



UNE ANNÉE DÉCISIVE POUR INTERFEL ET LA FILIÈRE



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022





# SOMMAIRE

<p><b>10 Le fondement de l'action interprofessionnelle</b></p> <hr/> <p><b>11 Le rôle d'Interfel</b></p> <hr/> <p><b>12 La gouvernance</b></p> <hr/> <p><b>13 Le budget d'Interfel et la répartition de la CVE</b></p> <hr/> <p><b>14 Cotisation Interfel</b></p> <hr/> <p><b>15 Jamais trop de fruits &amp; légumes</b></p> <hr/> <p><b>16 Plan de souveraineté fruits et légumes</b></p> <hr/> <p>18 Les axes du plan</p> <hr/> <p><b>20 Jamais trop de communication : Commission communication</b></p> <hr/> <p>21 Édito</p> <hr/> <p>22 Stratégie commission communication</p> <hr/> <p>23 Un virage pris par les professionnels des fruits et légumes frais</p> <hr/> <p>24 Interfel booste la consommation des 25-49 ans</p> <hr/> <p>28 Le foodtruck a repris la route avec la campagne « jamais trop »</p> <hr/> <p>30 Life is better avec les fruits et légumes frais</p> <hr/> <p>31 L'european fraich'force, le goût de l'aventure avec frutti et veggi</p> <hr/> <p>32 Salon international de l'agriculture du 26 février au 6 mars 2022</p> <hr/> <p>36 « Jamais trop » de relations avec les pouvoirs publics et les élus</p> <hr/> <p>40 Dispositifs de communication en soutien aux produits en difficulté de marché</p> <hr/> <p>41 Les actions toute l'année, communication digitale</p>	<p>43 Le concours « les talents des fruits et légumes frais » continue de mobiliser les acteurs de la filière</p> <hr/> <p>44 Les légumineuses à l'honneur !</p> <hr/> <p><b>45 Jamais trop au service de la filière : Commission économie</b></p> <hr/> <p>46 Édito</p> <hr/> <p>47 Une année marquée par une combinaison inédite de chocs</p> <hr/> <p>49 Task force « urgence crise »</p> <hr/> <p>50 Les accords interprofessionnels</p> <hr/> <p>52 Comité Bio</p> <hr/> <p>54 Comité RSE</p> <hr/> <p>56 Comité RHD</p> <hr/> <p>58 GT indicateurs</p> <hr/> <p>59 GT juridique</p> <hr/> <p>60 GT logistique &amp; emballage</p> <hr/> <p>62 GT suivi de marché</p> <hr/> <p>63 Les études économiques</p> <hr/> <p>64 Focus étude : local et circuits courts</p> <hr/> <p>65 Focus étude : Étude des pratiques et enjeux du transport dans la filière des fruits et légumes frais</p> <hr/> <p>66 Les groupes de réflexion produits (GRP)</p> <hr/> <p><b>67 Jamais trop international : Commission internationale</b></p> <hr/> <p>68 Édito</p> <hr/> <p>69 Présentation de la commission</p> <hr/> <p>70 Négociations internationales</p> <hr/> <p>71 Communication internationale</p> <hr/> <p>72 Salons internationaux</p> <hr/> <p>74 Communication en Europe</p>	<p><b>75 Jamais trop d'innovation de recherches et de qualité : Commission SIREF</b></p> <hr/> <p>76 Édito</p> <hr/> <p>77 Commission SIREF</p> <hr/> <p>78 Accords interprofessionnels qualité</p> <hr/> <p>79 Les Signes d'Identification de La Qualité et de l'Origine</p> <hr/> <p>80 Le contrôle des accords interprofessionnels</p> <hr/> <p>82 GT innovation concours foodtech</p> <hr/> <p><b>85 Jamais trop régional : Commission des comités régionaux</b></p> <hr/> <p>86 Édito</p> <hr/> <p>87 Commission des Comités régionaux d'Interfel</p> <hr/> <p>88 Comité régional d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes</p> <hr/> <p>89 Comité régional d'Interfel Île-de-France</p> <hr/> <p>90 Comité régional d'Interfel Hauts-de-France</p> <hr/> <p>91 Comité régional d'Interfel Centre-Val de Loire</p> <hr/> <p>92 Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine</p> <hr/> <p>93 Le réseau des diététiciens</p> <hr/> <p><b>96 Jamais trop opérationnel : Fonctionnement et organisation interne</b></p> <hr/> <p>97 La communication interne, au cœur de la stratégie de la direction générale</p> <hr/> <p>99 La direction des ressources humaines 2022</p> <hr/> <p>100 La Maison des Fruits et Légumes</p> <hr/> <p>101 La Direction Digital et Systèmes d'Information</p> <hr/> <p>102 Le Comité social et économique (CSE)</p>
---	--	---



Laurent Grandin,  
Président



## ÉDITO

### Une année exceptionnelle et de changements profonds

**E**nsemble, avec détermination nous avons surmonté les épreuves, ouvert de nombreux chantiers et remporté de grands succès grâce à notre unité et cohésion.

Dans ce contexte, notre Interfel est bien l'expression de la synthèse des avis exprimés par nos familles dans le cadre d'un mandat validé par tous et encadré par l'OCM.

2022 a été une année de grande mobilisation des professionnels et des équipes supports à tous les niveaux de l'ensemble de nos structures, que je veux ici remercier pour leur investissement.

D'abord un changement de direction générale après le départ à la retraite de Louis Orenge qui aura marqué profondément

notre organisation et l'arrivée parfaitement réussie d'Alexis Degouy à ce poste.

Une année qui décoiffe en communication avec la maintenant très fameuse et primée campagne du « jamais trop » qui nous reconnecte avec la société telle qu'elle est, sans parti pris ni exclusion.

Le succès de nos programmes européens « life is better » sur le même thème et « prenez en main la Bio » avec le CNIEL.

Notre accompagnement financier significatif à la campagne « Bio reflexe » avec l'Agence Bio, d'autres interprofessions et le ministère de l'Agriculture.

Le lancement concret des groupes de travail du plan souveraineté fruits et légumes espéré de longue date par notre interprofession et qui mobilise des moyens humains considérables.

En ligne de mire la conclusion des travaux sur la souveraineté alimentaire avec une dotation suffisante pour permettre l'adaptation de l'arboriculture et du maraichage dans les conditions du 21<sup>ème</sup> siècle et soutenir la recherche appliquée ainsi que la consommation, pour une annonce prévue au côté du ministre de l'Agriculture au SIA 2023.

*Ensemble, avec détermination nous avons surmonté les épreuves, ouvert de nombreux chantiers et remporté de grands succès grâce à notre unité et cohésion.*



*Poursuivons en 2023 l'ensemble de nos actions en restant unis autour de nos projets, gage de réussite et de crédibilité vis-à-vis de l'ensemble des parties prenantes.*



La réussite de notre action auprès du Conseil d'État pour faire valoir le droit et remettre en conformité la règle sur les emballages que nous souhaitons harmonisée au niveau européen ; combat que nous allons poursuivre en tendant la main au ministère de la Transition Écologique (MTE) avec l'appui du ministre de l'Agriculture et de notre instance accréditée auprès de la Commission européenne « Freshfel », au sein de laquelle nous occupons une place centrale comme membre du Board et à la présidence du Comité des interprofessions européennes.

Je veux rajouter ici notre place à l'INAO sur la bio, notre arrivée au CNA au travers de l'ACOFAL, et sans doute bientôt un poste dans la gouvernance de l'Agence Bio.

Un travail remarquable également d'Aprifel, en échange constant avec les organisations de consommateurs et les scientifiques, qui va être particulièrement mis en lumière en 2023 avec la conférence des EGEA qui se tiendra en septembre à Barcelone.

Une reconnaissance d'intérêt général brillamment obtenue autour de Louis Orenga en chef d'orchestre, avec l'appui de Delphine Tailliez et la présidente d'Aprifel, Christel Teyssède. Une évolution de la gouvernance en cours également de ce côté-là.

Nous avons aussi développé nos comités régionaux avec l'arrivée du Comité régional d'Interfel PACA, sixième région,

et à sa tête Sabine Alary première femme à diriger un comité régional, qui en annonce probablement d'autres.

Nous sommes investis au niveau du CNRC (Conseil national de la restauration collective) sur l'ensemble des sujets de la restauration collective, notamment dans la mise en œuvre concrète de la loi Egalim et nous nous sommes imposés dans les CRALIM (comités régionaux pour l'Alimentation) comme invité obligatoire par les préfets.

La création d'une structure informelle de soutien, constituée de députés et sénateurs intéressés par notre secteur d'activité, qui se développe au-delà de nos espérances, ce qui témoigne de l'intérêt grandissant pour notre secteur d'activité.

La poursuite de notre demande avec l'Open Agri Food pour le retour d'une éducation alimentaire à l'école ainsi que la mise en place du chèque fruits et légumes que nous ne lâchons pas.

Je dois ajouter à cette liste, toutes nos actions au quotidien qui font la réussite et la confiance des professionnels dans notre maison, commissions, GT, Copil, Taskforce dédiée et j'en passe.

Poursuivons en 2023 l'ensemble de nos actions en restant unis autour de nos projets, gage de réussite et de crédibilité vis-à-vis de l'ensemble des parties prenantes.



Alexis Degouy,  
Directeur général

## ÉDITO

### Une interprofession jamais trop forte et unie !

**2**022 restera à l'évidence une année charnière pour notre Interprofession et pour toute la filière des fruits et légumes frais.

Après 2 années marquées par la crise sanitaire et au milieu d'une crise économique accélérée par le conflit en Ukraine qui a engendré une inflation générale des coûts et de l'énergie comme la France et l'Europe n'en avaient

plus connue depuis très longtemps, les professionnels ont su démontrer leur force, leur résilience et leur ambition pour l'avenir.

C'est en effet dans ce contexte que l'ensemble des professionnels ont choisi l'audace en lançant notre nouvelle campagne de communication « les fruits et légumes frais, c'est jamais trop ! » pour réaffirmer la place essentielle de nos produits dans l'assiette des Françaises et des Français, pour casser les codes de l'injonction et retrouver le plaisir du frais, mais surtout pour faire des jeunes les ambassadeurs aujourd'hui et demain de l'extrême diversité et richesse de nos productions.

---

*« les fruits et légumes frais, c'est jamais trop ! »  
pour réaffirmer la place essentielle de nos produits  
dans l'assiette des Françaises et des Français,  
pour casser les codes de l'injonction et retrouver  
le plaisir du frais, mais surtout pour faire des jeunes  
les ambassadeurs aujourd'hui et demain de l'extrême  
diversité et richesse de nos productions.*

C'est également dans ce contexte que toutes les familles de l'Interprofession, autour du Président Laurent Grandin et avec l'appui déterminant du CTIFL sous la présidence de Jacques Rouchaussé, ont coconstruit avec le ministère de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire le 1<sup>er</sup> plan d'envergure pour la filière. Initié en mars 2022 par Julien Denormandie et après des mois de travail entre avril et décembre 2022, il a été dévoilé par le Ministre Marc Fesneau au salon de l'agriculture le 1<sup>er</sup> mars 2023.

Un plan ambitieux, inscrit dans les politiques prioritaires du Gouvernement, pour inverser la tendance de baisse de la



production, pour mieux protéger les cultures, pour retrouver une meilleure compétitivité, pour booster la recherche et l'expérimentation et pouvoir relever les défis de l'adaptation au changement climatique, pour dynamiser la consommation de fruits et légumes frais chez les Français.

Ce plan va nous servir de boussole pour les 10 / 15 prochaines années afin de faire de notre filière, la filière agricole majeure des prochaines décennies.

L'ensemble des équipes d'Interfel sont et seront mobilisées au service des professionnels pour faire aboutir cette ambition.

Cette année 2022 restera charnière également pour moi. Grâce à la confiance des présidents et des administrateurs, 2022 m'a donné la chance de rejoindre cette magnifique filière en succédant à Louis Orenge à la direction générale d'Interfel et du CTIFL. Je veux le remercier et saluer le travail considérable qu'il aura accompli au bénéfice de nos structures et de toute une filière.

Je mesure, encore plus aujourd'hui, que les actions mises en place, depuis plus de 10 ans, en termes d'organisation, de structuration des équipes, ont permis d'asseoir une gouvernance qui renforce le dialogue interprofessionnel et un cadre de fonctionnement à la fois fort et adaptable qui permet de faire évoluer l'interprofession au rythme des enjeux auxquels elle a été et est toujours confrontée.

*Cette année 2022 restera charnière également pour moi. Grâce à la confiance des présidents et des administrateurs, 2022 m'a donné la chance de rejoindre cette magnifique filière en succédant à Louis Orenge à la direction générale d'Interfel et du CTIFL. Je veux le remercier et saluer le travail considérable qu'il aura accompli au bénéfice de nos structures et de toute une filière.*

Les challenges restent, par nature, nombreux à relever et je tiens ici à remercier aussi l'ensemble des directrices et directeurs pour leur engagement et leur appui précieux au quotidien, ainsi que l'ensemble des équipes partout en France dont je mesure chaque jour depuis plus d'un an le talent, le professionnalisme et le sens de l'engagement au service de la filière.

Jamais trop à votre service pour les prochaines années !

# UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR

**75 000**  
entreprises



**450 000**  
emplois directs



**DONT**  
**336 902**  
saisonniers



## PRODUCTION



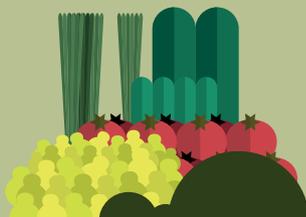
### LA FRANCE 4<sup>e</sup> PAYS PRODUCTEUR

de fruits et légumes en Europe, après l'Espagne, l'Italie et la Pologne

(sources : Eurostat)

**8 MILLIONS**

de tonnes en moyenne  
sur 2018-2020



**5,5 MILLIONS**

de tonnes à destination  
du marché du frais

(sources : Agreste, Ctifl)

**27 000**

exploitations légumières  
(sur au moins 0,5 ha/exploitation)

**dont 7 600**

exploitations cultivant des légumes  
frais de plein champ  
pour la transformation  
(sur au moins 0,5 ha/exploitation)

**19 500**

exploitations  
cultivent des fruits  
(sur au moins  
0,5 ha/exploitation ;  
hors pommier à cidre,  
poirier à poiré et olivier)

(source : Ctifl d'après Agreste –  
Recensement Agricole 2020)

**Plus de 200**

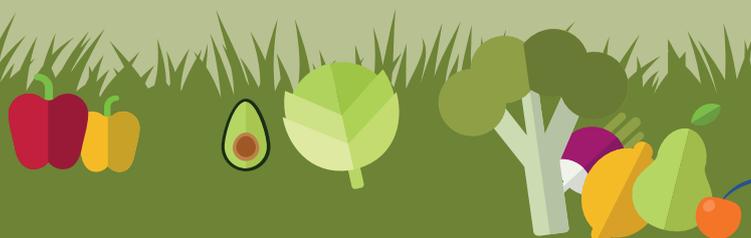
organisations  
de producteurs

(source : Ministère de l'Agriculture, 2023)

**200**

coopératives

(sources : Insee, Ctifl 2022)



# DISTRIBUTION

Plus de **44 000**

points de vente (hyper, super, EDMP, drives et magasins de proximité)

(source : FCD/FCA 2019)

**12 000**

primeurs en fruits et légumes

(source : Saveurs Commerce, 2020)

Près de **250**

entreprises d'expédition et d'exportation

(Insee, CTIFL 2022)

**160**

entreprises d'importation et d'introduction

(Insee, CTIFL 2022)

**907**

grossistes (hors centrales)

(source : Observatoire des métiers AKTO 2020)

# CONSOMMATION

**20 MILLIARDS**

d'euros de chiffre d'affaires au stade de la consommation (hors taxes - hors pomme de terre et autoconsommation)



**1 MILLIARD**

d'euros (hors taxes) pour la restauration hors domicile en moyenne sur la période 2018-2020

(source : Insee, CTIFL, 2020)

**1,3 %**

des dépenses totales des ménages français

(source : Insee, CTIFL, 2018)



# RESTAURATION COLLECTIVE

PRÈS DE **300 000** SALARIÉS

en restauration collective

**60 %**

en gestion directe

**40 %**

en gestion concédée

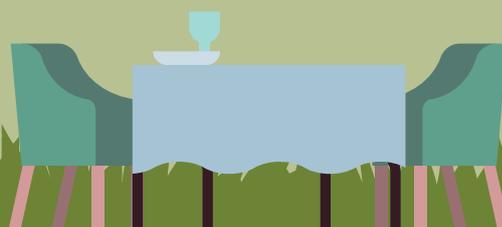
(Source : RestauCo, SNRC - 2019)

Les fruits et légumes (frais et transformés, y compris p.d.t.) représentent

**18 %**

des achats de la restauration hors domicile (hors boisson)

(Source : estimations 2018 de GIRA Foodservice pour FranceAgriMer)



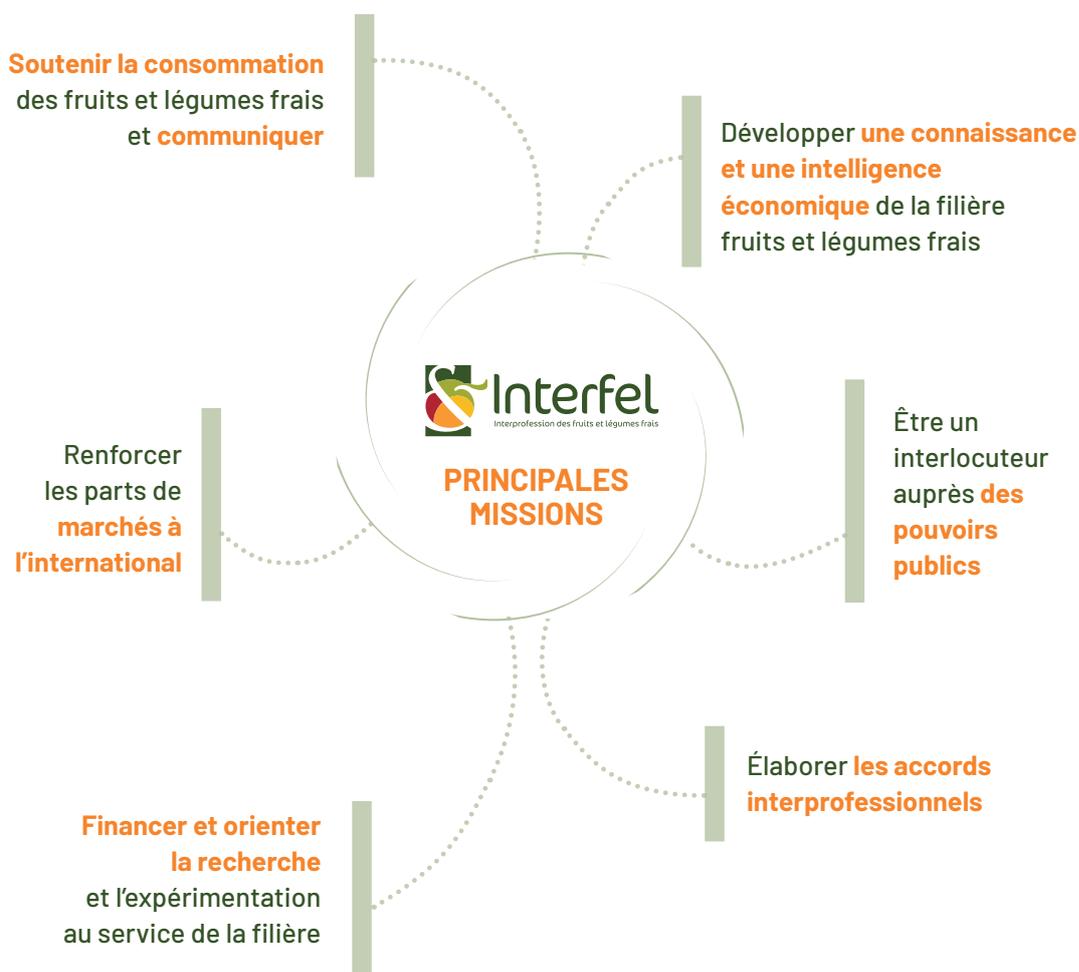
# LE FONDEMENT DE L'ACTION INTERPROFESSIONNELLE

Une interprofession est une association loi 1901 qui fédère des organisations professionnelles autour d'objectifs communs à toute une filière. Ce qui unit une interprofession, c'est l'enchaînement des métiers autour d'un même secteur de produits.

Une interprofession finance son action grâce à des cotisations volontaires (voulues par les membres qui la composent), étendues à tous les opérateurs de la filière par les pouvoirs publics. Interfel est un organisme de droit et d'initiative privés reconnue association interprofessionnelle agricole en France (au sens des articles L.632-1 et suivants du Code rural), ainsi que par l'Union européenne depuis le

21 novembre 1996 dans le cadre de l'Organisation commune de marché (OCM) unique.

L'action interprofessionnelle se caractérise par une valeur ajoutée au profit de l'ensemble de la filière qui ne se situe ni au niveau de chaque organisation qui compose l'interprofession, ni sur le plan de l'action qui incombe à chaque opérateur économique.



# 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, 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).

## 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. À 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.

## Ses 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.

## 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



**FNPF**  
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 Sauvatre (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 (ANEEFEL)

Didier Marques (UNCGFL)

Christel Teyssèdre

(Saveurs Commerce)

Georges Daniel (FCD)

Frédéric Legal (FCA)

Sylvie Dauriat (Restaù'co)

Philippe Pont-Nourat (SNRC)

Alain Kritchmar (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 Nougailac



### GEFeL

Bruno Darnaud - François Lafitte  
Daniel Sauvatre



### COORDINATION RURALE

Sébastien Héraud - Jean-Louis Ogier



### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Jonathan Chabert - Vincent Delmas



### ANEEFEL

Bernard Gérin - Éric Guasch  
Olivier Lemouzy



### UNCGFL

Didier Marques - Christian Berthe  
Philippe Guyot



### SAVEURS COMMERCE

Christel Teyssèdre  
Karine Bondu - Jean-Marc Brodbeck



### FCD

Georges Daniel - Jeff Mahintach  
Sophie Malinas



### FCA - SECTION ALIMENTATION

Frédéric Legal - Hervé Mayoud



### RESTAÙ'CO

Sylvie Dauriat



### SNRC

Philippe Pont-Nourat  
Jean-Frédéric Geolier



### CSIF

Alain Kritchmar



### SNIFL

Denis Ginard - Emmanuel Eichner

## Chiffres clés 2022 de la Direction générale

### 42 RÉUNIONS INTERNES

- 21 Codir
- 3 comités opérationnels
- 10 Copil communication interne
- 8 réunions du Comité de coordination des directeurs des organisations professionnelles

### 15 RÉUNIONS STATUTAIRES

- 4 Conférences des Présidents des organisations professionnelles (COPN)
- 5 Conférences des Présidents des organisations professionnelles Extraordinaires (COPN)
- 5 Conseils d'Administration
- 1 Assemblée générale

## 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

# LE BUDGET D'INTERFEL ET LA RÉPARTITION DE 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 interprofessionnels, 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 fraîche découpée) et les fruits et légumes de 1<sup>ère</sup> gamme ½ 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.

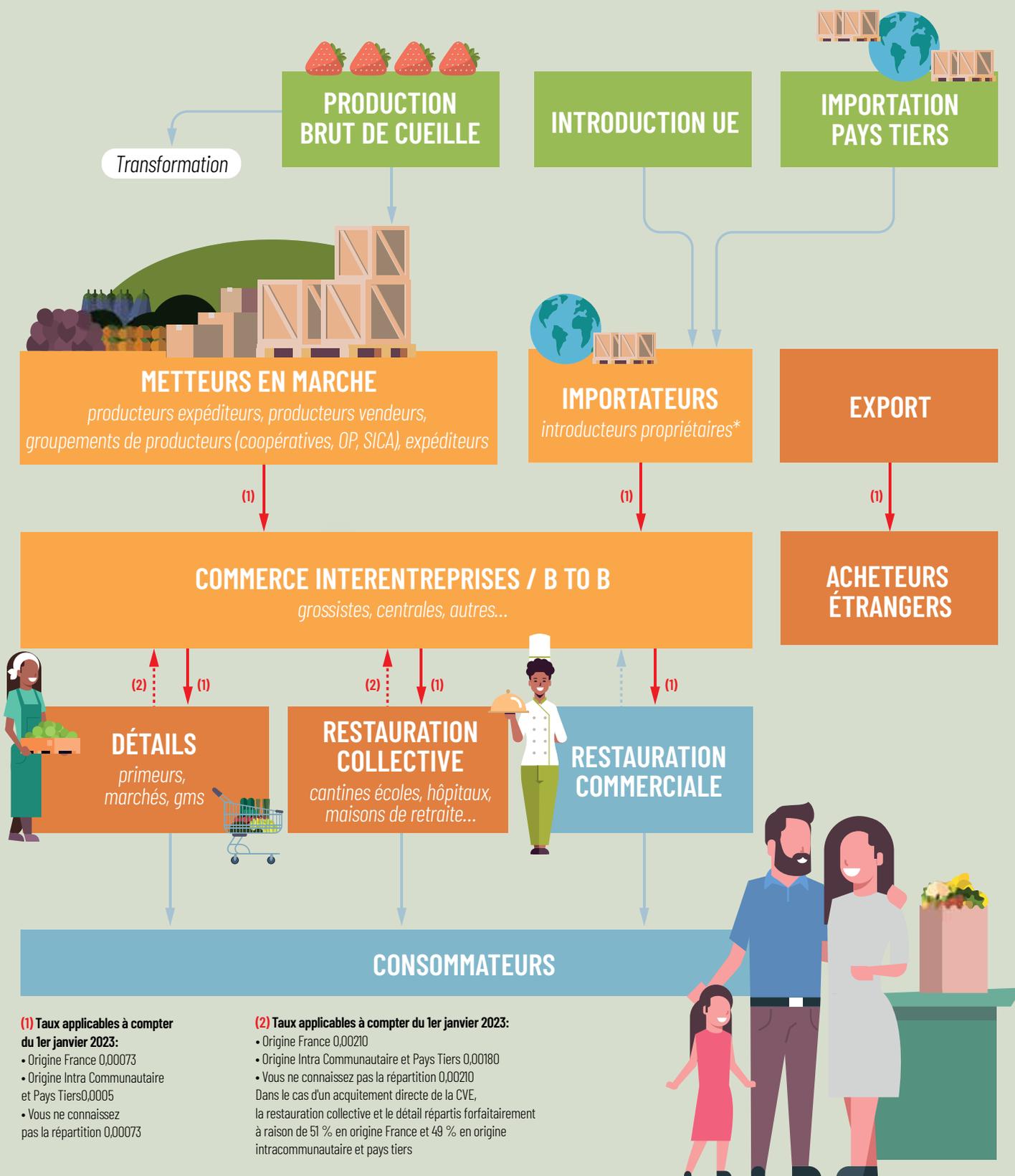
## BUDGET DES ACTIONS FINANCÉES PAR LA CVE

ACTIONS	% BUDGET PART CVE
Actions recherche expérimentations et transfert/ produits et qualité	49%
Actions information marketing communication	27%
Actions internationales et communication à l'étranger	4%
Actions d'informations scientifiques	13%
Stratégies filières, études économiques, actions juridiques et régionales	5%
Gestion de crise institutionnelle et Communication interne	1%
Actions des Comités Régionaux d'Interfel	1%

# COTISATION INTERFEL

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2023, accord du 6 juillet 2022 étendu par arrêté du 29 septembre 2022

→ ventes assujetties à la CVE      → achats assujettis à la CVE (collecte)  
→ ventes non assujetties à la CVE      → achats non assujettis à la CVE (collecte) \* hors commissionnaire





# JAMAIS TROP DE FRUITS & LÉGUMES

PLAN DE SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE F&L





# PLAN DE SOUVERAINETÉ FRUITS ET LÉGUMES

**Suite à l'annonce, par le ministre de l'Agriculture de l'époque Julien DENORMANDIE le 16 mars 2022, d'un plan de souveraineté français et européen dédié aux fruits et légumes, Interfel a mis en place une task force, puis un comité de pilotage directement rattaché au Conseil d'administration, visant à assurer la concertation de la filière autour de ce plan et à formuler des propositions concrètes à adresser aux pouvoirs publics.**

Ce plan de souveraineté fruits et légumes rejoint la demande exprimée de longue date par Interfel de disposer d'un plan de soutien ambitieux pour notre filière. En capitalisant sur les récentes contributions de l'interprofession (plan d'action post-covid, contribution Varenne de l'eau, etc.), Interfel et l'ensemble de ses organisations membres ont élaboré une note blanche ayant servi de socle de propositions initiales pour permettre à la filière, dans son ensemble, de regagner en compétitivité et à la production française en particulier de progresser. Cette note proposait de retenir 4 priorités stratégiques (cf. encadré page 17) et une feuille de route reposant sur 8 enjeux déclinés en 28 propositions.

Cette contribution ambitieuse de la filière a été le point de départ des travaux d'élaboration du plan de souveraineté

fruits et légumes lancés par le ministère de l'Agriculture au second semestre 2022 et qui ont été matérialisés par l'activation de 4 groupes de travail auxquels Interfel a activement pris part :

- **GT1 sur la protection des cultures**
- **GT2 sur la compétitivité, l'investissement et l'innovation**
- **GT3 sur la recherche et innovation, l'expérimentation, la formation et le renouvellement des générations**
- **GT4 sur la dynamisation de la consommation de fruits et légumes dans le modèle alimentaire**

Pour chacun de ces groupes, des professionnels référents issus de différentes organisations professionnelles membres d'Interfel ont été nommés aux côtés d'un représentant



d'Interfel. Cette implication forte de toute la filière a permis de coconstruire avec les administrations référentes sur les différents GT (DGAL, DGPE et DGER) l'ensemble des fiches actions constitutives de ce plan.

