gaspi a été mise en ligne.

Deux événements de relation presse aux couleurs de l'Année internationale, ont été organisés dans les régions Auvergne-Rhône-Alpes et Nouvelle-Aquitaine. Ces événements ont permis de rassembler professionnels de la filière et journalistes pour valoriser la filière à l'échelle régionale : animations, dégustations culinaires, photocall, DJ... ! Hélène Darroze a notamment pu réaliser une démonstration culinaire lors de l'événement tenu à Bordeaux.

### Les portraits de héros des fruits et légumes

Lors de l'Année internationale, la FAO a lancé un appel à portrait de « Héros des fruits et légumes » dans le monde entier. Interfel, Aprifel et le Ctifl ont choisi de participer à cet élan, en proposant quatre portraits : Sophie Vidal, diététicienne, Vincent Mathieu-Hurtiger, ingénieur, Elio Riboli, Professeur d'épidémiologie et de prévention du cancer et Alain Periquet, Enseignant-chercheur. Si malheureusement nos portraits n'ont pas été retenus par la FAO pour figurer sur son site internet, ces héros ont permis de rassembler autour d'eux toute la filière.

## ÉVÉNEMENT DE CÉLÉBRATION DE LA FIN DE L'ANNÉE INTERNATIONALE

Le 13 décembre, Interfel a célébré une dernière fois l'Année internationale des fruits et légumes, en présence de Hélène Darroze, ambassadrice de l'Année internationale des fruits et légumes pour Interfel et Guillaume Gomez, parrain de cette année. Marcela Villareal, Directrice des partenariats de la FAO, a également pu adresser un message vidéo à la filière pour cet événement de « clôture ».

Cette soirée a permis de remercier tout particulièrement les « acteurs » de l'Année internationale : les professionnels de la filière, notamment ceux ayant participé à la communication métier, ainsi que nos « héros » de l'AIFL. A cette occasion, Laurent Grandin a également remis un chèque géant symbolisant la donation faite par Interfel à la Fondation Ecole de Félix, parrainée par Guillaume Gomez, et qui accompagne des jeunes aux métiers de la restauration (à Madagascar).

**• 96 participants au global**, dont 10 journalistes issus essentiellement de la presse professionnelle agro-agri/ culinaire/gastronomie, pour 21 retombées (8 presse écrite, 8 presse online et 5 TV/Radio), dont une interview d'Hélène Darroze par Néorestaurant ; et 15 influenceurs.

# CUISINÉS MAISON, LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS RESTENT LÉGERS DANS VOTRE BUDGET

La crise sanitaire et le confinement ont entraîné un retour en cuisine pour une grande partie des Français, poussés par l'envie d'apprendre, d'innover et de se faire plaisir. C'est dans ce contexte qu'Interfel a poursuivi, pour sa 6<sup>ème</sup> année consécutive, sa communication « Cuisinés maison, les fruits et légumes frais restent légers dans votre budget », dans l'objectif de démontrer aux français que cuisiner soi-même des produits bruts, permet de faire des économies, en toute facilité et simplicité.

C'est en capitalisant sur cette tendance, qu'Interfel a souhaité accompagner les consommateurs déjà convaincus, en développant notamment de nouvelles recettes gourmandes, simples et économiques mais également en allant « chercher » de nouveaux consommateurs en mettant en place des dispositifs innovants, faisant appel à des personnes influentes pour porter les messages de l'Interprofession et les diffuser auprès de leurs communautés.

## UNE CAMPAGNE D'AFFICHAGE OMNIPRESENTE – SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Un vaste plan média en affichage urbain a permis des prises de parole pendant les quatre temps forts de l'année, avec une présence dans plus de **500 villes** en moyenne, permettant ainsi de toucher des millions de consommateurs en attente d'inspiration culinaire.



## UNE PRISE DE PAROLE INCONTOURNABLE SUR LE DIGITAL

Pour sensibiliser les fameux « Milleniales », âgés entre 25 et 34 ans, sous-consommateurs de fruits et légumes frais, Interfel a lancé pour la première fois un partenariat avec Twitch, la plateforme en ligne dédiée au jeu, afin de toucher une large audience :

• **Squeezie et Locklear**, deux figures populaires des jeux vidéos ont réalisé des recettes en live et leur vidéo s'est hissée en position numéro 1 sur YouTube.



• **McFly et Carlito**, le célèbre duo, ont quant à eux lancé une émission-débat drôle et décalée qui a rencontré un franc succès.

Autre nouveauté pour toucher, interpeler et engager cette cible sous-consommatrice de fruits et légumes frais, Interfel a créé son **podcast inédit « J'irai dîner chez vous »**. Cette série en partenariat avec Virgin Radio part à la rencontre d'auditeurs partout en France. L'animateur radio, Robin, s'invite à leur table pour partager un repas et parler de leurs passions et de leurs recettes.



Interfel a résolument ponctué la campagne « cuisinés maison » de nombreuses autres innovations pour être toujours au plus près du mode de vie des consommateurs : double-pages dans la **presse people** durant l'été pour inviter à consommer les fruits et légumes autrement, partenariats avec les champions de la gourmandise

sur les réseaux sociaux « Chef Club », ou encore une collaboration avec le Top chef **Diego Alary** sur TikTok.

Durant les 4 temps forts de cuisinés maison, des contenus sur les réseaux sociaux ont été créés et diffusés : vidéos recettes en reels, valorisation des recettes dédiées... En tout plus de **100 contenus** ont été diffusés sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram avec un reach moyen autour de 80 000. Nous avons également communiqué sur les dates du foodtruck en story pour annoncer l'arrivée de l'événement dans chaque ville.



### Chiffres clés

- **+ de 300M de contacts/impressions** au global des 4 campagnes Cuisinés maison 2021
- **Environ 735K interactions** générées par les 7 partenaires média sur l'année 2021

### DES SUPPORTS DE COMMUNICATION A DISPOSITION DES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE

Affiches, fiches recettes, guirlandes, dépliants d'information... tout au long de l'année, de nombreux supports de communication ont été proposés à l'ensemble des professionnels de la filière via la plateforme matériel d'Interfel ([materiel-interfel.com](http://materiel-interfel.com)) pour leur permettre de relayer les campagnes de communication d'Interfel auprès de leurs clients et convives.

### DES ANIMATIONS TERRAIN POUR SUSCITER L'ENVIE DE CONSOMMER

Des animations « terrain » ont pu reprendre sur les marchés et dans les magasins afin d'aller à la rencontre des consommateurs. Ces points de rencontre, au plus proche de l'acte d'achat, ont permis de créer des échanges privilégiés autour de recettes simples, rapides et économiques. Une façon de susciter l'envie d'acheter !

### NOUVEAUTÉ : LE FOOD TRUCK PART EN TOURNÉE DANS TOUTE LA FRANCE

Interfel, souhaitant agir au plus près des consommateurs partout en France, a lancé sa tournée « food truck » intitulé : le **Fraich'cook tour !** Ainsi, du mois de juin qu'au mois de décembre 2021, le food truck s'est installé dans **31 villes de France**, et a permis de sensibiliser plusieurs dizaines de milliers de personnes grâce à ses animations : dégustations de recettes, quizz, vélo smoothies...

### CUISINÉS MAISON SOUTENUE EN RELATIONS PRESSE

Des communiqués de presse ont également été diffusés auprès de la presse locale : 13 CP régionaux Fraich'Cook Tour, 2 CP recettes, 2 carnets de recettes et 1 portage presse. **39 retombées presse ont été comptabilisées sur le Fraich'Cook tour et 50 retombées presse autour des recettes.**

### DE NOUVELLES RECETTES - RETOUR AUX BASIQUES

Afin d'encourager les consommateurs à réaliser des recettes à base de fruits et légumes frais, Interfel a joué la carte de la simplicité et de la gourmandise, en revenant aux fondamentaux : les « basiques ». Ces plats faciles à intégrer dans son quotidien, accessibles, avec quelques ingrédients « essentiels », pour un maximum de plaisir : tarte aux fraises, artichaud vinaigrette, salades composées et gratins... Tout au long de l'année, Interfel a proposé aux internautes de nombreuses suggestions de préparation à travers ses réseaux sociaux et sur son site grand public : [www.lesfruitsetlégumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlégumesfrais.com)





# LA FÊTE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS - LES ATTRACTIONS DU GOÛT

Pour cette nouvelle édition, l'événement phare de la filière des fruits et légumes frais a fait peau neuve : nouvelle stratégie, cible élargie et nouvelle identité visuelle avec son tout premier Parc d'attractions, 100% dédié aux fruits et légumes frais !

Contexte sanitaire oblige, la fête des fruits et légumes frais a dû, pour la seconde année consécutive, faire preuve d'adaptabilité et d'innovation pour proposer aux français de vivre une expérience ludique et divertissante alors que les actions terrain et événements publics n'ont pu se déployer qu'avec parcimonie.

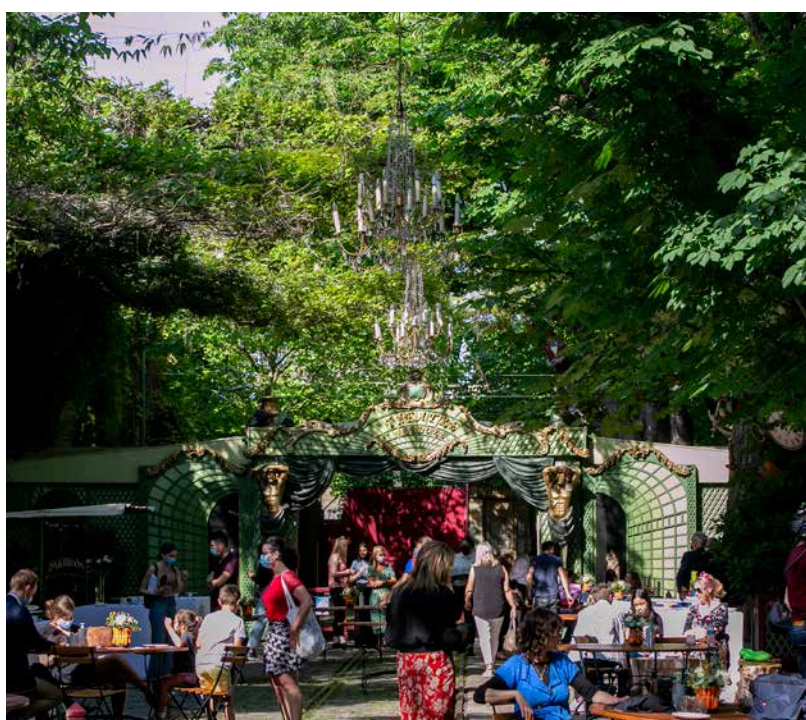
L'édition 2021 s'est donc voulu « hybride », combinant des actions media, digitales et une présence terrain mesurée.

## LE LANCEMENT DE LA FÊTE AU MUSÉE DES ARTS FORAINS

Pour lancer cette nouvelle édition, la fête « foraine » des fruits et légumes frais a investi le mercredi 9 juin 2021, un lieu tout aussi atypique : Le Musée des arts forains, à Paris. Institutionnels, journalistes, influenceurs accompagnés de leurs enfants et professionnels de la filière ont ainsi pu découvrir en avant-première les enjeux et le dispositif envisagé pour cette nouvelle édition qui s'inscrivait dans le cadre de l'année internationale des fruits et légumes frais.

Etaient présentes pour cette occasion, **Hélène Darroze**, ambassadrice de l'année internationale des fruits et légumes frais pour Interfel et **Beth Bechdol**, directrice générale adjointe de la FAO.

Sans oublier, plusieurs animations proposées : les animations présentes aux arts forains, mais aussi un magicien influenceur et une cheffe médiatique, Justine Piluso.



### Quelques chiffres clés

#### de cet événement de lancement :

- 2 invitations presse/institutionnelle envoyées
- Un dossier de presse diffusé
- 9 communiqués de presse régionaux
- 43 journalistes présents et 19 influenceurs présents lors de l'événement de lancement
- 7 interviews privilégiées avec Hélène Darroze
- 106 retombées presse
- 115 retombées influence

## NOUVEAUTÉ : UN PARC D'ATTRACTION DIGITAL 100 % DEDIE AUX FRUITS ET LEGUMES FRAIS



C'est dans ce contexte sanitaire incertain que le PREMIER Parc d'attraction digital aux couleurs des fruits et légumes frais a été créé, devenant ainsi le dispositif central de la

fête des fruits et légumes frais 2021.

Objectif : proposer aux internautes de vivre une expérience ludique et divertissante avec les fruits et légumes frais, tel une fête foraine grande nature avec de nombreux stands à la clé (La grande roue des fruits et légumes, Les fruits et légumes à la ligne, Qui veut gagner des melons, Fast and pastèques...) mais aussi des contenus informatifs (recettes vidéo, trucs & astuces ...) pour inciter à consommer nos produits.

### Quelques chiffres clefs du Parc d'attraction digital :

- Plus de 78 000 visiteurs
- 17 000 participants au jeu concours
- Une moyenne de satisfaction de 4.3/5



98% des internautes ont été séduits par le parc d'attractions virtuel

97% des internautes ont passé un moment divertissant

85% des internautes ont trouvé que le parc d'attraction était adapté au grand public

## UNE CAMPAGNE MEDIA NATIONALE POUR FAIRE CONNAITRE LA FÊTE ET SON NOUVEAU PARC D'ATTRACTION :

L'enjeu majeur a été de faire connaître le nouveau concept du parc d'attraction et d'y attirer des visiteurs.

Les dispositifs media déployés ont permis d'assurer la visibilité de l'événement au national et d'inciter le grand public à y participer et créer de l'engagement autour de nos produits.

Une campagne d'affichage animée a été menée du 11 au 19 juin sur l'ensemble du territoire avec la diffusion d'un spot reprenant le visuel clé de la fête et incitant à aller jouer dans le parc d'attraction.

- 206 villes investies
- 33.7 millions de contacts touchés

Une opération spéciale avec des ambassadeurs influenceurs a également été mise en place. Ces derniers ont annoncé à leur communauté sur Instagram la sortie

du parc d'attractions, ont joué aux jeux proposés et ont challengé leurs fans à battre leur score.

- 4,4 millions de vues des contenus ont été générés (28 vidéos)
- 10.171 clics ont été comptabilisés

Une campagne digitale avec de multiples formats (pour s'intégrer dans des articles édités, des en-têtes de pages et dans le fil de lecture des internautes) a été réalisée sur des pages en lien avec la thématique (loisirs, jeux, alimentation) afin d'aller chercher les 25-34 ans et les inciter à jouer à notre nouveau parc d'attractions.

- 43.6 millions de contacts générés et 157 656 clics comptabilisés

## DES ACTIONS TERRAIN POUR ALLER À LA RENCONTRE DU GRAND PUBLIC

Malgré le contexte sanitaire incertain, des animations en région, ont pu être organisées, avec la mobilisation de notre réseau de diététiciens soutenu par des professionnels de la filière et des partenaires locaux.

Cinq événements ont pu être programmés sur des places publiques de certaines communes de France : Saint Jean de Monts, Aubervilliers, Ajaccio, Nailloux et Nice avec des animations « grandes roues de fruits et légumes frais ».

Plus de 160 villes se sont impliquées dans cette nouvelle édition de la Fête.

Près de 100 animations ont été réalisées en points de ventes et dans des restaurants scolaires.



### EN RÉSUMÉ :

- Une édition réussie avec un dispositif mixte associant media, digital et actions terrain
- Un nouveau concept du parc d'attraction bien accueilli par le grand public
- Des leviers qui ont une nouvelle fois performés donnant une belle visibilité à notre événement
- Des coordinateurs en régions, les diététiciens d'interfel, qui ont su s'adapter et être ré actifs
- Des professionnels mobilisés sur le terrain

### QUELQUES CHIFFRES CLEFS DES ACTIONS EN RÉGION COORDONNÉES PAR LES DIÉTÉTICIENS D'INTERFEL :

167 VILLES IMPLIQUÉES

Bordeaux, Angers, Perpignan, Nancy, Nice...

1 703 ACTIONS RÉALISÉES

Ateliers ludo-pédagogiques, Ateliers/ démonstration culinaires, Stands d'information, conférences...

2 701 PARTENAIRES MOBILISÉS

Associations (centres sociaux...), scolaires & périscolaire, collectivités territoriales (municipalités...)

318 973 PERSONNES SENSIBILISÉES

Petite enfance, enfants, ados, adultes, grand public/famille

293 PUBLICATIONS RÉSEAUX SOCIAUX

100% dédiés à la Fête



# DISPOSITIFS DE COMMUNICATION EN SOUTIEN AUX PRODUITS EN DIFFICULTÉ DE MARCHÉ

L'année 2021 s'est accompagnée de périodes de difficultés de marchés pour un certain nombre de produits. Interfel a de ce fait dû mettre en place des campagnes de communication pour rappeler aux français la disponibilité de ces produits et les inciter à en consommer.

## CAMPAGNE DE COMMUNICATION DE CRISE EN FAVEUR DES PRODUITS : MELON & CONCOMBRE

### CONTEXTE :

Lors de la réunion téléphonique du Groupe de travail « suivi de marché » d'Interfel, qui s'est tenue le 1<sup>er</sup> septembre 2021, l'ensemble des produits a fait état d'une situation de marché globalement inquiétante et de difficultés persistantes depuis la période estivale en lien avec une consommation peu active malgré l'offre disponible. Dans ce contexte particulièrement défavorable, ces difficultés étaient exacerbées pour les produits météo-sensibles, particulièrement **le melon et le concombre** :

Une demande d'activation d'un dispositif de communication de soutien à la consommation a été formulée par l'ensemble des participants, en cette période « clé » de transition entre l'offre de produits d'été et d'automne.

La cellule de crise d'Interfel s'est réunie ce même jour et a identifié la possibilité de mettre en place un dispositif en deux temps pour répondre au mieux à l'état d'urgence :

- La mise en avant des produits en difficulté sur l'écosystème digital des fruits et légumes frais
  - Une campagne media en radio
- Les co-présidents des Commissions Economie et Communication ont été sollicités et ont donné leur position et recommandation. Le président d'Interfel, sur la base de

ces retours, a donné un accord favorable et a informé son bureau le vendredi 3 septembre.

Une demande de cofinancement a été formulée à France Agri Mer qui a accepté à hauteur de 15%.

### DISPOSITIF DE COMMUNICATION DÉPLOYÉ

#### Mise en avant de contenus sur l'écosystème digital des fruits et légumes frais

- Sur le site [fruitsetlegumesfrais.com](http://fruitsetlegumesfrais.com) dès le 9 septembre
- Sur le site [interfel.com](http://interfel.com) : Mise en ligne d'un article présentant le dispositif
- Sur la Newsletter familles professionnelles : Article présentant le dispositif de com de crise (NL du 10/9)
- Sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram des F&L frais :
  - 2 médiatisations de posts : focus melon le 9/09 et focus concombre le 14/09
  - 2 posts « Le recettes de compet' »
    - l'une avec 4 recettes à base de concombre le 10/09 ;
    - l'autre à base de melon le 14/09

#### Une campagne radio avec deux spots spécifiques et une signature générique F&L

Une campagne media radio a été mise en place afin de promouvoir les deux produits en difficulté de marché. Pour se faire, deux spots radio ont été créés puis diffusés, chacun valorisant un produit (un spot melon et un spot concombre), ceci afin de favoriser la mémorisation, avec une signature générique commune pour créer du lien.





Tout deux invitaient les auditeurs à prolonger l'été dans leurs assiettes malgré la rentrée, sur le ton de l'humour pour retenir leur attention.

**Diffusion radio du 13 au 18 septembre sur RTL, RTL2, les indés radio, NRJ, Fun radio et RMC**

#### Quelques chiffres clés :

- La campagne radio nous a permis de toucher **60 millions de contacts**
- La campagne digitale nous a permis de toucher plus de **15 000 personnes sur Facebook** et **24 000 sur Instagram**

## CAMPAGNE DE COMMUNICATION EN FAVEUR DES PRODUITS POIREAU, ENDIVE ET CAROTTE

### CONTEXTE :

Suite à la conjugaison de différents facteurs conjoncturels impactant la consommation (météo peu favorable de l'automne, baisse de la fréquentation des points de vente, arbitrage de consommation potentiellement défavorable comme la baisse du pouvoir d'achat ou la situation sanitaire préoccupante), plusieurs produits ont rencontré des difficultés d'écoulement en décembre 2021 se traduisant pour certains par des stocks et des prix très inférieurs aux années précédentes.

La **cellule de crise d'Interfel** s'est réunie le 3 décembre et a identifié la possibilité de mettre en place un dispositif **en deux temps** pour répondre au mieux à l'état d'urgence :

- La mise en avant des produits en difficulté sur **l'écosystème digital des fruits et légumes frais**
- Une **campagne radio et affichage**

### DISPOSITIF DE COMMUNICATION DEPLOYÉ

#### Mise en avant de contenus sur l'écosystème digital des fruits et légumes frais

Sur le **site des fruitsetlegumesfrais.com** :

- Création d'un article « Carottes, poireaux, endives... Nos idées recettes pour les fêtes ».

Sur la **newsletter Grand public**

Sur les **réseaux sociaux des Fruits et légumes frais**

- 09/12 - Une recette simple - multi légumes dont carottes et poireaux

- **101 378 impressions sur Instagram**

- **56 378 personnes touchées sur Facebook**

- 10/12 - « Les recettes compét » : Gratin de poireaux au parmesan/Crumble de carottes : gratin d'endives express

- **84 509 impressions sur Instagram**

- **80 930 personnes touchées sur Facebook**

Une **campagne radio** a été menée du 10 au 15 décembre 2021 sur RTL, RTL2, NRJ, Fun radio et RMC avec la diffusion d'un spot radio reprenant les codes de la campagne « Cuisinés Maison, les fruits et légumes frais restent légers dans votre budget » afin de mutualiser les moyens. Ce spot mettait en avant les 3 produits en difficulté de marché, associés à des suggestions culinaires pour donner envie et inviter à la cuisine, avec en guise de conclusion un « call to action » pour inciter les auditeurs à se rendre sur le site grand public des fruits et légumes frais afin de retrouver de nombreuses autres recettes.

**Enfin une campagne d'affichage dynamique** a été mise en place **dans 379 centres commerciaux** (Province et IDF), du 10 au 15 décembre 2021, afin d'être au plus proche des lieux de vente et susciter l'envie d'acheter.

#### Quelques chiffres clés :

- La **campagne radio** nous a permis de toucher **66 millions de contacts**
- La **campagne d'affichage** nous a permis de toucher **20 millions de contacts**
- La **campagne digitale** nous a permis de toucher **plus de 80 000 personnes** sur Facebook et a délivré plus de **100 000 impressions** sur Instagram

### CONCLUSION

Les méthodes d'évaluation de ce type de communication de crise ont été affinées afin de mesurer l'impact de ces campagnes sur les achats des produits en difficulté de marché. Les enseignements ont démontré qu'une campagne d'activation des ventes est efficace à court terme sur les personnes consommant déjà le dit produit en difficulté. D'où la nécessité de toucher en priorité les moyens et gros consommateurs des produits en crise et d'adapter les plans média selon les habitudes média de ces personnes.

# STRATÉGIE ENFANTS PROGRAMME FRAÏCH'FORCE

Le programme européen, « European Fraich'Force, le goût de l'aventure », co-financé à 80% par l'Union Européenne, s'inscrit dans la continuité du programme « European Fraich'Fantasy ». Ce programme se déroule en partenariat avec la NAK en Hongrie, et l'Apaq-W en Wallonie (Belgique), l'AOPn Fraises de France, l'AOPn Tomates et Concombres de France et le BIK.

De janvier 2021 à décembre 2023, un dispositif de communication 360° est mis en place afin de sensibiliser les parents et les enfants à la consommation de fruits et légumes frais, augmenter leur niveau de connaissance et faire aimer les fruits et légumes à travers des expériences sensorielles.

2 grandes actions de relations presse ont été mises en place : **une conférence de presse de lancement** en mai 2021 et la valorisation de la tournée événementielle, « le Jardin extraordinaire » avec **des communiqués de presse et un point presse**.

En digital, des actions **de community management, une page dédiée « European Fraich'Force »** avec des contenus ludo-pédagogiques et un **site européen** ont été mis en place. Un dispositif d'influence a également été déployé avec 10 vidéos recettes diffusées sur le compte Instagram des fruits et légumes frais.

Un dispositif média a également été mis en place avec la diffusion des anciens épisodes du programme court Fraich'Fantasy en **2 vagues en TV sur Gulli, soit 196 diffusions en année** 1 autour des 24 épisodes du précédent programme. En complément, les épisodes ont été diffusés sur une sélection de sites enfants. Les contenus digitaux ont également été médiatisés ainsi que la tournée du « Jardin Extraordinaire » pour amener des participants.

Le programme European Fraich'Force est porté par une charte graphique et des outils de communication. Tout au long de l'année, nous avons développé **l'univers graphique** du programme. Des outils de communication ont été développés : la production des **12 épisodes de la saison 4** des aventures de la Fraich'Force, **un cahier d'activités** et des **goodies** pour faire vivre l'expérience Fraich'Force lors des animations.

La Fraich'Force était également présente sur le terrain avec la **tournée événementielle « Le Jardin Extraordinaire de Frutti et Veggi »** et lors des animations en **points de ventes et restauration scolaire**. La tournée a eu lieu du 29 septembre au 7 novembre en passant par 5 villes de France : Compiègne, Chartres, Limoges, Saint Etienne et Paris. Les animations en points de vente ont eu lieu sur **74 week-ends d'animation et 137 animations** en restauration scolaire.



## LES CHIFFRES CLÉS DU PROGRAMME :

**Relations presse** : 124 retombées presse (89 retombées presse print et 35 retombées blog et réseaux sociaux)  
13,1 millions de personnes touchées estimées  
**Digital** : 80 contenus en community management.  
En moyenne 150 interactions sur Instagram et 20 interactions sur Facebook  
139K impressions des vidéos et 16.7K vues  
**Média** : 15 millions de contacts touchés en TV et 3 millions de diffusions en digital.  
500K impressions pour les vidéos influence  
3,5 millions d'impressions publicitaires et 30.200 clics vers le site.  
945K impressions publicitaires pour la tournée.  
**Événementiel** : plus de 5000 personnes au total ont participé au Jardin Extraordinaire  
**Animations point de vente** : 107 familles touchées par week-end  
**Animations restauration scolaire** : 109 enfants touchés en moyenne par animation.

# ÉVÉNEMENTS EN RÉGIONS



En 2021, Interfel a souhaité inscrire sa présence en régions dans le cadre de la campagne Cuisinés maison. En 2021, un dispositif inédit a été lancé avec le « Fraich'Cook Tour ». Le Foodtruck a sillonné le territoire français pour être au plus proche des consommateurs. Il a également été le dispositif phare sur 6 des événements de la programmation 2021.

Quand le foodtruck ne passait pas dans une foire ou un salon, c'est la cuisine mobile qui était mise en place. Ajustable en fonction de l'espace et des besoins, elle permet de proposer différentes interactions avec le public : des dégustations de plats préparés par un chef. Le principe de l'atelier permet d'apporter de bonnes pratiques et des découvertes culinaires originales.

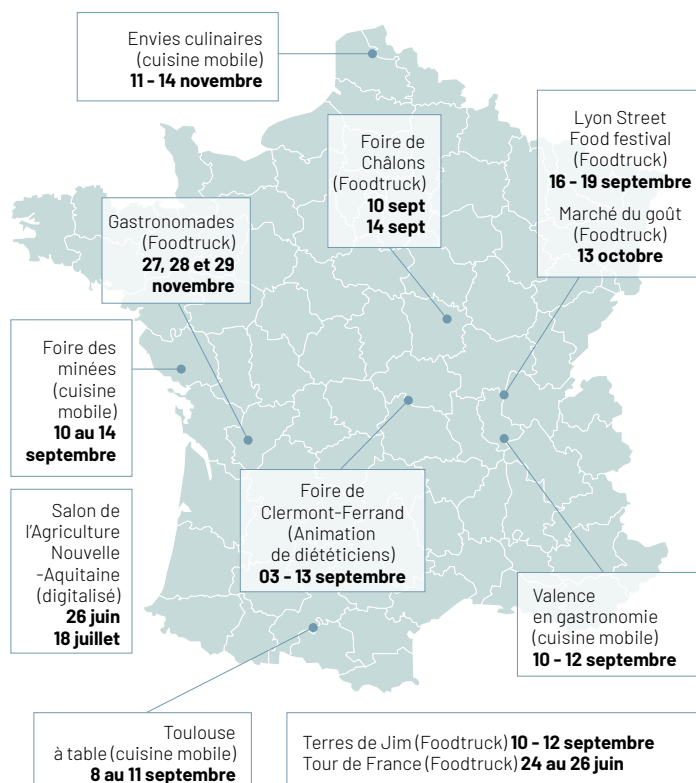
## LES ANIMATIONS DES DIÉTÉTICIENS

Partie prenante de l'organisation opérationnelle des événements auxquels participent Interfel, notre réseau de diététiciens propose des activités diverses et adaptées au public et aux événements. Entre jeux, ateliers culinaires et conseils, le rôle des diététiciens sur les événements et lieux publics permet aux participants d'avoir des informations de qualité et adaptées à chaque profil de visiteur.