Les bénéfices attendus du plan de souveraineté fruits et légumes étaient nombreux. Au-delà des retombées espérées en matière de compétitivité de la filière française des fruits et légumes, ces bénéfices se doivent de jaillir plus largement sur nos concitoyens, que ce soit grâce aux économies qui pourraient être faites directement et indirectement avec une meilleure protection de la filière ou celles générées par la réduction des dépenses de santé sans oublier les bénéfices sur notre environnement.

- Investir dans les fruits et légumes frais, c'est d'abord réduire les dépenses de santé publique en freinant les conséquences des maladies non transmissibles ;
- Investir dans la protection des cultures, c'est réduire le recours à l'assurance récolte, dans un contexte d'augmentation des événements climatiques extrêmes ;
- Investir dans les fruits et légumes, c'est aussi atténuer la hausse des températures et protéger l'environnement, notamment par le stockage du carbone et la favorisation de la biodiversité ;
- Investir dans les fruits et légumes, c'est contribuer à rééquilibrer notre balance commerciale.

## Les 4 priorités de la stratégie nationale fruits et légumes issues de la note blanche d'Interfel

**Augmenter la consommation des fruits et légumes,**

Enjeu majeur de santé publique

**Objectif cible en 2030 :** atteindre, pour 2/3 des Français\* les recommandations de santé publique de consommer au moins **400g de fruits et légumes par jour.**

**Développer la part de la production française (et le nombre de producteurs associés) dans la consommation de fruits et légumes,**

Enjeu majeur de souveraineté/sécurité alimentaire

**Objectif cible en 2030 :** tendre vers **60% d'auto-apvisionnement** en F&L correspondant à la moyenne des principaux pays producteurs européens.

**Accroître la compétitivité de la filière y compris à l'export, de l'amont jusqu'à la distribution en luttant contre les distorsions de concurrence,**

Enjeu majeur de résilience/durabilité économique

**Objectif cible en 2030 :** positionner la France sur le **podium européen\*\*** pour la majorité des principaux fruits et légumes produits en France.

**Se saisir des mesures qui permettront l'accélération de l'adaptation de la filière au changement climatique et minimiser son impact sur l'environnement,**

Enjeu majeur de durabilité environnementale

**Objectif cible en 2030 :** Pérenniser une filière **peu émettrice de gaz à effets de serre** et parmi les **leaders en termes de démarches environnementales**

# LES AXES DU PLAN

## AXE 1. ACCOMPAGNER LA FILIÈRE POUR RENFORCER LA PROTECTION DES CULTURES

L'axe 1 du plan de souveraineté, qui porte spécifiquement sur la « **protection des cultures** », a été élaboré sous l'égide de la DGAL (Direction générale de l'Alimentation) en collaboration avec les interprofessions, dont Interfel et ses représentants professionnels avec l'appui du CTIFL et en présence des parties prenantes intervenant directement sur ces dossiers. Il a pour objectifs de **définir les actions prioritaires afin de mettre en place des solutions efficaces et durables** pour lutter contre le développement de nouveaux bioagresseurs, faire face au retrait de nombreuses substances actives et accompagner la filière



vers des solutions alternatives pertinentes. Il repose sur 3 leviers : réglementaire, recherche et expérimentation et développement des solutions alternatives.

Concrètement, le plan de souveraineté fruits et légumes devrait permettre **le recensement des usages critiques sous tensions** (couples cultures/nuisibles) afin de prioriser les actions sans laisser aucune culture sans solution. Cet inventaire, basé sur le travail de la commission des usages orphelins (CUO) et sur l'expertise des filières, permettra **de travailler la complémentarité des solutions identifiées sur un usage et d'identifier les facteurs « bloquants » de la non mise en œuvre sur le terrain de solutions alternatives** validées en France ou en Europe dans le respect de modèles pédoclimatiques pertinents.

Pour accélérer la transition, un recensement exhaustif des technologies innovantes disponibles dans des domaines variés sera approfondi afin d'analyser pour chacune leur état de maturation, le degré d'efficacité et de praticité, la dimension réglementaire éventuelle, la capacité à s'insérer dans les itinéraires techniques actuels et les étapes nécessaires pour le développement et le déploiement. Les techniques les plus avancées, comme le lâché d'insectes stériles déjà employé dans d'autres pays, pourraient être lancées rapidement dans le cadre des usages sous tensions critiques venant renforcer l'arsenal des techniques disponibles employant des médiateurs chimiques, comme la confusion sexuelle, les phéromones d'alarme, l'utilisation de plantes dissuasives ou répulsives et bien d'autres technologies déjà employées par ailleurs ou en phase de développement.

## AXE 2. COMPÉTITIVITÉ, INVESTISSEMENTS ET INNOVATION POUR LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

Interfel a participé activement avec les professionnels au groupe de travail piloté par la DGPE sur les thématiques de compétitivité, d'investissements et d'innovation pour la filière fruits et légumes. À cet effet, un groupe miroir placé sous l'égide de la Commission Économie a été créé pour être force de propositions dans le cadre de l'élaboration de cet axe du plan et réagir aux projets de fiches actions émanant des équipes du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. En s'inscrivant dans la continuité de la note blanche rédigée par Interfel en amont du lancement des travaux préparatoires au plan de souveraineté, la filière a défendu des principes forts tels que la nécessité d'indicateurs de suivi, le besoin d'un choc de simplification administrative, la mise en place d'un guichet unique ou de guichets dédiés pour l'accès facilité aux aides et la nécessité de financements nouveaux et ambitieux adaptés et spécifiques au secteur fruits et légumes. Par ailleurs, un travail approfondi a été engagé pour chiffrer les besoins en investissements de la filière, tant au niveau des vergers que des productions légumières et définir des critères adaptés pour le soutien à ces activités, à tous les stades de notre filière, et bien d'autres technologies déjà employées par ailleurs ou en phase de développement.

## AXE 3. RECHERCHE-EXPÉRIMENTATION, FORMATION & RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS

Le 3<sup>ème</sup> groupe de travail mis en place par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire pour construire le Plan de Souveraineté Fruits et Légumes était très vaste puisqu'il devait traiter à la fois de Recherche-Expérimentation mais aussi de Formation & Renouvellement des générations. Ce GT était piloté par la DGER.

Au regard du sujet, Interfel a mobilisé la Commission SIREF. Bien entendu, le CTIFL fut très impliqué tant du côté de la Direction Recherche, Innovation et Expertise (DRIE) que de la Direction Valorisation Transfert (DVT).

Très vite et à cause des lancements des travaux du Pacte et de la Loi d'Orientation et d'Avenir Agricole (PLOAA) par le ministre de l'Agriculture, le second volet s'est limité à la formation continue. Interfel a alors insisté pour faire en sorte que le sujet concerne tous les maillons de la filière dont les besoins étaient similaires et que des dispositifs novateurs soient mis en place, pour permettre à un maximum de personnes de s'investir là où aujourd'hui un constat d'échec pouvait être fait.

Sur le volet Recherche-Expérimentation, de nombreuses propositions ont porté sur la gouvernance, l'optimisation des moyens techniques, la définition de stratégies ou encore des études à moyens-long termes. Interfel est intervenue pour redemander des objectifs, des moyens financiers, un guichet unique, des accompagnements et rappeler le caractère urgent de ces demandes au regard des difficultés vécues par tous les professionnels, tous les maillons de la filière. Interfel a aussi rappelé l'existence de la Commission SIREF et de l'élaboration des priorités tous les 3 ans avec un schéma d'élaboration des programmes du CTIFL annuel solide. Ces interventions visent à construire de nouveaux outils et augmenter la capacité de recherche-expérimentation au service de la filière dans un schéma de gouvernance optimisé !

#### AXE 4. DYNAMISATION DE LA CONSOMMATION DES FRUITS ET LÉGUMES

L'axe 4 du plan de souveraineté fruits et légumes ajouté à la demande d'Interfel afin de mettre en œuvre des actions pouvant dynamiser la consommation, a été piloté par la DGAL (Direction Générale de l'Alimentation), en collaboration avec les interprofessions, dont Interfel et ses représentants professionnels membres de la Commission Communication, avec l'appui d'Aprifel et du CTIFL.

À cet effet, un groupe miroir a été créé, dans lequel les professionnels se sont particulièrement investis entre octobre et fin décembre 2022, afin d'être force de propositions dans le cadre de l'élaboration de cet axe du plan et réagir aux projets de fiches actions émanant des équipes du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. La première étape a consisté à dresser un état des lieux de la consommation au regard des recommandations du PNNS : seule une faible partie de la population française atteint le niveau de consommation recommandé et près de la moitié de la population est faiblement consommatrice.

*Interfel a participé activement avec les professionnels au groupe de travail piloté par la DGPE sur les thématiques de compétitivité, d'investissements et d'innovation pour la filière fruits et légumes.*

De plus, les générations les plus jeunes mangent quatre fois moins de fruits et légumes que les générations plus âgées. À partir de ce constat plusieurs thématiques ont été abordées avec comme priorité : la nécessité d'accompagner la génération de demain vers une plus grande accessibilité des fruits et légumes en accord avec leurs choix sociétaux par la mise en œuvre d'actions concrètes et ambitieuses.

#### Plusieurs leviers ont été identifiés, notamment :

- Une campagne de communication nationale, collective et informative, pour promouvoir la consommation auprès des parents et des enfants ;
- Une véritable éducation à l'alimentation, avec l'élaboration d'outils pédagogiques à destination des enseignants et des élèves. Interfel a notamment continué de porter l'idée de réinstaurer des cours de cuisine obligatoires à l'école ;
- Un renforcement de l'accessibilité auprès des plus précaires, avec la mise en place d'un fonds pour une aide alimentaire durable avec un fléchage fruits et légumes. Interfel a notamment continué à porter l'idée d'un chèque fruits et légumes ;
- L'accompagnement de la Restauration Collective pour favoriser la consommation des plus jeunes, notamment via le programme UE « Lait et fruits à l'école » (PLFE).

## La plateforme Plan de Relance devient Aides et financements

Dans le cadre de la refonte du site internet [www.interfel.com](http://www.interfel.com) et afin de capitaliser sur le succès de la plateforme Plan de Relance, celle-ci a évolué pour devenir une interface destinée à informer plus largement et dans la durée les opérateurs de la filière fruits et légumes frais sur les dispositifs d'accompagnement et de soutien : Aides et financements.

Cette interface, qui comprend une recherche par thématique, type de projets, financeur ou programme, est mise à jour au fur et à mesure de l'ouverture de nouveaux guichets. Elle est complétée par une newsletter dédiée ([bit.ly/3AbNCEH](https://bit.ly/3AbNCEH)) qui permet d'informer les abonnés des actualités sur les aides, ainsi que d'une adresse mail [aides-financements@interfel.com](mailto:aides-financements@interfel.com) destinée à répondre aux questions des opérateurs de la filière et à recenser les difficultés que ces derniers peuvent rencontrer dans le dépôt de demandes.

Ainsi, grâce aux inscriptions à la newsletter, les opérateurs de la filière ont régulièrement reçu des notifications les informant sur les évolutions et les nouveaux dispositifs d'aides pour les entreprises du secteur en 2022 : France 2030, Plan de résilience, aides du gouvernement contre la hausse des coûts de l'énergie. Entre septembre (mois de lancement) et décembre 2022, la nouvelle plateforme a enregistré près de 1000 connexions.

Dans l'optique de l'annonce prochaine du Plan de

souveraineté fruits et légumes, la plateforme Aides et financements ([bit.ly/3LcrwYT](https://bit.ly/3LcrwYT)) aura un rôle crucial en matière de diffusion de l'information et de recensement des difficultés rencontrées par les opérateurs. À cet effet, sa configuration continuera de progresser pour assurer une bonne visibilité et communication sur les guichets dédiés auprès de tous les acteurs concernés.



# JAMAIS TROP DE COMMUNICATION

COMMISSION COMMUNICATION





Jacques Rouchousse,  
président délégué



Christian Berthe,  
président exécutif

- 22 Stratégie commission communication
- 23 Un virage pris par les professionnels des fruits et légumes frais
- 24 Interfel booste la consommation des 25-49 ans
- 28 Le foodtruck a repris la route avec la campagne « jamais trop »
- 30 Life is better avec les fruits et légumes frais

- 31 L'european fraîch'force, le goût de l'aventure avec frutti et veggi
- 32 Salon international de l'agriculture du 26 février au 6 mars 2022
- 35 De très nombreux rendez-vous institutionnels, bien relayés par les politiques, notamment sur les réseaux sociaux
- 36 « Jamais trop » de relations avec les pouvoirs publics et les élus

- 40 Dispositifs de communication en soutien aux produits en difficulté de marché
- 41 Les actions toute l'année, communication digitale
- 43 Le concours « les talents des fruits et légumes frais » continue de mobiliser les acteurs de la filière
- 44 Les légumineuses à l'honneur !

L'année 2022 a été la concrétisation d'une volonté commune de la Commission Communication : donner une nouvelle impulsion aux prises de paroles d'Interfel, donner un nouvel élan et « OSER » pour faire évoluer les comportements de consommation de la jeune génération âgée de 25 à 34 ans. Le lancement de la plateforme de communication « Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop », basée sur le plaisir et la diversité en avril 2022, a donné une nouvelle dynamique et a guidé l'ensemble des actions de dynamisation de la consommation : spot TV, affichage, événements terrain animés par le réseau des diététiciens, tournée du Foodtruck, animations en points de vente et en restauration collective, mais aussi relations publiques et relations presse, contenus des réseaux sociaux et des sites internet...

La campagne « Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop » a permis de créer un véritable fil rouge transversal que l'ensemble des professionnels de la filière s'est approprié. Elle a connu un véritable succès auprès du public ciblé au regard des premières évaluations : des consommateurs séduits, convaincus et motivés pour consommer plus de fruits et légumes frais (près de 9 consommateurs sur 10 ont déclaré vouloir consommer plus de fruits et légumes frais après avoir vu la campagne « Jamais Trop »).

L'année 2022 a été marquée par une forte actualité politique (élections présidentielles et législatives, impacts de la guerre en Ukraine, annonce d'un plan de souveraineté fruits et légumes, etc.). Le retour du SIA en 2022 (après la crise Covid-19) aura permis de nombreuses rencontres avec les élus, les pouvoirs publics et les candidats présidentiables, la traditionnelle remise des prix des Talents des fruits et légumes, la mise en avant des professionnels à travers la campagne Métiers « Passionnés pour la vie », mais surtout des moments de partage et de convivialité entre membres de la filière et avec le public.

#### Les équipes communication ont aussi déployé plusieurs programmes tout au long de l'année :

- Le programme européen « Fraich'Force » à destination de la cible stratégique des familles et enfants, notamment avec le dispositif événementiel « Le Jardin Extraordinaire » ;
- Le programme européen « Life is better with Fruit and Veg » sur la cible des 25-34 ans, qui met en avant les occasions de consommation : les fruits et légumes, on peut les consommer où l'on veut et quand on veut !
- Le programme européen « Prenez en main la Bio » destiné aux professionnels de la RHD et de la grande distribution ;
- Le programme « légumineuses » cofinancé par FAM, en partenariat avec Terres Univia, la FNLS et la FIAC, destiné aux professionnels de la RHD pour inciter à faire consommer des légumineuses deux fois par semaine selon les recommandations du PNNS.

La Commission Communication a aussi été sollicitée pour mettre en œuvre deux campagnes de crise : une campagne de crise produits en janvier 2022 pour favoriser les ventes d'endives, poireaux et carottes et une campagne sur les produits BIO en mai 2022 en partenariat avec l'Agence Bio pour soutenir la consommation des fruits et légumes BIO. Interfel a été particulièrement présent sur le terrain dans des événements grand public mais aussi à de nombreux salons professionnels : Restau' Co et Sival, notamment.

Un travail important a été réalisé par les équipes des relations presse et des relations institutionnelles afin de répondre à la multiplication des demandes des consommateurs issues en partie des attentes sociétales : emballages des fruits et légumes frais, perception de cherté des produits, chèque alimentaire, Varenne de l'eau, saisonnalité, énergie, etc. Ces différents sujets ont permis à Interfel d'être identifié par les médias et les pouvoirs publics, comme une organisation crédible, notamment à travers les prises de position de Laurent Grandin dans la tribune des Echos en juillet 2022, mais aussi lors des conférences de presse ou de l'élaboration du plan de souveraineté fruits et légumes, autour de 4 axes stratégiques qui ont fait chacun l'objet d'un groupe de travail piloté par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, et dont Interfel a été partie prenante à partir de l'automne 2022. L'interprofession est aujourd'hui largement sollicitée pour toutes questions relatives à la filière et le sera d'autant plus avec la mise en œuvre des premières actions du plan de souveraineté.

*Le lancement de la plateforme de communication « Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop », basée sur le plaisir et la diversité en avril 2022, a donné une nouvelle dynamique et a guidé l'ensemble des actions de dynamisation de la consommation.*

## Membres de la Commission Communication

### COLLÈGE AMONT

#### FNPF

Anthony OBOUSSIER  
Guillaume SEGUIN  
Gilles BARAIZE (Directeur)  
Florie CANDAT  
Adeline GACHEIN

#### LEGUMES DE FRANCE

Jacques ROUCHAUSSE  
Sylvestre BERTUCELLI (Directeur)  
Daniel BOUQUILLON  
Gérard ROCHE  
Valérie NICOLAS

#### FELCOOP

Caroline DUCOURNEAU (Directrice)  
Jean Louis CHAPEYROUX

#### GEFeL

Jean Louis MOULON  
Sandrine GABORIEAU  
Marion MISPOUILLE  
Alexandre BONNEAU  
(Délégué Général)  
Sandrine GABORIEAU

#### COORDINATION RURALE

Céline BACCEI-ROUMIEUX  
Sébastien HERAUD

#### CONFEDERATION PAYSANNE

Nicolas LE BOEDEC

### COLLÈGE AVAL

#### ANEEFEL

Olivier LEMOUZY  
Valérie AVRIL (Directrice)

#### UNCGFL

Christian BERTHE  
Franck ANDRIEUX  
Jean Hugues BELLAND  
Frédéric STEFANI (Délégué  
Général Adjoint)  
Roxane MARQUES

#### SAVEURS COMMERCE

Eric FABRE  
Karine BONDU  
Marie DANIEL  
Delphine LEBON  
Samira LEMAIRE  
Sandrine CHOUX (Directrice)

#### FCD

George DANIEL  
Sophie MALINAS  
Hugues BEYLER (Directeur)  
Victoire CASSIGNOL

#### FCA

Vincent MARTIN  
Frédéric LEGAL  
Hervé MAYOUD

#### RESTAU'CO

Philippe LAPOUGE  
Marie-Cécile ROLLIN (Directrice)

#### SNRC

Esther KALONJI  
Philippe PONT-NOURAT

#### SNIFL

Denis GINARD  
Philippe ARROYO  
Jean-Luc ANGLES  
Gérard FABRE (Suppléant)  
Emmanuel EICHNER (Suppléant)  
David PATTE (Directeur)  
Cyril GORNES

#### CSIF

Jean-François VALLET  
Philippe PONS  
Véronique LE BAIL (Directrice)  
Alain KRITCHMAR

# STRATÉGIE DE LA COMMISSION COMMUNICATION

La Commission Communication a pour mission de favoriser la consommation de fruits et légumes frais au niveau national et régional, mais aussi d'informer le consommateur-citoyen 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 Rouchaussé, Président Délégué et Christian Berthe, Président Exécutif. Elle est composée des membres issus des 15 organisations professionnelles, membres d'Interfel, 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 portions de 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.

Les 4 axes de communication permettant de déployer la stratégie sont la dynamisation de la consommation, la conquête des enfants, les bénéfices santé des fruits et légumes et la réponse aux attentes sociétales.

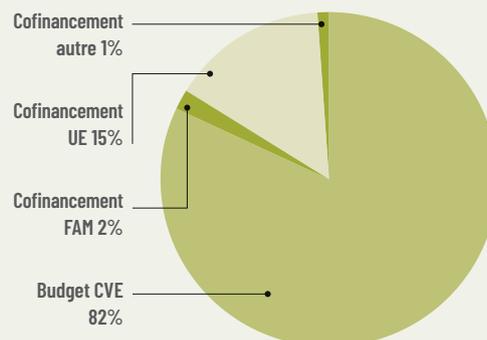
## LES PROFESSIONNELS ET LES ÉQUIPES : UNE FORCE VIVE POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DU COLLECTIF

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

## LE BUDGET 2022 RÉPARTITION PAR PILIERS STRATÉGIQUES

Total réalisé = 10 434 753,00 €

Budget CVE	8 532 450,00 €
Cofinancement FAM	186 810,00 €
Cofinancement UE	1 631 032,00 €
Cofinancement autre	84 461,00 €



de l'expertise communication des équipes et du temps passé nécessaire à mettre en place les différentes actions que sont : 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 de communications 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.

### LES PERSPECTIVES POUR 2023

Le plan de communication 2023 sera basé sur la nouvelle campagne « **Jamais Trop** » avec 4 temps forts tout au long de l'année et un renfort sur les dispositifs médias classiques et digitaux, ainsi qu'une densification des actions terrains et notamment les animations sur les lieux de vente :

grande distribution, commerces de proximité et restauration collective. Ce dispositif sera complété par un grand temps fort famille-enfants grâce au dispositif Fraich'Force. Ces actions seront complétées par des dispositifs de communication à destination du grand public et des professionnels sur les attentes sociétales, comme la perception de cherté des fruits et légumes ou l'inquiétude de l'impact du climat sur l'offre disponible, notamment au travers du développement des sites internet, outils indispensables pour mettre à disposition l'ensemble des services et documents réalisés par Interfel.

# UN VIRAGE PRIS PAR LES PROFESSIONNELS DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Avril 2022 sonne le coup d'envoi d'une communication inédite pour la filière fruits et légumes frais !

Fruit d'une réflexion collective amorcée par la Commission Communication en 2021, les professionnels relèvent un double-enjeu : recréer du lien avec les jeunes consommateurs 25-34 ans et dynamiser les achats de fruits et légumes frais.

**Fort de cette ambition, les fruits et légumes frais dévoilent leur nouvelle plateforme : « Les fruits et légumes frais, c'est Jamais trop ! ».** Petit, rond, piquant, doux, grand, roux,

poilu... Une diversité de forme, de goût et de couleur pour inspirer la créativité et la gourmandise au quotidien ! Et cette diversité, nous la retrouvons chez nos consommateurs.

**Nous vivons une époque de diversité, une société qui s'assume, ouvre les bras à l'autre et à ses différences.** On n'est jamais trop rond ! Jamais trop sensible ! Jamais trop précieuse, délicat, pointue ou encore jamais trop puissante ! Les fruits et légumes frais : on n'en a jamais trop !





# INTERFEL BOOSTE LA CONSOMMATION DES 25-49 ANS

## 4 temps forts de communication pour rythmer l'année 2022

### CAMPAGNE DE LANCEMENT

**Interfel déploie une campagne de lancement massive en télévision, sur le digital, en affichage national et dans la presse.**

Les fruits et légumes frais dévoilent leur nouveau spot publicitaire sur la musique iconique de Depeche Mode, « Just can't get enough » sur les chaînes de TF1 et M6 et sur des centaines de sites internet et applications mobiles.

En affichage national dans les grandes gares partout en

France et dans les stations de métro à Paris, l'étal de la diversité de nos fruits et légumes s'expose aux yeux de tous ! Les consommateurs y retrouvent plus de 48 fruits et légumes associés à un mot-clé !

**Des résultats qui boostent les intentions d'achats dès la 1<sup>ère</sup> diffusion !** Une génération 25-49 ans largement exposée qui gagne +13 points de perception de gourmandise sur les fruits et légumes frais. Mieux encore, près de 9 consommateurs sur 10 souhaitent consommer plus de fruits et légumes frais après avoir vu la campagne « Jamais Trop » !

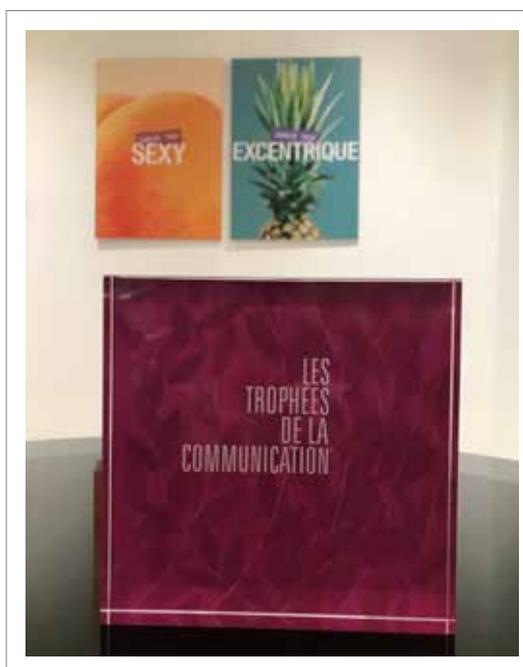


**Une campagne récompensée par de nombreux prix de la communication :**

Interfel décroche le prix de la meilleure campagne de publicité 2022 aux Trophées de la Communication et le prix Or au Grand Prix TOP/COM ! Des récompenses qui viennent couronner une stratégie originale et audacieuse pour la filière des fruits et légumes frais.

**La presse en parle !**

Un lancement exceptionnel le 12 avril a accueilli à la Gaité Lyrique plus de 100 journalistes et influenceurs. Une opportunité pour diffuser un communiqué de presse d'annonce de la campagne, un dossier de presse en vidéo et une couverture exclusive par le média CB News.



**En chiffres**

**+ DE 456 MILLIONS**

de contacts dans les médias

**2 MILLIONS**

de personnes touchées sur les réseaux sociaux

**20 RETOMBÉES**

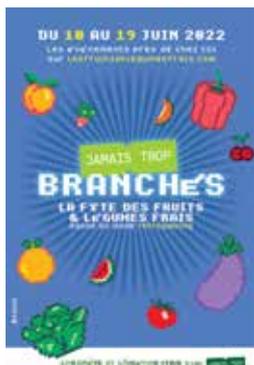
presse



## JAMAIS TROP BRANCHÉS

**En juin, la Fête des fruits et légumes frais s'offre un relooking inspiré des jeux vidéo des années 70 pour séduire les jeunes !**

En 2022, la fête retrouve sa configuration d'origine et fait la part belle aux actions sur le terrain. Un objectif en tête : aller à la rencontre de son nouveau public : les 25-34 ans. Tout y est pour faire rayonner les fruits et légumes frais autour de dégustations et d'expériences inédites, du pixel art et du rétrogaming. L'enjeu est de s'adresser aux jeunes consommateurs là où ils sont, et d'associer les fruits et légumes frais à des moments festifs, comme des événements dans divers lieux publics, des bars, des soirées jeux ou encore des animations en restaurants d'entreprise...



**Le Jeu vidéo « Jamais Trop Glouton » est lancé, librement inspiré de l'icône Pac-Man®, il propose une expérience divertissante à retrouver dans les points de vente, les restaurants d'entreprise, dans les bars et sur internet ! Un jeu simple pour passer des soirées endiablées qui a réuni plus de 8 000 joueurs.**

Des apéros et des jeux vidéo rétros partout en France et sur Twitch – 10 bars en France, 142 points de vente et restaurants, et sur internet 5 influenceurs en live se sont mobilisés, proposant cocktails aux fruits frais, planches apéro de fruits et légumes découpés, mini-jeux et quiz au public ! Mieux encore, tous les participants se sont affrontés dans une compétition amicale sur le jeu « Jamais trop Glouton » d'une ville à l'autre ! Plus de 30 000 personnes ont ainsi été touchées grâce à la mobilisation des acteurs de la filière, au réseau des diététiciens et de leurs partenaires. **« Jamais trop Branchés » obtient un franc succès par son caractère innovant et s'expose dans les médias : plus de**

**190 retombées presse et 80 millions de contacts touchés par une campagne d'affichage nationale et la diffusion du spot TV sur le digital.**

## Les médias et les influenceurs en parlent !

Pendant 10 jours, une trentaine de journalistes et influenceurs ont contribué à la réussite de la campagne en créant des contenus sur Instagram et Facebook, permettant de toucher 360 000 contacts sur la période. Un événement presse et influence autour du thème des jeux vidéo rétro a permis de décrocher plus de 190 retombées dans la presse et sur les réseaux sociaux.