## Présentation de la programmation

En 2021, une programmation dense malgré le contexte sanitaire :



# DES ACTIONS TOUTE L'ANNÉE

## RÉSEAUX SOCIAUX

### « LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS » 2021

En 2021, les contenus ont été largement diffusés sur les différents réseaux sociaux grand public.

Sur Facebook, nous avons gagné 5 193 abonnés en 1 an, soit une communauté de **65 902 personnes** en décembre. 268 contenus ont été publiés durant l'année et ils ont été lus 9 millions de fois. Sur Instagram, nous avons gagné plus de 10 000 personnes sur notre compte, soit une communauté de **27 700 personnes**. Nous avons diffusé 236 contenus (191 publications, 25 réels et 20 vidéos). Les contenus ont été lus plus de 2 millions de fois. Sur le compte Twitter des fruits et légumes frais, **9 008 personnes** nous suivent en décembre 2021, soit 171 personnes de plus. 154 contenus ont été diffusés l'impression moyenne est de 353 400.

Les contenus ont été portés par des sujets comme l'Année Internationale des fruits et légumes frais, la Fête des fruits et légumes frais, Cuisinés maison et des contenus fil rouge sur les produits et recettes.

## RÉSEAUX SOCIAUX « INTERFEL »

Le compte LinkedIn comptabilise 3 940 abonnés au 31 décembre, soit **1 956 de plus en 1 an**.

En 2021, 58 publications ont été postées, et l'impression moyenne est de 174 359

Le compte twitter Interfel comptabilise 3 940 abonnés en décembre 2021, soit 1 959 personnes de plus sur 1 an. 58 tweets ont été diffusés et une impression moyenne de 2 millions.

## LE SITE LESFRUITSETLEGUMESFRAIS.COM

En 2021, le nouveau site lesfruitsetlegumesfrais.com devient le site de référence sur les fruits et légumes. Il compte plus de 110 fiches produits avec des informations sur la saisonnalité, des données chiffrées ou encore des conseils pour bien cuisiner et choisir les fruits et légumes. Plus de 1000 recettes simples et rapides à cuisiner sont mises à la disposition des internautes, avec de nouvelles recettes destinées aux tout petits. Enfin, la rubrique « De la terre à l'assiette » valorise les femmes et les hommes de la filière des fruits et légumes frais avec des témoignages de professionnels.

**Nouveauté** : la création d'un compte personnel grâce auquel les internautes peuvent mettre en favori des recettes, des événements ou des articles tendances.

## LE BILAN EN CHIFFRES :

**Site lesfruitsetlegumesfrais.com** Période mai 2021 à décembre 2021 vs mai 2020 à décembre 2020

Nouveaux utilisateurs : **+12,1%**

**Site Interfel.com** Période janvier 2021 à décembre 2021 vs janvier à décembre 2020

Nouveaux utilisateurs : **+26,5%**

**Newsletter grand public +5000** abonnés 2021 vs 2020

## LES RELATIONS PRESSE EN 2021

L'année 2021 a été marquée par de nombreuses actualités, relayées de façon efficace dans les médias (TV, radio, presse généraliste et presse spécialisée). Différents leviers sont ainsi actionnés pour promouvoir nos événements, les campagnes de communication, les actions de nos programmes européens, ou encore annoncer les différents engagements et actions pour la filière des fruits et légumes.

## LE BILAN EN CHIFFRES :

- Diffusion de **32 communiqués de presse**
- **86 demandes presse**
- **2278 articles** citant Interfel
- **3 conférences et 19 communiqués** de presse institutionnels
- **13 communiqués de presse** liés à des événements/campagnes
- AIFL : **5 événements organisés** en lien avec les comités régionaux : mobilisation de la presse quotidienne régionale
- **Actions RP** sur 1 programme européen

## LES MÉDIATRAININGS EN 2021

Au total, 18 professionnels ont été médiatrainés en 2021 (hors Comités Régionaux).

On note une baisse significative des inscriptions en comparaison avec 2020, en raison du contexte sanitaire incertain, malgré la proposition d'un programme en visio.

Une réflexion sur l'évolution des contenus et de la forme des Médiatrainings a été menée et mise en place en 2022.

Mediatraining 2021	Nombre de présence
<b>Mediatraining niveau 1 - prix gel</b>	<b>1</b>
Saveur Commerce	1
<b>Mediatraining niveau 1 phyto</b>	<b>9</b>
ANEEFEL	1
CSIF	1
Saveur Commerce	2
GEFeL	2
CTIFL	2
Légumes de France	1
<b>Mediatraining niveau 1 prix</b>	<b>3</b>
CTIFL	2
Légumes de France	1
<b>Mediatraining niveau 2 diverses thématiques</b>	<b>5</b>
CSIF	1
GEFeL	2
Légumes de France	2
<b>Total</b>	<b>18</b>





# PASSIONNÉS POUR LA VIE, LES MÉTIERS DE LA FILIÈRE

Les fruits et légumes frais sont le fruit du travail minutieux de femmes et d'hommes passionnés, aux métiers variés, qui œuvrent au quotidien pour apporter le meilleur au consommateur en proposant des produits frais, de qualité. En 2021, Interfel a souhaité mettre à l'honneur ces professionnels à travers sa nouvelle campagne, « Passionnés pour la vie ».

Lancée le 14 novembre 2021, cette campagne media et digitale donne la parole aux experts de la filière. Des femmes et des hommes engagés avec un savoir-faire spécifique, fiers de leur métier, qui en parlent avec ferveur...

**Des passionnés pour la vie !** À travers près de 10 clips, Interfel a souhaité mettre à l'honneur l'ensemble des métiers du secteur en interrogeant les femmes et les hommes de la filière sur leur passion et savoir-faire. De la production à la distribution, chaque métier garantit l'approvisionnement, la qualité, la diversité et la fraîcheur aux consommateurs. La nouvelle campagne de communication a été réalisée à l'issue d'un tournage de 10 jours dans les plus belles régions de France.

## UN DÉPLOIEMENT TV, PRESSE ET RÉSEAUX SOCIAUX

Un temps fort de lancement le 14 novembre 2021 avec la diffusion en TV du spot de présentation des métiers de la filière sur France 2 et M6 puis VOL, en parallèle un dossier de presse incluant infographie, présentation de la campagne et des métiers a été envoyé aux journalistes.

Une stratégie de contenus et d'animation sur les réseaux sociaux en renforcement des actions médias, avec notamment deux hashtags clés : #PassionnéPourLaVie et #PassionDuVivant, 8 vidéos interviews « Métiers » dans lesquelles les professionnels parlent de leur parcours, leur métier au quotidien à retrouver sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn) et sur [www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com).

### Les résultats :

- Une campagne TV qui a touché **20 Millions de contacts**
- Une diffusion Vol du spot qui a généré **9 Millions de vues**
- Une belle campagne sur les réseaux sociaux avec plus de **700 000 personnes touchées** sur Facebook et un taux d'engagement moyen de 16,7% sur Instagram
- **Une campagne métier appréciée** (50% de note de 8 à 10) et



- génératrice de fortes émotions positives (43% très positive)
- Des copies centrées sur la thématique des métiers qui fonctionnent bien grâce à une bonne conception des vidéos, notamment en informant sur les métiers de façon pédagogique. Les éléments qui ont le plus retenu l'attention sont **la diversité des métiers et l'engagement des professionnels**.
- Pour 6 français sur 10 la campagne a permis de **mieux comprendre l'utilité de ces métiers** pour garantir des produits frais en quantité et de qualité
- Les vidéos **renforcent également la confiance et la proximité** entre les Français et les professionnels de la filière F&L

# « LES TALENTS DES FRUITS & LÉGUMES » - ÉDITION 2021

## LES TALENTS VALORISÉS EN S'ADAPTANT AU CONTEXTE SANITAIRE

La 4<sup>ème</sup> édition 2021 du Concours « Les Talents des fruits et légumes », a dû s'adapter au contexte sanitaire pour assurer la valorisation de ses lauréats régionaux et nationaux. Compte tenu de l'annulation du Salon International de l'Agriculture en 2021, l'interprofession a réagi rapidement en organisant plusieurs Délégations Régionales composées de Représentants des familles professionnelles afin de récompenser les lauréats régionaux. Celles-ci se sont déplacées dans les points de vente gagnants courant février 2021, dans le respect des règles sanitaires, pour leur remettre leur prix régional. Ces remises de prix ont fait l'objet de publications sur le web et sur les réseaux sociaux, permettant de témoigner de la reconnaissance de l'interprofession envers ces professionnels engagés.

Les lauréats et les « coups de cœur » nationaux, quant à eux, ont été annoncés le 10 mars 2021 lors d'une retransmission en direct de la Maison des Fruits et Légumes en présence de Laurent Grandin, Président d'Interfel et de Jacques Rouchaussé, Président du CTIFL.

Une première pour cet événement qui historiquement avait lieu sur le stand d'Interfel lors du Salon International de l'Agriculture. Les Présidents et les Représentants des familles professionnelles ont été investis d'une mission lors de cette cérémonie en ligne, celle d'annoncer les noms des lauréats régionaux en lice et les gagnants pour chaque catégorie. Les lauréats nationaux, quant à eux, étaient

connectés en visioconférence grâce à l'aide de complices et se sont vu remettre leur prix en direct sous les yeux des internautes. Ces gagnants nationaux et « coups de cœur » ont bénéficié d'une valorisation au travers de portraits vidéos publiés lors de cette cérémonie.



## Lauréats Nationaux Les Talents des Fruits & Légumes, édition 2020

- **Catégorie Hypermarché** : Jonathan RICHARD, Hyper U Les Arcs, Les Arcs Sur Argens (83) <https://youtu.be/uzLXqezHn0E>
- **Catégorie Supermarché** : Nicolas GILLET, Intermarché Grandchamp des Fontaines, Grandchamp des Fontaines (44) <https://youtu.be/Hb9SiwkAPCI>
- **Catégorie Commerce de proximité** : Nicolas JUBIN, Vival, St Martin La Plaine (42) <https://youtu.be/eyi6eVAewi0>
- **Catégorie Primeur en magasin** : Mickaël TOURGIS, Mon Bon Marché, Bréal-sous-Montfort (35) [https://youtu.be/PQYqs4i\\_A3w](https://youtu.be/PQYqs4i_A3w)
- **Catégorie Primeur sur marché** : Christiane DELICOURT-MORANTIN, Le Karré Bio, Lorient (56) [https://youtu.be/3xC-JjnD\\_GY](https://youtu.be/3xC-JjnD_GY)

## Prix spéciaux « coup de cœur » du jury édition 2020 :

- **Prix spécial Primeur** : David Dohin, Création Primeurs, Canéjan (33) [https://youtu.be/Z\\_k5LlyedM8](https://youtu.be/Z_k5LlyedM8)
- **Prix spécial Grande Distribution** : Christophe Burgun, Intermarché Les Faïenceries, Sarreguemines (57) <https://youtu.be/JcalFakQX-Y>

## L'ÉDITION 2021 : UN TAUX DE PARTICIPATION EN FORTE CROISSANCE

La 5<sup>ème</sup> édition du Concours des Talents a été lancée courant mai 2021 pour encourager les candidats à mettre en avant leurs compétences et leurs savoir-faire. L'enthousiasme généré par l'édition 2020 a permis le recrutement de plus de 150 participants, soit une évolution de 24%.

Le Jury a délibéré en fin d'année pour désigner les lauréats régionaux couvrant toutes les catégories. Ces derniers ont bénéficié d'une visibilité dans la presse quotidienne et régionale, en digital avec plusieurs publications sur le compte Twitter et LinkedIn d'Interfel et sur la page dédiée au concours sur interfel.com. Leur valorisation s'effectue également aux yeux de leur clientèle, grâce à l'envoi d'un kit de communication PLV et digital.



## TOUT SAVOIR SUR LE CONCOURS « LES TALENTS DES FRUITS & LÉGUMES »

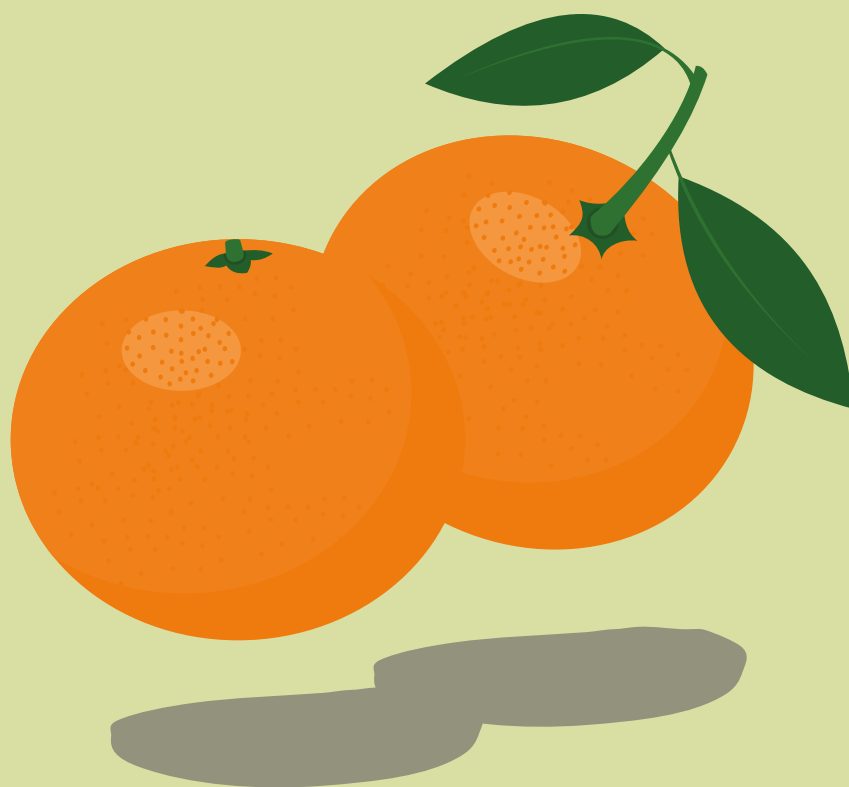
**Ce concours a pour objectif de valoriser le savoir-faire et les compétences des professionnels de la filière fruits et légumes**

**Comment participer ?** Les conditions d'inscriptions au concours sont identiques aux précédentes éditions : les candidats primeurs ou chefs de rayon fruits et légumes portent candidature selon leur secteur géographique (Nord-Est, Nord-Ouest, Sud-Est, Sud-Ouest et Ile de France) et leur catégorie (5 catégories : Hypermarché, Supermarché, Commerce de proximité, Primeurs en magasin et sur marché).

Ils remplissent un dossier de candidature en ligne dans lequel ils décrivent leurs actions au quotidien et leurs motivations. Ils sont également libres de décrire les relations bénéfiques qu'ils entretiennent avec les acteurs de la filière des fruits et légumes et mettre en avant des initiatives spécifiques qu'ils développent au sein de leur structure.

**Comment se fait l'évaluation ?** L'évaluation se fait en deux temps pour les candidats : Le Jury, composé d'Ingénieurs du CTIFL, évalue les points de vente candidats sur 5 critères techniques : l'impression générale de l'étal et mise en scène des produits sur le linéaire ; l'assortiment et l'implantation marchande des produits ; la qualité et la fraîcheur des produits présentés ; l'information du consommateur.

Le dossier de candidature, les motivations du candidat rentrent également en compte.



**ACTIONS PRODUITS ET QUALITÉ  
INNOVATION-STRATÉGIES RÉGIONALES**



**Philippe GUYOT,**  
président délégué



**Jean-Michel DELANNOY,**  
président exécutif

**61 COMMISSION SIREF**

**62 SÉMINAIRE**

CRÉATION VARIÉTALE  
27 & 28 OCTOBRE 2021

**63 VARENNE DE L'EAU ET DE  
L'ADAPTATION AU CHANGEMENT  
CLIMATIQUE**

**64 LES ACCORDS  
INTERPROFESSIONNELS**

**65 LES SIGNES  
D'IDENTIFICATION DE LA  
QUALITÉ ET DE L'ORIGINE**

**66 SÉMINAIRE SUR LES ACCORDS  
INTERPROFESSIONNELS**

**68 LE CONTRÔLE DES ACCORDS  
INTERPROFESSIONNELS**

**70 GT INNOVATION - OPENLAB**

**71 ECOTROPHELIA**

**72 UN RÉSEAU NATIONAL  
DE DIÉTÉTICIENS ENGAGÉ  
POUR LA VALORISATION DES  
FRUITS ET LÉGUMES FRAIS**

Si 2020 fut une année de pause obligatoire de nos activités à cause de la crise sanitaire, tout fut mis en œuvre pour reprendre les travaux de la Commission SIREF en 2021. De grands chantiers nous attendaient et il ne s'agissait pas de faiblir ! Ainsi la Commission SIREF s'est emparée du sujet de la création variétale car de nombreuses fois les membres de la Commission nous ont interpellés sur la prise en compte des attentes de la filière et des consommateurs dans la création variétale légumière et fruitière. Se posait alors la question de l'implication du collectif et/ou du secteur privé dans ce secteur. La réflexion se devait d'être portée au sein de la Commission SIREF notamment pour définir si le collectif, l'interprofession, devait s'impliquer et comment dans ce sujet. Pour traiter de ce vaste dossier, nous avons tenu un séminaire de 2 jours dans un haut lieu du végétal spécialisé. La Commission SIREF s'est aussi impliquée sur la commande ministérielle autour du Varenne de l'Eau et de l'Adaptation au Changement Climatique. La réflexion a permis d'élaborer un

document prospectif riche mais qui demande des contreparties publiques.

La Commission SIREF a de plus poursuivi ses travaux d'acculturation à l'univers de la recherche et de l'expérimentation en visitant le Centre CTIFL de Saint Rémy de Provence et en découvrant notamment sa nouvelle halle technologique. Enfin, elle a clôturé le soutien de 3 années sur 11 programmes d'expérimentation portés par des Stations régionales d'expérimentation dans l'intérêt du collectif.

Nous ne pourrions terminer cet édito sans indiquer notre satisfaction face à une Commission qui a su trouver sa place et qui accompagne en confiance le seul outil interprofessionnel lié à la recherche-expérimentation en fruits et légumes en France et à son transfert qu'est le CTIFL. Cette confiance a permis à celui-ci d'accroître son activité sur ces dernières années et conduit Interfel à valider un accroissement de sa dotation, justifié tant par des besoins que par des réalisations. La filière peut en être fière !

# COMMISSION SIREF

La Commission SIREF élabore chez Interfel la Stratégie en matière d'Innovation, de Recherche, d'Expérimentation et de Formation pour les fruits et légumes frais. La stratégie de la Commission a été mise en place en 2019, avec 6 grandes thématiques dans lesquelles doivent rentrer les propositions d'actions qui sont présentées annuellement par les porteurs de projet, essentiellement le CTIFL, chaque année pour l'année suivante.

## 6 THÈMES DÉCLINÉS EN SOUS-THÈMES OU OBJECTIFS :

### Valeur

- Accompagner la filière dans la recherche de valeur ajoutée des produits et services
- Conforter et augmenter la qualité gustative et la valeur santé des produits pour répondre aux attentes des consommateurs
- Anticiper les futures tendances de consommation, de commercialisation ou de production
- Fournir des informations aux opérateurs pour mettre en valeur les autres services apportés à l'environnement par la filière

### Compétitivité

- Augmenter la performance économique
- Identifier et évaluer de nouveaux gisements de compétitivité
- Accompagner l'émergence de nouveaux schémas économiques

### Environnement et Sécurité des aliments

- Contribuer à réduire la présence de résidus de pesticides et l'utilisation des intrants
- Développer des systèmes de culture résilients et adapter la commercialisation de leurs produits
- Répondre à des évolutions liées au changement climatique : anticiper, atténuer, adapter
- Analyser les risques et donner les éléments de maîtrise de la sécurité des aliments

### Nouvelles technologies

- Favoriser le développement du numérique tout en le maîtrisant
- Augmenter l'efficacité des opérations et réduire la pénibilité des travaux grâce à la mécanisation, la robotisation et l'automatisation

### Potentiel des innovations Transfert

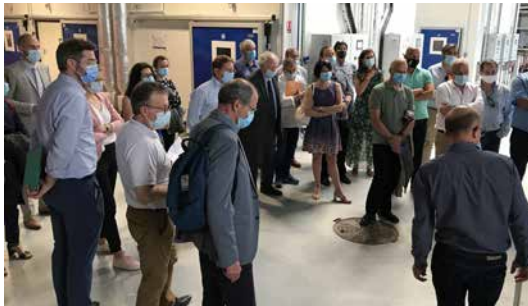
- Accompagner les entreprises dans la mise en place de bonnes pratiques professionnelles
- Accompagner la filière et les entreprises dans la mise en place de stratégies ou pratiques innovantes

La stratégie ainsi construite permet de contribuer à l'élaboration des modes de production de demain eu égard aux conséquences du changement climatique, aux nouveaux prédateurs, aux attentes sociétales mais aussi construire les conditions de préservation de la qualité tout au long de la filière jusqu'au consommateur final.

La Commission SIREF est composée de 30 membres désignés par les organisations membres d'Interfel.

L'élection des Présidents délégués des Commissions d'Interfel s'est déroulée au cours du Conseil d'Administration du 28 septembre. Philippe GUYOT, dirigeant de la coopérative VIVALYA, dont le siège social se situe à Rungis et membre de l'UNCGFL a été élu Président délégué de la Commission SIREF. Jean-Michel DELANNOY, producteur d'endives et membre de FELCOOP a été réélu Président exécutif au cours de la Commission SIREF du 17 novembre.

L'interprofession a investi 14,5 M€ en 2021 dans la recherche et l'expérimentation sur les fruits et légumes, y compris le transfert des résultats. 2021 fut aussi l'année de présentation des résultats des travaux de stations d'expérimentation ayant bénéficié d'un concours financier d'Interfel à hauteur de 2 M€ sur 2018-2020.



Enfin, malgré les conditions sanitaires, les membres de la Commission ont pu se retrouver le 4 juin au Centre CTIFL de Saint-Rémy de Provence afin de découvrir le centre spécialisé dans la qualité et les technologies post-récolte ainsi que la nouvelle halle équipée de 15 chambres froides conçues pour la conservation et la maturation et des cellules pour l'étude des atmosphères contrôlées.

## MEMBRES DE LA COMMISSION SIREF

### FNPF

Luc BARBIER  
David AILHAUD  
Adeline GACHEIN

### LEGUMES DE FRANCE

Cyril POGU  
Bernard GUILLARD  
Gérard ROCHE

### FELCOOP

Jean-Michel DELANNOY  
Jean NOUGAILLAC  
Hubert JACOB

### GEFeL

Jean Louis MOULON  
Bruno DARNAUD  
Vincent SCHIEBER

### COORDINATION RURALE

Jean Louis OGIER

### CONFEDERATION PAYSANNE

André BOUCHUT

### ANEEFEL

Philippe DUPONT  
Sabine ALARY  
Joël BOYER

### UNCGFL

Dominique MONLOUP  
Philippe GUYOT  
Pierrick BOULEAU

### SAVEURS COMMERCE

Christel TEYSSEDE  
Jean Marc BRODBECK

### FCD

Georges DANIEL  
Philippe MAHE

### FCA

Hervé MAYOUD  
Louis ALAUZET

### RESTAU'CO

Yves FRIOT

### SNRC

Philippe PONT NOURAT

### SNIFL

Denis GINARD

### CSIF

Philippe PONS

## LE BUDGET 2021

Commission SIREF : budget total réalisé part CVE = **14 427 397 €**

Commission SIREF : budget total réalisé part cofinancements = **0 €**

	Part CVE utilisée	Part sur le total des cofinancements obtenus
<b>Commission SIREF</b>	100,00%	0,0%
<b>Contrôle Accords</b>	100,00%	0,0%
<b>GIE Contrôleurs Interfel/CNIPT</b>	100,00%	0,0%
<b>Produit - Qualité</b>	100,00%	0,0%
<b>Recherche Expérimentation Etudes Transfert</b>	100,00%	0,0%
<b>Actions Transversales</b>	100,00%	0,0%
<b>TOTAL Produits et Qualité, Coordination des actions régionales</b>	100,00%	0,00%



# SÉMINAIRE CRÉATION VARIÉTALE 27 & 28 OCTOBRE 2021

Répondant à une demande professionnelle, la Commission SIREF a conduit un séminaire afin de répondre à la question : « l'interprofession doit-elle s'engager dans la création variétale ? ».

C'est au sein de VEGEPOLYS VALLEY, pôle de compétitivité situé à Angers, que les membres de la Commission SIREF se sont retrouvés pour échanger sur ce thème, ayant reçu en amont du séminaire un socle d'informations commun. Sous un format unique et novateur, cette rencontre a d'abord permis aux professionnels de prendre toute la mesure des enjeux, des ressources nécessaires et des solutions apportées par la création variétale. Afin de les

éclairer au mieux, des experts du secteur, l'INRAE, la SEMAE (interprofession des semences et plants, ex-GNIS), l'ANPN (Association Nationale des Producteurs de Noisette), DALIVAL-IFO et le semencier Vilmorin, ont témoigné de leur métier et de leurs expériences. Ainsi, les membres de la Commission ont pu s'interroger sur les rôles potentiels de l'interprofession vis-à-vis de la création variétale.

A l'issue du séminaire et étant convenu que le séminaire n'était pas conclusif, Interfel a mis à disposition des organisations professionnelles un article résumant ces deux journées très denses. Ces éléments ont pour objectif d'aider les membres de la Commission qui étaient présents au séminaire de restituer les travaux au sein de leurs organisations professionnelles. Les débats se sont poursuivis au sein des organisations professionnelles afin d'arrêter début 2022 une proposition de réponse consolidée, partagée et débiter la construction d'une feuille de route pour 2022.



## ÉTÉ 2021 : ACCULTURATION DES PARTICIPANTS VIA LA PLATEFORME COLLABORATIVE OPENLAB

	JOUR 1	JOUR 2
MATIN	« Kiosques » : exposés puis échanges avec experts	Visite du semencier franco-japonais Vilmorin-Mikado
	INRAE & DALIVAL-IFO	
	Association Nationale des Producteurs de Noisette / SEMAE	
APRES MIDI	Ateliers prospectifs	Résumé des réflexions et ouverture
	Que(s) rôle(s) du consommateur dans la création variétale ?	Quelles places l'interprofession peut investir ? Quels rôles seraient pressentis ?
	Changement climatique : comment favoriser la création variétale vis-à-vis du changement climatique ? Peut-elle éviter les scénarios du pire ? Projection à 2050	

# VARENNE DE L'EAU ET DE L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

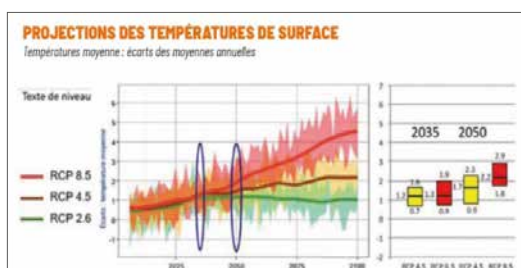
Lancé en mai 2021 par le ministère de la Transition écologique et le ministère de l'Agriculture, le Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique a conduit à l'élaboration d'une contribution d'Interfel à la thématique 2 intitulée « Renforcer la résilience de l'agriculture dans une approche globale en agissant notamment sur les sols, les variétés, les pratiques culturales et d'élevage, les infrastructures agroécologiques et l'efficacité de l'eau d'irrigation ».

Lancé en mai 2021 par le ministère de la Transition écologique et le ministère de l'Agriculture, le Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique a conduit à l'élaboration d'une contribution d'Interfel à la thématique 2 intitulée « Renforcer la résilience de l'agriculture dans une approche globale en agissant notamment sur les sols, les variétés, les pratiques culturales et d'élevage, les infrastructures agroécologiques et l'efficacité de l'eau d'irrigation ».

Les interprofessions ont été interrogées sur les impacts, les besoins, les impasses et les risques liés au changement climatique pour leur filière. Une « Task force » spécifique, conduite sous l'égide de la Commission SIREF, associant la Commission Economie, le Comité RSE, le CTIFL et les organisations professionnelles membres d'Interfel a permis d'aboutir à une contribution de la filière fruits et légumes qui répond aux demandes émises par le gouvernement.

La note de 15 pages remise par Interfel dresse un constat des conséquences à venir du changement climatique et insiste sur les points suivants : la filière fruits et légumes a un faible impact mais une grande sensibilité au changement

climatique, la filière participe déjà activement à l'atténuation du changement climatique et la stratégie pour s'adapter existe mais nécessite des investissements complémentaires.



Ce document constitue une première étape dans la réflexion pour la mise en place d'une stratégie pour la filière fruits et légumes frais en matière d'adaptation et d'atténuation au changement climatique et à ses effets. Cette stratégie reste encore à affiner et devra notamment préciser les moyens financiers à mettre en œuvre pour ce faire.

Une plaquette sera réalisée courant 2022 afin de communiquer et valoriser cette contribution en reprenant les messages principaux de la filière fruits et légumes frais.