## UN ÉTÉ JAMAIS TROP MIXÉS !

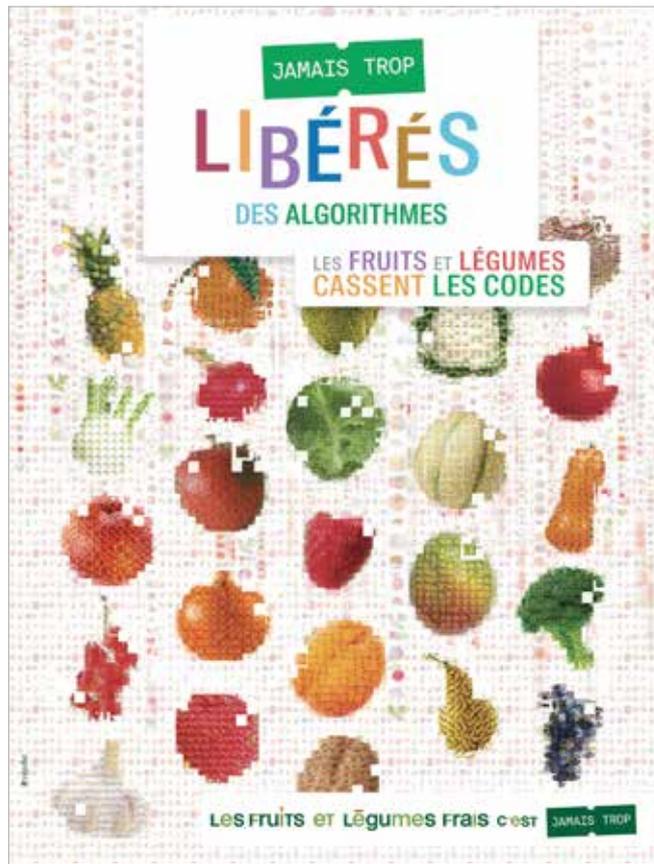


**Du 1<sup>er</sup> juillet au 8 août, les fruits et légumes célèbrent leur diversité en musique, à l'image des nombreux genres musicaux & la tendance du disque vinyle.**

**La campagne Jamais trop mixés : l'été qui mélange toutes les cultures !**

Mise en avant de mix de fruits et légumes frais inédits et originaux, tout est fait pour susciter la curiosité et donner envie aux consommateurs de déguster nos produits tout au long de l'été.

**Le réseau des diététiciens mobilisé** à travers 150 journées « Jamais Trop Mixés » de juillet à août : c'est pour eux l'occasion de rencontrer plus de 14 000 consommateurs dans plus de 40 départements, afin de leur proposer animations, quiz et dégustations. Une grande diversité de lieux ont été investis



pour rencontrer les millenials avec des ateliers sur des festivals comme Summer Vibes Festival (83) ou Festival des Goudots Gourmands (15), des événements grand public : Melon en Fête (84), Fête des Familles (Nice, 06), ou encore des lieux de loisirs : parcs, lacs, accrobranches, campings, guinguettes.

**Un dispositif média impactant** a été mis en place avec : une campagne d'affichage dynamique dans les gares et centres commerciaux, une campagne de géolocalisation mobile à proximité des festivals de musique et la diffusion de notre film publicitaire sur internet associé à un contenu affinitaire. Des résultats supérieurs à ceux escomptés : 32 M de contacts touchés par l'affichage. 3,9 M de vidéos vues complètes. 5,7 M de contacts sur les réseaux sociaux. 9 personnes sur 10 aiment nos recettes inédites. 8 personnes sur 10 veulent consommer plus de fruits et légumes.

**Un dispositif de community management** sur les réseaux sociaux des fruits et légumes frais a fait la part belle aux contenus liés à la musique à travers des recettes ou encore des quiz. La fraîcheur des contenus a fait écho aux différentes canicules de l'été et a généré de belles interactions. Sur la période, une trentaine de contenus ont été diffusés sur Facebook et Instagram, générant ainsi plus de 360k impressions et 2% d'engagement sur Facebook et plus de 830k impressions et 4,36% d'engagement sur Instagram. Sur le site internet des fruitsetlegumesfrais.com, les internautes ont pu découvrir entre autres des recettes inédites autour de la thématique musicale.

### JAMAIS TROP LIBÉRÉS DES ALGORITHMES : PLACE AU CHOIX !

**Pour la rentrée de septembre**, les fruits et légumes frais prennent la parole pour présenter aux français toute la diversité de la catégorie.

Une prise de parole portée par un constat simple. Les algorithmes sont présents dans tout ce qui compte dans notre vie et encore plus présents auprès de notre cœur de cible, les 25-34 ans.

**Cette campagne** a pour objectif de mettre en avant la diversité de nos produits tout en incitant à l'achat !

Une stratégie média qui interpelle le consommateur en recherche d'inspiration, ou au moment des courses, sur des produits et des recettes en-dehors de ses habitudes de consommation.

**Interfel a été présent avec des bannières publicitaires sur 10 pages recettes emblématiques du site Marmiton** (site N°1 de cuisine) et également avec des millions de vidéos vues complètes du spot TV. 38 000 visites en magasins ont été générées avec le dispositif de publicités géolocalisées.

**Un plan média impactant** avec un message fort et des résultats très satisfaisants. 3,6M de vidéos vues complètes. 7 personnes sur 10 souhaitant manger des F&L autant qu'ils veulent, et manger plus de F&L frais. 79% ont compris que contourner les algorithmes est un bon moyen pour varier son alimentation.

**En collaboration avec Opinion Way, Interfel a réalisé une étude sur les jeunes et l'influence des algorithmes sur leur alimentation.** Cette étude a été un élément de communication auprès des journalistes. Une dizaine de retombées presse ont été comptabilisées.

**En complément du dispositif média et pour favoriser la visibilité de l'étude**, une vidéo a été produite afin de mettre en avant les résultats portant sur l'impact des algorithmes sur la consommation chez les jeunes.

Elle a ensuite été diffusée sur l'écosystème d'Explore Media. Cette vidéo a suscité un fort engagement de la communauté avec 32 000 interactions.

# EN 2022, LE FOODTRUCK A REPRIS LA ROUTE AVEC LA CAMPAGNE « JAMAIS TROP »

Une tournée dans près de 50 villes de France, soit 70 dates, du 19 avril et jusqu'à la fin de l'année 2022 pour vivre des moments « Jamais trop inoubliables » !

Le Foodtruck a ainsi sillonné la France sur **70 dates** et a fait rayonner la campagne et la promotion des fruits et légumes frais auprès de **50 000 visiteurs** !

Pour leur faire passer un moment mémorable autour des fruits et légumes, se créer des souvenirs gourmands, s'amuser en apprenant ou en savourant des recettes de chef « jamais trop délicieuses », le foodtruck des fruits et légumes frais offrait une multitude d'activités :

- **Les vélos smoothies** : à la force des jambes, mixer des smoothies originaux ;
- **La roue des fruits et légumes** : tout savoir sur la diversité de nos fruits et légumes frais en s'amusant ;
- **Une borne photo** : les participants munis de leur pancarte « Jamais trop » préférée ont pu repartir avec un souvenir des moments passés sur le foodtruck « Jamais trop ».

La cuisine mobile, elle aussi aux couleurs de la campagne, a permis de réaliser 5 événements avec des démonstrations, dégustations et conseils grâce à la présence d'un.e chef.fe et d'un.e diététicien.ne.

Le principe de l'atelier permet d'apporter de bonnes pratiques et des découvertes culinaires originales.

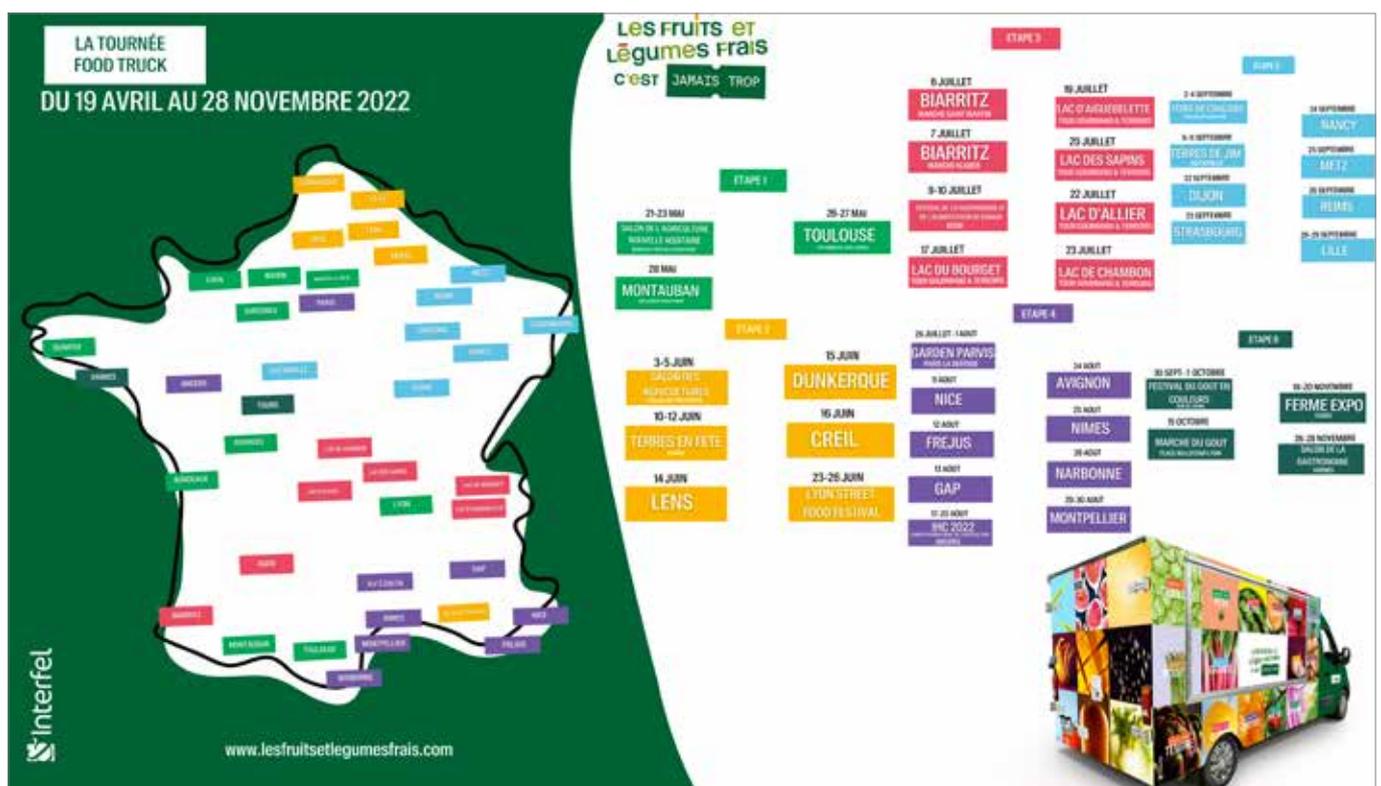
## LES ANIMATIONS DES DIÉTÉTICIENS

Partie prenante de l'organisation opérationnelle des événements auxquels participe Interfel, le réseau de diététiciens d'Interfel propose des activités diverses et adaptées au public et aux événements.

Entre animations culinaires et conseils, le rôle des diététiciens sur les événements est indispensable pour permettre aux consommateurs d'apprendre et de comprendre la nécessité de consommer plus de fruits et légumes.

## LA TOURNÉE FOODTRUCK DANS LA PRESSE

Tout au long de l'année, des communiqués de presse ont accompagné la tournée Foodtruck. Au total 12 communiqués de presse ont été envoyés à la presse locale, générant 27 retombées presse.



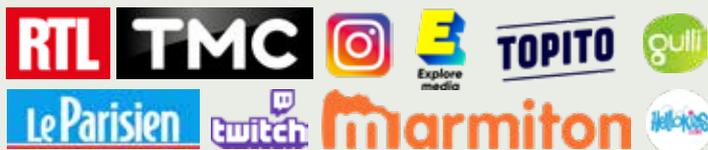
# RÉCAPITULATIF DES PERFORMANCES DES CAMPAGNES EN 2022

4 GRANDES  
CAMPAGNES MEDIAS



DES ÉVÉNEMENTS PARTOUT EN FRANCE

13 PARTENARIATS MEDIAS



230 RETOMBÉES PRESSE ET INFLUENCE

291 MILLIONS  
DE CONTACTS TOUCHÉS



## RÉSEAUX SOCIAUX

4 MILLIONS DE PERSONNES  
TOUCHÉES PRÈS DE 100 000 LIKES !

70 CONTENUS PHOTOS  
ET VIDÉOS GOURMANDES



# LIFE IS BETTER AVEC LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

## Un programme de promotion décomplexé pour séduire les jeunes

Interfel a lancé, en collaboration avec BoardBia (Irlande), Freshfel et l'AIB, un nouveau programme européen de promotion et d'information intitulé « Life is Better » à destination des 25-34 ans.



**L'objectif : placer les fruits et légumes frais en véritables partenaires funs et gourmands du quotidien !** « Life is better » vise à informer et engager, pour inciter cette génération à augmenter sa consommation de fruits et légumes dans toutes ses activités, toute la journée.

### À LA CONQUÊTE DES 25-34 ANS SUR INSTAGRAM

Les 25-34 ans étant de grands consommateurs de réseaux sociaux, près de 90 contenus inédits ont été créés sur le compte **Instagram des fruits et légumes frais** afin de toucher et engager la jeune génération et lui donner envie d'intégrer dans sa vie et son quotidien des fruits et légumes frais.

L'ambassadeur du programme a porté haut et fort les fruits et légumes frais auprès de sa communauté, en créant 8 contenus 100% dédiés aux fruits et légumes sous différentes formes : story, post et réels.

Un pool d'influenceurs de divers horizons a également été activé et 11 vidéos ont été réalisées pour mettre en avant les fruits et légumes frais et partager ainsi nos messages clés auprès de leur communauté.

**Les fruits et légumes frais s'imposent sur Instagram : plus de 7 millions de contacts touchés et 111 000 likes récoltés sur les publications du compte !**

Des articles et autres contenus ont également été spécialement créés sur le site grand public des fruits et

légumes frais sur une page dédiée au programme.

+610% d'utilisateurs versus l'objectif, soit un total de 71 015 utilisateurs sur nos pages.

### L'HUMOUR POUR FAIRE PASSER LES MESSAGES !

**Un partenariat média audacieux a été lancé avec Topito,** LA référence des vidéos d'humour auprès des jeunes.

3 sketches ont été écrits et tournés en mettant en avant les messages du programme : les fruits et légumes, on peut en manger autant qu'on veut, toute la journée et n'importe où !

**Proposer un contenu divertissant aux 25-34 ans permet de les inciter à consommer plus de fruits et légumes dans leur quotidien.**

**Un engouement évident !** Les vidéos ont généré plus de 120 000 likes et 6 millions de vues sur les réseaux sociaux.

L'évaluation du dispositif le prouve : **plus de 8 jeunes sur 10** ont intégré les messages de consommation et souhaitent consommer davantage de fruits et légumes frais.

### LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS PARTENT EN LIVE

Les fruits et légumes ont pris place au festival musical Rock en Seine, du 25 au 28 août 2022 à Paris, pour être au plus proche des festivaliers. Ces derniers ont pu, entre



deux concerts, participer à des animations, déguster de savoureux smoothies rafraîchissants et ainsi prendre conscience que les fruits et légumes frais peuvent se consommer simplement, facilement et n'importe où, même lors d'un festival de musique.

### COOKING WORKSHOP

Afin d'encourager la consommation de fruits et légumes auprès de la cible milléniale, nous avons proposé à la Cheffe

**Justine PILUSO - bien connue pour sa participation au concours de cuisine Top Chef - de nous accompagner sur un « Cooking Workshop ».** Pour l'occasion, 10 influenceurs aux profils affûtés ont eu le plaisir de réaliser, sous la supervision de la célèbre Cheffe, un apéritif dînatoire « de fêtes » sur le thème de l'antigasi. Opération réussie puisque les convives sont restés ensuite chez Mademoiselle M, le lieu qui accueillait l'événement, pour déguster et échanger autour des fruits et légumes et des messages phares du programme.

# L'EUROPEAN FRAICH'FORCE, LE GOÛT DE L'AVENTURE AVEC FRUTTI ET VEGGI

En 2022, dans le cadre du programme européen, « European Fraich'Force, le goût de l'aventure », en partenariat avec la NAK, la chambre d'Agriculture Hongroise en Hongrie, l'Apaq-W, l'Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité en Wallonie (Belgique), l'AOPn Fraises de France et l'AOPn Tomates et Concombres de France et le BIK, un dispositif de communication 360° à destination des enfants de 6 à 10 ans et de leurs parents a été mis en place afin de sensibiliser ces derniers à l'importance d'une consommation de fruits et légumes frais dans le but d'augmenter leur niveau de connaissance et leur donner envie d'en consommer à travers des expériences ludiques et sensorielles.

### UNE ANNÉE RICHE EN ACTIONS

Tout au long de l'année, les personnages inédits de la Fraich'Force ont été à la rencontre des enfants et de leurs parents à travers différents canaux.

### LA FRAÏCH'FORCE SUR LE TERRAIN

Grâce à la mise en place d'un dispositif événementiel, le « Jardin extraordinaire de Frutti et Veggi », sur 10 villes de France, petits et grands ont pu découvrir comment poussent les fruits et légumes, répondre à des énigmes, préparer et déguster des smoothies, et repartir avec une photo souvenir !

Le réseau des diététiciens d'Interfel a fait venir des écoles et des centres de loisirs sur ces événements.

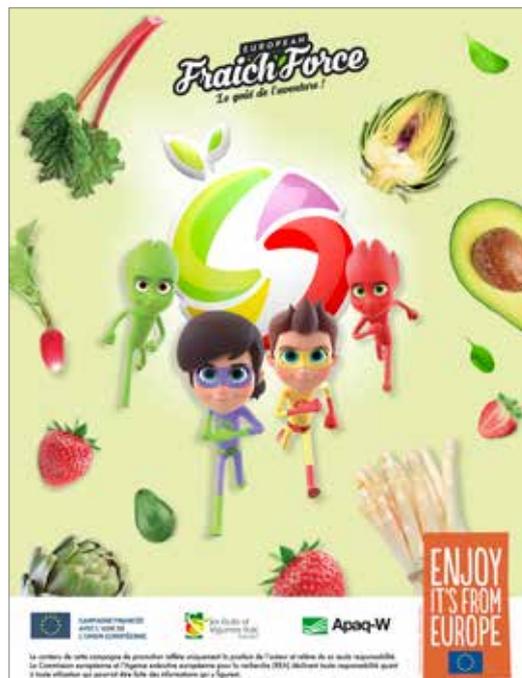
La Fraich'Force s'est également invitée sur l'heure du déjeuner des enfants à l'occasion de **141 animations en restauration scolaire** et a égayé les week-ends des consommateurs à travers **73 week-ends d'animations en point de vente**.

Les participants aux animations sont repartis avec des cadeaux et un cahier d'activités afin de continuer l'expérience de l'European Fraich'Force chez eux.

### FRUTTI ET VEGGI SUR TOUS LES ÉCRANS !

Les parents et les enfants ont retrouvé la Fraich'Force sur les réseaux sociaux à travers des contenus ludo-pédagogiques et des recettes réalisées par 10 influenceurs. Des contenus ont été proposés sur le site des fruitsetlegumesfrais.com, avec 4 nouveaux podcasts, des jeux et des articles.

Frutti et Veggi ont été présents en TV avec de nouvelles



aventures exclusives. Accompagnés de leur ami Will et d'une nouvelle héroïne Maya, la sœur de Will, ils ont vaincu les méfaits du maléfique Angry sur Gulli, Youtube et sur le site spécialisé pour les enfants Hellokids.com.

Enfin, 2 ateliers presse ont été réalisés à destination des journalistes et influenceurs : en avril, un atelier presse autour des fruits et légumes à consommer crus et en novembre un atelier autour de l'anti-gaspillage. Des outils presse ont également été créés afin de promouvoir le programme.

### En chiffres

**172 RETOMBÉES**

presse et influence

**55 MILLIONS**

de personnes touchées estimées

**178 000**

vidéos vues

**19 MILLIONS**

de contacts touchés en TV

**40 JOURS**

d'événements

**615**

familles touchées

**73 WEEK-ENDS**

d'animations en point de vente, près de 8 000 familles touchées

**141**

animations en restauration scolaire, près de 12 000 enfants participants



# SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

## DU 26 FÉVRIER AU 6 MARS 2022

Un début d'année 2022 marqué par le retour du Salon International de l'agriculture, un événement incontournable pour les professionnels de la filière des fruits et légumes frais ! «2022, l'agriculture notre quotidien, votre avenir !» était le thème de l'édition du salon cette année. Le salon a affirmé son rôle de lieu de rencontres, d'échanges et d'innovations. Il a placé délibérément son édition 2022 sous le signe des retrouvailles, du plaisir et du partage.



### L'ESPACE GRAND PUBLIC

**L'édition 2022 s'est déroulée sous le signe de l'innovation.**

À travers une exposition pédagogique dédiée aux visiteurs, la filière des fruits et légumes frais a montré qu'elle innove pour répondre aux attentes sociétales, **sur les questions de préservation de l'environnement et de qualité nutritionnelle et gustative des produits.**

### L'ESPACE NOUVELLES TECHNOLOGIES : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DES PROFESSIONNELS

Les systèmes intelligents présentés au public :

- les robots (désherbeur, semeur, bineur, etc.), une aide précieuse à la production ;
- la station météo, outil de collecte de données remarquable pour piloter l'exploitation et gérer les cultures (ressources en eau, soin à apporter aux plantes, etc.) ;
- les nombreuses solutions de protections utilisées pour la gestion des aléas climatiques et des différents contextes de culture (relief et accessibilité du terrain, disponibilité en eau, stade de développement de la plante, etc.).



### L'ESPACE AGROÉCOLOGIE : LA BIODIVERSITÉ, ALLIÉE DES CULTURES

L'agroécologie, meilleure alliée de la biodiversité, occupait elle aussi une place de choix sur le stand des fruits et légumes. Le public pouvait ainsi découvrir des pratiques agricoles de production qui respectent les écosystèmes naturels, tout en intégrant les dimensions économiques et sociétales. En somme, productivité, compétitivité, durabilité et respect de l'environnement !

Dans cet espace, les visiteurs avaient ainsi l'opportunité d'observer plantes, rapaces, insectes et micromammifères à travers différentes animations soulignant leur rôle dans la préservation des cultures. À cet effet, un film en motion design montrait aux visiteurs divers phénomènes météorologiques (nuages, pluies, grêles, orages, gelées, etc.) et les solutions apportées pour protéger les cultures.



### L'ESPACE MÉTIERS : DES SAVOIR-FAIRE, UNE PASSION

Cet espace s'attachait à mettre particulièrement à l'honneur les professionnels des fruits et légumes frais. À travers une galerie de portraits vidéos, chacun pouvait prendre conscience de la grande diversité des métiers qui composent la filière et du rôle essentiel joué par chacun d'entre eux.



### SUR L'ESPACE SOIN-BEAUTÉ, LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS VOUS LIVRENT LEURS SECRETS

La beauté des fruits et légumes frais qui ornent les étals ne doit rien au hasard !

Dans cet espace, le voile était levé sur les secrets beauté des fruits et légumes frais grâce à une série de mini-séquences animées revenant sur les dernières innovations du secteur. Humidité de l'air, luminosité, température, chocs et manipulations... Les professionnels ont ainsi pu présenter leurs astuces pour conserver et choisir des produits frais et de qualité.

### L'ESPACE CUISINE ET DÉGUSTATION : LE GOÛT AVANT TOUT !

Au cœur de cet espace gourmand, un chef animait, en compagnie de diététiciens, des ateliers culinaires participatifs autour de différents thèmes : les astuces antigaspi, le repas en télétravail... De quoi inspirer et ravir les papilles des visiteurs ! Ces animations étaient réalisées en présence de producteurs qui mettaient à l'honneur un produit par jour.



### L'ESPACE DES ÉTALS CONNECTÉS

Parce que la vie des fruits et légumes frais ne se limite pas à leur production, cet espace était dédié aux dernières innovations en termes d'emballage, d'affichage et de commercialisation sur les points de vente.

Enfin, tout au long de leur déambulation sur le stand des fruits et légumes frais, les visiteurs pouvaient participer à deux jeux, « Parcours autonome » et « Savoir-faire & Innovations », avec à la clé de nombreux cadeaux à gagner !

### La « grande dame » ... des fruits et légumes frais !

Véritable porte-étendard de la filière au Salon International de l'Agriculture, la traditionnelle tour des Fruits et Légumes était de nouveau présente en 2022.

Les visiteurs immortalisaient leur passage sur le stand et le partageaient avec leurs proches, via l'hashtag #TourFL. Les fruits et légumes qui la composent ont été donnés aux banques alimentaires.

### En bref

#### DES CONTENUS

qualitatifs et vulgarisés

#### UNE BELLE COLLABORATION

avec le CTIFL sur les rédactions de contenus

#### UN QUIZ

permettant d'apporter des informations complémentaires et des explications sur l'exposition (5260 dépliant jeux distribués, version en ligne 526 personnes ont fini le jeu, 12 500 goodies distribués).



## PARTENARIAT RTL

**Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, le studio radio de RTL a posé ses micros sur le stand des fruits et légumes frais pendant toute la durée du salon !**

En amont du salon, nos professionnels qui ont participé à notre campagne de communication métier sont passés à l'antenne avec Éric Jean-Jean.

Pendant le salon, RTL délocalise ses émissions en direct et en public sur le stand des Fruits & Légumes frais.

Un dispositif qui a permis de nombreuses prises de parole à l'antenne, des citations, des annonces des animateurs et pleins de surprises pour les visiteurs.

## Retour de la campagne métiers « Passionnés pour la Vie »

**Une campagne réalisée en 2021** mettant en lumière le 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 et de qualité.

## En chiffres

**14 ÉMISSIONS**

délocalisées,

**134 SPOTS**

diffusés en radio,

**+ DE 30 MILLIONS**

de contacts touchés.



**Du 21 février au 6 mars, le spot communication métier « Passionnés pour la vie » a été diffusé :**

- sur 6play et rtl.fr : **3,1 M d'impressions,**
- en TV sur TF1, TMC, TFX, TF1 séries films, LCI, BFM, RMC découverte et RMC story : **76 M de contacts.**

## ACTIVATION DIGITALE ET COMMUNITY MANAGEMENT

À l'occasion du salon de l'agriculture, les réseaux sociaux des fruits et légumes frais se sont mis aux couleurs de notre stand. Pendant les 10 jours de salon, des contenus sur nos animations grand public ont été mis en avant : espace agroécologie, animations culinaires et quiz. En tout, **35 contenus ont été diffusés** sur les comptes Facebook, Instagram et Twitter, générant plus de **660k impressions sur Facebook, près de 700k impressions sur Instagram et 17K impressions sur Twitter.**

Ces résultats sont très positifs. Les contenus autour des recettes sont ceux qui ont eu le plus d'engagement.

## RELATIONS PRESSE

Sur toute la durée du salon, une équipe dédiée d'Interfel a assuré un suivi proactif des actions de relations presse.



**Un bilan presse positif avec l'organisation de 3 événements à destination des journalistes, dans un contexte compliqué lié à l'actualité internationale et la mobilisation des médias sur la guerre en Ukraine.**

**Au total, 63 retombées radio, TV, presse internationale, nationale et régionale.**

**Le 28 février**, une conférence de presse de présentation du « **Baromètre de confiance des fruits et légumes frais** ».

**Le 2 mars**, une conférence de présentation de l'enquête « **Les Français et leur consommation de fruits et légumes** » menée par Jérôme Fourquet, directeur Opinion de l'IFOP.

**Le 3 mars**, un petit-déjeuner Aprifel/Interfel sur « **L'éducation alimentaire et les changements de comportements** ».

**Et aussi :** des interventions plateaux sur le salon avec le partenariat « Village Semence » et dans les grands médias : France 2, RTL, notamment.

**1 newsletter quotidienne** envoyée à la presse pendant toute la durée du salon

**1 dossier de presse inédit**

**4 communiqués de presse** envoyés avant et pendant le SIA, à la presse grand public et professionnelle : lancement SIA, baromètre, enquête IFOP, Talents des F&L.



### DE NOMBREUX RENDEZ-VOUS POLITIQUES

Le Salon de l'agriculture 2022 a été marqué par le contexte mondial et le début de la guerre en Ukraine qui était dans tous les esprits et qui a fortement perturbé les passages de délégations. Néanmoins, cet événement incontournable a permis aux représentants de la filière d'échanger avec un grand nombre de politiques, notamment les pouvoirs publics ainsi que les candidats à l'élection présidentielle. De nombreuses personnalités politiques se sont succédées sur le stand des fruits et légumes frais : des membres du gouvernement, tels que Jean CASTEX, Julien DENORMANDIE, Bérangère ABBA, Olivier VERAN, Jean-Michel BLANQUER etc., ou encore des candidats à l'élection présidentielle, tels que Valérie PECRESSE ou Anne HIDALGO. Toutefois, en raison du contexte géopolitique, le président de la République, Emmanuel MACRON, ainsi que Bruno LE MAIRE, ont préféré convier toutes les filières afin de discuter des conséquences du conflit ukrainien.

### Principaux thèmes abordés lors des rencontres

**Les 5 enjeux de la filière fruits et légumes frais** (propositions pour les 5 années à venir), ont servi de fil conducteur lors des différents rendez-vous. D'autres problématiques ont également été abordées par les professionnels qui ont pu s'appuyer sur des notes réalisées par Interfel afin de préparer les rendez-vous : « Compétitivité et Souveraineté », « Varenne agricole de l'eau et adaptation au changement climatique », « La filière des Fruits et Légumes frais à l'international et premières conséquences du conflit ukrainien », etc.



## Premières « Matinales » organisées par Interfel et Aprifel au Salon de l'agriculture

### Résultats de l'enquête d'opinion IFOP intitulée

#### « Les Français et leur consommation de fruits et légumes » :

pour la première fois, Interfel a mené en amont du Salon de l'Agriculture, une enquête d'opinion, avec l'Ifop, afin de mieux comprendre les rapports des Français à leur consommation de fruits et légumes. La relation que les Français entretiennent avec l'alimentation est très forte et l'élection présidentielle leur a offert une occasion exceptionnelle d'exprimer leurs préoccupations. À ce titre, dans un contexte où le pouvoir d'achat demeure la priorité de nos concitoyens, ces derniers consomment-ils autant de fruits et légumes qu'ils le désiraient ? Quels critères priorisent-ils lors de leurs achats ? Dans la perspective du quinquennat 2022 - 2027, quelles mesures estiment-ils pertinentes d'appliquer pour en consommer davantage ? L'objectif de cette enquête était de pouvoir présenter les résultats aux candidats à l'élection présidentielle lors du Salon, et de discuter de ce constat, en mettant en face les propositions de l'interprofession pour y répondre.