## Quatre types d'impacts identifiés

**A court et long termes :**  
adaptation du dialogue interprofessionnel (pour adapter l'offre à la demande notamment), renforcement des échanges institutionnels

Sur les relations interprofessionnelles et institutionnelles

Sur les productions

**A court terme :**  
hausse des coûts de stockage et de logistique, possible renforcement des pertes et du gaspillage alimentaire, accessibilité des fruits et légumes

Sur la commercialisation et la consommation

Sur les pratiques agricoles

**A plus long terme :**  
adaptation de la distribution à la diversification de la gamme, habitudes alimentaires modifiées,...

**A court terme :**  
baisse de la qualité des produits, pertes de production commercialisable, baisse ou hausse de productivité selon les bassins et les cultures

**A plus long terme :**  
évolution des cycles de culture (floraison, fructification...), délocalisation des zones de production en lien avec la multiplication des excès/déficits de températures, d'eau, le vent, la grêle..., apparition/disparition de certaines cultures/variétés.

**A court terme :**  
extension de l'aire de répartition et/ou incidence accrue des bioagresseurs dans un contexte de réduction des solutions disponibles, d'alternatives lentes à obtenir et de distorsion de concurrence au niveau européen, aggravation de la hausse des coûts de production.

**A plus long terme :**  
adaptation et développement des réseaux d'eau et d'irrigation, développement de systèmes complexes diversifiés et plus résilients,

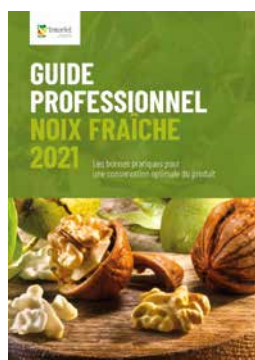
# LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

Interfel a notamment pour mission l'élaboration d'accords interprofessionnels. Concernant exclusivement des produits d'origine France, trois types d'accords se distinguent : les accords portant sur les cotisations, les accords portant sur la qualité des produits et ceux relatifs aux pratiques commerciales et logistiques. Tous ces textes rassemblent des dispositions réfléchies par et pour la filière, votées à l'unanimité des collèges d'Interfel. Les professionnels peuvent choisir de porter ces règles à l'extension\*, auprès des pouvoirs publics, ce qui les rend obligatoires pour l'ensemble des acteurs de la filière.

## TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ACCORDS « QUALITÉ » EN VIGUEUR EN 2021

ACCORD INTERPROFESSIONNEL EN 2021	OBJET DE L'ACCORD	STATUT DE L'ACCORD
Concombre	Calibrage	Non Étendu**
Échalote	Calibrage	Étendu
Kiwi Hayward	Date de récolte, Date de commercialisation, Maturité	Partiellement étendu
Melon Charentais	Calibrage, Conditionnement	Non Étendu
Noix fraîche	Maturité	Partiellement Étendu
Pêche, Nectarine	Calibrage	Non Étendu**
Pomme	Calibrage	Non Étendu**
Pomme Granny	Maturité, Qualité	Non étendu
Pomme Golden	Interdiction du sachet vert	Non étendu
Pomme	Transformation industrielle	Non étendu
Prune	Conditionnement	Étendu
Raisin	Maturité	Étendu

\* L'extension d'un accord entraîne sa publication au Journal Officiel de la République Française. \*\* Des recours ont été faits auprès de l'administration et sont toujours en cours



### NOUVEAU : Un accompagnement renforcé vers une meilleure connaissance des accords interprofessionnels.

La Direction Produits & Qualité, Stratégies régionales accroît les actions de communication autour des accords, à l'instar de l'accord « Noix fraîche – Maturité ». En 2021, celui-ci est soutenu par la création d'un guide destiné à diffuser les bonnes pratiques autour de la conservation du produit auprès des professionnels. Ce guide a été promu par une campagne presse et média.

En parallèle, des actions de communication pour le grand public ont été menées avec la création et mise à disposition d'un stop-rayon et des publications sur les réseaux sociaux.

### Le bilan de cette campagne en quelques chiffres :

- **250 guides** professionnels remis
- **1 000 stop-rayons** commandés par les professionnels
- **près de 57 000 vues** de la vidéo « grand public » sur Instagram
- **des actions utiles de sensibilisation** en magasin par les Experts Produits du GIE

### Au cours de l'année 2021, un accord « qualité » a été retravaillé, validé par la COPN et reconduit à l'extension :

- l'accord « Échalote – Calibrage », en vigueur sur la campagne 2022-2024 et étendu par les pouvoirs publics.

### ÉCHALOTE CALIBRAGE

Afin de proposer une échalote ayant la meilleure qualité possible, les professionnels ont choisi d'encadrer les pratiques autour de son calibrage. En fixant le calibre maximal de ce bulbe à 55 mm de diamètre, la filière souhaite garantir un produit typique, avec un meilleur potentiel de conservation.

Le renouvellement de cet accord fait suite à un travail collaboratif approfondi avec les organisations professionnelles membres, qui a mis en lumière tout l'intérêt d'éviter la commercialisation des bulbes de calibre supérieur à 55 mm de diamètre quelque soit le type d'échalote. Ces derniers sont en effet plus susceptibles de rencontrer des problèmes sanitaires en conservation (peau grasse, vitescence, présence de bactéries et champignons, apparition de pourriture blanche, etc.). En exigeant des dispositions plus strictes que celles de la norme CEE-ONU, les professionnels font le choix de renforcer le degré de qualité des échalotes produites en France. En outre, l'accord œuvre en faveur d'une facilitation de l'identification du produit ; il dissipe la confusion avec d'autres bulbes qui ne sont pas de l'échalote mais qui pourraient être visuellement proches, sans pour autant en avoir la saveur, ce qui pourrait être source de déception pour le consommateur.



### Retrouvez toute la réglementation sur notre site [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

- soit en saisissant les mots clés de votre recherche dans le moteur dédié de notre page d'accueil
- soit en vous rendant dans l'espace « plateforme numérique »





# LES SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

**Les SIQO sont inscrits dans le plan de filière Fruits & Légumes de 2018 avec un objectif commun avec le bio : 25% (en valeur) des fruits et légumes commercialisés sous SIQO (dont bio) d'ici 5 ans. Nous sommes actuellement à la moitié de ce taux.**

Deux études ont été réalisées afin de mieux connaître la situation des SIQO et de leur écosystème sur le territoire. Ainsi, en 2017, les résultats de l'étude nationale furent communiqués. En 2019, la filière a lancé une seconde étude avec une clé d'entrée régionale afin d'avoir une vision plus précise des démarches officielles de qualité et des difficultés auxquelles les acteurs de ces filières sont confrontés. Les principaux enseignements de cette étude sont les suivants :

- **Un poids relativement limité des SIQO dans la filière fruits et légumes, avec un Chiffre d'Affaires** au stade expédition de plus de **305 millions €**.
- **66% des volumes produits sont commercialisés avec le logo.** Toutefois, beaucoup de filières **peinent encore à promouvoir leurs produits à la vente.**
- **Les lieux de rencontres, les opportunités de partage d'expériences entre OGD** n'existent pas partout.

Cette étude a permis d'identifier la région la plus dynamique sur le plan du nombre et du développement des SIQO : Nouvelle Aquitaine. Fort de ce constat, le Comité régional d'Interfel Nouvelle Aquitaine a convié lors d'une réunion

en septembre 2021 à Agen, les Organismes de Défense et de Gestion de la région afin d'échanger. A cette occasion, des thématiques très spécifiques pour les produits sous SIQO que sont la loi EGAlim ainsi que la loi AGECE ont été abordés. La présentation fut complétée du témoignage d'un représentant des grossistes qui a bien rappelé la volonté des acteurs qu'il représente de valoriser les produits sous SIQO. Malgré cela, il existe de réelles problématiques du terrain notamment sur le manque d'informations sur les débuts de campagne et les volumes disponibles. La filière des fruits et légumes sous SIQO manque de visibilité. Par ailleurs, les Organismes de Défense et de Gestion ont été questionné sur l'apport d'Interfel pour les filières sous SIQO. Les principaux points saillants sont les suivants :

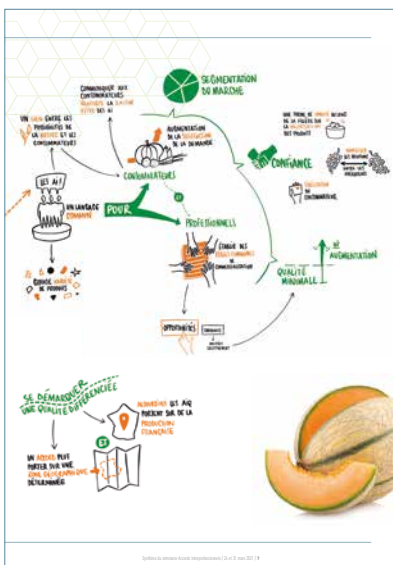
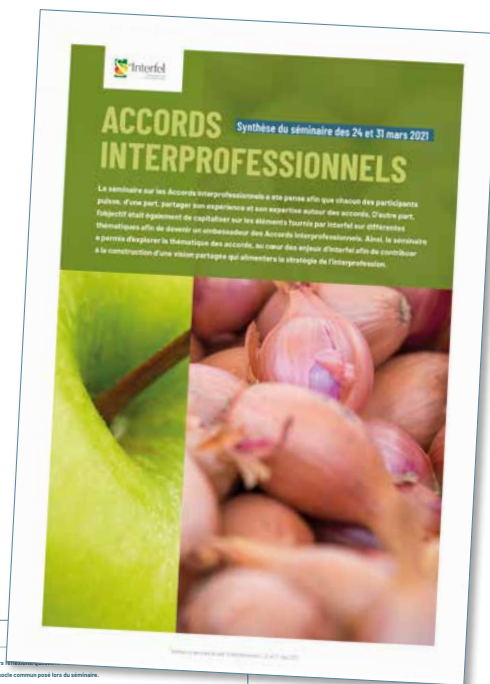
1. Gagner en visibilité
  2. Faciliter l'accès aux informations techniques
  3. Créer un relai des filières au niveau national et Diffuser/partager les études et données économiques
  4. Favoriser le dialogue interprofessionnel
- Interfel devra en 2022 mettre en place ce qui sera possible pour donner suite à ce premier échange.





La seconde demi-journée avait pour but de s'imprégner de toute la richesse des travaux et des échanges de la première demi-journée résumés dans l'illustration graphique ci-dessus afin de construire un argumentaire sur les accords interprofessionnels au sens large selon différents publics cibles. Les restitutions de ces travaux ont permis de mettre en avant des **mots clés adaptés à différents publics : Face à un professionnel, Face au législateur, Face au consommateur.**

Au cours de ces deux demi-journées, plusieurs réflexions/questions ont été soulevées et n'ont pas pu être traitées. En effet, avant cela, il était tout d'abord nécessaire de prendre du recul sur le socle commun posé lors du séminaire. Un temps d'échange dédié sera programmé ultérieurement pour continuer l'exploration des questions soulevées à l'issue du séminaire.





# LE CONTRÔLE DES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

**Depuis 2018, les Experts Produits du GIE Expertise et Contrôle (GIE E&C) sont en charge du contrôle de la bonne application des accords interprofessionnels « qualité ». Leur répartition, sur tout le territoire national, permet un contrôle global au sein de tous les circuits de commercialisation, à tous les stades et de manière inopinée.**

La mission des 9 Experts Produits ne se limite cependant pas à la seule vérification du bon respect et de la bonne application des accords. Interlocuteurs privilégiés auprès des opérateurs, leur mandat inclut un volet « pédagogique ». Ainsi, ils sont un relais important pour communiquer sur les missions de l'interprofession et le rôle des accords en faveur de l'amélioration de la qualité des produits.

Les Experts Produits sont les témoins privilégiés de la vie des rayons, des étals et des produits disponibles des structures visitées. Nouveautés produits, innovation de service ou encore stratégies de communication, leur

présence quotidienne en point de vente permet à Interfel de diffuser une lettre d'information aux membres de la Commission Économie d'Interfel qui compile tous les deux mois environ les informations relevées.

## LA REVUE DE CONTRÔLE DES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

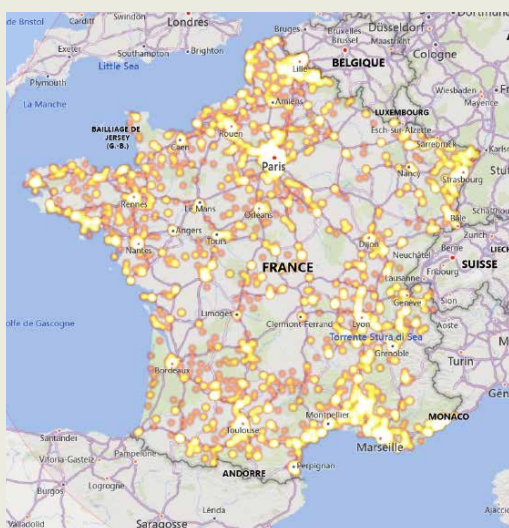
La Revue de contrôle parachève la mise en œuvre des contrôles des accords interprofessionnels. Cette instance a comme rôle de statuer sur les suites à donner et sanctions à appliquer aux opérateurs n'ayant pas respecté les accords

## CHIFFRES CLÉS DES CONTRÔLES EN 2021

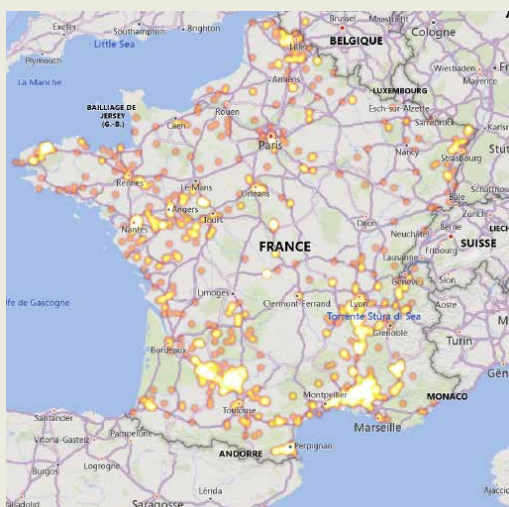
**72 338 lots** de produits ont été contrôlés,  
dans les 3 878 lieux visités  
(+ 19 % de lots contrôlés par rapport à 2020)

**641 rapports de constatation (RC)** ont été établis  
(+30% par rapport à 2020), dont 108 RC sur le logo  
Fruits & Légumes de France

**0,89 % de lots** ont été contrôlés non-conformes aux  
accords interprofessionnels en vigueur (contre 0.80 %  
en 2020)



Lieux visités en 2021



Lieux contrôlés en 2021

interprofessionnels. C'est donc le dernier maillon de contrôle d'un accord.