### Conférence-débat autour de « l'éducation alimentaire » :

Aprifel et Interfel ont organisé un petit-déjeuner dédié à cette question. Grâce à la participation d'experts, et autour de la déléguée interministérielle à la jeunesse, Emmanuelle PERES, ce rendez-vous a permis de partager les principaux déterminants de la réussite de l'éducation alimentaire.

# « JAMAIS TROP » DE RELATIONS AVEC LES POUVOIRS PUBLICS ET LES ÉLUS

L'année 2022, en raison des élections présidentielles et législatives, l'annonce d'un plan de souveraineté fruits et légumes, ainsi que les conséquences de la guerre en Ukraine et de la crise énergétique, a été particulièrement riche et intense en matière de lobbying.

Une année marquée par une forte actualité politique et médiatique autour de la souveraineté alimentaire, du pouvoir d'achat et d'inflation des produits alimentaires, mais aussi par le retour du Salon de l'Agriculture (après la crise Covid-19), lieu de rencontres avec les politiques, et la continuité du partenariat avec l'AMF (Association des Maires de France) au Congrès des maires.

## ELECTIONS : DEMANDE D'UN PLAN D'URGENCE DÉDIÉ À LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Les rencontres se sont multipliées en amont des élections présidentielles et législatives, puis avec les membres du gouvernement BORNE I / BORNE II, ainsi que les membres des cabinets ministériels, et les parlementaires nouvellement élus.

Cette année électorale aura été l'occasion de présenter les **5 grands enjeux portés par la filière aux candidats à l'élection présidentielle, qui consistent à :**

- 1 Décider d'un véritable plan d'urgence dédié au développement de la filière des fruits et légumes frais durant le prochain quinquennat ;
- 2 Asseoir la compétitivité de la filière des fruits et légumes frais ;
- 3 Accroître l'accessibilité des fruits et légumes frais ;
- 4 Soutenir la consommation des fruits et légumes frais par une meilleure information des consommateurs ;
- 5 Améliorer l'attractivité de la filière des fruits et légumes frais, notamment en régions.

En mars 2022, Julien DENORMANDIE mentionnera un plan de souveraineté français et européen dédié aux fruits et légumes, et associant les territoires ultramarins. Interfel s'est immédiatement réjoui de cette décision, et transmettra sa proposition de stratégie nationale fruits et légumes (note blanche) au nouveau gouvernement dès juillet 2022. À partir du 27 septembre, date à laquelle Marc FESNEAU (ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) réunira l'ensemble des acteurs de la filière fruits et légumes

(dont Interfel et le CTIFL) pour valider avec eux le processus d'élaboration du plan de souveraineté dédié aux fruits et légumes, les travaux se multiplieront avec le gouvernement pour aboutir début 2023 à la validation d'un plan.

## CRÉATION D'UNE TASK FORCE FRUITS ET LÉGUMES PARLEMENTAIRE, INFORMELLE ET TRANS-PARTISANE

Dans la continuité de l'annonce de l'élaboration d'un plan de souveraineté fruits et légumes par le gouvernement, Interfel a souhaité constituer une task force parlementaire, informelle et trans-partisane.

L'objectif de ce collectif est d'établir un canal/espace d'échange et de réflexion plus resserré entre les représentants de la filière et quelques parlementaires clés soucieux de défendre haut et fort la cause des fruits et légumes frais, notamment pour suivre dans la durée la mise en œuvre effective du plan de souveraineté fruits et légumes. Une dynamique a été enclenchée puisque, fin décembre 2022, près de 40 députés et sénateurs ont répondu présents avec une vraie volonté d'appuyer les sujets et les orientations de l'interprofession.

## ACTIONS MENÉES DANS LE CADRE DE LA LOI AGECE ET DU DÉCRET D'APPLICATION

Suite à l'entrée en vigueur de la loi Agece (anti-gaspillage pour une économie circulaire) au 1<sup>er</sup> janvier 2022, Interfel n'a cessé d'échanger avec les ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture concernant les conséquences et l'impact de la mesure sur les opérateurs de la filière. Interfel demande notamment aux pouvoirs publics une harmonisation de ses positions en la matière au sein de l'Europe et un soutien financier en recherche et développement pour trouver et mettre en œuvre des alternatives techniques généralisables et financièrement maîtrisées dans le cadre des échanges, notamment au sein du marché européen.

**Parallèlement, des actions juridiques sont engagées,** tant au niveau national qu'europpéen, sur les articles 77 (emballages plastiques) et 80 (étiquettes adhésives) de la loi Agece.

**Des actions de communication et d'information sont**





également menées à destination des professionnels :

- Une mise à jour de la FAQ INTERFEL sur l'extranet (document évolutif) ;
- Une lettre ouverte dans la Presse Quotidienne Nationale et Presse Quotidienne Régionale (Le Figaro, Le Monde, Le Parisien et Aujourd'hui en France) ;
- Un memento « Interdiction des emballages plastiques et des stickers dans les fruits et légumes », diffusé aux professionnels de la filière, qui a pu servir de base pour les sessions de mediatraining organisées par l'interprofession.

**Début décembre 2022, le Conseil d'État a annulé le décret d'application de la loi Agec** relatif à la vente de fruits et légumes frais sous emballages plastiques. En effet, selon la juridiction, l'exécutif a dépassé, dans son décret d'application, le pouvoir que lui avait confié le législateur dans l'article 77 de la loi Agec. Le Conseil d'État a estimé que la liste était « illégale » car le gouvernement n'avait pas respecté la mission que lui avait confié le législateur de lister exclusivement les fruits et légumes présentant un risque de détérioration s'ils étaient vendus en vrac. De plus, le gouvernement avait prévu des exemptions temporaires alors que les exemptions devaient être permanentes. Interfel réagira à la suite de cette décision, dans un communiqué de presse, en appelant le gouvernement à engager une concertation préalable sur une sortie raisonnable du plastique. L'interprofession rappelle que les acteurs de la filière sont pleinement engagés pour sortir du plastique et poursuivent leurs efforts en investissant dans la recherche de solutions alternatives, et souhaitent notamment, pendant la période transitoire, avoir le droit d'utiliser des emballages conçus avec du plastique recyclable. Interfel

requiert aussi une harmonisation des règles à l'échelle communautaire, et se réjouit du paquet de propositions présentées récemment par la Commission européenne sur le recyclage et la réutilisation des emballages.

**Le 14 décembre 2022, un nouveau projet de décret sera notifié à la Commission européenne**, puis publié par le gouvernement avec une liste de fruits et légumes exemptés plus restreinte que dans le décret initial. En réponse à la notification par l'État Français, à la Commission européenne, cette dernière décidera, début 2023, de reporter de 12 mois le projet de décret, conformément à la directive (UE) 2015/1535.

*Suite à l'entrée en vigueur de la loi Agec (anti-gaspillage pour une économie circulaire) au 1<sup>er</sup> janvier 2022, Interfel n'a cessé d'échanger avec les ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture concernant les conséquences et l'impact de la mesure sur les opérateurs de la filière.*

## En chiffres

### **PARTICIPATION D'INTERFEL**

à 5 auditions (groupe de suivi sur l'inflation, Compétitivité Ferme France, PLF 2023, etc.)

### **PLUS DE 30 RENCONTRES**

avec les membres du gouvernement ou membres de cabinets ministériels

### **PRÈS DE 75 RDV**

avec les parlementaires

### **30 RDV**

avec les élus locaux et les associations d'élus

### **15 RDV**

avec l'administration centrale

### **ENVOI DE 38 LETTRES**

de veille institutionnelle nationale aux familles professionnelles

### **ENVOI DE 10 LETTRES**

de veille institutionnelle régionale (mensuelles) aux familles professionnelles.

#### **Nouveautés :**

- Formulation des 5 enjeux de la filière des fruits et légumes frais (propositions d'Interfel pour les 5 années à venir) ;
- Mise en place d'une « Task Force fruits et légumes » parlementaire trans partisane, afin de suivre la mise en œuvre du plan de souveraineté fruits et légumes.



## 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). En 2022, Interfel a réalisé :

- Un memento « Interdiction des emballages plastiques et des stickers dans les fruits et légumes » ;
- Un memento « prix des fruits et légumes frais » réactualisé : notamment en raison du contexte inflationniste (en répercussions de la guerre en Ukraine, des aléas climatiques, de l'actualité politique et médiatique concernant le pouvoir d'achat). Les exemples mentionnés dans ce memento sont réactualisés chaque mois grâce à une note de conjoncture mensuelle diffusée par le Service Économie, Évaluation et Compétitivité Filière d'Interfel.

Au cours de l'année 2022, Interfel a également réalisé deux films institutionnels (disponibles sur le site [www.interfel.fr](http://www.interfel.fr)).

à destination des professionnels de la filière, des institutionnels et journalistes, afin de présenter les actions menées par l'interprofession :

- Un film de présentation d'Interfel, expliquant sa création, ses membres et ses missions ;
- Un film « bilan des actions 2021 », pour donner un aperçu de l'ensemble des actions menées sur une année par l'interprofession (études, guides, actions de communication, campagnes, rencontres institutionnelles, etc.).

## PARTICIPATION D'INTERFEL AU 104<sup>ÈME</sup> CONGRÈS DES MAIRES

Partenaire depuis 12 ans de l'AMF (Association des Maires de France), Interfel était une nouvelle fois présente au 104<sup>ème</sup> Congrès des Maires et des Présidents d'intercommunalité de France en novembre 2022.

Cette édition record en termes d'affluence (plus de 10 000 participants), a permis à Interfel de sensibiliser de très nombreux élus et équipes communales, sur les thématiques clés de la filière des fruits et légumes frais, ainsi qu'aux actions d'éducation et d'information menées autour de nos produits.

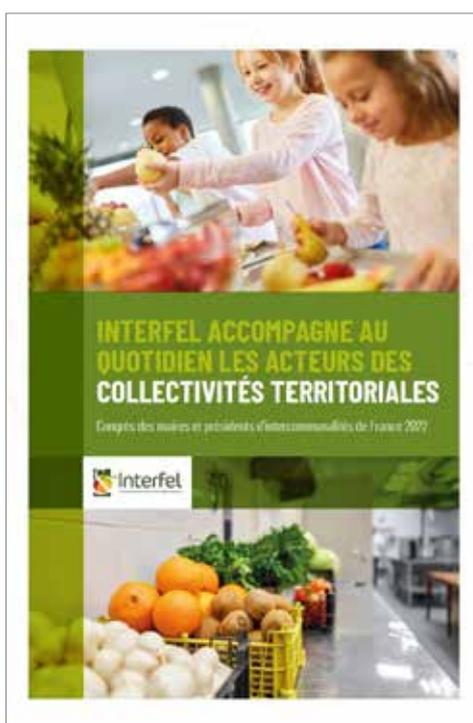




Interfel a pu présenter aux congressistes les outils conçus par l'interprofession pour les accompagner dans la mise en place des lois EGALIM et Climat : plaquette sur les SIQO, le guide de développement de la filière bio, plaquette sur les démarches agroécologiques, les menus végétariens, de guide de recommandations d'achat public, etc. L'ensemble de ces outils ont été rassemblés dans un même dépliant, distribué à près de 14 000 exemplaires, permettant aux élus d'accéder à ces documents via des QR codes.

Les équipes et professionnels présents ont également pu échanger avec des élus très intéressés, sur les nombreuses actions à développer dans leurs collectivités avec le réseau des diététiciens (ateliers et démonstrations culinaires, ateliers pédagogiques... sur les temps périscolaires, en centres aérés, etc.).

Sur son point d'information, situé « Place de l'Hôtel de Ville », les équipes d'Interfel ont également pu distribuer des pommes, poires et clémentines de Corse, avec l'appui de l'ANPP (Association Nationale Pommes Poires) et de l'Aprodec (Association pour la Promotion et la Défense de la Clémentine de Corse).



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

## En chiffres

Campagne Endive, Poireau et Carotte

**81 MILLIONS**

de contacts générés par la radio

**341 000**

impressions sur Facebook

**2 000 CLICS**

sur notre site

**+1%**

Impacts positifs sur les ventes : +1% en volume de ventes incrémentales sur les poireaux et +7% pour les endives.

Campagne fruits et légumes BIO

**84 MILLIONS**

de contacts générés par la radio ;

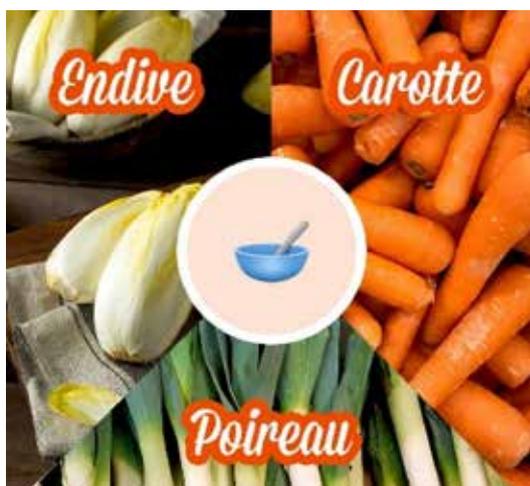
**5%**

Impacts positifs sur les ventes : +5% en volume de ventes incrémentales pour les fruits et légumes BIO.

*\* évaluation de l'impact de la communication de crise sur les achats des produits concernés par le dispositif réalisée par un cabinet extérieur Kantar Média (mesure de l'incrément entre exposés à la communication et groupe témoin, toutes choses étant égales par ailleurs).*

L'année 2022 s'est accompagnée de périodes de difficultés de marchés pour certains 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 leur consommation.

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



Dans le cadre d'une réunion du Groupe de travail « suivi de marché » d'Interfel, des difficultés persistantes ont été remontées sur le marché du poireau, de la carotte et de l'endive, caractérisées par une demande demeurant globalement peu soutenue face à une offre d'un bon niveau mais non excédentaire pour la période.

Une demande d'activation d'un dispositif de communication de soutien à la consommation a été formulée. Les coprésidents des Commissions Économie et Communication ont donné leur position et recommandation. Le président d'Interfel, sur la base de ces retours, a donné un accord favorable. Une demande de cofinancement a été formulée auprès de FranceAgriMer qui l'a acceptée à hauteur de 15%.

## UN DISPOSITIF DE COMMUNICATION SUR L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS ET EN RADIO.

### Mise en avant de contenus sur l'écosystème digital des Fruits et Légumes frais

- Création d'une page dédiée « Carottes, poireaux, endives... des recettes pour l'hiver » sur le site grand public [www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com) ;
- Mise en avant des produits en difficulté dans la newsletter grand public envoyée auprès de 36 000 inscrits ;
- Publication de 2 posts sur les réseaux sociaux.

Une campagne radio a été menée du 25 au 29 janvier avec la diffusion d'un spot mettant en avant les 3 produits en difficulté de marché et reprenant les codes de la campagne

« Cuisinés Maison, les fruits et légumes frais restent légers dans votre budget » afin de mutualiser les moyens.

## CAMPAGNE DE COMMUNICATION DE CRISE EN FAVEUR DES FRUITS ET LÉGUMES BIO

Face à un contexte inédit concernant les produits issus de l'agriculture biologique, Interfel aux côtés de l'Agence BIO et d'autres organisations professionnelles (Cniel, Cnipt, Cnpo, Inter api, Interbev, Intercéréales, Interfel, Synalaf, Terres Univia et Natexbio - Maison de la BIO) décident de s'unir pour lancer la première campagne d'envergure de promotion du BIO « Pour nous et pour la planète, #BioRéflexe ».

Dans ce cadre, Interfel, au travers de son comité BIO, a développé un dispositif de communication incluant :

- Un communiqué de presse de lancement commun à tous les partenaires de la campagne ombrelle ;
- La mise en avant de contenus sur l'écosystème digital des Fruits et Légumes frais (réseaux sociaux et site grand public) et d'Interfel, tels que des recettes autour des fruits et légumes BIO réalisées par le chef Thibaut Spiwack ;
- Une campagne radio, du 2 au 26 juin, autour d'un spot fruits et légumes portant la signature « Pour nous et pour la planète, #BioRéflexe ».

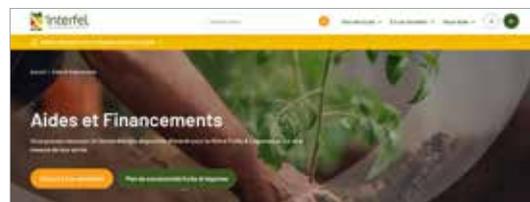


# LES ACTIONS TOUTE L'ANNÉE

## COMMUNICATION DIGITALE

### REFONTE D'INTERFEL.COM : UN SITE AU SERVICE DES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE

Dévoilé en septembre 2022, le nouveau site [interfel.com](http://interfel.com) a été pensé pour accompagner les professionnels et valoriser les actualités de la filière des fruits et légumes frais. Complètement repensée en termes de structuration de l'information et de design, cette refonte est le reflet du dialogue interprofessionnel et de l'action collective des membres de la filière.



Cette nouvelle plateforme sert un double objectif :

- Mettre à disposition des professionnels un **panel de services en ligne** et de contenus ciblés en fonction de leur profil (outils d'accompagnement pour les professionnels, présentation des dispositifs d'aides et de financements pour les professionnels, veille sur les innovations de la filière avec un accès à la plateforme Openlab, une plateforme « matériel », une médiathèque, etc.) ;
- Être le site de **référence en termes d'informations et d'actualités de la filière des fruits et légumes frais** (communiqués de presse, campagnes, événements, données économiques, études, etc.).

Nouveaux services : déclarations de cotisation en ligne, règlement par carte bancaire en ligne, espace « aides et financements », logo fruits et légumes de France, médiathèque et plateforme matériel.

### LE SITE, LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

En 2022, le site [lesfruitsetlegumesfrais.com](http://lesfruitsetlegumesfrais.com) s'est enrichi de plusieurs contenus : **plus de 40 recettes et 30 articles lifestyle** s'inscrivant dans le cadre des temps forts « Jamais

trop », mais aussi en informations « fil rouge ». Chacun de ces contenus fait la part belle à la gourmandise et au plaisir de cuisiner.

Plusieurs développements ont été effectués sur le site tels que la création de formulaire en ligne pour les événements des diététiciens, l'amélioration de la recherche de la page liste recettes, intégration du « Jeu jamais trop branchés » sur le site etc.

**+3,46% nouvelles sessions vs 2021\***

**+10% des mots-clés en 1<sup>ère</sup> page de Google par rapport au mois de juillet 2022 : 9 446.**

**Soit 15 536 mots clés positionnés en 1<sup>ère</sup> page de Google en décembre 2022**

Gros succès pour nos pages web dédiées à la campagne « Les fruits et légumes frais, c'est Jamais trop ! » avec **plus de 40 000 sessions.**

Une belle progression pour les newsletters (B2B et B2C) :

- Taux d'ouverture : + 4 points vs 2021
- Taux de clic : + 3,5 points vs 2021



## En chiffres

**3491** retombées presse  
(+ 53.2 %)

**33** communiqués de presse

**138** demandes presse  
(+ 60 %)

**3 CONFÉRENCES**  
de presse

**11 COMMUNIQUÉS**  
de presse institutionnels

**22 COMMUNIQUÉS**  
de presse liés à des événements/campagnes

**1 TRIBUNE**  
dans les Echos

## RÉSEAUX SOCIAUX « LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS »

En 2022, les réseaux sociaux des fruits et légumes frais ont fait peau neuve avec une nouvelle charte graphique et éditoriale aux couleurs de notre campagne « Les fruits et légumes frais, c'est jamais trop ».

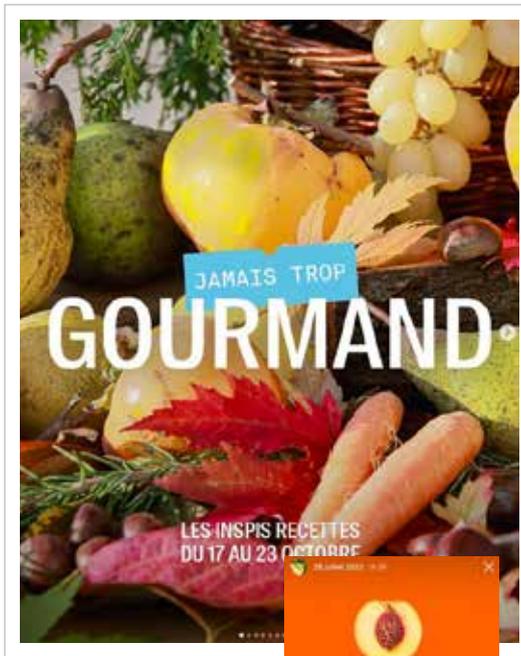
Les contenus proposés ont favorisé un **engagement fort de la part de nos communautés**. Parmi les contenus les plus appréciés, nous pouvons retrouver les calendriers des fruits et légumes frais diffusés tous les 1<sup>ers</sup> du mois, les fruits et légumes à la coupe, les focus quiz et les menus hebdos.

## RELATIONS PRESSE & MEDIATRAININGS

**Les relations presse en 2022 : une forte augmentation de la visibilité d'Interfel dans les médias**

Les statistiques des retombées presse montrent qu'Interfel est devenu un interlocuteur de référence sur le sujet des fruits et légumes, notamment de la part des grands médias. Un gain de légitimité observé depuis 3 ans et encore renforcé en 2022.

- En 2022, les demandes étaient fortement liées à l'actualité en France (économique, consommation, changement climatique, etc.).



## Réseaux sociaux « Interfel » en 2022

**Facebook** Communauté : 68 042, +2 237

followers en 1 an  
**Nombre de posts** : 405  
**Impressions moyennes** : 5,16M  
**Taux d'engagement moyen** : 6,7%

**Instagram** Communauté : 31 741, +4 041 en 1 an

**Nombre de posts** : 245  
**Impressions moyennes** : 2,4M  
**Taux d'engagement moyen** : 4,06%



**Twitter** Communauté : 3 341, +308 followers en 1 an

**Nombre de posts** : 210  
**Impressions moyennes** : 188K  
**Taux d'engagement moyen** : 2,9%

**LinkedIn** Communauté : 6 511, +1 949 en 1 an

**Nombre de posts** : 43  
**Impressions moyennes** : 10 380  
**Taux d'engagement moyen** : 6,48%



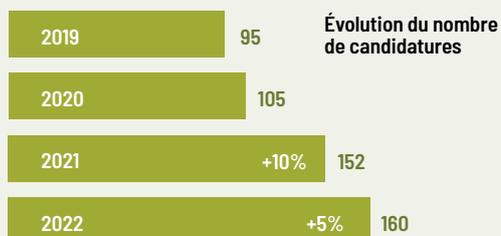
# LE CONCOURS « LES TALENTS DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS » CONTINUE DE MOBILISER LES ACTEURS DE LA FILIÈRE

Créé en 2017, avec le soutien du CTIFL (Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes) et l'appui des organisations professionnelles membres d'Interfel, le concours des Talents des fruits et légumes frais a pour objectif de valoriser le savoir-faire et l'expertise des professionnels au stade de la distribution afin de proposer des produits variés et de qualité aux consommateurs.

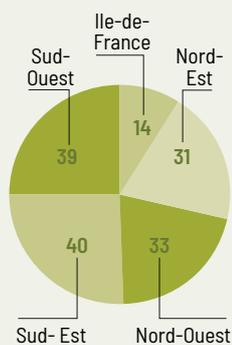
## L'ÉDITION 2022 : UN TAUX DE PARTICIPATION EN AUGMENTATION DE 5 % PAR RAPPORT À 2021

Le concours « Les Talents des Fruits et Légumes » continue de gagner en notoriété avec une mobilisation en constante augmentation des acteurs de la distribution.

Cette édition 2022 a ainsi recensé 160 participants, soit une évolution de 5 % par rapport à l'édition 2021.

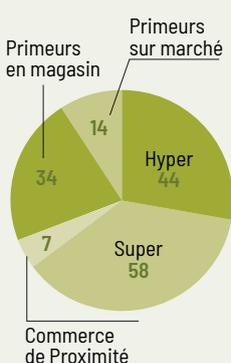


Répartition des candidats par région, toute catégorie confondue pour cette édition\* :



\*le nombre total ci-dessous correspond aux candidats évalués en point de vente après les désistements.

Répartition des candidats par catégorie, toute région confondue pour cette édition\* :



\*le nombre total ci-dessous correspond aux candidats évalués en point de vente après les désistements.

## ET BRAVO AUX LAURÉATS NATIONAUX & PRIX SPÉCIAUX « COUP DE CŒUR » 2022

Les lauréats nationaux et « coups de cœur » nationaux, ont été annoncés en direct du stand des Fruits et Légumes frais au Salon International de l'Agriculture, en présence de Laurent Grandin, président d'Interfel et de Jacques Rouchaussé, président du CTIFL, ainsi que des représentants des familles professionnels d'Interfel.

Ces gagnants nationaux et « coups de cœur » ont bénéficié de nombreuses valorisations.

- Catégorie Hypermarché : **Thomas BOSSELUT pour Auchan Mériadeck (33)**
- Catégorie Supermarché : **Jonathan NOTTIN pour Super U Saint-Florent-sur-Cher (18)**
- Catégorie Supermarché : **Pauline MAZEAU pour Intermarché Lanton (33)**
- Catégorie Commerce de proximité : **Arnaud NATALI-BUTTEL pour Intermarché Express - La Villette, Paris 19e (75)**
- Catégorie Primeur en magasin : **Théophile BENOIST pour Les Espace Fraîcheur, Biscarrosse (40)**
- Catégorie Primeur sur marché : **Philippe IOLI pour Garry Guette, Versailles (78)**
- Prix spécial Primeurs : **Sylviane GRAVOUILLE pour Intermarché Garidech (31)**
- Prix spécial Grande Distribution : **Julien CHAPUIS, pour La Halle d'Antan à Yerville (76)**



## PLACE AUX LAURÉATS RÉGIONAUX 2022 :

La délibération du jury a permis de sélectionner des lauréats à l'échelle régionale, par secteur géographique et par catégorie de magasin.

Des délégations régionales composées de représentants des familles professionnelles ont été organisées pour aller remettre les prix aux candidats, faisant l'objet de publications sur le web et sur les réseaux sociaux.

« Devenir un Talent des Fruits et Légumes, c'est répondre à des critères d'excellence et de professionnalisme, mais c'est également être en mesure d'exprimer sa passion et ses engagements tout au long de l'année. »

# LES LÉGUMINEUSES À L'HONNEUR !

Interfel, Terres Univia, la FNLS et la FIAC ont choisi d'unir leurs forces pour lancer une grande campagne de promotion et d'information conjointe afin de sensibiliser les plus jeunes à la consommation des légumineuses. Unique en son genre, cette campagne collective : « une idée légumineuse ! », a pour objectif de mettre un coup de projecteur sur cette famille d'aliments pour ancrer dans les esprits la recommandation du Programme National Nutrition Santé (PNNS) élaborée par Santé Publique France : « Les légumineuses, c'est au moins 2 fois par semaine ».

## En chiffres

**2 500**

guides diffusés,

**170**

téléchargements du guide réalisés sur le site d'Interfel,

**+ DE 6400**

vues des vidéos recettes

**+ DE 900**

visites enregistrées sur la page dédiée.

## LES ACTIONS PORTÉES PAR INTERFEL À DESTINATION DES ACTEURS DE LA RHD

En réponse aux mesures prises par la loi Egalim, Interfel a choisi d'accompagner les acteurs de la restauration scolaire dans l'élaboration de menus et recettes à base de fruits et légumes et légumineuses.

### 13 recettes à base de légumineuses spécialement réalisées pour la restauration collective

En partenariat avec un acteur spécialisé dans l'élaboration de recettes à destination de la restauration collective, Interfel a développé une série de recettes riches en légumineuses, pensées et adaptées au secteur de la restauration scolaire, afin d'accompagner au quotidien les équipes de restauration et proposer aux jeunes convives des recettes gourmandes et légumineuses.

Au menu : **13 recettes développées** avec entrées, plats et desserts, toutes déclinées en version vidéo et associées à des fiches techniques.

## Des vidéos recettes et un guide complet pour les acteurs de la RHD

Ces 13 recettes ont été proposées sous format vidéo et mises en avant dans un guide complet incluant également des informations techniques pour mieux connaître, préparer et cuisiner ces produits.



Ces supports sont disponibles sur le site d'Interfel : [bit.ly/3NFa6G1](http://bit.ly/3NFa6G1)

## Des dispositifs de médiatisation pour valoriser ces outils

Afin de valoriser et faire connaître ces outils auprès des acteurs de la restauration, différentes actions ont été mises en place, à commencer par un dossier de presse dédié à la restauration collective auprès d'un panel de journalistes. Une campagne de médiatisation a également été réalisée dans la presse spécialisée : Hôtellerie restauration Magazine, Hôtellerie restauration Journal et Zepros resto ainsi que sur divers sites spécialisés.

Sans oublier leurs mises en avant au Salon Restau'co qui s'est tenu au mois de juin.

## un concours à destination des écoles de formation

Afin de donner envie aux futurs cuisiniers d'intégrer les légumineuses dans les recettes, Interfel a organisé un concours du meilleur « atelier légumineuse ». 20 classes ont participé et un grand gagnant : le lycée professionnel **La Providence** à Dieuze (57) avec sa recette de sablé lentille avec glace et tuile lentille.