Les dossiers étudiés au cours de cette instance sont anonymisés. Ils sont analysés par des professionnels qui y siègent, enrichissant également les réflexions menées sur les accords eux-mêmes.

La Revue de contrôle examine les rapports de constatation qui n'ont pas reçu de réponse ou qui ont reçu une réponse jugée non-satisfaisante. Elle examine aussi les cas de rapports de constatation multiples, pour lesquels les actions correctives annoncées par l'opérateur n'ont pas été mises en place.

Dans le but de clôturer l'activité de contrôle, la Revue des contrôles des accords interprofessionnels s'est réunie une fois en 2021, le 2 décembre. A cette occasion, 175 dossiers visant 64 opérateurs furent étudiés. Une action pédagogique a été demandée pour un certain nombre de contrevenants par les membres de la Revue des contrôles.

## LE CONTRÔLE DU LOGO FRUITS ET LÉGUMES DE FRANCE... ET DE SES DÉCLINAISONS PAR PRODUIT

En parallèle du contrôle des accords interprofessionnels, les Experts Produits du GIE Expertise & Contrôle concourent à la bonne utilisation du logo « Fruits & Légumes de France ». Sur le terrain, ils vérifient le respect du règlement d'usage et de la charte graphique. Véritable étendard pour les structures engagées dans la démarche, le logo est aujourd'hui utilisé par plus de 600 opérateurs. À noter que le logo « Fruits et Légumes de France » ne relève pas d'un accord interprofessionnel.

Il existe sous une forme générique ainsi que sous la forme de déclinaisons par produits : abricots, aubergines, cerises, concombres, pommes, poires, poivrons, kiwis, raisins et tomates. Pour plus d'informations sur la démarche, nous invitons à consulter le site [www.fruitsetlegumesdefrance.interfel.com](http://www.fruitsetlegumesdefrance.interfel.com).



# GT INNOVATION – OPENLAB

**Le GT Innovation consacre ses travaux à l'accessibilité des Fruits et Légumes Frais, aux nouveaux modes de consommation et aux attentes sociétales. L'année 2021 a été consacrée au déploiement de la feuille de route qui fût validée par le Commission SIREF le 5 novembre 2020 puis par le Conseil d'administration le 1<sup>er</sup> décembre 2020.**

Ainsi, avec l'appui d'une alternante, ont été recensées 38 actions qui avaient été portées par Interfel entre les années 2000 et 2010. Celles-ci ont été mises à la disposition de tous au travers de fiches projets disponibles sur le Portefeuille Projets d'Innovation qui a été créé sur la plateforme collaborative Openlab (<https://openlab.interfel.com/>).

L'organisation méthodologique du GT Innovation est désormais bien structurée avec la veille mensuelle (représentant 11 lettres de veille annuelles), 6 actualités hebdomadaires. Ces deux formats de veille sont relayés par la plateforme collaborative Openlab et reçues par mail pour les personnes inscrites sur Openlab. Toute cette matière de veille reste à disposition des utilisateurs de la plateforme.

Par ailleurs, des réunions sont planifiées tous les 2 mois afin de conserver une dynamique. A la demande des membres de ce GT, une approche exploratoire thématique a été mise en place en se rendant sur le terrain 1 réunion sur 2. Ainsi, la première exploration fût l'occasion de découvrir l'agriculture urbaine avec une visite de fermes sur les toits de Paris et d'un témoignage d'experts.

Cette visite fut très instructive quant aux problématiques de ce type de production qui ne nourrira pas les villes. Il est néanmoins apparu que cette agriculture est porteuse de valeurs, apporte un lien social et comporte un volet pédagogique intéressant, étant plus proche, physiquement, du consommateur urbain.

La seconde visite exploratoire eut lieu au sein de la cuisine centrale de la Caisse des écoles de la Mairie du 17<sup>ème</sup> arrondissement de Paris. La problématique fût complétée par des témoignages à l'issue de cette visite, sur le thème de la restauration hospitalière, un exemple d'innovation robotisée au sein de la restauration d'entreprise et enfin sur la démarche « Mon Restau responsable », portée par Restau'Co.

Cette visite a permis de mettre en exergue le mille-feuille de contraintes auxquelles doit répondre la restauration collective. Néanmoins, il est aussi apparu que les contraintes pouvaient être source d'innovations.

Les visites exploratoires confirment les sujets à traiter notamment pour répondre à la question : comment apporter du service pour aider à consommer des fruits et légumes frais ? Le fait d'explorer les différents métiers est essentiel pour comprendre et repérer les démarches de progrès qui ont été mises en place ou pourraient l'être. Pour élargir la connaissance, il est important de continuer ce travail d'exploration. Ces visites ont également permis de constater, si besoin était, le monde de contradiction dans lequel évolue la filière, entre le progrès technologique et la demande de « naturalité » des consommateurs.

L'objectif du GT est également de lancer un Challenge afin de déployer les derniers chantiers de la feuille de route. Ce Challenge doit s'orienter vers le consommateur, avec comme question essentielle d'identifier le public cible prioritaire. Il ressort d'un certain nombre d'étude, notamment réalisées par Interfel, que la jeune génération avec ou sans enfants constitue une cible capitale pour la filière. Il est également primordial d'identifier les freins à la consommation des fruits et légumes frais et les leviers qui pourraient être activés pour les lever. Afin de concrétiser cet objectif et confirmer l'importance de ce challenge, un atelier d'intelligence collective a été mis en place, le 30 novembre 2021. Les résultats de cet atelier ne trompèrent pas : les attentes étaient grandes et bien exprimées.

Cette matière va être valorisée pour le lancement du concours Startup, pensé fin 2021, qui verra le jour en 2022 et complètera le déploiement de la feuille de route.





# ECOTROPHELIA

Convaincue que l'innovation alimentaire constitue un levier essentiel pour développer et pérenniser les filières agroalimentaires, Interfel soutient ECOTROPHELIA France depuis maintenant 18 ans. Parallèlement à sa participation au jury national du concours, l'interprofession a initié en 2004 le prix spécial « Innovation Fruits et Légumes » afin d'identifier et de faire émerger des projets qui valorisent spécifiquement les fruits et légumes frais.

Pour cette 22<sup>ème</sup> édition du concours, placée sous le thème « Une nourriture saine, nappée de plaisirs et qui reste abordable », cette année 2021 est l'édition du renouveau. En effet, cette édition aura lieu pour la première fois en dehors d'Avignon qui a vu ce concours émerger. Nancy sera cette année (et l'an prochain) la ville hôte de l'innovation en accueillant conjointement ECOTROPHELIA et le FOOD HACKATHON.

Lors de la finale du concours ECOTROPHELIA France qui s'est déroulée le jeudi 24 juin 2021 à Nancy, Georges DANIEL, président du jury Fruits et Légumes, a remis le prix décerné par l'Interprofession des fruits et légumes frais et une dotation de 4 000 € au projet « BUTTERNOT » proposé par des étudiants de l'ENSAD (École nationale supérieure des Arts Décoratifs), l'ENSAIA (École nationale supérieure d'agronomie et des industries alimentaires) et FMA (Faculté de Marketing et d'Agrosciences). Avec leur produit, une **« alternative aux beurres et margarines naturellement sans matière grasse et à base de légumes, pour vos tartines et préparations »**, l'équipe a également remporté le prix d'or France Ecotrophélia et le prix « coup de cœur du public » !



À l'issue de cette édition, Interfel a mis à disposition sur la plateforme collaborative Openlab (<https://openlab.interfel.com/challenges/18>) les témoignages de différents acteurs de ce concours durant tout le mois précédent le concours. De plus, les projets qui ont concouru pour le prix « Fruits et Légumes » sont également disponibles sur la plateforme avec une vidéo des équipes pour expliquer leur projet.



# UN RÉSEAU NATIONAL DE DIÉTÉTICIENS ENGAGÉ POUR LA VALORISATION DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Véritables ambassadeurs de l'interprofession des fruits et légumes frais, les diététiciens d'Interfel sont des interlocuteurs privilégiés pour proposer des interventions de sensibilisation et d'information sur les fruits et légumes frais en région.

Le réseau des diététiciens d'Interfel, composé de 18 diététiciens (dont 7 responsables de secteur) est secondé d'une cinquantaine de diététiciens prestataires pour déployer des actions sur l'ensemble du territoire national.

Le réseau des diététiciens est chargé de décliner la stratégie nationale d'Interfel sur chaque secteur en mettant en œuvre des actions opérationnelles adaptées.

A l'échelle locale, le réseau propose des animations à destination du grand public tout au long de l'année, en collaboration avec les professionnels de la filière, les collectivités et les associations.

*En 2021, les diététiciens ont sensibilisé environ 215 000 personnes (principalement les familles et le grand public à hauteur de 46% puis les enfants à 38 %) et mené plus de 1 600 actions dans la France entière dans un contexte sanitaire encore fragile.*

## FOCUS SUR LES FAITS MARQUANTS

### Un réseau investi tout au long de l'Année Internationale des Fruits et Légumes (AIFL)

A l'occasion de l'Année Internationale des Fruits et Légumes (AIFL), la FAO a lancé un concours international de portraits des héros de la filière des fruits et légumes frais.



Sophie Vidal, diététicienne, œuvrant depuis près de 20 ans au sein du réseau d'Interfel pour faire connaître la filière des fruits et légumes frais et favoriser leur consommation auprès du public a représenté Interfel.





## Journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire - 16 octobre 2021

Le réseau des diététiciens s'est mobilisé avec ses partenaires pour déployer plus de 60 animations « anti-gaspi » sur l'ensemble du territoire dans le cadre de l'AIFL. Les diététiciens d'Interfel étaient présents sur l'opération Chefs de Gare, sur les places de marché, à la Fête du ventre et de la Gastronomie normande et bien d'autres événements. Au total plus de 5 500 personnes ont été sensibilisées sur la lutte contre le gaspillage alimentaire des fruits et légumes frais.

Stéphanie Fourets, diététicienne sur la région Auvergne-



Rhône-Alpes, est intervenue dans une vidéo sur la thématique de l'éducation alimentaire : « comment faire manger des fruits et légumes à mon enfant ? ». Cette vidéo s'intègre à la série de post réseaux sociaux et vidéos « Question essentielle » diffusées tout au long de l'année sur le compte Twitter, LinkedIn et la chaîne YouTube d'Interfel.

### DES ACTIONS CONJOINTES AVEC APRIFEL

#### Dispositif pédagogique Aprifel/Canopé

Dans le cadre du dispositif pédagogique élaboré conjointement par Aprifel, le réseau Canopé et les diététiciens d'Interfel, 80 diététiciens ont été formés pour animer l'atelier « Booste ton petit déjeuner » auprès des enfants de Primaire. L'enjeu de cet atelier est de faire évoluer les pratiques des enfants en partant de leurs habitudes alimentaires.

Sur décembre 2021 :

- 83 animations déployées partout en France
- Environ 9 500 enfants sensibilisés à un petit déjeuner équilibré

#### Tournée Bus du cœur

Le « Bus du cœur » est un projet organisé par l'association Agir pour le cœur des femmes sous forme d'une tournée de 5 étapes (Lille, Avignon, La Rochelle, Marseille, St Etienne) qui se sont déroulées fin 2021. Les diététiciens d'Interfel étaient présents sur chacune d'elle pour animer un atelier spécialement pour cette tournée.

### A LA RENCONTRE DU GRAND PUBLIC !

#### La Fête des Fruits et Légumes Frais

Un succès grâce à des partenaires fidèles qui ont su se mobiliser et s'adapter rapidement malgré le contexte sanitaire :

- 2 700 partenaires mobilisés (associations, scolaires, périscolaires, collectivités territoriales, professionnels de la filière des fruits et légumes frais)
- 170 villes impliquées
- 1 700 actions réalisées
- 300 publications réseaux sociaux



## Fraich' Cook Tour & Co

Le réseau des diététiciens a pu aller à la rencontre du grand public lors de la première tournée foodtruck organisée par Interfel mais aussi lors des différents événements qui ont ponctué l'année : Gastronomades (16), Toulouse à table (31), Foire des Minées (85), Salon de la gastronomie Vannes (56), Valence en Gastronomie (26) et bien d'autres !

## Cuisinés maison



**Vague printemps** : 35 animations sur les marchés français et près de 3 800 personnes sensibilisées en période de restrictions sanitaires.

**Vague été** : 60 animations mises en place et plus de 7 500 personnes sensibilisées.

**Début de la vague hiver - Crise des produits hivernaux : endive, carotte et poireau**

50 animations déployées en un peu plus d'un mois et plus de 2 500 personnes sensibilisées

## Frutti et Veggi fêtent l'hiver en restauration scolaire et centres de loisirs

- 150 ateliers culinaires et ludo-pédagogiques
- 6 800 enfants sensibilisés
- 170 adultes accompagnants

## Mais aussi ....

- **Concours des Talents 2021** : création d'un catalogue d'animations clef en main pour les lauréats du concours
- Élaboration des **menus hebdomadaires** publiés sur le site [lesfruitsetlegumesfrais.com](http://lesfruitsetlegumesfrais.com) et les réseaux sociaux d'Interfel
- Création du contenu de **livrets pédagogiques** à destination du grand public : anti-gaspi, batchcooking, petit budget
- Refonte du site internet [lesfruitsetlegumesfrais.com](http://lesfruitsetlegumesfrais.com)

## • Présence Presse et coup de cœur du public :

- Trophée « Prix des Coups de Cœur de la ville du Pouliguen » : 1<sup>er</sup> prix décerné à Interfel pour les ateliers des « P'tits Chefs » lors du Salon de la gastronomie (44).

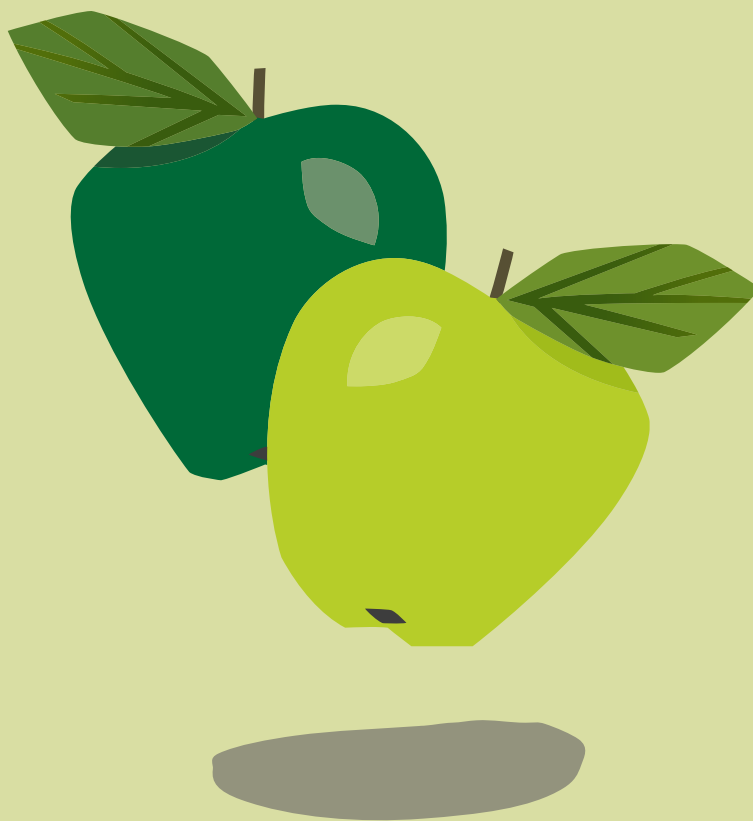
- Interview France 3 en partenariat avec un maraîcher de Montauban 82. Météo à la carte spécial concombre : ses bienfaits nutritionnels et des astuces culinaires.

- Pour l'émission Télématin, 3 vidéos Fruits et Légumes ont été créées avec la participation de diététiciens du réseau d'Interfel :

- Le **Kiwi** en Nouvelle Aquitaine
- La **Fraise** de Plougastel en Bretagne
- L'**Asperge**, vidéo tournée en Pays de la Loire



# ACTIONS DES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL





**Jean-Marc BRODBECK**  
président délégué,



**Régis AUBENAS**  
président exécutif

## 78 PRÉSENTATION DE LA COMMISSION

## 79 L'ANNÉE 2021 MARQUE LA FIN DE LA PHASE EXPÉRIMENTALE POUR LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

Créée en 2020, la Commission des Comités régionaux fut pleinement opérationnelle en 2021. Nous l'avons réunie à 3 reprises pour structurer la mise en place des Comités régionaux mais aussi et surtout leurs programmes d'action. Cette Commission est le lieu d'échange et d'information des différentes organisations professionnelles membres d'Interfel sur l'activité des Comités, ce qui est très important, surtout pour des organisations qui ne sont pas présentes dans tout ou partie des Comités.

Nous avons veillé en 2021 à faire circuler l'information et à créer des moments précieux pour cela tant au niveau des présidents et vice-présidents des Comités qu'au niveau des directeurs des organisations professionnelles membres d'Interfel.

Nous nous devons d'être garants de la bonne mise en place des Comités régionaux d'Interfel, c'est ce qui assurera leur avenir même si en 2021 la phase expérimentale a pris fin avec la création d'un 5<sup>ème</sup> Comité régional, en Centre-Val de Loire. Ce déploiement rend encore plus impératif

l'existence de la Commission des Comités régionaux et son installation dans la gouvernance d'Interfel. Concrètement cette Commission donne un avis mais suivant les thématiques des plans d'action des Comités, elle se réfère aux autres Commissions statutaires d'Interfel pour valider tant les programmes d'action que les dotations à solliciter auprès du Conseil d'administration d'Interfel. C'est pourquoi il est et fut important en 2021 de bien mettre en place toutes les étapes des processus de validation des programmes et budgets. Nous nous y sommes employés.

De grands projets ont dû être reportés de 2021 à 2022 à cause de la crise sanitaire. Ils n'en seront que mieux réussis en 2022 !

En tout état de cause, la Commission des Comités régionaux constate à chacune de ses réunions la progression des Comités régionaux dans leurs travaux, leurs échanges, leurs projets. Elle constate aussi l'intérêt qu'y voient les organisations professionnelles membres d'Interfel. Un projet qui se déploie et dont nous pouvons être fiers !



# PRÉSENTATION DE LA COMMISSION

La Commission des Comités régionaux a pour mission de représenter les Comités régionaux au sein de l'interprofession nationale. Elle élabore les déclinaisons de la stratégie nationale au niveau régional par la mise en place d'actions opérationnelles interprofessionnelles. Elle fait remonter au niveau national les problématiques rencontrées en région.

Cette Commission est composée de 2 représentations :

- Les organisations d'Interfel ;
- Les présidents des Comités régionaux.

## ORGANISATIONS D'INTERFEL

ORGANISATION	REPRÉSENTANT	COLLABORATEUR
<b>FNPF</b>	Daniel SAUVAITRE	Stéphanie PRAT
<b>Légumes de France</b>	Frédéric RICHE	Bertrand RIVAL
<b>Coordination rurale</b>	Jean-Louis OGIER	Celine ROUMIEUX
<b>Confédération paysanne</b>		Fabien CHAMPION
<b>Felcoop</b>	Jean-Louis CHAPEYROUX	Caroline DUCOURNEAU
<b>GEFeL</b>	Daniel SAUVAITRE	Paul FABUREL
<b>Aneefel</b>	Bernard GERIN	Valérie AVRIL
<b>UNCGFL</b>	Yves MUSTEL	Frédéric STEFANI
<b>Saveurs Commerce</b>	Jean Marc BRODBECK	Sandrine CHOUX
<b>FCD</b>	Georges DANIEL	Hugues BEYLER
<b>FCA</b>	Hervé MAYOUD	Vincent MARTIN
<b>Restau'Co</b>	Philippe LAPOUGE	Marie-Cécile ROLLIN
<b>SNRC</b>	Gilles MASSENET	Esther KALONJI
<b>SNIFL</b>	Denis GINART	David PATTE
<b>CSIF</b>	Philippe PONS	Véronique LEBAIL

## COMITÉS RÉGIONAUX

COMITÉ RÉGIONAL	PRÉSIDENT	DÉLÉGUÉ RÉGIONAL
<b>AuRA</b>	Régis AUBENAS	Juliette DUMOULIN
<b>IdF</b>	Jérôme DESMETTRE	Corinne PRADES-TALOUARN
<b>HdF</b>	Jean-Marc BRODBECK	Pierre VARLET
<b>NA</b>	Sébastien HERAUD	Céline GENTY
<b>CVdL</b>	Benoit GILLES	Laure BAUVILLARD

## LE BUDGET

Commission CRI : budget total réalisé part CVE = **158 071 €**

Commission CRI : budget total réalisé part cofinancements = **0 €**

	Part CVE utilisée	Part sur le total des cofinancements obtenus
<b>Comités Régionaux Interprofessionnels</b>	100,00%	0,00%

# L'ANNÉE 2021 MARQUE LA FIN DE LA PHASE EXPÉRIMENTALE POUR LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

Cette évolution majeure se traduit notamment par la création d'un 5<sup>ème</sup> Comité régional en Centre-Val de Loire, mais également pour tous les Comités régionaux déjà en place par une modification notable dans la durée des mandats des membres du Bureau de chacune des associations qui passe ainsi de 1 à 3 ans.

Fin 2021, les 5 Comités régionaux disposent de Conseils d'administration renouvelés et pour certains d'entre eux d'un nouveau Bureau.

Par ailleurs, la mise en place administrative des Comités régionaux s'est poursuivie dans la lignée des travaux amorcés en 2020. La révision des statuts des Comités régionaux pour les mettre en cohérence avec le fonctionnement actuel et le quotidien des associations est ainsi engagée. Les conventions régissant les liens entre Interfel et ses Comités régionaux sont validées. Elles permettent notamment de clarifier les modalités de financement des Comités régionaux par Interfel.

La mise en œuvre des actions dans chaque région a pu se faire grâce à l'attribution d'un budget issu de la CVE pour chacune d'elle. Le montant de l'enveloppe octroyée, variable suivant les Comités régionaux, est lié au programme d'actions découlant des feuilles de route de chacun, construit, présenté, validé l'année n pour une mise en œuvre l'année n+1.

## 2021, création d'un 5<sup>ème</sup> Comité régional pour Interfel en région Centre-Val de Loire.

S'appuyant sur l'expérience des Comités régionaux existants, un cinquième Comité régional voit le jour en juillet 2021 pour le Centre-Val de Loire. Une fois les bureaux installés à la Cité de l'Agriculture à Orléans, le Comité régional Centre-Val de Loire est officiellement inauguré au cours du Forum Open Agrifood le 10 novembre 2021. Cet événement de lancement permet de communiquer auprès des professionnels présents ainsi que de la presse, sur les grands axes de la feuille de route du Comité.

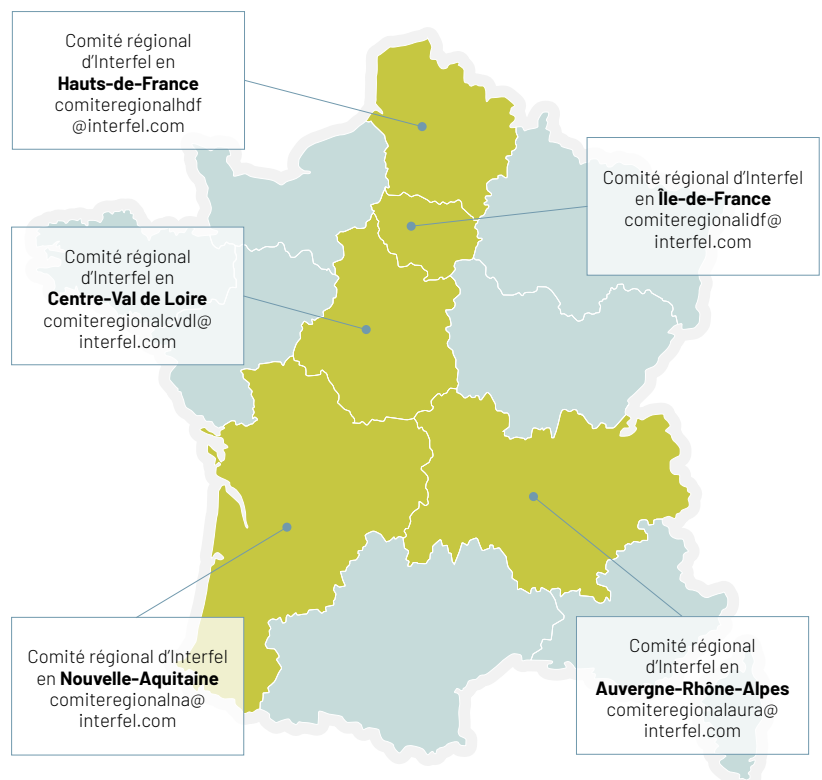
En effet, à la suite d'un séminaire ad hoc mené en octobre 2021, les administrateurs du Comité Centre-Val de Loire ont abouti à la rédaction de la feuille de route du Comité. Dans la même lignée que pour les quatre autres Comités régionaux, la feuille de route du Comité Centre-Val de Loire s'articule autour de 3 axes majeurs :

- 1) la connaissance de la filière fruits et légumes régionale,
- 2) la communication sur cette filière,
- 3) le lobbying afin d'être identifiés comme interlocuteur majeur pour la filière régionale des fruits et légumes frais.

Le Comité Centre-Val de Loire représente 11 organisations professionnelles et son Conseil d'administration est composé de 16 administrateurs.

Bien que lancé en fin d'année 2021, l'actualité du Comité a

## CARTE DE FRANCE DES COMITÉS RÉGIONAUX AVEC LISTE DES MEMBRES DU BUREAU ÉLUS EN 2021 POUR UN MANDAT DE 3 ANS



	AURA	Ile de France	H d F	NA	CdVL
<b>Président</b>	Régis AUBENAS	Eric MOREAU	Jean-Marc BRODBECK	Jean Hugues BELLAND	Benoit GILLES
<b>Vice-président</b>	Christian BERTHE	Jean-Claude GUEHENNEC	Daniel BOUQUILLON	Jean Louis CHAPEYROUX	Charlie GAUTIER
<b>Trésorier</b>	Jean-Luc BOTTI et Philippe MUSCAT (adjoint)	Philippe LAPOUGE	Yves MUSTEL et Claude MAZINGARBE (adjoint)	Sébastien HERAUD	Xavier GASGNON
<b>Secrétaire</b>	Jean-Louis OGIER	Julie FAURE	Hélène Choteau et Jean-Michel DELANNOY (adjoint)	Chafika SAILOUD	Paul GRELIER
<b>Délégué(e) Régional(e)</b>	Juliette DUMOULIN	Corinne PRADES-TALOUARN	Pierre VARLET	Céline GENTY	Laure BAUVILLARD



sur la région Centre-Val de Loire et de Corinne PRADES-TALOUARN sur l'Île-de-France. Pierre VARLET se consacre pleinement à la région Hauts-de-France depuis. Fin 2021, une réorganisation se profile pour permettre à Juliette DUMOULIN d'être à 100% de son temps sur le poste de déléguée régionale Auvergne-Rhône-Alpes.

### LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL DÉPLOIENT LEURS PLANS D' ACTIONS SUR LEURS TERRITOIRES.

Après avoir établi et validé leurs feuilles de route en 2020, les Comités régionaux ont déployé chacun leur plan d'actions sur 2021 en lien direct avec les axes définis dans ce cadre.

#### 1 - Développer les interactions entre les entreprises de la filière des fruits et légumes frais sur le territoire régional

*Quand cela était possible (restrictions liées au Covid) certains Conseils d'administration étaient délocalisés chez des opérateurs de la filière. Cela permet en effet de se connaître au sein d'une même région mais surtout de mieux comprendre les particularités de chaque métier.*

Demande forte des administrateurs du Comité régional d'Interfel Nouvelle Aquitaine, plusieurs journées de visites dans des entreprises de la filière ont été organisées en 2021. Souvent couplées à des réunions du Conseil d'administration, parfois contrariées par le contexte sanitaire et reportées en 2022, elles auront permis aux administrateurs de visiter des serres de production de tomates dans le Lot-et-Garonne, de découvrir du maraichage sous serres photovoltaïques en Dordogne, d'assister à la récolte de pommes en Haute-Vienne puis de visiter une coopérative de pommes, de visiter le MIN d'Agen aussi bien pour la partie grossistes que le carreau de producteurs, mais également de découvrir la diversité des activités du site CTIFL de Lanxade en Dordogne.

Après de nombreuses réunions en visio, les administrateurs du Comité régional d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes se sont retrouvés en présentiel dès le salon Tech & Bio à Bourg-lès-Valence en septembre, ont été reçus au Restaurant inter administratif de Lyon, au sein de la Coopérative Sicoly et enfin au Marché de Gros de Lyon-Corbas. Ces moments précieux permettent à tous de saisir les subtilités des métiers de chacun des acteurs de la filière.

été riche avec notamment des prises de contact réussies avec le Conseil Régional et sa Vice-Présidente à l'Agriculture et à l'Alimentation, avec la DRAAF Centre-Val de Loire, ainsi qu'avec le Président de la Chambre régionale d'Agriculture.