# JAMAIS TROP AU SERVICE DE LA FILIÈRE

COMMISSION ÉCONOMIE





**Daniel Sauvaitre,**  
président délégué



**Jeff Mahintach,**  
président exécutif

- 47 Une année marquée par une combinaison inédite de chocs
- 49 Task force « urgence crise »
- 50 Les accords interprofessionnels
- 52 Comité Bio
- 54 Comité RSE

- 56 Comité RHD
- 58 GT indicateurs
- 59 GT juridique
- 60 GT logistique & emballage
- 62 GT suivi de marché
- 63 Les études économiques

- 64 Focus étude : local et circuits courts
- 65 Étude des pratiques et enjeux du transport dans la filière des fruits et légumes frais
- 66 Les groupes de réflexion produits (GRP)

La Commission Économie est définie comme **un lieu d'échange, de dialogue, d'intelligence collective, de partage d'expériences et de transfert d'expertises, permettant de développer un environnement favorable à l'élaboration de recommandations, outils et accords interprofessionnels applicables et appliqués, au service de la durabilité, la valorisation, la sécurité alimentaire et la compétitivité de la filière. Cette commission doit viser l'adéquation de l'offre à la demande avec pour objectif final d'augmenter la consommation de fruits et légumes frais et la part de la production française.**

Au premier semestre 2022, la Commission Économie a eu à définir sa feuille de route triennale dans le cadre du dépôt de notre dossier CVE 2023-2025. Ainsi, dans le prolongement du plan filière fruits et légumes défini en 2018 et du plan de relance « post-covid » élaboré en 2020, la Commission Économie a proposé des actions opérationnelles permettant de relever les principaux défis auxquels la filière des fruits et légumes frais doit faire face pour maintenir et renforcer sa compétitivité, notamment en :

- **Adoptant collectivement des règles du jeu partagées par tous** au travers des accords interprofessionnels sur tous les champs relevant du périmètre de l'interprofession : accords qualité et logistique bien sûr mais aussi potentiellement accords portant sur les relations commerciales ou des exigences spécifiques de production/commercialisation ;
- **Promouvant un cadre législatif et réglementaire adapté aux spécificités des fruits et légumes frais ;**
- **Renforçant les outils collectifs permettant de suivre l'évolution des marchés** dans une logique de meilleure adéquation de l'offre à la demande.

La feuille de route 2022 de la Commission Économie

s'articulait ainsi autour de 6 grands enjeux comprenant pour chacun d'entre eux une liste non exhaustive d'actions à conduire en matière :

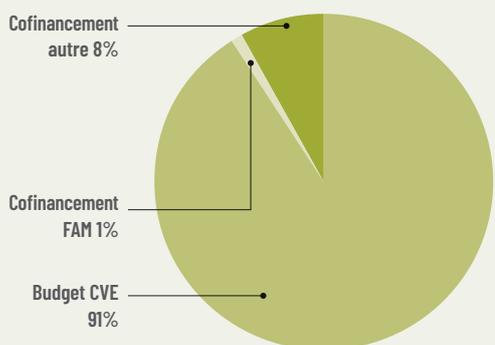
- **D'observatoire économique, de suivi des marchés et de dynamisation de la consommation** : révision des indicateurs de marché du RNM, tableaux de bord économiques, publication des indicateurs relatifs aux coûts de production avec un focus emballages, suivi du taux d'auto-approvisionnement et étude sur l'autonomie alimentaire, suivi des campagnes et publications régulières d'informations et alertes filières...
- **De suivi des tendances de consommation et d'organisation économique de la filière** : baromètre de confiance des fruits et légumes frais, pilotage d'études sur les opportunités et limites de l'approvisionnement local et des circuits courts, la mise en place d'un affichage environnemental pour la filière fruits et légumes, l'analyse de l'adéquation offre / demande en BIO, lancement de l'observatoire du commerce interentreprises et spécialisé...
- **De qualité et de segmentation des produits** : baromètre des SIOO en fruits et légumes, animation de la démarche autour des logos Fruits et Légumes de France, actions visant à assurer l'extension de nos accords qualité, suivi de la mise en œuvre opérationnelle du GIE GIEC...
- **De relations commerciales et de facilitation des transactions** : révision du code d'usage Cofreurop, lancement de la mise à jour du guide sur les relations contractuelles, positionnement autour des mesures et décrets d'application des lois Egalim, finalisation de l'étude sur les ventes au déballage dites « sauvages »...
- **De traçabilité, digitalisation, emballages et logistique** : lancement du projet F&LIN relatif à la traçabilité et à la digitalisation de la filière, accompagnement des différents maillons de la filière dans la mise en œuvre de la loi AGECE et conduite de la phase 1 du projet « Interfel pour un futur emballant », évaluation et révision des accords sur la logistique...
- **De lobbying et de défense des intérêts de la filière** : contribution aux argumentaires et consultations/auditions émanant des pouvoirs publics et des élus ; mise à jour de la plateforme « aides et financements » au fur et à mesure de l'ouverture des lignes budgétaires...

*Au premier semestre 2022, la Commission Économie a eu à définir sa feuille de route triennale dans le cadre du dépôt de notre dossier CVE 2023-2025.*

## LE BUDGET ÉCONOMIE 2022

Total réalisé = 1 846 590,00 €

Budget CVE	1 676 175,00 €
Cofinancement FAM	22 015,00 €
Cofinancement UE	-
Cofinancement autre	148 400,00 €



# UNE ANNÉE MARQUÉE PAR UNE COMBINAISON INÉDITE DE CHOCS

Après une fin d'année 2021 marquée par la reprise économique mondiale « post Covid » ayant généré des tensions sur les matières premières et des premières hausses de coût sur les postes de l'énergie et de l'alimentation, le conflit militaire entre la Russie et l'Ukraine, et ses conséquences économiques mondiales, ont exacerbé ces tensions inflationnistes.

Sur l'année 2022, le PIB n'a progressé que de +2,6 % versus +6,8 % en 2021. Le pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages a reculé de -0,3 % par rapport à 2021, après une hausse de +2,3 % en 2021. En moyenne annuelle, l'inflation a accéléré de +5,2 % en 2022, versus +1,6 % en 2021, du fait de la hausse des coûts, notamment de l'énergie,

puis de l'alimentation (essentiellement au 4<sup>ème</sup> trimestre). D'un point de vue climatique, 2022 a été l'année la plus chaude jamais enregistrée en France depuis le début du XX<sup>ème</sup> siècle. L'année a été hors normes, exceptionnellement chaude, ensoleillée et sèche (sécheresse historique sur l'été notamment).



## La Commission Économie est composée des représentants des 15 familles d'Interfel.

### AMONT

#### FNPF

Nicolas FABRE  
Charlie GAUTIER  
Adeline GACHEIN  
Gilles BARAIZE (Directeur)

#### LÉGUMES DE France

Jean SALES  
Daniel BOUQUILLON  
Bruno VILA  
Sylvestre BERTUCELLI (Directeur)

#### FELCOOP

David POTEREAU  
Françoise BESSE  
Christophe ROUSSE  
Caroline DUCOURNEAU (Directrice)

#### GEFeL

Lauriane LE LESLE  
Laurent BERGE  
René REYNARD  
Daniel SAUVAITRE  
(Président délégué)  
Alexandre BONNEAU  
(Délégué Général)

#### COORDINATION RURALE

Céline BACCETI-ROUMIEUX  
Christian SCHIEVENE  
Joris MIACHON  
Jean Louis OGIER

#### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Mathieu YON  
Nicolas LE BOËDEC

### AVAL

#### ANEEFEL

Joël BOYER  
Bernard GERIN  
Sabine ALARY  
Valérie AVRIL (Directrice)

#### UNCGFL

Bruno BERNARD-COFFRE  
David DUBUC  
Benoit GILLES  
Frédéric STEFANI

#### SAVEURS COMMERCE

Chrystel TEYSSEDE  
Chafika SAIOUD  
Sandrine CHOUX  
Solène CHAUX

#### FCD

Jeff MAHINTACH  
(Président exécutif)  
Philippe MAHE  
Hugues BEYLER (Directeur)

#### FCA

Hervé MAYOUD  
Frédéric LEGAL  
Vincent MARTIN (Directeur)

#### RESTAU'CO

Yves FRIOT  
Philippe LAPOUGE  
Eric LEPECHEUR  
Marie -Cécile ROLLIN (Directrice)

#### SNRC

Esther KALONJI

#### SNIFL

Denis GINARD  
David PATTE (Directeur)

#### CSIF

Jean-François VALLET  
François VIGUIER/Astrid BUREAU  
Véronique LE BAIL (Directrice)



## CONTEXTE NATIONAL

### Dans un contexte globalement inflationniste, les fruits et légumes frais sont relativement préservés

En réponse à cette situation d'inflation globale marquée et de tensions sur le pouvoir d'achat, les Français ont modifié leurs comportements d'achat, avec le souhait de préserver leurs dépenses alimentaires - même si d'autres postes de dépenses ont fortement augmenté (énergie notamment) - et de limiter leur gaspillage. Ainsi, un maintien des achats en volume de **produits de grande consommation – frais libre-service** est observé en 2022 par rapport à 2021. La consommation des produits frais traditionnels (PFT), premières victimes du contexte, recule en volume et en valeur sur un an pour toutes les catégories de produits, dont les fruits et légumes frais. À noter que ces derniers ont été relativement préservés avec des reculs d'achat moins marqués par rapport à l'ensemble des catégories. De manière globale, un « **glissement de gamme** » a été opéré (descente de gamme dans les achats / transfert vers d'autres produits) afin de limiter la hausse des dépenses, allant à l'encontre du phénomène de valorisation observé ces dernières années dans un contexte de faible inflation. Des arbitrages ont donc été mis en place, et une attention moins marquée à l'achat de produits sous labels/logos a été observée, malgré l'intérêt que peuvent y porter les Français. La gamme biologique a dans ce cadre été particulièrement impactée à la baisse.

### Une consommation de F&L frais par ménage qui recule en volume et en valeur

Les sommes dépensées par ménage ont continué de reculer en 2022 par rapport à 2021, après une hausse marquée en 2020 à lier à la crise sanitaire du Covid 19. Elles restent néanmoins plus importantes qu'en 2019.

Les achats par ménage en volume ont reculé, en lien principalement avec une baisse du panier moyen d'achat en volume, et sont désormais en-dessous du niveau des années antérieures. La fréquence d'achat est globalement restée stable par rapport à 2021, et demeure à un niveau inférieur à 2019.

### BIO – Une poursuite du recul des achats en volume et du repli du recrutement

En 2022, les indicateurs d'achats de fruits et légumes bio ont continué de reculer, à l'exception du prix moyen payé à l'achat qui a progressé tout comme sur le global gamme.

Le recul des achats en volume, environ 2 fois plus marqué que sur le global gamme, a été lié au recul de la taille de clientèle en 2022 conjugué à une baisse de la fréquence d'achat. Les dépenses ont également reculé par rapport à 2021.

Pour en savoir plus, des éléments complémentaires sont disponibles dans le bilan consommation 2022 téléchargeable



sur le site d'Interfel sur le lien suivant (extranet) : [bit.ly/3ntxuLY](https://bit.ly/3ntxuLY)

# TASK FORCE « URGENCE CRISE »

Au cours de l'année 2022, la filière a fait face à un contexte économique particulièrement dégradé en raison de la crise énergétique, de l'augmentation exceptionnelle des charges aux différents stades (intrants, emballages, énergie, main d'œuvre, etc.) qui a conduit la Commission Économie à mettre en place une Task force « URGENCE CRISE » pour :

- Formaliser un constat partagé de la situation ;
- Formuler collectivement des propositions concrètes ainsi qu'un plan d'actions à court terme.

Cette task force s'est ainsi réunie à deux reprises et s'est saisie en urgence de plusieurs problématiques, tout en restant complémentaire de la Task force « Plan de souveraineté F&L » qui visait une perspective de moyen-long terme avec la perspective du lancement d'un grand plan fruits et légumes par le ministre de l'Agriculture d'ici au SIA 2023.



En priorité 1, celle-ci a mené des actions à destination des pouvoirs publics pour obtenir un « bouclier énergétique » d'une part et une plus grande tolérance vis-à-vis de la loi AGECE d'autre part, ces 2 mesures étant déjà de nature à alléger sensiblement les contraintes portant sur les opérateurs économiques, notamment de l'amont.

Elle a également renvoyé aux instances idoines, à commencer par le GT Logistique et Emballage, le soin d'engager sans plus tarder un travail interprofessionnel sur l'optimisation/rationalisation logistique afin d'améliorer la compétitivité de la filière et éviter le double « gaspillage » économique et écologique. Par ailleurs, il a été demandé de retravailler avec le CTIFL, et en liaison avec le GT indicateurs, les indicateurs relatifs à l'évolution des coûts de production pour que ces derniers reflètent au mieux la réalité du terrain.

En ce qui concerne la problématique énergétique, la Commission Économie a validé la mise en place d'un GT énergie fin 2022 pour décrypter au fil de l'eau les dispositifs mis en place par les pouvoirs publics, remonter les difficultés rencontrées sur le terrain et être force de propositions pour simplifier et rendre plus efficace le dispositif d'accès aux aides et bénéficier de mesures adaptées pour la filière.

## Conférence de presse d'Interfel sur la crise énergétique

Inflation, baisse du pouvoir d'achat, sécheresse sans précédent, crise énergétique... Après un été particulièrement compliqué pour les professionnels de la filière, Interfel a alerté le gouvernement mais aussi l'opinion publique sur l'urgence de la situation lors d'un point presse exceptionnel le 22 septembre 2022. L'occasion de rappeler que la hausse exceptionnelle du coût de l'énergie a une incidence directe, parfois méconnue, sur la plupart des professions de la filière des fruits et légumes frais, mettant en péril des entreprises essentielles à l'alimentation de toute la population. À cette occasion, Interfel a multiplié les témoignages d'opérateurs et formulé des propositions mesurées et responsables au gouvernement, telles que :

- L'exclusion de la filière fruits et légumes frais du dispositif de rationnement énergétique devant être mis en place par le gouvernement ;
- L'abaissement du seuil de 3 % du CA de l'entreprise affecté à l'énergie pour le versement des aides ;
- L'instauration d'une prise en charge, a minima à hauteur de 70%, du surcoût des charges énergétiques dès lors que l'entreprise est confrontée à un doublement a minima du prix de l'énergie proposé par son fournisseur ;
- La mise en place de mécanismes incitatifs au développement des énergies alternatives (méthanisation, photovoltaïque, biomasse, efficacité énergétique des infrastructures, etc.) adaptés selon les filières.

*La task force a mené des actions de nature à alléger sensiblement les contraintes portant sur les opérateurs économiques, notamment de l'amont.*



# LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

Les accords interprofessionnels sont des outils essentiels et le fondement même de l'action interprofessionnelle. Interfel a ainsi pour mission d'élaborer des accords 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 et de la pêche maritime.

## COPIL SUR LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

À la demande de la Conférence des Organisations Professionnelles Nationales (COPN), un comité de pilotage sur les accords interprofessionnels a été constitué pour mener une réflexion sur la force obligatoire des accords interprofessionnels lorsqu'ils ne sont pas étendus et pour clarifier les outils alternatifs dont dispose Interfel pour réaliser ses missions (guide de bonnes pratiques, recommandation, plaquette d'information).

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

Cet accord porte sur la cotisation interprofessionnelle en vue du financement des actions collectives prévues à l'article 164 du règlement (UE) n° 1308/2013 du 17 décembre 2013 (dit « OCM »). Pour 2022, c'est l'accord CVE du 4 juin 2019 étendu pour les années 2021 et 2022 qui régissait la collecte des cotisations.

À la demande du Conseil d'administration, un comité de pilotage « CVE triennale 2023-2025 » a été mis en place au début de l'année 2022 pour préparer l'accord CVE pour les trois prochaines années et constituer le dossier en vue de sa demande d'extension. Le nouvel accord CVE pour les années 2023, 2024 et 2025 a été adopté à l'unanimité des collègues des organisations membres réunies en Conférence des Organisations Professionnelles Nationales le 6 juillet 2022 et la demande d'extension a été déposée auprès de l'administration le 13 juillet 2022. Il a ensuite été étendu par un arrêté interministériel pris par le ministère de l'Agriculture le 29 septembre 2022.

L'extension de l'accord CVE rend obligatoire le versement par les professionnels d'une cotisation assise sur le chiffre d'affaires qu'ils réalisent sur les ventes des fruits et légumes frais et secs (à l'exception des lentilles, des pois-chiches et du soja), des fruits et légumes préparés et prêts à l'emploi n'ayant pas subi de transformation destinée à leur garantir une longue conservation ainsi que des plantes aromatiques à usage culinaire, à l'exception des secteurs de la banane et de la pomme de terre.

Les cotisations ainsi collectées permettent à Interfel de réaliser des actions collectives qui tendent plus particulièrement à

- la connaissance de la production et du marché,
- l'instauration de règles de production plus strictes que les dispositions édictées par la réglementation communautaire ou la réglementation nationale ;
- l'instauration de règles de commercialisation ;
- l'élaboration de contrats types compatibles avec la réglementation de l'Union européenne ;
- le développement de la commercialisation des produits ;
- la protection de l'environnement ;
- la promotion et la mise en valeur de la production ;
- la protection de l'agriculture biologique et des appellations d'origine, labels de qualité et indications géographiques ;
- la recherche visant à valoriser les produits, notamment par de nouvelles utilisations ne mettant pas en danger la santé publique ;
- la réalisation d'études visant à améliorer la qualité des produits ;
- la recherche, en particulier, de méthodes culturales



permettant la limitation de l'usage des produits phytosanitaires et assurant la préservation des sols et la préservation ou l'amélioration de l'environnement ;

- la définition de qualités minimales et de normes minimales en matière de conditionnement et d'emballage ;
- le contrôle de qualité des produits ;
- la prévention et gestion des risques phytosanitaires, des risques en matière de sécurité sanitaire des aliments et des risques environnementaux.

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

En 2022, cinq accords interprofessionnels portant sur les pratiques commerciales et logistiques étaient en vigueur :

#### **Accord interprofessionnel sur les réfections tarifaires :**

L'accord en vigueur a été adopté le 20 octobre 2020 et est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2021 pour une durée de trois ans. Cet accord encadre la possibilité pour un vendeur et un acheteur de prévoir des réfections tarifaires résultant d'une non-conformité qualitative ou quantitative des produits livrés par rapport à la commande. Il a été adopté conformément à l'article L.443-2 II du code de commerce qui prévoit que si « un acheteur, un distributeur ou prestataire de services ne peut pas bénéficier de remises, rabais et ristournes pour l'achat de fruits et légumes frais » le paragraphe qui suit précise qu'« il peut toutefois bénéficier de réfections tarifaires résultant d'une non-conformité, qualitative ou quantitative(...) si un accord, conclu par une organisation interprofessionnelle reconnue (...) en a précisé les conditions ».

#### **Accord interprofessionnel sur la sécurisation des annonces de prix hors lieux de vente :**

Renouvelé le 6 juillet 2022 pour un an, cet accord interprofessionnel complète le dispositif prévu à l'article L. 443-11 II du code de commerce. Il vise à sécuriser les délais de finalisation des éléments constitutifs de l'engagement contractuel entre le fournisseur et l'acheteur avant toute annonce de prix qui porte sur un fruit ou un légume frais.

#### **Accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation » :**

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. (cf. page 60)

#### **Accord interprofessionnel « Harmonisation des informations sur les étiquettes palettes des unités d'expédition » :**

Cet accord a pour objectif de favoriser l'harmonisation des informations portées sur les étiquettes palettes apposées sur les unités d'expédition au sein de la filière des fruits et légumes frais. (cf. page 60)

#### **Accord interprofessionnel « Harmonisation des pratiques de datage des colis et des UVC » :**

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. (cf. page 60)

### LES ACCORDS PORTANT SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS

Au nombre de 9 en 2022, dont 5 étendus ou partiellement étendus, ces accords définissent les règles ou caractéristiques applicables aux produits concernés (cf. page 74).

À la suite de plusieurs refus d'extension d'accords (pomme, pêche-nectarine, concombre et kiwi Hayward), Interfel a formé des recours devant le Conseil d'État en 2021 pour défendre le droit de l'interprofession de faire étendre ses accords interprofessionnels. Ces affaires sont toujours instruites par la plus haute juridiction administrative qui, en 2022, a décidé de sursoir à statuer et de saisir la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) de plusieurs questions préjudicielles portant sur l'interprétation du règlement (UE) n° 1308/2013 du 17 décembre 2013 (dit « OCM »). L'issue de ces actions est attendue pour 2023. Interfel espère ainsi, par ces démarches, une clarification de ses droits et obligations en matière d'extension d'accords.



# COMITÉ BIO

(2 RÉUNIONS EN VISIOCONFÉRENCE, 2 EN PRÉSENTIEL)

## Co-rapporteurs du Comité Bio en 2022 :

Amont : Bruno Vila

Aval : Emmanuel Eichner

En 2022, le Comité Bio a mis l'accent sur :

**LA CONNAISSANCE DU MARCHÉ DE S FRUITS ET LÉGUMES BIO EN MENANT UNE ÉTUDE DÉDIÉE SUR L'ADÉQUATION ENTRE OFFRE ET DEMANDE**

Compte-tenu du contexte particulièrement difficile que traverse le secteur de l'agriculture biologique dans son ensemble, les résultats de cette étude étaient particulièrement attendus. En effet, les parts de marché des fruits et légumes Bio, qui étaient en progression constante depuis de nombreuses années, ont connu une deuxième année consécutive de baisse. Les résultats de l'étude ont confirmé que le potentiel de production avait rejoint la demande pour la majorité des espèces étudiées. En parallèle, portée par une certaine confusion des consommateurs sur les labels et l'attente croissante autour des produits locaux, la consommation a commencé à décroître sur la même période entraînant un déséquilibre sur les marchés. Les résultats détaillés sont disponibles sur l'extranet du site [www.interfel.com](http://www.interfel.com). Les recommandations issues de cette étude ont permis de lancer fin 2022 des travaux spécifiques qui seront poursuivis en 2023.

Par ailleurs, Interfel a publié en 2022 la quatrième édition de « **L'observatoire économique des fruits et légumes**

**Bio par produit** ». 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 réalisée annuellement), cotations prix (données du RNM), données de consommation (KantarWorldPanel), 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.

Par ailleurs, il est fait, à chaque réunion du Comité Bio, un point sur la conjoncture des fruits et légumes Bio. De plus, **chaque trimestre, Interfel publie sur l'extranet une note de consommation afin d'avoir un aperçu régulier des indicateurs de consommation des fruits et légumes Bio.**

## Plusieurs interventions concernant la situation du marché des fruits et légumes Bio ont été réalisées courant 2022 :

- Au Sival à Angers, lors d'une conférence intitulée « Réussir la conversion de son verger vers l'agriculture biologique » (janvier 2022) ;





- Lors des rencontres Tech&Bio à l'occasion de la conférence « Fruits Bio - Marché et perspectives » (juin 2022) ;
- Des rencontres techniques AB organisées par le CTIFL et l'itab à Balandran (novembre 2022).

### LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DES FRUITS ET LÉGUMES BIO

Dans le cadre d'un programme cofinancé par l'Union européenne, Interfel a lancé en 2022, en partenariat avec le Cniel, « Prenez en main la Bio », un programme de communication sur la promotion des fruits et légumes Bio et des produits laitiers Bio qui sera déployé 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.



à des salons professionnels (comme au Salon des Maires de France en novembre 2022 avec l'organisation d'une conférence : « Inflation, baisse du pouvoir d'achat, sobriété énergétique... À l'heure de tous les défis, comment élus et collectivités s'engagent avec les filières agricoles pour prendre en main la Bio ? ») et réalisation de vidéos de formation sur les fondamentaux de la Bio.



L'ensemble des éléments sont disponibles sur le site internet dédié : [www.prenezenmainlabio.eu](http://www.prenezenmainlabio.eu)



Par ailleurs, le Comité Bio d'Interfel a participé à la campagne de communication #Bioréflexe pilotée par l'Agence Bio en partenariat avec l'ensemble des interprofessions. Cette campagne a pris la forme d'un spot radio diffusé sur RTL, France Inter et France Bleu pendant un mois et de divers outils de communication : vidéo recette à base de fruits et légumes Bio, visuels spécifiques par filière dans le but de relancer la consommation de fruits et légumes Bio.



Le programme se décline en différentes actions : publication sur les réseaux sociaux, relations presse, développement d'outils de communication (visuels et vidéos), participation

En parallèle, le Comité Bio a renouvelé son soutien financier aux actions pérennes de promotion/communication conduites par l'Agence Bio.



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

## Co-rapporteurs du Comité RSE en 2022 :

Amont : Patrick Briand puis Bruno Gautier  
Aval : Mathilde Caner

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

### Affichage environnemental

En 2022, le Comité RSE d'Interfel a poursuivi les travaux menés sur l'affichage environnemental :

- Au niveau français, en participant au Comité des partenaires de l'expérimentation sur l'affichage environnemental piloté par le ministère de la Transition écologique afin de s'assurer que la méthodologie travaillée tienne compte des particularités de notre secteur (produits bruts, vendus majoritairement en vrac, etc.). Ces travaux ont permis d'affiner la position du Comité RSE autant sur la méthodologie de calcul que sur les visuels d'affichage ;
- Au niveau européen, en poursuivant son implication dans la 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 pour le secteur des fruits et légumes frais qui soit partagée par les professionnels du secteur et les parties prenantes ;

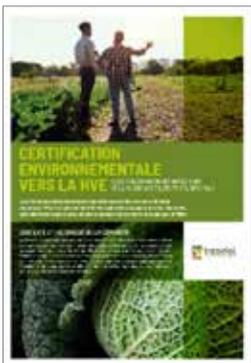
- En parallèle, en pilotant une étude menée par le CTIFL sur la prise en compte de certaines démarches « qualité/environnement » dans le calcul de l'empreinte environnementale et sur les impacts de la mise en place d'un tel affichage pour les professionnels.

### Certification environnementale vers la HVE

Face au développement rapide de la démarche HVE, un niveau de connaissances hétérogènes persiste au sein de la filière et de nombreuses interrogations demeurent. Pour y répondre, les membres du Comité RSE ont réalisé, sur la base d'un questionnaire recensant les besoins des professionnels, un guide intitulé « **Certification environnementale vers la HVE** ». Ce guide reprend l'historique de la démarche, la réglementation, l'accompagnement et les aides financières disponibles, la traçabilité et l'étiquetage, en faisant un focus sur la filière des fruits et légumes frais. Par ailleurs, afin de répondre aux enjeux de traçabilité, notamment pour répondre aux objectifs de la loi Egalim en restauration collective, Interfel a publié **un guide de suivi des fruits et légumes issus d'exploitations ayant une certification environnementale de niveau 2 ou 3**.

### Emballages

Le lien avec les attentes sociétales existantes sur ce sujet, le Comité RSE a suivi de près les travaux menés sur les emballages (notamment par le GT Logistique et Emballages)





et a commandité pour 2023 la réalisation de « **fiches infos** » récapitulatives afin d'informer et outiller les professionnels sur les caractéristiques et les obligations relatives aux différents articles de loi sur les emballages.

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

En 2022, le Comité RSE a commandité la publication d'une plaquette afin de valoriser la contribution d'Interfel faite en 2021 dans le cadre du Varenne de l'eau et de l'adaptation au changement climatique sur la thématique 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 ». Cette plaquette reprend les grandes lignes de la contribution : le contexte, les impacts et les enjeux du changement climatique pour la filière des fruits et légumes frais et dessine les contours de la stratégie collective à mettre en place.

**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 des fruits et légumes frais en suivant les grandes étapes de la méthodologie reconnue. L'année 2022 a été marquée par

un travail plus précis sur les enjeux prioritaires retenus par la filière (cf. tableau ci-dessous) ainsi qu'une cartographie des parties prenantes (identification et hiérarchisation). ONG, agences d'Etat et associations de consommateurs seront donc contactés en 2023 pour les interroger sur leurs enjeux prioritaires pour la filière des fruits et légumes frais afin de dégager des axes de travail communs et d'identifier des indicateurs à suivre pour chacun de ces axes.

Par ailleurs, le Comité RSE a participé à l'élaboration du contenu de la communication informative « C'est bon à savoir » portée par Aprifel.

<b>Economie</b>	<b>Environnement</b>	<b>Social/Sociétal</b>
Répartition équitable de la valeur et rémunération des acteurs	Gestion de la ressource en eau	Importance des fruits et légumes dans l'équilibre nutritionnel et accessibilité
Santé économique de la filière et des entreprises (surfaces dédiées, nombre d'entreprises, d'emplois...)	Emballages	Lutte contre les pertes et le gaspillage alimentaires (y compris le don alimentaire)
Sécurisation de la production nationale (suivi du taux d'auto-alimentation, balance commerciale...)	Transport, logistique et GES	Confiance et information des consommateurs dans les fruits et légumes (communication, degré d'information, perception des pratiques agricoles...)
	Produits phytosanitaires, biocontrôle et méthodes alternatives	Conditions de travail : pénibilité, santé et sécurité des salariés permanents et saisonniers
	Biodiversité	



## COMITÉ RHD

### Co-rapporteurs du Comité RHD en 2022 :

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

2022 aura été pour le Comité RHD une année placée sous le signe de la poursuite des nombreuses démarches entreprises en 2021 d'une part mais aussi de l'initiation de nouvelles réflexions et de la mise en place de nouvelles actions. En effet, dans un environnement économique compliqué et dans un contexte de forte inflation, les professionnels se sont attachés à rappeler la pertinence des éléments inscrits dans les « Recommandations pour l'Achat Public des fruits & légumes frais ».