Conséquences du développement de l'activité des Comités régionaux, l'équipe des délégués régionaux d'Interfel s'est étoffée à partir de septembre 2021. Elle passe de 3 personnes (pour 2,5 ETP consacrés aux Comités régionaux) à 5 personnes (4,5 ETP) avec l'arrivée de Laure BAUVILLARD

#### Bureau Auvergne-Rhône-Alpes :

Président :  
Christian BERTHE (UNCGFL)  
Vice-Président :  
Régis AUBENAS (FNPF)  
Trésorier :  
Serge DUPRUILH (FCD)  
Secrétaire Général :  
Jean-Louis OGIER (Coordination Rurale)

#### Bureau Nouvelle-Aquitaine :

Président :  
Sébastien HERAUD (Coordination Rurale)  
Vice-Président :  
Jean Hugues BELLAND (UNCGFL)  
Trésorier :  
Jean Louis CHAPEYROUX (Felcoop)  
Secrétaire Général :  
Alain TREGRET (FCD)

#### Bureau Hauts-de-France :

Président :  
Jean Marc BRODBECK (Saveurs Commerce)  
Vice-Président :  
Daniel BOUQUILLON (Légumes de France)  
Trésorier :  
Yves MUSTEL (UNCGFL)  
Trésorier adjoint :  
Claude MAZINGARBE (GefeL)  
Secrétaire Générale :  
Hélène CHOTEAU (FCD)  
Secrétaire Général adjoint :  
Jean Michel DELANNOY (Felcoop)

#### Bureau Île-de-France (élu en septembre 2020) :

Président :  
Jérôme DESMETTRE (UNCGFL)  
Vice-Président :  
Jean Claude GUEHENNEC (Légumes de France)  
Trésorier :  
Philippe LAPOUGE (Restau'Co)  
Secrétaire Générale :  
Julie FAURE (FCD)





## 2 - Valoriser les compétences et les savoir-faire professionnels de l'ensemble des maillons de la filière des fruits et légumes frais

Un travail est en cours pour identifier les structures relais travaillant sur les métiers afin de s'assurer qu'ils disposent d'informations et de supports pour présenter les métiers de la filière fruits et légumes (exemple : films Interfel sur les métiers « Passionnés pour la vie »). Certains Comités, à la demande de certains lycées, collèges, écoles d'ingénieurs, ont pu présenter aux élèves, la filière et la richesse de ses différents métiers.

Les Comités régionaux ont aussi dans leur mission de décerner les prix du concours Interfel des Talents régionaux aux primeurs, supermarchés et hypermarchés lauréats de leur région.

Ainsi le Comité régional Interfel Hauts-de-France s'est investi auprès de la Région et de la DRAAF (<https://metiers-du-vivant-hautsdefrance.fr/>) pour promouvoir les métiers de la filière dans le cadre d'outils spécifiques aux filières sous tension.

En Auvergne-Rhône-Alpes, afin d'amplifier la campagne métiers d'Interfel, des photos ont été exposées au sein d'Agrapole (lieu où sont réunies toutes les organisations professionnelles agricoles régionales) durant 2 mois, les 15 photographies représentaient des lieux et/ou des productions emblématiques de la région. Cette exposition a pour ambition d'être réutilisée et de se déplacer en 2022.



## 3 - Représenter la filière des fruits et légumes frais et porter les visions collectives définies au niveau régional

Les administrateurs des Comités régionaux ont pu rencontrer de nombreux acteurs décisionnels sur leur région. Ces rendez-vous ont permis de créer des liens, d'expliciter le fonctionnement de la filière et surtout, quand cela était possible, de monter des événements et projets conjoints.

- Le Comité régional Interfel Hauts-de-France est lauréat d'un appel à projet lancé dans le cadre du Programme National de l'Alimentation par la DRAAF afin de sensibiliser 600 éco-délégués des collèges et lycées de la Région à une alimentation riche en fruits et légumes. Ce projet

d'un montant de 23 000 € est financé à 70% par le plan de relance. Le déploiement de ce projet a permis de travailler avec les Académies, la Région, les Départements et les établissements.

- Afin de mieux comprendre l'organisation de la filière fruits et légumes en Île-de-France, le Comité régional a apporté une « contribution » au Plan régional de l'alimentation francilienne (PRA IdF) et a participé aux Etats Généraux de l'Agriculture et de l'Alimentation Durables de la Ville de Paris.
- En Nouvelle Aquitaine, la rencontre avec le président du Conseil Régional, Alain ROUSSET, en mars 2021 sur un site de production de tomates dans les Landes a permis de le mobiliser sur la situation ubuesque du déploiement du programme européen « Lait et fruits à l'école » en France. Depuis, une réflexion conjointe est lancée avec ses équipes pour mettre en œuvre une expérimentation régionale d'un nouveau schéma de fonctionnement pour ce programme.

## 4 - Evènements grand public permettant aux Comités régionaux de présenter la filière

Avec le soutien des diététiciennes, des événements permettant la rencontre d'Elus et d'institutionnels peuvent aussi être mise en place. Cela permet de répondre à la fois à la mission de communication auprès du grand public et en même temps de faire connaître le Comité régional au niveau politique.

En Île-de-France la participation à la Fête du Patrimoine Gourmand organisé par « Île-de-France Terre de saveurs » a permis de renforcer les liens avec le Conseil Régional Île-de-France.

Pour la première année, les interprofessions régionales, fédérées par Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand, ont organisé le Tour Gourmand Lacs & Terroirs. Une tournée qui a permis de rencontrer le grand public sur des spots touristiques de la région en valorisant l'ensemble des filières régionales. L'opération a rencontré un grand succès, tant en cohésion des interprofessions qu'en qualité de rencontre avec les consommateurs, aussi il a été décidé de reconduire l'opération en 2022.





# FONCTIONNEMENT ET ORGANISATION INTERNE

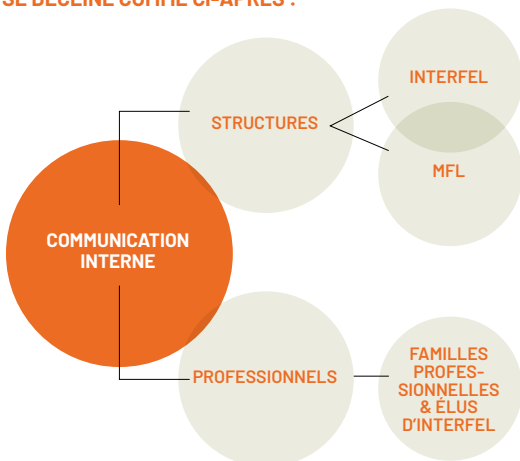


# LA COMMUNICATION INTERNE, AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE LA DIRECTION GÉNÉRALE

**La communication interne d'Interfel a officiellement vu le jour en septembre 2020, répondant à une demande des présidents des organisations professionnelles membres d'Interfel.**

Leur souhait reposait sur le besoin d'une information globale coordonnée de l'ensemble des actions, la plupart externes, de l'interprofession. Au regard de l'évolution du contexte et des actions menées pour répondre aux enjeux économiques et sociétaux, la consolidation d'une communication interne était devenue plus que nécessaire pour organiser les flux d'information et des échanges. Pour ce faire, la direction générale a choisi de placer la communication interne au cœur de sa stratégie, en s'appuyant sur un dialogue organisé entre les forces vives de chaque direction et services internes et les professionnels.

**DU CÔTÉ DE L'OPÉRATIONNEL, LA STRATÉGIE SE DÉCLINE COMME CI-APRÈS :**



C'est ainsi qu'en 2021, de nombreuses actions ont été mises en place, répondant aux demandes des professionnels notamment celles présentées ci-dessous :

## La newsletter Interfel Fraich'Infos



Bi-mensuelle, les professionnels membres des instances reçoivent le dimanche matin une newsletter les informant des actions de l'interprofession classées selon plusieurs catégories : vie institutionnelle, stratégie filière, actions de communication à l'international, actualités régionales, la revue de presse. En 2021, la newsletter était lue par plus de 170 personnes, représentant ainsi 34% de la liste d'envoi. Ce taux est très encourageant, car en moyenne une newsletter possède un taux d'ouverture de 25%. Nous allons continuer à faire augmenter ce taux pour l'année 2022.

## Application Tous FL

Cette application est la version digitale du guide de l'élu lancé en 2017. Ce guide, destiné aux administrateurs et membres de nos différentes instances, a pour objet de présenter les



missions et le fonctionnement de l'interprofession, mais également le rôle de chacun au sein de cette dernière. En mai 2021, la direction générale a lancé cette application afin de faciliter l'accessibilité aux informations. Cette application est continuellement mise à jour.



#### **Plaquette des cotisants**

En mars 2021, les cotisants ont reçu, accompagné du bordereau d'appel de cotisation, un livret de 8 pages rappelant le fonctionnement d'Interfel, ses missions, ses engagements et la répartition de son budget.

#### **Les formations des élus**

Répondant une nouvelle fois à la demande des professionnels de mieux connaître le fonctionnement de l'interprofession, les formations des élus ont été initiées en 2018. Elles ont pu reprendre en septembre 2021 à la fin de la crise sanitaire. Ces formations complètent le dispositif d'accueil des nouveaux

administrateurs et membres des Commissions, comités et groupes de travail d'Interfel afin de les accompagner dans la compréhension du fonctionnement de l'interprofession et de leur rôle au sein de ses instances. Qu'est-ce qu'une interprofession et quel est son rôle, son environnement ? Comment les décisions sont-elles prises ? Qu'est-ce que la CVE ? Voici les quelques thèmes que notre animatrice a présenté sous un format interactif et ludique.

En 2022, de nouveaux formats seront proposés, notamment à destination des élus des comités régionaux d'Interfel et des administrateurs des organisations professionnelles membres d'Interfel.

En 2021, la communication interne s'est donc ancrée dans la stratégie globale d'Interfel. Cependant, la crise sanitaire n'a pas permis de développer tous les projets envisagés. L'année 2022 permettra ainsi l'organisation d'événements, la finalisation des vidéos familles engagées en 2020, et le développement des actions de 2021.





# RESSOURCES HUMAINES 2021

**Malgré le recul de la pandémie, l'interprofession a fait le choix en 2021 de capitaliser sur l'expérience des confinements précédents et de stabiliser les nouvelles méthodes de travail qui avaient été expérimentées l'année passée pour continuer à avancer collectivement et mener nos actions le plus efficacement possible.**

Pour se faire, la Direction a constamment adapté les rythmes, les consignes de travail et mis à jour « les bonnes pratiques » à appliquer (avec notamment près de vingt notes « Etat de la situation » en 2021), de façon à pouvoir toujours coller à la réalité du contexte tout en préservant une bonne efficacité. Cette période a été également l'occasion d'accélérer la dématérialisation d'éléments sociaux (comme les fiches de paie et les tickets restaurant).

D'un point de vue général, l'année 2021 a été principalement marquée par le changement de Direction Générale – acté en COPN – et qui a donné lieu au lancement d'un processus de recrutement ad hoc doublé d'une réflexion sur la transition nécessaire pour permettre au Directeur Général de passer le flambeau à son successeur dans des bonnes conditions.

En termes de recrutements, contexte COVID oblige, les process ont été plus complexes à mettre en place. Néanmoins, au total, près de seize recrutements ont été réalisés sur l'exercice, qu'il s'agisse de CDD, de contrats d'alternance ou de remplacements internes. Côté création de postes, conformément aux décisions prises en Conseil d'Administration, l'année 2021 a vu la création de deux

Comités Régionaux (Ile-de-France et Centre-Val-de-Loire) et le renforcement d'un profil juridique et comptable.

Au regard du climat interne et des échanges globalement constructifs avec le Comité Social Economique, la structure a mandaté la société « Choose my Company » pour évaluer les sujets « Qualité / Bien-être au travail » dont les résultats se sont avérés très satisfaisants (au point de permettre à l'UES d'obtenir deux trophées dans sa catégorie et une citation dans le journal des Echos).

Bref, en 2021, le maître-mot « RH » a été : adaptation. Adaptation des process, de l'organisation etc. Adaptation aussi face à des « coups durs » comme le « Ransomware » dont a été victime la structure. Ce coup dur a montré la réactivité de la Direction informatique et nous a poussé à lancer une opération de sensibilisation sur le sujet ainsi que le lancement d'une grande campagne de formation sur les risques « Cyber » à tout le personnel.

Au final, à l'instar de l'année précédente, et ce malgré les épreuves, l'exercice 2021 reste budgétairement contenu (dépassement résiduel : +0,7%) tout en espérant pouvoir capitaliser davantage encore sur les acquis internes et répondre toujours plus vite aux demandes de la filière.



Louis  
Orenga

## PERSPECTIVES 2022

L'année 2022 va clôturer la période triennale de notre CVE et sera donc l'occasion durant le premier semestre de faire le bilan de ces trois années et de définir le socle de l'action pour les trois années à venir 2023/2025.

Cette année est donc d'une certaine manière une année de transition. Tout d'abord en espérant des conditions de retour à une plus grande normalité quant à nos relations en présentiel. Une année également qui nécessitera la finalisation des projets portés par l'interprofession qui devraient être validés par les pouvoirs publics actuels. Une année électorale pour notre pays qui conduira naturellement à ce que les nouveaux interlocuteurs prennent bien en compte dès 2022 les problématiques de la filière fruits et légumes frais et les orientations responsables et pragmatiques avancées par la filière.

Une année aussi importante qui verra une nouvelle

approche de la communication et la finalisation tant organisationnelle qu'au niveau de certaines thématiques de la recherche-expérimentation qui, plus que jamais, reste un incontournable de la stratégie interprofessionnelle.

L'année 2022, sera également une année de consolidation du triptyque territorial que sont les actions nationales, régionales et internationales, principalement au sein de cette dernière le rôle joué par Interfel au sein des stratégies interprofessionnelles européennes.

Les évolutions de 2022 ne seront pas qu'extérieures à Interfel puisqu'après 12 années au sein d'interfel, un nouveau directeur général prendra en charge la mise en œuvre des actions demandées par les professionnels. Je souhaite donc à Alexis Degouy de trouver autant d'intérêt et de plaisir à répondre aux objectifs de la filière avec le concours de l'expertise de l'ensemble des collaborateurs si mobilisés pour l'avenir du secteur des fruits et légumes frais.





## **ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS**

97 boulevard Pereire - 75017 Paris

Tél. : 01 49 49 15 15

Mail : [infos@interfel.com](mailto:infos@interfel.com)

[www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com)

[www.interfel.com](http://www.interfel.com)



[@lesfruitsetlegumesfrais](https://www.facebook.com/lesfruitsetlegumesfrais)



[@Interfel](https://twitter.com/Interfel) / [@FruitsLegumesFR](https://twitter.com/FruitsLegumesFR)



[@lesfruitsetlegumesfrais](https://www.instagram.com/lesfruitsetlegumesfrais)



[@Interfel](https://www.linkedin.com/company/interfel)