2022 aura également été marquée par la finalisation du Guide CTIFL des fruits & légumes frais en RHD dans sa version papier.

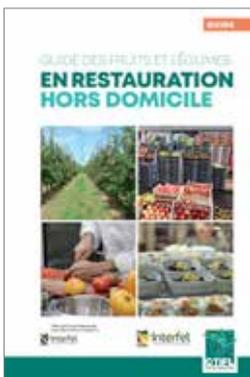
### GUIDE CTIFL DES FRUITS & LÉGUMES FRAIS EN RHD

2021 avait été l'année de la mise à jour du site web du CTIFL sur l'utilisation fruits & légumes frais en RHD. En parallèle, les membres du Comité ont rappelé l'attachement des professionnels à la version papier. La mise en place de ce support, bien que publié par le CTIFL, est piloté par le Comité RHD et les professionnels de la filière. Il a vocation à être la « bible produits », permettant aux acheteurs et à leurs fournisseurs de parler le même langage : disponibilité,

fiches « produits », mais aussi aspect réglementaire (50 % de produits durables et de qualité en restauration collective : BIO et autres SIQO, HVE, etc.). Le guide, paru en septembre, est disponible à l'achat sur le site du CTIFL.

### LE COMITÉ AU PLUS PRÈS DU TERRAIN

2022 aura également été l'occasion pour le Comité RHD de réitérer son attachement aux rencontres sur le terrain, et sa volonté d'être au plus près des territoires pour lesquels les questions de restauration sont de véritables enjeux. C'est pourquoi en juin 2022, le Comité RHD s'est délocalisé à Orléans, accueilli par les professionnels du Comité Régional Centre-Val de Loire d'Interfel. Au programme de la journée, présentation et échanges entre les membres des deux comités, et visite de la partie restauration de l'Hôpital d'Orléans. Une visite qui a pu confirmer le professionnalisme des équipes de la restauration hospitalière, mais qui a également démontré la capacité des territoires et des professionnels du secteur à réinventer la restauration collective : planification, approvisionnement et robotisation notamment au menu.





## 1<sup>ER</sup> RDV INTERFEL DES ACHETEURS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

En marge du Salon Restau'Co, tenu en juin 2022, Interfel a souhaité réunir des acheteurs publics afin de leur présenter les outils à leur disposition, mais également pour permettre la rencontre de professionnels du secteur. À la suite d'une table ronde, à laquelle était également invitée Interbev dans l'optique d'une approche flexitarienne des prestations de restauration, les différents intervenants ont pu échanger sur leurs visions respectives des enjeux du secteur et de la place stratégique des fruits et légumes frais en Restauration Collective.



## UN NOUVEL OUTIL À DESTINATION DES PROFESSIONNELS : LE TABLEAU DE BORD RHD

Le tableau de bord RHD est un chantier qui a été initié en 2021. Les membres du Comité ont souhaité pouvoir diffuser, à fréquence mensuelle, un certain nombre d'éléments conjoncturels, dont certains étaient évoqués uniquement lors des réunions du Comité. Ce tableau de bord reprend, en quelques diapositives, des éléments en lien avec la santé économique du secteur, les filières d'approvisionnement, l'actualité communication des structures Interfel, CTIFL ou Aprifel et la mise en place des objectifs Egalim, dont les approvisionnements en produits durables et de qualité (SIQO, HVE, etc.). Le tableau de bord RHD pointe également des

ressources d'intérêts plus larges pour la filière et le secteur de la RHD en lien avec les actualités du moment. Ces tableaux de bord sont relayés aux adhérents des organisations professionnelles membres d'Interfel, et sont disponibles sur l'espace cotisant du site Interfel.com.

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

Interfel a poursuivi sa participation aux travaux du Conseil National de la Restauration Collective (CNRC). Le Comité RHD a notamment réuni un groupe de travail dédié, en marge de la création du GT économique du CNRC, instance ayant notamment pour objet de mettre en œuvre des recommandations pour la gestion des marchés publics en cette année de forte inflation. Ce GT a été l'occasion pour Interfel de rappeler l'importance de construire les marchés de fruits et légumes en prix révisibles, avec des indicateurs de révision adaptés tels que préconisé depuis 2020 dans ses recommandations d'achat.

## L'ACCOMPAGNEMENT À LA MISE EN ŒUVRE DE LA LOI EGALIM

Enfin, le Comité RHD a souhaité poursuivre le travail de diffusion et de communication autour des outils pouvant accompagner les acteurs de la restauration collective, notamment en lien avec l'atteinte des objectifs Egalim. Interfel a par exemple finalisé et diffusé son guide permettant aux opérateurs de la filière de pouvoir mieux identifier et suivre les produits issus d'une certification environnementale de niveaux 2 et 3 (produits HVE) dans



les flux, qu'ils soient physiques ou d'informations.  
[bit.ly/3nvqdvb](https://bit.ly/3nvqdvb)



# 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 2022, et a travaillé sur les sujets suivants :

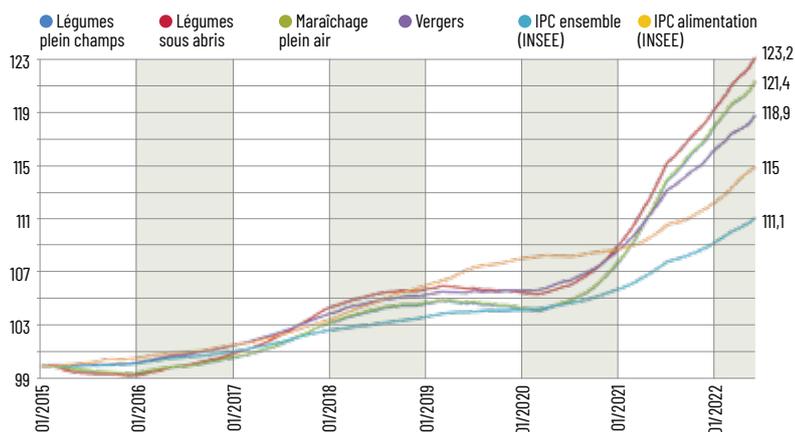
## INDICATEURS EGALIM

Conformément à l'article L631-24 III du Code Rural, l'interprofession a poursuivi en 2022 la publication sur son site internet des indicateurs Egalim relatifs à l'évolution des facteurs associés aux coûts de production. Ces indicateurs, mis ligne chaque mois depuis février 2019, sont élaborés par le GT indicateurs en collaboration technique avec le CTIFL. Dans un contexte marqué par une hausse généralisée des coûts de production, notamment à partir du 4<sup>ème</sup> trimestre 2021 et exacerbé tout au long de 2022, ces indicateurs ont permis d'éclairer les professionnels de la filière sur les évolutions en cours.

## Résultats pour les 4 systèmes de production étudiés

Source : Ctifl

Indices agrégés d'évolution des prix des facteurs de production (moyenne mobile 12 mois) base 100 = 2015



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'OFPPMA et ceux lancés fin 2020 du Recensement Agricole (RA) dont les premiers résultats sectoriels ont été dévoilés en 2022 (et pour lequel une analyse détaillée devrait être publiée par le Ctifl en 2023).

## SUIVI DES INDICATEURS ÉNERGIE

Indicateurs énergétiques	Janvier 2022	Février 2022	Mars 2022	Avril 2022
Gas par conduite	+8%	+10%	+12%	+15%
Carburants	+1%	+2%	+3%	+4%
Énergie et aménagements	+1%	+2%	+3%	+4%
Emballages en bois	+1%	+2%	+3%	+4%
Papier et carton ondulés et emballages en papier ou en carton	+1%	+2%	+3%	+4%
Emballages en matières plastiques	+1%	+2%	+3%	+4%

Dans la continuité de la publication d'indicateurs permettant de suivre l'évolution des coûts de production et de conditionnement et dans une logique d'information et d'accompagnement des professionnels,

l'interprofession a également mis en place un suivi de l'évolution des indices des prix de l'énergie (électricité et gaz). Ces indicateurs, traduisant les fortes augmentations des prix de l'énergie suite notamment au conflit en Ukraine, sont publiés via le tableau de bord hebdomadaire d'Interfel relayé aux professionnels et le tableau de bord mensuel spécifique RHD.

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

Le GT indicateurs a poursuivi en 2022 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 qui avait été mise en place en 2021 s'est poursuivie en 2022, tout comme la demande d'intégration de l'inflation dans le mode de calcul de cet indicateur (dans un contexte inflationniste marqué en 2022). Une expérimentation de 2 nouveaux indicateurs de marché, en pomme et tomate biologique, devrait être lancée en 2023 à la demande des pouvoirs publics. Un arrêté modificatif est attendu pour 2023. Un travail de réflexion a été engagé autour de la mécanique de l'accord de modération des marges qui prend effet lors du déclenchement d'une crise conjoncturelle.





## GT JURIDIQUE

**Le GT juridique rassemble les experts désignés par les organisations membres d'Interfel pour travailler sur des sujets ayant trait principalement aux relations commerciales au sein de la filière. Rattaché à la Commission économie, il est piloté par le Service des Affaires Juridiques qui dépend de la Direction Stratégies Filières, International et Affaires Juridiques (SFIAJ).**

En 2022, le GT juridique a continué à assurer un suivi général de la loi n° 2021-1357 du 18 octobre 2021 visant à protéger la rémunération des agriculteurs (dite « Egalim 2 »). Un travail de réflexion a ainsi été conduit dans le respect du droit de la concurrence autour de la nouvelle possibilité offerte à la filière des fruits et légumes frais de déroger à l'expérimentation obligatoire sur le relèvement du seuil de revente à perte (SRP) prévue par l'article 125 de la loi n° 2020-1525 du 7 décembre 2020 d'accélération et de simplification de l'action publique. Plusieurs réunions ont été organisées pour permettre aux organisations membres d'échanger et de partager le retour d'expérience de leurs adhérents.

Toujours dans le cadre de la loi Egalim 2, le GT juridique a examiné plusieurs projets de décret que l'administration a transmis à Interfel, et notamment celui sur la transparence et la non-négociabilité de la matière première agricole ainsi que celui qui fixe la liste des filières exemptées de la contractualisation écrite pluriannuelle obligatoire entre le producteur et son premier acheteur (plus communément appelé « contractualisation amont »). Rappelant que les fruits et légumes frais sont des produits périssables et météo-sensibles, ce qui rend difficile un engagement systématique sur une longue période, le GT juridique a proposé un projet de contribution qui rappelle la position historique d'Interfel. Cette demande s'est concrétisée par l'adoption, le 26 décembre 2022, d'un décret qui prévoit

que tous les fruits et légumes frais sans distinction sont exemptés de la contractualisation amont en application de L. 631-24-2 du code rural et de la pêche maritime.

Plus généralement, l'ensemble des modifications apportées au code rural et de la pêche maritime et au code de commerce par la loi Egalim 2 qui impactent la filière ont fait l'objet d'un examen par le GT juridique et plusieurs réunions ont été organisées entre Interfel et l'administration pour échanger sur le nouveau cadre juridique.

Au mois de juin, le GT juridique a lancé un GT restreint afin de travailler sur la mise à jour du guide des relations contractuelles dans la filière des fruits et légumes frais. Sa présentation sera revue pour que les professionnels bénéficient d'un outil mieux adapté. Il devrait être disponible au cours du deuxième semestre 2023.

### RECOURS LOI AGECE

Interfel a lancé différentes actions aux niveaux national et européen contre les articles 77 (emballages plastiques) et 80 (étiquettes adhésives) de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi « Agece »), considérant notamment que la lutte contre le plastique dans la filière devait se régler au niveau européen et que seul un cadre commun de règles applicables dans tous les États membres serait véritablement efficace pour protéger l'environnement et préserverait la compétitivité des opérateurs.



# GT LOGISTIQUE & EMBALLAGE

En 2022, le GT Logistique & Emballage est resté sur un niveau élevé de sollicitations avec 6 réunions, et un certain nombre de consultations en ligne tout au long de l'année. Ainsi, le GT s'est réuni et a poursuivi en 2022 les échanges sur la rédaction d'une nouvelle version de l'accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation ».

Le GT a en parallèle prolongé ses travaux sur les emballages, aussi bien sur la partie technique permettant d'alimenter les échanges avec les interlocuteurs externes de la filière, que sur la mise en place de la plateforme « Interfel pour un futur emballant ». **Le GT s'est aussi réuni à plusieurs reprises, dans le cadre du mandat donné par la Task force « Urgence Crise »,** pour définir et approfondir les sujets à mener dans la filière en matière d'optimisation logistique. Enfin, de nombreux échanges ont été menés afin de porter en interne et en externe les enjeux du projet F&LIN (Fruits & Légumes Innovation Numérique), mais également de restituer les enseignements de l'étude sur **les pratiques et enjeux du transport dans la filière des fruits et légumes frais.**

## LES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS LOGISTIQUES

**L'accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation »** arrivé à échéance fin 2021, avait été prorogé au 1<sup>er</sup> semestre 2022 afin de permettre aux professionnels de poursuivre les discussions entamées autour de sa reconduction. Le GT a ainsi retravaillé en 2022, dans un objectif d'optimisation logistique et de prise en compte des facteurs de pénibilité, cet accord interprofessionnel définissant des standards de palettisation correspondant aux pratiques commerciales actuelles et les conditions de leur valorisation, lequel accord

non étendu a été validé par le CA d'Interfel pour une période de 3 ans à compter du 6 juillet 2022. Le premier objectif de cet accord est de définir les différents standards de palettisation pertinents dans la filière, définissant ainsi un socle commun pour les discussions entre les partenaires commerciaux au sein de la filière. Le second objectif est d'identifier, dans une perspective d'optimisation, les leviers pour aborder la question de la valorisation des différents standards entre ces mêmes partenaires.

Le GT a également abordé au second semestre le renouvellement **de l'accord « datage des colis et UVC »** arrivant à échéance en mars 2023. Les travaux initiés en août se poursuivront au début de l'année 2023 afin de garantir la transition entre les 2 versions de l'accord.

Enfin, concernant **l'accord « Harmonisation des informations sur les étiquettes palettes des unités d'expédition »** validé en 2021 pour 3 ans, il avait été convenu de procéder à une évaluation de ce nouvel accord. Cette mission d'évaluation a été lancée fin 2022, avec pour objectif d'orienter la rédaction de l'accord dans la perspective de sa reconduction en 2024.

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

En 2022, 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 AGEC notamment. Véritable canal de remontées des éléments techniques et d'articulation avec les expertises du CTIFL, les travaux du GT se sont aussi concrétisés de manière visible par la mise en place de la plateforme « **Interfel pour un futur emballant** ». La plateforme « Interfel pour un futur emballant » a pour vocation de porter à la connaissance des cotisants de la filière un ensemble de solutions alternatives aux emballages plastiques.

Pour mémoire, 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.

La plateforme « Interfel pour un futur emballant » disponible sur le site Interfel regroupe aujourd'hui un panel de solutions identifiées comme conformes aux articles 77 et 80 de la loi AGEC et pouvant être étudiées pour une mise en place chez les opérateurs. La plateforme a été pensée pour avoir un accès rapide aux solutions recherchées, en permettant des tris par produit, par type d'emballage et de fonctionnalités. Ce projet se poursuivra en 2023, avec l'objectif d'identifier des réponses à la suppression des plastiques pour des produits plus complexes comme le « Prêt à l'Emploi » ou la « Fraîche Découpe ».

À noter que pour accompagner la mise en place de cette plateforme, un webinar s'est tenu en début d'année 2023 et est également disponible sur le site Interfel.com.



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

## PROJET F&LIN

Le projet F&LIN est né de la volonté collective d'avancer sur les sujets de traçabilité et de digitalisation en intégrant les spécificités et attentes propres de la filière des fruits et légumes frais.

Forts des enseignements tirés d'une première phase de diagnostics menée en 2019, les professionnels ont remonté le besoin de bénéficier d'un cadre collectif, tout au long de la filière, tout en alertant sur l'hétérogénéité des acteurs, des sujets et des pratiques en place. L'enjeu du projet F&LIN est donc de définir, avec et pour les professionnels, ce cadre collectif, afin que chaque opérateur puisse s'en emparer, mais aussi afin de donner de la visibilité aux différents partenaires, notamment fournisseurs d'outils digitaux, sur les attentes collectives et les spécificités de la filière et des opérateurs des fruits et légumes frais. L'année 2022 a permis aux professionnels de poser le cadre méthodologique et les contours du financement d'un projet prévoyant de se dérouler sur 3 ans.

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

À la suite de la demande exprimée par les membres du Comité RHD d'Interfel de suivre les produits issus d'exploitations ayant une certification de niveau 2 ou 3 (HVE), la version définitive des échanges s'était matérialisée sous la forme d'un guide validé fin 2021. En 2022, le guide a été maqueté pour permettre sa large diffusion sur le terrain.

# 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 2022, 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 36 réunions téléphoniques qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes.

En parallèle, Interfel a poursuivi en 2022, 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 »**. Plusieurs évolutions ont été apportées en 2022 : la mise en place de 2 enquêtes en carotte et poireau sur la période primeur en mai, et de 2 enquêtes intermédiaires entre la phase estivale et la phase d'automne-hiver sur les produits raisin, pomme et poire en septembre/octobre. L'outil complémentaire du « tableau de bord consolidé » hebdomadaire, présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, a été poursuivi en 2022 et enrichi notamment du relais d'indicateurs relatifs aux coûts de l'énergie ou à l'inflation européenne notamment, en lien avec la conjoncture économique. Les événements marquants des campagnes ou les temps forts de communication ont donné lieu à **la diffusion de 11 bulletins d'informations filières et de 6 bulletins d'alertes filières** à destination des acteurs de la distribution qui ont été relayés en 2022 afin de sensibiliser ces derniers à différentes difficultés de marché. Ils ont également donné lieu à une vague d'actions

de communication de crise : en carotte, poireau et endive dans le cadre d'un contexte de marché compliqué en janvier 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 d'informer les professionnels sur les campagnes de commercialisation des fruits et légumes de saison, une première réunion a eu lieu le 1<sup>er</sup> mars au Salon de l'Agriculture pour préparer le lancement des campagnes de printemps, puis, le 19 mai a été organisée la réunion de lancement des campagnes d'été (format Visio). Une troisième réunion, en visioconférence, a été organisée le 19 octobre pour préparer le lancement des campagnes d'automne-hiver. Pour clôturer l'année, une journée nationale, qui s'est déroulée le 1<sup>er</sup> février 2023 à la Maison des Fruits et Légumes, a été l'occasion de partager entre les représentants de l'amont et de l'aval le bilan des campagnes 2022 et d'échanger sur l'optimisation des outils à disposition pour la campagne 2023. La mobilisation des professionnels, pour cette réunion, est toujours aussi importante.





# 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).

À titre d'exemples, l'Interprofession a mené cette année des investigations sur les sujets suivants :

## LE BILAN CONSOMMATION 2022

Le bilan de consommation de l'année 2022, édité début 2023, a mis en lumière les faits **marquants de l'année 2022 et les tendances de consommation observées**, notamment en lien avec le contexte économique illustré par une inflation marquée après la crise Covid et le conflit en Ukraine qui se traduit par des ajustements et notamment un glissement de gammes. À noter cependant le **relatif maintien du prix moyen payé à l'achat en fruits et légumes frais** de +1,5%/2021 dans ce contexte difficile, notamment pour les produits frais traditionnels (PFT).



Le bilan est téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (extranet) : [bit.ly/3ntxuLY](https://bit.ly/3ntxuLY)

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

L'institut CSA Research a réalisé, sous la forme d'un sondage barométrique administré pour la 9<sup>ème</sup> année consécutive et cofinancé par FranceAgriMer et Interfel, une étude sur

la confiance accordée par les Français envers les fruits et légumes frais. Au terme de cette année 2022, la confiance accordée par les Français envers les fruits et légumes ressort élevée et constante depuis 3 ans, avec 93 % des répondants indiquant avoir confiance dans les fruits et légumes frais. Dans le contexte d'inflation globale des prix, les fruits et légumes frais sont relativement préservés pour les Français. Les principaux résultats de la vague 2022 de cette enquête seront présentés en conférence de presse au Salon de l'Agriculture 2023 le 27 février.

Infographie et synthèse de l'enquête téléchargeables en libre-accès sur le site d'Interfel aux liens suivants :



[bit.ly/3HDf6XK](https://bit.ly/3HDf6XK) et [bit.ly/3HDznN3](https://bit.ly/3HDznN3)





## FOCUS ÉTUDE

# LOCAL ET CIRCUITS COURTS

Interfel et FranceAgriMer ont piloté, entre février et octobre 2022, une étude concernant « les opportunités et les limites de l’approvisionnement local et des circuits courts pour les fruits et légumes frais ».

Confiée au cabinet CERESCO, l’étude est articulée en deux volets :

• **Volet 1 (à visée pédagogique) :** qui a pour but d’éclairer l’opinion sur l’usage de ces verbatims (« local », « proximité », « circuits courts », « approvisionnement direct »), qui varient selon les acteurs et de mettre en lumière les limites et opportunités associées ;

• **Volet 2 (focus régionaux) :** qui, à partir de focus spécifiques, analyse les implications et la manière dont s’appréhendent ces notions au niveau régional. Un focus a été réalisé dans 4 régions (Bretagne, Hauts-de-France,

Île-de-France et Nouvelle-Aquitaine).

Les livrables de l’étude sont dès à présent disponibles sur le site d’Interfel via les liens ci-dessous :

- Infographie de l’étude dont spécificités de chaque maillon impliqué dans le local ou les circuits courts (en accès libre) ;
- Porter à connaissance pour mieux comprendre ces notions et leurs implications pour les différents maillons de la filière fruits et légumes frais (en accès libre) ;
- Une synthèse des études de cas régionaux (réservée exclusivement aux cotisants).

## FOCUS ÉTUDE

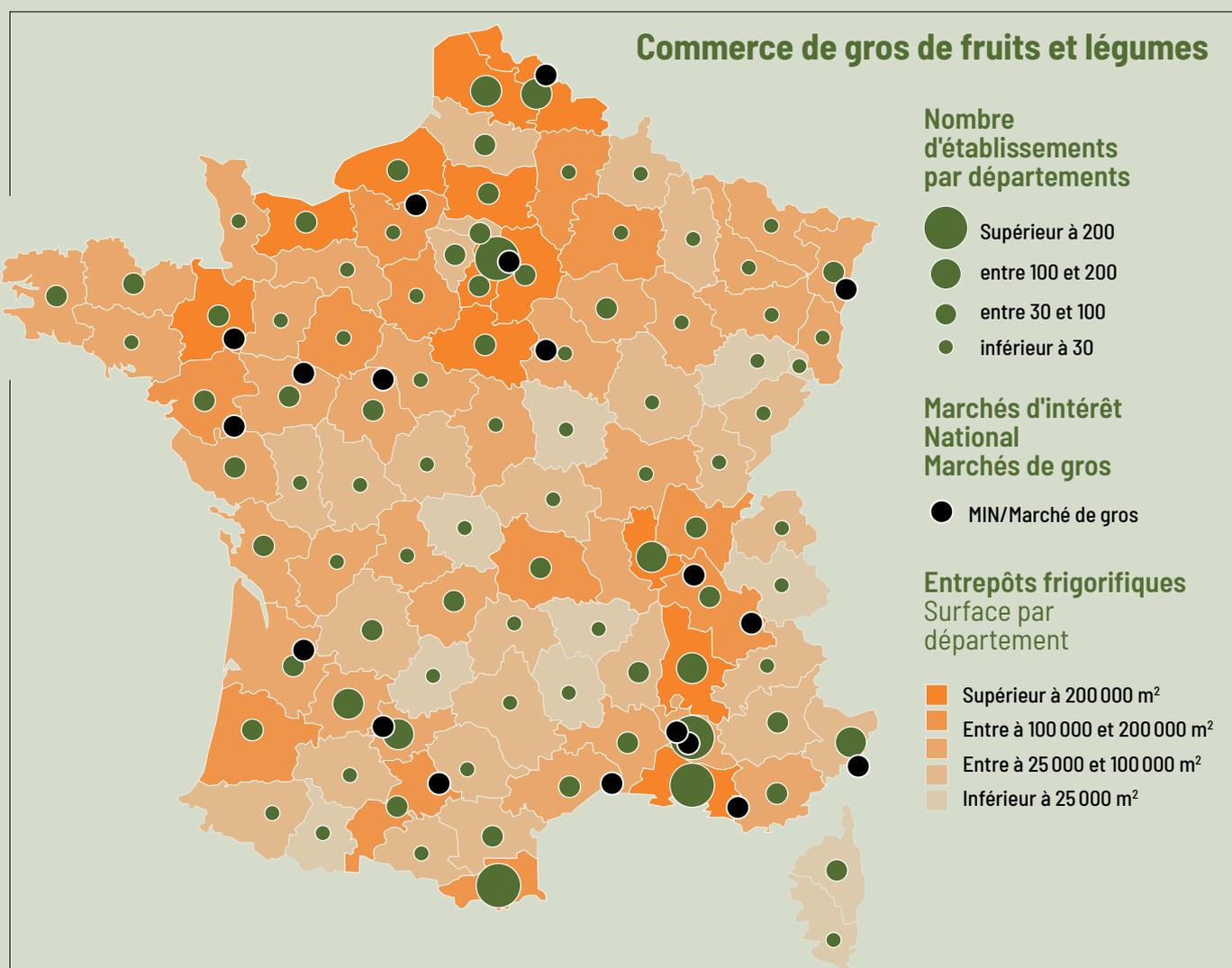
# ÉTUDE DES PRATIQUES ET ENJEUX DU TRANSPORT DANS LA FILIÈRE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Interfel a commandité en 2022 une étude visant à mieux appréhender la question du transport dans la filière des fruits et légumes frais. Réalisée par le cabinet Interface, cette étude s'est tout d'abord attachée à cartographier aussi bien les disponibilités des produits, que les lieux où ils étaient par la suite consommés, ou encore l'offre de stockage ou de transport. Fort de ce constat, le cabinet

en charge des travaux s'est, par la suite, focalisé sur les flux entre les deux extrémités de la filière. Enfin, le rapport a mis en évidence et caractérisé les principaux schémas logistiques présents dans la filière.



Le rapport de l'étude est disponible sur le site d'interfel : [bit.ly/3pbYKil](https://bit.ly/3pbYKil)





# 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. Dotés 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.

C'est dans ce cadre particulier que le groupe de réflexion « **Petits Fruits** » s'inscrit et a tenu en 2022 son « Séminaire Petits Fruits ». Initialement prévu en physique, le séminaire s'est finalement déroulé à distance en deux parties. La première partie du séminaire s'est plus particulièrement centrée sur des problématiques « aval » : attentes consommateurs, emballages, segmentation... sont autant de sujets qui ont été évoqués. Dans un second temps, les échanges se sont axés sur les questions liées à l'offre dans sa globalité, et les leviers pour permettre à cette offre d'accompagner la dynamique de consommation.

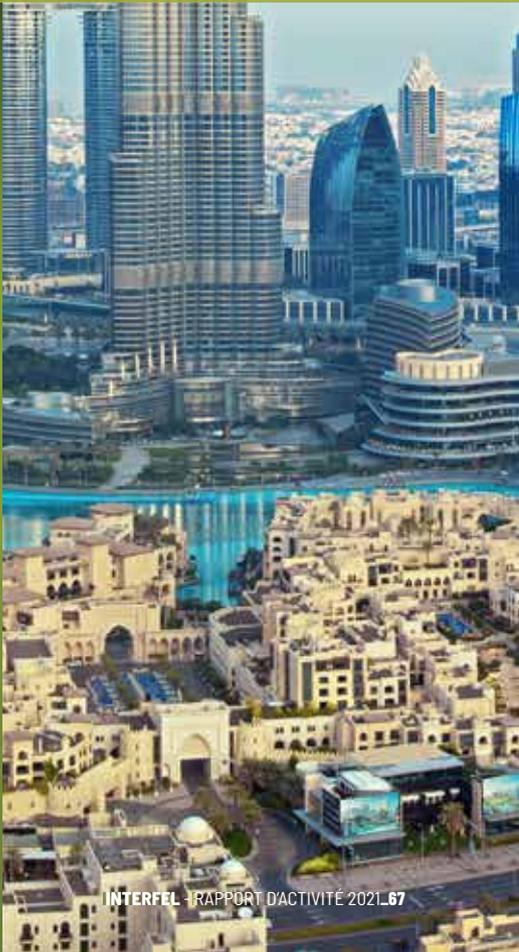
Une dynamique enclenchée qui se poursuit sur le terrain, notamment par l'organisation de la première journée technique « **Petits Fruits** » du CTIFL en septembre 2022. Enfin, un « Livre Blanc » est en préparation pour 2023 afin de consigner l'ensemble des échanges du GRP, mais aussi de mettre à disposition les ressources et des leviers spécifiques aux « **Petits Fruits** ».





# JAMAIS TROP INTERNATIONAL

COMMISSION INTERNATIONALE





**Christophe Belloc,**  
Président Exécutif



**Eric Guasch,**  
Président Délégué

<b>69</b>	Présentation de la commission
<b>70</b>	Négociations internationales
<b>71</b>	Communication internationale
<b>72</b>	Salons internationaux
<b>74</b>	Communication en Europe

Après la crise sanitaire de la COVID-19, une nouvelle crise est venue impacter le monde avec les hostilités déclenchées par la Russie sur le territoire Ukrainien le 24 février 2022. Les conséquences n'ont pas tardé à se faire ressentir pour nos professionnels : augmentation des coûts énergétiques, des coûts des intrants et perturbation des marchés européens et internationaux avec des reports de marchandises sur notre propre marché ou sur des marchés ultra concurrentiels comme le Moyen-Orient.

Pour pallier cette situation, la Commission Internationale d'Interfel a œuvré tout au long de cette année 2022 pour soutenir nos professionnels dans les différents marchés à l'exportation. Tout d'abord, nous avons mis en place un nouveau programme de promotion et de communication conséquent vers 6 pays du Moyen-Orient : Arabie Saoudite, Bahreïn, Émirats Arabes Unis, Koweït, Oman et Qatar. Ce programme appelé « EU GREEN MIDDLE EAST », soutenu par la Commission Européenne, a pour objectif de renforcer les ventes de fruits et légumes frais français et de faire connaître les démarches environnementales et sociétales de notre filière. En Asie et en Amérique, nous avons mis en place plus de 400 journées de dégustation pour faire connaître nos produits.

En Europe, nous avons touché plus de 2 millions de consommateurs via nos actions digitales sur la plateforme Taste France Magazine et les différentes actions influenceurs en Allemagne, en Espagne et au Portugal. L'année 2022 a été aussi marquée par la reprise des

salons internationaux. 36 entreprises françaises nous ont accompagné tout au long de cette année sur les 7 pavillons Interfel. La petite nouveauté vient de notre première participation au salon CPMA au Canada où les contacts furent fort intéressants pour nos opérateurs et même des courants d'affaires se sont réactivés à la suite de cette participation. Nous avons participé aussi à nouveau au salon Asiafruit Logistica en Thaïlande dans une ambiance très positive où les professionnels étaient ravis de se retrouver en Asie après deux années d'absence de rencontre.

Sur les marchés à l'exportation, l'année 2022 a été une année de reprise puisque nous avons augmenté de 11% nos exportations par rapport à l'année précédente. Cette reprise est due à la réouverture des marchés asiatiques et au dynamisme de nos exportations vers les pays d'Amérique du Sud. Par ailleurs, nous avons continué à œuvrer tout au long de l'année à l'ouverture de nouveaux marchés comme celui du Mexique pour la pomme française qui reste néanmoins en attente ou celui de la Colombie pour la prune française obtenu le 7 juin 2022.

Nos efforts doivent donc être poursuivis pour cette nouvelle année 2023 car l'exportation reste stratégique pour notre filière. En effet, à l'heure où le ministère lance son plan de souveraineté fruits et légumes, nous devons rappeler que le repli sur soi serait catastrophique pour nos professionnels et entraînerait par conséquent la perte de notre souveraineté. Espérons que notre message sera entendu.

*36 entreprises françaises nous ont accompagné tout au long de cette année sur les 7 pavillons INTERFEL. La petite nouveauté vient de notre première participation au salon CPMA au Canada où les contacts furent fort intéressants pour nos opérateurs et même des courants d'affaires se sont réactivés à la suite de cette participation.*



## Les membres de la commission internationale

### FNPF

Nicolas FABRE, Bruno DUPONT  
Daniel SAUVAITRE

### LÉGUMES DE FRANCE

Jacques ROUCHASSE,  
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

### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Fabien CHAMPION, André BOUCHUT

### ANEEFEL

Joël BOYER, Sabine ALARY,  
Éric GUASCH

### UNCGFL

Thierry MOUNEYRAC,  
Marc LE BRIS, Djilali BENZID

### FCD

Olivier PAGEAU, Hugues BEYLER

### FCA

Hervé MAYOUD, Frédéric LEGAL

### RESTAU CO

Marie-Cécile ROLLIN

### SNRC

Esther KALONJI

### CSIF

Véronique LE BAIL,  
François VIGUIER

### SNIFL

Emmanuel EICHNER,  
David PATTE, Cyril GORNES

### INVITÉS 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

### EXPERTS

#### À LA DEMANDE

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

# PRÉSENTATION DE LA COMMISSION (stratégie, membres, budget)

La Commission Internationale est composée de 45 membres. Elle a pour but de favoriser le développement des marchés des fruits et légumes frais que ce soit en Europe ou dans le monde. Elle intervient notamment sur :

- Le lobbying auprès des instances publiques dans les négociations internationales ;
- La mise en avant des opérateurs français dans les salons professionnels internationaux ;
- La valorisation des produits par des programmes de promotion sur les différents marchés ciblés en Europe et dans les pays tiers ;
- L'analyse et le suivi des échanges et des réglementations qui en découlent.
- Améliorer les outils de soutien à l'exportation pour les entreprises françaises en s'assurant qu'un dispositif d'assurance-crédit optimum soit maintenu sur les destinations à risque, en aidant au déblocage des frontières, notamment ;
- Exiger des accords de réciprocité dans les relations commerciales et lutter ainsi contre les barrières tarifaires et non tarifaires qui limitent notre capacité à exporter vers les pays tiers ;
- Assurer la diffusion d'information sur les échanges internationaux et le suivi des réglementations.

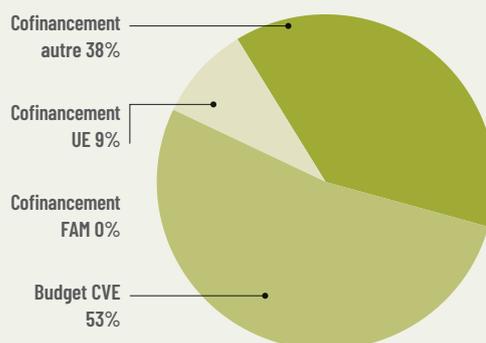
## LA STRATÉGIE INTERNATIONALE D'INTERFEL CONSISTE À :

- Accompagner la prospection des entreprises françaises via la participation aux salons internationaux et mettre en place des programmes de promotion sur les différents marchés ciblés pour soutenir les ventes ;

## LE BUDGET INTERNATIONAL 2022

Total réalisé = 2 479 172,00 €

Budget CVE	1 306 677,00 €
Cofinancement FAM	681,00 €
Cofinancement UE	223 738,00 €
Cofinancement autre	948 076,00 €



# NÉGOCIATIONS INTERNATIONALES

Le déficit de la balance commerciale s'est amélioré en 2022 pour les fruits et légumes frais en raison d'un redressement des exportations sur certaines zones du monde.

## PÉRIODE DE L'ACTION

janvier  
à décembre 2022

## OBJECTIFS

Représenter la filière française des fruits et légumes frais afin de pouvoir négocier l'ouverture de marchés 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.

## BILAN DES MARCHÉS INTERNATIONAUX DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN 2022

	2019	2020	2021	2022	Evolution 2021/2022
Exportations	2 070 648	2 056 694	1 949 794	2 164 756	11%
Importations	5 697 807	5 660 502	5 739 851	5 693 851	-1%
Balance commerciale	- 3 627 159	- 3 603 808	- 3 790 057	- 3 529 134	-7%

Source : Douanes Françaises

Néanmoins, les productions ont été impactées par la sécheresse de l'été provoquant des problèmes qualitatifs et les coûts de fret maritime sont encore restés élevés pour les produits venant d'Amérique du Sud. Concernant les exportations, le redressement a été constaté en Asie à la suite d'une accélération de la sortie de la crise COVID, à l'exception de la Chine, ce qui a entraîné une augmentation des échanges sur cette zone, en particulier sur le Vietnam où les volumes ont été multipliés par 2. Au Moyen-Orient, nous sommes encore loin des volumes exportés dans le passé, mais un léger redressement s'est fait sentir sur cette zone. À noter néanmoins que la situation en Arabie Saoudite reste inquiétante pour les productions françaises.

Nos exportations ont aussi augmenté sur le continent Américain, notamment en Colombie, au Guatemala et en Equateur. Pour finir, nos échanges intra-communautaires se sont accrus de 11% notamment en Espagne et en Allemagne. Hors Union Européenne, le Brexit continue de ralentir nos exportations vers le Royaume-Uni qui ont reculé de 8%. Concernant les importations, elles sont en baisse, notamment celles venant des pays de l'Union Européenne, et plus particulièrement d'Espagne, en raison des incidents climatiques : gel, sécheresse, etc. Le continent Africain a continué d'accroître ces exportations vers la France notamment le Maroc. Les autres zones du monde ont stagné voir diminué, comme l'Asie ou l'Amérique du Sud en raison du coût élevé du fret maritime.



## ÉTAT DES NÉGOCIATIONS

Les négociations internationales se sont déconfinées en 2022. En effet, les autorités phytosanitaires des différents pays ont redonné signe de vie et nous avons eu la bonne surprise de voir le marché Colombien s'ouvrir à la prune française le 7 juin dernier. Sur le même continent, les échanges ont continué tout au long de l'année avec le Mexique sans grande avancée malheureusement pour la pomme française. Au Canada, les autorités, satisfaites des mesures de renforcement sanitaire prises par les professionnels du poireau français, ont levé leurs mesures de surveillance spécifiques.

En Asie, la Chine, quant à elle, continue de prendre des dispositions de plus en plus lourdes pour les importations des produits agricoles et agroalimentaires et notamment pour

nos légumes frais qui doivent faire face à un enregistrement préalable pour être exportés vers cette destination. Cela contraste avec les autres pays d'Asie qui ont été très dynamiques pour nos produits au cours de cette année 2022. Au Moyen-Orient, les relations commerciales se sont apaisées après le boycott vécu l'année passée pour nos fruits. Néanmoins, ces marchés sont devenus ultra concurrentiels et en raison de la guerre en Ukraine, de nombreux pays, fournisseurs de la Russie, se sont rués vers ces destinations entraînant une perte de valorisation pour nos produits. Pour finir, sur le continent Africain, nous continuons à regretter la perte des marchés Algérien et Libyen : le premier n'émettant plus de licence d'importation pour la pomme et le second en raison de la situation politique chaotique que vit le pays.

# COMMUNICATION INTERNATIONALE

Après une année 2021 encore sous l'effet de la pandémie avec des actions digitalisées, l'année 2022 a été une année riche en événements promotionnels sur les pays tiers.



## PÉRIODE DE L'ACTION

janvier  
à décembre 2022

## OBJECTIFS

Valoriser et accroître les exportations françaises de fruits et légumes frais sur les pays tiers en informant les acteurs locaux majeurs (consommateurs, importateurs, distributeurs, etc.).  
Stimuler la notoriété et les ventes de fruits et légumes frais français.

## BILAN DES ACTIONS

**En Thaïlande**, 100 journées de promotion autour de la pomme se sont déployées dans des magasins et des marchés locaux. Les Thaïlandais ont partagé un moment convivial et enrichissant en dégustant nos pommes, ce qui a favorisé les actes d'achat dans le pays. Au Vietnam, plus de 200 jours de promotion en magasins ainsi que des films publicitaires ont attiré l'attention de plus de 120 000 consommateurs des plus grandes villes du Vietnam. D'autre part, la mise en place d'une Cooking Class animée par le renommé chef Hungazit a conquis de nombreux étudiants, chefs et médias locaux. Le chef a su jouer avec les saveurs de nos produits et proposer des recettes adaptées au mode de vie des Vietnamiens.

**En Colombie**, en plus des journées de dégustation et de promotion organisées sur différents points de vente, nos fruits et légumes ont parcouru plusieurs grandes villes du pays au cours de 30 journées « *apple bike* », des vélos itinérants qui permettent d'informer les passants et de proposer différentes variétés de pommes françaises. Ces « *apple bike* » invitent les Colombiens à découvrir et consommer des fruits français dans un environnement propice aux échanges.

Le but principal de toutes ces actions est de faire connaître et démontrer les qualités gustatives de nos produits à la population locale, afin de pouvoir accroître les achats et la demande de fruits et légumes français.

## Au Moyen-Orient

Dans le cadre du programme européen « **EUROPE NEVER TOO GREEN** » débuté en juin 2022 sur la zone Moyen-Orient, de multiples actions d'information et de promotion ont été mises en place sur 6 pays dont **les Emirats Arabes Unis, l'Arabie Saoudite, le Bahreïn, le Qatar, le Koweït et Oman**. Ces actions prennent la forme de partenariats avec des médias (chefs, influenceurs, journalistes), d'événements presse, de communiqués de presse, de participations à des salons professionnels (Gulfood), de formations BtoB, d'événements grand public ou encore de promotion en points de vente.



L'objectif de ces activités est de progressivement, au cours de trois années, sensibiliser les différentes cibles du programme aux qualités de notre production française, de changer les habitudes d'achats des populations de cette zone et, à terme, d'augmenter nos exportations sur ces marchés.

Pour débiter la saison et prévenir les professionnels de l'arrivée des fruits et légumes français sur la zone, divers communiqués de presse ont été relayés à plus de 6 millions de personnes. De même, plusieurs sessions de formations, auprès de jeunes étudiants cuisiniers en apprentissage et des professionnels de la distribution locale, se sont déployés afin de renforcer leur connaissance sur les qualités, les saveurs et les caractéristiques spécifiques de nos produits. Côté consommateurs, de multiples actions de dégustations et de promotions organisées dans les principaux points de vente de chaque pays a permis de sensibiliser plus de 19 000 personnes et d'engendrer les ventes de plus de 8 000 kilos de pommes !

Ces actions d'information et de promotion sont mises en place tout au long de l'année et beaucoup d'autres continueront d'être programmées jusqu'en 2026.



# SALONS INTERNATIONAUX

## PÉRIODE DE L'ACTION

janvier  
à décembre 2022

## OBJECTIFS

Assurer la présence institutionnelle de la filière, être un espace d'animations et de rencontres pour les professionnels français ainsi que pour les médias étrangers.

## BILAN DES ACTIONS

Le salon **Fruit Logistica**, s'est tenu en avril 2022 à **Berlin** et a été l'occasion pour nos nombreux professionnels de rencontrer leurs partenaires ainsi que leurs clients. Bien que cette édition ait encore été impactée par la pandémie, ce salon reste une des principales vitrines européennes pour nos produits. Notre French Restaurant ainsi que notre French Tower sont toujours très appréciés par les professionnels et les visiteurs.

**Fruit Attraction 2022** qui a eu lieu en octobre à **Madrid** est un événement incontournable pour la filière des fruits

et légumes frais. La situation géographique au sud de l'Europe permet au salon d'être une passerelle vers le reste du monde. Un cocktail institutionnel a été organisé lors de cette édition à l'ambassade de France en Espagne en présence de M. Jean-Michel CASA, Ambassadeur de France en Espagne et de plus de 150 professionnels.

Sur le continent américain, nos participations au **Global Produce and Floral Show** aux **États-Unis** et au CPMA à **Montréal au Canada** ont été une réussite. Cette année, Catherine BOTTI (Meilleur Ouvrier de France) nous a fait





l'honneur d'animer notre espace aux États-Unis et de proposer de savoureuses dégustations aux visiteurs, toujours nombreux sur ces événements.

Au Moyen-Orient, Interfel a participé pour la deuxième fois au **Gulfood 2022 à Dubaï**. Sur cette édition, nous étions accompagnés de 5 entreprises françaises et d'un chef français, dont la présence a engendré plus de 2 100 dégustations au travers six recettes gourmandes et colorées, qui ont satisfait les 45 000 visiteurs !

Pour finir, **l'Asia Fruit Logistica en Thaïlande** et le **CIIE en**



**Chine** sont toujours des moments indispensables pour faire des rencontres professionnelles et institutionnelles sur la zone Asie. Sur cette édition, le Consul Général de France à Shanghai M. Joan VALADOU nous a rendu visite sur notre stand pour pouvoir (re)découvrir nos sublimes pommes françaises.

La présence d'Interfel sur tous ces salons est primordiale car ce sont des lieux d'échanges essentiels pour présenter nos fruits et légumes frais français à travers le monde.

### En chiffres

**36 ENTREPRISES FRANÇAISES**

présentes sur les salons professionnels

**2 SALONS EN EUROPE**

(Espagne et Allemagne)

**5 SALONS**

dans les pays tiers (Thaïlande, Chine, Emirats Arabes Unis, Canada et Etats-Unis)



# COMMUNICATION EN EUROPE



## En chiffres

**5 RECETTES ET  
4 REPORTAGES**

inédits avec Taste France Magazine

**5 DÉMONSTRATIONS**

culinaires en Espagne et au Portugal

**PLUS DE  
2 MILLIONS**

de consommateurs touchés !

## BILAN DES ACTIONS EUROPÉENNES

**En Allemagne**, plusieurs semaines de promotion estivales se sont déroulées autour de l'abricot français. 17 influenceurs/ influenceuses ont été sélectionnés pour participer à un atelier culinaire organisé à Hambourg lors duquel les participants se sont prêtés au jeu et ont créé des recettes avec l'abricot en ingrédient principal. Plus de 10 nouvelles recettes ont été préparées !

De plus, les nombreuses recettes diffusées sur les réseaux sociaux ainsi qu'un jeu concours ont conquis les consommateurs allemands. Au total, ce sont **plus de 1.6 millions de consommateurs** qui ont été touchés par cette campagne !

**En Espagne**, au cours de l'année 2022, deux Masterclass et deux Showcooking ont été organisés à Madrid et à Barcelone en collaboration avec le chef espagnol Fran Vicente. Ces démonstrations culinaires ont contribué à faire connaître les atouts qualitatifs et nutritionnels de nos fruits et légumes à des élèves en apprentissage passionnés.

**Au Portugal**, le chef portugais Luis Machado et le chef français Charles Soussin ainsi que plusieurs influenceurs ont partagé un moment convivial et instructif lors d'une Masterclass à Lisbonne autour des fruits et légumes français. Cinq recettes inédites combinant cuisine française et portugaise ont été préparées avec les participants et relayées sur leurs réseaux sociaux.

En continuité avec les années précédentes, de nouveaux produits de saison ont été mis en avant, au travers du média Taste France Magazine, sur 3 marchés cibles : **le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne**. La fraise, l'ananas, l'asperge, le chou-fleur, l'ail, la pomme et le kiwi ont été à l'honneur cette année via des recettes gourmandes, simples à réaliser et des reportages éducatifs sur la production de ces fruits et légumes.



La diffusion de ces **contenus originaux et savoureux** permet de valoriser les fruits et légumes français sur les principaux réseaux sociaux de chaque pays ainsi que de soutenir la consommation de ces produits sur les marchés ciblés.

**Toutes nos actions européennes et internationales sont à retrouver sur nos réseaux sociaux Instagram et Twitter @fruitvegfromfr**





# JAMAIS TROP D'INNOVATION, DE RECHERCHES ET DE QUALITÉ

COMMISSION SIREF





**Philippe Guyot,**  
Président délégué



**Jean-Michel Delannoy,**  
Président exécutif

- 77** Commission SIREF
- 78** Accords interprofessionnels qualité
- 79** Les Signes d'Identification de La Qualité et de l'Origine

- 80** Le contrôle des accords interprofessionnels
- 82** GT innovation concours foodtech

Alors que nous envisagions une année 2022 calme sur le plan sanitaire, il n'en fut rien et nous fûmes dans l'obligation de revoir notre programme de réunions. Cependant 2022 étant une année de renouvellement de l'accord interprofessionnel de la cotisation Ad Valorem, nous devions travailler sur la partie concernant la Commission SIREF. Alors le séminaire de travail prévu début 2022 associé à une visite du Centre technique opérationnel du CTIFL de Carquefou fut déplacé de quelques semaines et se tint début avril. En lieu et place d'un séminaire, nous avons confié un travail aux organisations professionnelles nationales membres de la Commission SIREF sur les inflexions à apporter au programme 2020-2022. En effet, celui-ci ayant été construit après de longs entretiens avec chacune des organisations et nécessitant plusieurs années pour être mis en œuvre dans sa globalité, le revoir en totalité n'aurait pas été cohérent. La qualité reconnue des participants de la Commission SIREF a fait que tous se sont prêtés au jeu et ont fait part de leurs souhaits d'inflexions. Les échanges et débats du 1<sup>er</sup> avril ont permis d'aboutir à un consensus validant la poursuite de la ligne construite en 2020 avec des inflexions visant à investir

des champs liés à l'énergie, à l'intelligence économique ou encore à augmenter des lignes budgétaires notamment sur les thématiques Valeur et Transfert.

Il a été aussi finalisé en conscience la position sur la création variétale. La Commission SIREF a formulé la conclusion suivante à ses travaux de 2021 : « l'interprofession ne peut s'investir à proprement parler dans la création variétale mais doit créer une relation forte (tous les maillons, aval inclus) avec les acteurs interprofessionnels de la création variétale ». La mise en œuvre est en cours.

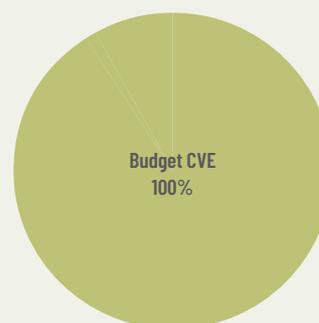
Enfin forte de ses 6 années d'existence, la Commission SIREF a su défendre et expliciter ses besoins financiers pour 2023 et dans un contexte de restriction budgétaire, maintenir à un niveau raisonnable l'enveloppe affectée au CTIFL. Cela permettra de poursuivre une grande partie de ses travaux et n'obérera pas l'avenir surtout au moment où les pouvoirs publics décident la mise en place d'un plan de souveraineté Fruits & Légumes avec de fortes orientations Recherche-Expérimentation.

*Les échanges et débats du 1<sup>er</sup> avril ont permis d'aboutir à un consensus validant la poursuite de la ligne construite en 2020 avec des inflexions visant à investir des champs liés à l'énergie, à l'intelligence économique ou encore à augmenter des lignes budgétaires notamment sur les thématiques Valeur et Transfert.*

### LE BUDGET SIREF 2022

Total réalisé = 14 599 449,00 €

Budget CVE	14 599 449,00 €
Cofinancement FAM	-
Cofinancement UE	-
Cofinancement autre	-



# 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 :

### 1 - 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.

### 2- Identifier et évaluer de nouveaux gisements de compétitivité ;

- Accompagner l'émergence de nouveaux schémas économiques.

### 3- 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.

### 4- 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.

### 5- Potentiel des innovations

### 6- 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'interprofession a investi 14,5 M€ en 2022 dans la recherche et l'expérimentation sur les fruits et légumes, y compris le transfert des résultats.

Jonglant avec les conditions sanitaires, les membres de la Commission ont pu se retrouver le 31 mars et le 1<sup>er</sup> avril sur le Centre CTIFL de Carquefou afin de découvrir le centre spécialisé dans la production sous serre avec des travaux techniques notamment lié à la maîtrise de la fertilisation, de l'hygrométrie et de la température (problématique eau/énergie) mais aussi d'autres sujets comme par exemple la cohabitation des productions pour profiter de leurs effets attractifs/répulsifs de prédateurs et/ou d'auxiliaires de culture. Cette visite fut aussi l'occasion de découvrir les travaux sur la mécanisation et l'automatisation du désherbage.



2022 fut l'occasion de reprendre la réflexion autour de la stratégie en matière de recherche-expérimentation-innovation-formation pour les 3 années à venir eu égard à la demande de renouvellement de l'extension de la cotisation Ad Valorem. En bonne intelligence, les membres de la Commission SIREF ont travaillé sur les inflexions à apporter à la stratégie élaborée en 2019 pour la période 2020-2022. Un travail de fond mené au sein des organisations professionnelles membres d'Interfel a permis d'aboutir à un programme cohérent dans la continuité du précédent. La Commission SIREF a pris part à la concertation mise en place en fin d'année par les pouvoirs publics dans le cadre de la construction d'un plan de souveraineté Fruits & Légumes. Elle a en effet activement participé aux côtés du CTIFL au GT3 : Recherche-Expérimentation, Formation & Renouvellement des Générations. 2023 devrait en voir les effets.

Enfin, la Commission SIREF a veillé fin 2022 à préserver un financement d'Interfel au CTIFL permettant de maintenir un grand nombre des travaux du Centre technique dans un contexte de vigilance budgétaire mais aussi d'augmentation des coûts. Si le financement accordé par Interfel au CTIFL dans un premier budget prévisionnel n'est pas à la hauteur des attentes, il reste proche des 14 M€ accordés autrefois. La mobilisation de tous devrait permettre d'obtenir des enveloppes supplémentaires dans le cadre de dispositifs publics. Une réflexion est aussi ouverte pour donner plus de visibilité au CTIFL sur le financement dont il pourrait disposer à l'avenir.

## Les membres de la commission SIREF

### FNPF

Luc BARBIER,  
Adeline GACHEIN,  
David AILHAUD

### LÉGUMES DE FRANCE

Cyril POGU,  
Bernard GUILLARD,  
Gérard ROCHE

### FELCOOP

Jean Michel DELANNOY  
(Président Exécutif),  
Jean NOUGAILLAC,  
Hubert JACOB

### GEFeL

Jean Louis MOULON,  
Bruno DARNAUD,  
Vincent SCHIEBER

### COORDINATION RURALE

Jean Louis OGIER

### CONFÉDÉRATION

### PAYSANNE

André BOUCHUT

### ANEEFEL

Philippe DUPONT,  
Sabine ALARY,  
Joël BOYER

### UNCGFL

Dominique MONLOUP,  
Philippe GUYOT  
(Président Délégué),  
Claire CRESTIN-DOMISSE

### SAVEURS COMMERCE

Christel TEYSSEDE,  
Jean-Marc BRODBECK,  
Audrey LAURY,  
Sandrine CHOUX

### FCD

Georges DANIEL,  
Philippe MAHE

### FCA

Hervé MAYOUD,  
Frédéric LEGAL

### RESTAUC'CO

Yves FRIOT

### SNRC

Philippe PONT NOURAT

### CSIF

Philippe PONS

### SNIFL

Denis GINART

# ACCORDS INTERPROFESSIONNELS QUALITÉ

La construction d'accords interprofessionnels est au cœur des missions d'une interprofession. 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 pensées par la filière pour ses professionnels, votées à l'unanimité des collègues 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. Le tableau ci-après présente les accords qualité en vigueur en 2022.

ACCORD INTERPROFESSIONNEL	OBJET DE L'ACCORD	STATUT DE L'ACCORD EN 2022
Concombre	Calibrage	Non étendu**
Echalote	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**
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 française et européenne et sont toujours en cours.



## ACCORDS TRAVAILLÉS ET RENOUVELÉS EN 2022

### Kiwi Hayward – Date de récolte, date de commercialisation, maturité

Cet accord a pour objet d'améliorer la qualité des kiwis variété Hayward commercialisés. Des critères de qualité sont fixés dès la cueillette et applicables tout au long de la chaîne de commercialisation : teneur en sucre minimale (ou taux de matière sèche) au stade de la récolte (la norme spécifique prévoit cette valeur minimale au stade de conditionnement), couplée à une teneur en sucre minimale au stade de gros et au détail. L'accord fixe en parallèle une date de récolte et une date de commercialisation minimales, ces deux dates optimisant un niveau qualitatif en association avec les critères de maturité (taux de sucre). Il est en vigueur et étendu pour les années 2023-2025. À noter qu'il n'a été que partiellement étendu (exclusion de l'article 2 sur la date de récolte).

### Melon Charentais – Calibrage, conditionnement

Faisant suite à un travail de longue haleine impulsé par l'Association Interprofessionnelle Melon (AIM), les professionnels ont fait évoluer les dispositions de l'accord interprofessionnel. Ainsi, une nouvelle grille de calibrage a vu le jour, plus adaptée aux caractéristiques des nouvelles variétés de melon et aux demandes du marché. En parallèle, l'accord change pour répondre aux nouvelles exigences des pouvoirs publics en proposant une grille de calibre au poids et une grille de calibre au diamètre (bien que cette pratique ne soit pas rencontrée dans la filière). L'accord est en vigueur et étendu pour les années 2023-2025.

### Prune – Conditionnement

Cet accord a pour objet d'améliorer la qualité des prunes tout au long du circuit de commercialisation en limitant les volumes dans certains emballages. Dénrées fragiles, les prunes peuvent se détériorer après leur conditionnement. Les fruits meurtris évoluent davantage et peuvent impacter les autres fruits du colis. La limitation du volume de fruits dans un même emballage évite leur écrasement et leur

éclatement. Par cet accord, les prunes sont préservées dans leur intégralité. L'accord est en vigueur et étendu pour les années 2023-2025.

## VERS UNE MEILLEURE DIFFUSION DES BONNES PRATIQUES

Afin d'accompagner les opérateurs de la filière, Interfel déploie toujours plus d'outils adaptés à leurs besoins. Sur la thématique de la qualité, des guides professionnels ont ainsi été créés depuis 2021, le premier de cette collection étant le guide noix fraîche.

L'objectif est de fournir les rappels sur un accord interprofessionnel qui encadre la commercialisation du produit concerné, de diffuser les conseils essentiels pour améliorer la connaissance sur le produit, dans l'optique de mieux le valoriser auprès du consommateur. Ces informations sont rassemblées dans des guides professionnels et traduisent le lien entre le savoir-faire au stade de la production et l'expertise mise en œuvre à l'aval pour maintenir la qualité d'un produit.

En 2022, l'échalote a ainsi également été mise en lumière. Les professionnels ont souhaité mettre en avant la nécessaire connaissance du produit pour une meilleure identification par le consommateur. Le guide a été soutenu par une campagne presse et média, en parallèle d'une valorisation par les Experts Produits du GIE-GIEC directement sur le terrain. Un stop-rayon permettrait également de capter l'attention du consommateur en rayon. En parallèle, le guide sur la noix fraîche a fait l'objet d'une réédition et d'une valorisation sur le terrain via les Experts Produits.

## NOUVEAU

Suite à la refonte du site internet d'Interfel fin 2022, retrouvez facilement toute la documentation en lien avec la qualité et la réglementation grâce :

- au tableau des normes qualité qui vous permet une vision complète de la réglementation par produit ;
- au moteur de recherche de la page « Documentation ».

## En chiffres

### 250 GUIDES

professionnels imprimés mis à la disposition des opérateurs de la filière ;

### + DE 900

stop-rayons commandés ; des actions utiles de sensibilisation en magasin par les Experts Produits du GIE-GIEC.

Il est toujours possible de consulter les guides déployés à date sur la plateforme « Documentation » de votre site [www.interfel.com](http://www.interfel.com). L'élaboration d'autres guides devrait se poursuivre en 2023.



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

**Les SIQO (signes d'identification de la qualité et de l'origine) sont inscrits dans le plan de filière Fruits & Légumes de 2018 avec un objectif commun avec le bio : atteindre 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 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.**

Deux études avaient 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 clé d'entrée de l'étude était un axe régional afin d'avoir une vision plus précise des démarches officielles de qualité et des difficultés auxquelles les acteurs de ces filières sont confrontés.

À la suite d'une réunion qui s'était tenue en septembre 2021 à Agen avec les Organismes de Défense et de Gestion (ODG) de la région, le constat fut que la filière des fruits et légumes sous SIQO manque de visibilité, notamment au début des campagnes. Cette réunion a permis de favoriser les échanges avec l'AANA, structure régionale gérant des

cahiers des charges sous SIQO. Interfel a contribué au rendez-vous de la qualité sur la thématique de la suppression des emballages plastiques qui soulève des questionnements au sein de la filière des fruits et légumes frais sous SIQO. Ce webinar fut un succès, que ce soit en nombre de participants mobilisés mais aussi en échange au cours et à l'issue des présentations.

Interfel a initié en 2022 la mise en place d'un baromètre des fruits et légumes sous SIQO afin de disposer d'un suivi économique annuel complet propre à notre secteur. Avec ce suivi annuel, Interfel pourra identifier les leviers à actionner afin de valoriser et développer les filières de fruits et légumes sous SIQO.





# LE CONTRÔLE DES ACCORDS INTERPROFESSIONNELS

Les Experts Produits du GIE Expertise et Contrôle (GIE-GIEC) sont en charge du contrôle de la bonne application des accords interprofessionnels « qualité » et du logo Fruits et Légumes de France. Le GIE est composé de deux membres : Interfel et le CNIPT (interprofession de la pomme de terre). Présent sur tout le territoire national, le corps de contrôle intervient tout au long du circuit de commercialisation, à tous les stades, et opère de manière inopinée.

La mission des Experts Produits s'enrichit d'une mission de pédagogie essentielle et ne se limite donc pas à la seule vérification du bon respect des accords. Parce qu'ils sont présents quotidiennement auprès des opérateurs, leur rôle est primordial pour relayer les messages de l'interprofession, notamment sur la thématique de la qualité.

Témoins privilégiés de la vie des rayons, des étals et des produits disponibles dans les structures visitées, les Experts Produits communiquent régulièrement leurs observations du terrain aux équipes d'Interfel. Nouveautés produits, innovations de service ou encore stratégies de communication, leur présence en point de vente permet à Interfel de diffuser une lettre d'information aux membres de la Commission Économie compilant tous les deux mois environ les informations relevées.

## 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.

Le logo existe sous une forme générique ainsi que sous la forme de déclinaisons par produit : abricots, aubergines, cerises, concombres, pommes, poires, poivrons, kiwis, raisins et tomates. Pour plus d'informations sur la démarche, nous vous invitons à consulter le site [bit.ly/413MOWl](http://bit.ly/413MOWl).





Lieux visités en 2022



Origine des lots contrôlés

## En chiffres

**69 924** lots de produits ont été contrôlés, dans les 3 774 lieux visités

**443** rapports de constatation (RC) ont été établis dont 108 sur le logo Fruits & Légumes de France

**0,50 %** de lots de fruits ou légumes ont été contrôlés non-conformes aux accords interprofessionnels en vigueur.





# GT INNOVATION CONCOURS FOODTECH

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 2022 a été consacrée au lancement du concours Foodtech « Des Fruits. Des Légumes. Et des Idées ! ».

Ainsi, un webinaire de lancement du concours a eu lieu le 1<sup>er</sup> mars 2022, permettant aux participants d'appréhender la proposition d'accompagnement formulée envers les porteurs de projet.

Les projets ou nouvelles solutions recherchés devaient être de nature à améliorer :

**1- Le parcours d'achat** : toutes démarches ou actions requises qui facilitent l'accessibilité des fruits et des légumes frais ;

**2- L'expérience de consommation** : tout ce qui peut faciliter la consommation des fruits et légumes frais à la maison ou au restaurant.

32 solutions ont été déposées, 3 lauréats ont été finalement sélectionnés par un jury composé de professionnels de la filière afin de les accompagner dans un mécénat de compétence durant 6 mois. Il s'agit de :

• **Friigo Magic** : application de composition de recettes à partir des ingrédients présents à la maison. L'idée est de mettre en place un dispositif d'accompagnement phygital (physique + digital) qui permet de faciliter la consommation des fruits et légumes auprès des millenials ;

• **Ethno'Kids par Eutopique** : l'idée est de rendre les enfants acteurs de leur alimentation en les impliquant activement et collectivement dans un projet sur la transition alimentaire ;

• **MUVA** : concept innovant, à mi-chemin entre un magasin physique et un magasin en e-commerce permettant de redonner goût aux emplettes de fruits et légumes en les rendant attractives et pratiques. Grâce au scan mobile, la commande sera passée en un éclair.

Le 11 juillet 2022 a eu lieu le kick-off du concours Foodtech « Des Fruits. Des Légumes. Et des Idées ! ». Cette journée fût l'occasion d'échanger avec les trois porteurs de projets sur leur besoin. Les professionnels présents ont pu, lors





des ateliers proposés, questionner les porteurs de projets et mettre en place une réflexion sur les prochaines étapes clés du programme d'accompagnement.

Le 26 septembre 2022 s'est tenu le second atelier d'accompagnement des startups. Cette journée fut une nouvelle fois l'occasion d'orienter la réflexion des 3 lauréats sélectionnés afin de faire avancer leur projet grâce à l'accompagnement de la filière. De plus, ont été présentés les résultats des panels consommateurs questionnés sur chacune des solutions innovantes, afin de travailler sur la compréhension du client/utilisateur.



La clôture du concours Foodtech s'est déroulée le 19 décembre 2022. Cette journée fut l'occasion de revenir sur les résultats des questionnements faits auprès des professionnels de la filière sur les 3 solutions innovantes et leur réorientation faite tout au long de l'accompagnement. Ce fut également l'occasion de mettre en avant les mises en situation (POC= preuve de concept) l'une réalisée par MUVA et l'autre programmée par Eutopique sur le début 2023.

L'après-midi fut l'occasion de lancer le Challenge Innovation Edition 2, en présence du Président d'Interfel, Laurent Grandin et du Directeur d'Interfel, Alexis Degouy. Cette édition 2 qui aura lieu en 2023, garde la même thématique d'accessibilité des fruits et légumes frais mais sera ouverte à un public plus large, à savoir :

- **Catégorie 1** : startups et initiatives innovantes ;
- **Catégorie 2** : acteurs académiques ou de la recherche ;
- **Catégorie 3** : acteurs ou parties prenantes de la filière des fruits et légumes frais ;
- **Catégorie 4** : collaborateurs de la filière.



## VISITES EXPLORATOIRES

En parallèle de ce lancement du concours Foodtech, le GT Innovation a poursuivi ses explorations au cours de l'année.



Ainsi, le 1<sup>er</sup> avril, une visite de la plateforme logistique innovante de Système U fut organisée lors de la Commission SIREF délocalisée à Carquefou. Le projet d'automatisation de la chaîne de tri était en cours, afin d'améliorer les conditions de travail, sur le volet pénibilité, sans pour autant remplacer les hommes par des machines.

Le mercredi 20 avril fut, pour le GT innovation, une journée exploratoire dans les locaux de Rungis&co, l'incubateur du Marché de Rungis, créé en 2015. L'objectif était de découvrir et rencontrer l'écosystème startup. Dans un espace de coworking de 800m<sup>2</sup>, l'incubateur repense la chaîne de valeur de la distribution alimentaire avec les acteurs du Marché de Rungis, se trouvant dans un écosystème unique. Il accompagne près de 40 entrepreneurs par an. Quelques « success story » ont été incubées à Rungis&Co : Pandobac,



Colis Frais ou encore DigitalFoodConnect. Cette journée a permis également d'échanger avec 8 startups en cours d'incubation au sein de Rungis&co qui sont venues présenter leur projet aux membres du GT innovation. Fort de ces rencontres riches avec des personnes ultra-motivées et passionnées par leur projet, les membres du GT Innovation sont ressortis de cette journée armés pour aborder le concours Foodtech.

Le 15 novembre 2022 fut une exploration sur la thématique du financement de l'innovation dans les locaux de Smartfood Paris. Cette journée permit aux membres du GT Innovation, ainsi qu'aux 3 porteurs de projet d'avoir une vision à 360° des différentes solutions qui sont proposées soit par des structures privées soit par des structures publiques. Entreprendre, c'est avoir une stratégie financière ce qui est souvent oublié à tort. L'éclairage et les conseils apportés sont essentiels pour adopter une bonne dynamique et prendre

conscience des différentes possibilités de financement. 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.

## ECOTROPHÉLIA

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.

Le jury Fruits et Légumes, présidé par Georges Daniel, s'est réuni à l'occasion du concours étudiant ECOTROPHÉLIA à Nancy le jeudi 23 juin 2022.

Cet événement est un moment privilégié entre des étudiants inventifs et des professionnels à la recherche d'idées pour **l'alimentation de demain valorisant les fruits et légumes et leur accessibilité.**

**Le prix « Innovation Fruits et Légumes »** de cette édition, accompagné d'une dotation de 4 000 €, a été décerné aux Sauces Papillon de l'Institut Agro Montpellier, des sauces fraîches aux légumes de saison. Un produit innovant :

- qui met à l'honneur des ingrédients frais ;
- avec une gamme qui se décline à chaque saison riche de légumes du moment (pesto d'ail des ours, sauce tomates mijotées, crème de potimarron, etc.) ;
- qui préserve toutes les qualités des légumes grâce à sa méthode de fabrication douce.



Cette remise de prix fut la dernière car la stratégie d'innovation mise en place depuis 2 ans a fait se questionner Interfel quant à sa participation au concours d'Ecotrophélie, aboutissant à la décision de mettre fin à 18 années de partenariat.



# JAMAIS TROP RÉGIONAL

COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX





Jean-Marc Brodbeck,  
Président délégué



Régis Aubenas,  
Président exécutif

87 Commission des Comités régionaux d'Interfel

88 Comité régional d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes

89 Comité Régional d'Interfel Ile-de-France

90 Comité régional d'Interfel Hauts-de-France

91 Comité régional d'Interfel Centre-Val de Loire

92 Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine

93 Le réseau des diététiciens

Créée en 2020, la Commission des Comités régionaux fut pleinement opérationnelle en 2021 et trouva son rythme de croisière en 2022. En effet, cette année, 3 réunions permirent de valider la réalisation du programme 2021, suivre la réalisation de celui de 2022 et construire celui de 2023, tant dans leurs aspects action que financement.

Nous ne pouvons qu'être fiers de la mise en place de ces Comités régionaux et de l'action de la Commission qui vise à construire la cohérence nécessaire entre les Comités, les accompagner dans le déploiement sur le territoire de la stratégie nationale et contribuer à les faire grandir dans leur rôle politique et institutionnel en particulier. Les actions menées par chacun d'entre eux en 2022 montrent clairement leur intérêt que ce soit le Festival Le Goût en Couleurs dans les Hauts-de-France, la journée de table-rondes autour de « Comment concilier les attentes citoyennes et les enjeux de la filière des fruits et légumes frais ? » en Auvergne-Rhône-Alpes, l'opération de valorisation des fruits et de la filière des F&L dans les lycées en Nouvelle-Aquitaine, l'action interfilière (inter-interprofessionnelle) lors de Ferme Expo en Centre-Val de Loire ou encore l'opération INSERFEL autour de l'insertion dans la filière F&L en Ile-de-France. Si l'attractivité des métiers reste un sujet central pour les professionnels sur le terrain, un travail a débuté et devra se poursuivre au sein de la Commission des Comités régionaux pour trouver les modalités et les limites d'actions des Comités sur le thème.

La fierté de cette Commission tient aussi dans la visibilité de plus en plus grande des Comités sur le terrain au regard de leur invitation à participer à de nombreuses réunions et à leur place de plus en plus naturelle dans les paysages institutionnels territoriaux. Elle tient aussi en la création du 6<sup>ème</sup> Comité régional prévue en 2023 avec Provence-Alpes-Côte d'Azur.

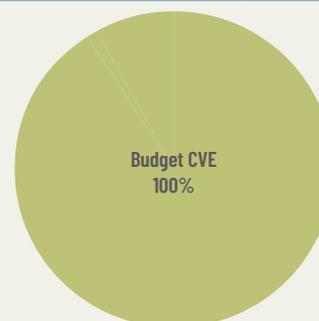
Il restera à régler la question de la composition et de la participation à notre Commission des Comités régionaux ainsi que les moyens des Comités qui seront une preuve de l'ambition du national pour le territorial.

En attendant, nous ne pouvons que féliciter tous les administrateurs des Comités régionaux et leurs délégués régionaux pour la bonne réalisation d'actions positives et constructives pour valoriser, faire connaître, promouvoir la filière, faire reconnaître l'importance de chacun de ses maillons et de ses acteurs !

## LE BUDGET DES COMITÉS RÉGIONAUX 2022

Total réalisé = 1 014 143,00 €

Budget CVE	1 014 143,00 €
Cofinancement FAM	-
Cofinancement UE	-
Cofinancement autre	-



*Si l'attractivité des métiers reste un sujet central pour les professionnels sur le terrain, un travail a débuté et devra se poursuivre au sein de la Commission des Comités régionaux pour trouver les modalités et les limites d'actions des Comités sur le thème.*

# COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

Pour sa 3<sup>ème</sup> année d'existence, la Commission des Comités régionaux a poursuivi ses travaux de construction et de consolidation de son rôle dans la gouvernance d'Interfel et de suivi de la mise en place des Comités régionaux. Lieu d'échange institutionnel avec les représentants des organisations professionnelles nationales membres d'Interfel, la Commission fut l'occasion en 2022 de 3 réunions riches d'échanges pour conforter, consolider, valider les actions menées par chacun des Comités régionaux.

À la suite du renouvellement du Conseil d'administration d'Interfel fin 2021, la première réunion de la Commission des Comités régionaux de 2022 fut l'occasion d'élire le Président exécutif. Le Conseil d'administration d'Interfel ayant désigné Jean-Marc BRODBECK, Saveurs Commerce, Collège Aval, à la présidence déléguée, il revenait donc statutairement à un président de Comité régional, du Collège Amont, de prendre la présidence exécutive. Régis AUBENAS, FNPFruits, Président d'Interfel AuRA, fut ainsi élu Président exécutif. 2022 fut aussi l'année de la demande de création d'un 6<sup>ème</sup> Comité régional, en Provence-Alpes-Côte d'Azur, après la création en 2021 du 5<sup>ème</sup> en Centre-Val de Loire. L'aboutissement de cette demande est programmé sur début 2023.

La création du Comité Centre-Val de Loire fut l'occasion d'un toilettage des statuts des Comités régionaux pour tirer les leçons de 3 années d'existence. Si les missions n'ont pas été modifiées, parmi les évolutions figure notamment le fait que l'ensemble des organisations professionnelles membres d'Interfel sont obligatoirement membres des Comités sauf information contraire venant de l'organisation. Il a aussi été revu les liens entre Interfel et les Comités pour respecter un cadre de fonctionnement normal d'une association autonome. Il est bien entendu resté des verrous permettant de rappeler le lien fort entre Interfel et les Comités qui ne peuvent être indépendants. Les nouveaux statuts imposent aussi la présence d'un Commissaire aux comptes dans chaque Comité. Les nouveaux statuts ont été adoptés par chacun des Comités régionaux au cours de l'année 2022.

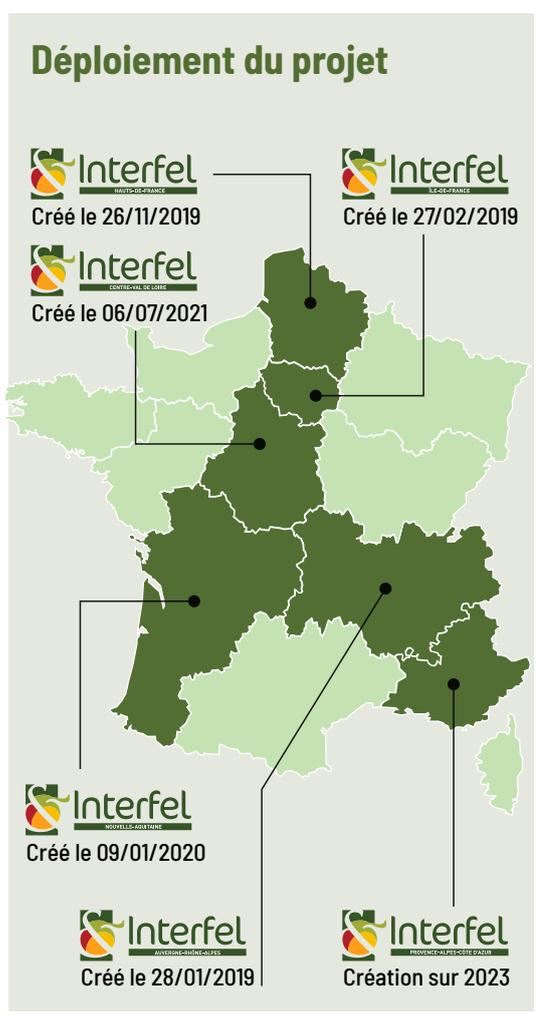
Les actions fortes de chaque Comité font l'objet d'un résumé dans les pages suivantes. Avant d'être mises en place, elles sont présentées, discutées, validées lors des Commissions des Comités régionaux. Ces moments de validation sont aussi des moments d'enrichissement de tous les Comités mais aussi de co-construction des actions avec les organisations professionnelles nationales représentées dans la Commission. De manière globale, les actions des Comités régionaux sont de 3 ordres et figurent dans leur feuille de route ainsi :

- Représentation institutionnelle de la filière auprès des acteurs territoriaux (élus, acteurs politiques, acteurs économiques, acteurs associatifs...);
- Communication / valorisation de la structuration de la filière et de ses composantes ;
- Cohésion professionnelle territoriale.

La Commission est aussi un moment fort d'échange entre les Présidents des Comités régionaux.

Enfin, pour permettre aux administrateurs des Comités régionaux de disposer de données fiables et tangibles concernant leur région, des monographies ont été réalisées en 2022 pour les régions Centre-Val de Loire et Provence-Alpes-Côte d'Azur. La réalisation a été confiée au CTIFL.

Des projets sont déjà inscrits pour 2023 : organiser de temps en temps des échanges entre tout ou partie des administrateurs des Comités régionaux, réfléchir à l'optimisation de la composition des Comités régionaux, travailler sur des actions transversales aux Comités régionaux, notamment dans le cadre de la révision de la convention 2023-2025 entre Interfel et chaque Comité régional, mettre à jour les monographies pour les 4 premiers Comités régionaux (Auvergne-Rhône-Alpes, Ile-de-France, Hauts-de-France, Nouvelle-Aquitaine).



## Les membres de la commission des comités régionaux

- FNPF**  
Daniel SAUVAITRE
- LÉGUMES DE FRANCE**  
Frédéric RICHE
- FELCOOP**  
Jean-Louis CHAPEYROUX
- GEFeL**  
Daniel SAUVAITRE
- COORDINATION RURALE**  
Sébastien HERAUD
- ANEEFEL**  
Bernard GERIN
- UNCGFL**  
Yves MUSTEL
- FCA**  
Hervé MAYOUD,  
Vincent MARTIN
- RESTAUC'CO**  
Philippe LAPOUGE
- SNRC**  
Antoine MASSENET
- CSIF**  
Philippe PONS
- SNIFL**  
Denis GINART
- INVITÉS PERMANENTS**  
Daniel SAUVAITRE  
Secrétaire général  
Georges DANIEL  
Trésorier  
Christian BERTHE  
Président Exécutif  
Eric MOREAU  
Comité régional  
Ile-de-France  
Régis AUBENAS  
Comité régional  
Auvergne-Rhône-Alpes  
Jean-Marc BRODBECK  
Comité régional  
Hauts-de-France  
Jean Hugues BELLAND  
Comité régional  
Nouvelle-Aquitaine  
Benoit GILLES  
Comité régional  
Centre-Val de Loire  
Sabine ALARY  
Comité régional  
Provence-Alpes Côte d'Azur

# COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Reportés à cause du contexte sanitaire, les événements, souhaités par les professionnels pour mieux faire connaître la filière des fruits et légumes frais auprès d'un public essentiellement institutionnel, se sont cette fois-ci bien tenus les 13 et 14 mai 2022 en partenariat avec la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

## ÉVÈNEMENTS DES 13 ET 14 MAI 2022

Le vendredi 13 mai, au sein de la salle du Conseil de la région, se sont tenues les tables rondes intitulées **Alimentation, santé, territoires et environnement : comment concilier les attentes citoyennes et les enjeux de la filière des fruits et légumes frais ?** divisées en quatre parties :

- Le dynamisme de la filière des fruits et légumes frais en Auvergne-Rhône-Alpes ;
- Les enjeux de l'agroécologie vus par le CTIFL, avec la contribution des chambres d'agriculture ;
- Les bienfaits de la consommation des fruits et légumes vus par les scientifiques ;
- Relocalisation, proximité : constats et perspectives.

Sous la présidence de Laurent WAUQUIEZ, le vice-président à l'Agriculture, Jean-Pierre TAITE, a introduit ces échanges de concert avec le président du Comité régional d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes, Régis AUBENAS.

Près de 200 personnes étaient présentes pour assister aux débats dans lesquels les administrateurs du Comité régional ont activement participé.

La conclusion revint à Régis AUBENAS et au vice-président du Comité régional, Christian BERTHE.

Le lendemain, en complément du Food Truck Jamais Trop, les administrateurs se sont une fois de plus mobilisés en nombre afin de faire découvrir, cette fois-ci au grand

public, sur l'esplanade de l'Hôtel de Région, les différentes facettes des métiers de la filière des fruits et légumes frais. L'occasion d'avoir des échanges et de pouvoir expliquer de manière pédagogique dans un temps de qualité l'intérêt de chacun des métiers : les producteurs de fruits et de légumes ont exposé les périodes de croissance de leurs produits ; les coopératives étaient également représentées grâce à l'une d'entre elle représentative des Monts du Lyonnais ; les grossistes étaient quant à eux représentés par un grand stand aménagé par le Marché de Gros Lyon-Corbas, animé conjointement par un primeur ; enfin, la restauration collective était elle aussi présente grâce aux administrateurs représentants des deux syndicats du Comité régional. Le Comité de promotion régional Auvergne-Rhône-Alpes Gourmand a lui aussi tenu un stand. L'occasion de rencontrer quelques élus qui n'avaient pas pu assister aux tables rondes de la veille, de manière conviviale.

## AU FIL DE L'ANNÉE



La remise des prix régionaux des Talents a encore eu beaucoup de succès auprès des administrateurs qui remettent les trophées et qui vont visiter avec plaisir ces professionnels engagés et passionnés par la valorisation des fruits et légumes frais.

Les conseils d'administration en présentiel ont été l'occasion d'aller découvrir différentes entités de la filière : exploitation maraîchère, centre technique de la SEFRA, verger et station d'expédition...

Enfin, les liens avec les élus de différentes collectivités territoriales ont été entretenus avec la livraison de corbeilles de fruits pour les vœux de début d'année et durant les divers événements grand public : Tour Gourmand Lacs & Terroirs, tournée du Jardin extraordinaire, Salon de l'Agriculture...



# COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL ÎLE-DE-FRANCE

Le Comité régional d'Interfel Île-de-France a poursuivi en 2022 le déploiement de sa feuille de route sur ses 3 axes afin de gagner en visibilité et renforcer la place de la filière des fruits et légumes frais en Île-de-France.

## PROMOUVOIR LES ACTIONS DE LA FILIÈRE EN FAVEUR D'UN DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE ET DURABLE

### Retenons de cet axe le projet

#### « Année de la Gastronomie » : INSERFEL

Dans le cadre de son projet labellisé « Année de la Gastronomie », le Comité régional d'Interfel Île-de-France, le Grafie (Groupement régional des acteurs franciliens de l'insertion par l'économique) et l'Aria Île-de-France (Association régionale des industries alimentaires) ont fait découvrir aux personnes en parcours d'insertion et les directeurs de ces structures tous les métiers de la filière fruits et légumes de la production à la distribution. Au-delà des 14 visites prévues (4 ont eu lieu en 2022) deux autres objectifs sont mis en place :

- Un reportage photo à partir des visites qui donnera lieu à des expositions ;
- La mise en relation avec les organisations professionnelles nationales qui le souhaitent avec le Grafie.

## ACCOMPAGNER / CONTRIBUER AUX POSITIONS POLITIQUES EN ÎLE-DE-FRANCE

Emmener les élus locaux sur le terrain et leur permettre d'échanger avec les professionnels de la filière est très important. C'est pourquoi les professionnels du Comité ont ouvert les portes de leurs entreprises. Cependant au-delà de la visite, le message est important. Un travail interne a conduit le Comité à valider 3 enjeux qu'il porte désormais :

- 1. Valoriser les actions de tous les acteurs de la filière des fruits et légumes frais en Île-de-France ;**
- 2. Développer la production de fruits et légumes frais en Île-de-France pour répondre aux attentes des Franciliens ;**
- 3. Encourager les actions des pouvoirs publics et collectivités d'Île-de-France en faveur de l'accroissement de la consommation des fruits et légumes frais.**

## CONTRIBUER À AMÉLIORER LA CONNAISSANCE DES FRUITS ET LÉGUMES

Sur ce dernier axe, le Comité s'appuie sur les animations grand-public mises en œuvre par le réseau des diététiciens d'Interfel pour inviter les élus locaux. Deux événements ont permis au Comité de conforter et renforcer des liens politiques.

Le premier est le Salon de l'Agriculture. Le stand d'Interfel fut un lieu d'accueil privilégié qui permit de créer des liens



avec la DRIAAF, la région Île-de-France (Agriculture et Lycée), le département de l'Essonne, la ville de Paris (Agriculture), la Chambre d'agriculture régionale...

Le second fut le festival Rock en Seine qui accueillait une action de communication d'Interfel soutenue par un programme de l'Union Européenne. Ce fut l'occasion de recevoir et échanger avec la Vice-présidente en charge de l'Agriculture à la région Île-de-France et son directeur et poursuivre la construction d'un lien durable.



# COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL HAUTS-DE-FRANCE



## LE GOÛT EN COULEURS

Après un premier report en 2021, du fait de la crise sanitaire, les administrateurs ont remis leur cœur à l'ouvrage pour faire du 1<sup>er</sup> festival fruits et légumes en Hauts-de-France, baptisé Le Goût en Couleurs, une réussite. Durant 2 jours, les 30 septembre et 1<sup>er</sup> octobre, la filière régionale des fruits et légumes frais a exposé son dynamisme dans un écrin qui fêtait ses 50 ans : le Marché de Gros Euralimentaire de Lille ! C'est ainsi que se sont succédés professionnels, élus de la région et grand public, afin de découvrir l'univers des fruits et légumes frais. La feuille de route du Comité régional s'était, pour l'occasion, déclinée en parcours organisés autour de plus de 70 stands relatifs à la formation (organisations professionnelles membres, écoles, prescripteurs...), à l'innovation (start-ups, organisations para agricole, CTIFL, etc.), aux savoir-faire des entreprises (24 entreprises présentes aux côtés des grossistes du marché de gros), du

concours des MAF<sup>1</sup> primeurs ainsi que des animations grand public autour de nos produits lors de la 2<sup>ème</sup> journée. Des tables rondes et témoignages ont également permis de faire passer des messages auprès des plus jeunes et des décideurs sur les atouts et enjeux de la filière !

Un premier événement - labellisé Année de la Gastronomie - qui aura permis d'obtenir le soutien de la Métropole Européenne de Lille, de la région Hauts-de-France, du département du Nord, de la CCI ainsi que d'acteurs de la filière ! Rendez-vous en 2024 pour une nouvelle édition du Goût en Couleurs enrichie par cette première expérience.

## ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS DE LA FILIÈRE RÉGIONALE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Interventions dans les écoles d'ingénieurs de la région, organisation de journées découvertes de la filière, participation à la tournée « Entrepreneurs du Vivant » du Ministère de l'Agriculture, participation aux groupes de travail emploi de la région et/ou des prescripteurs, rencontres avec les élus... autant d'occasions de rappeler que la filière est sous tension sur le front de l'emploi et qu'elle propose des postes valorisants !

## REPRÉSENTATION ET RÉSEAU D'INFLUENCE

Le Comité régional continue à étendre son réseau d'influence, bien identifié par la région Hauts-de-France, la DRAAF, le département du Nord, quelques EPCI... Le Comité profite de toutes les occasions pour accroître sa notoriété : Salon de l'Agriculture, Terres en Fête, CRALIM, construction des PAT...

## ÉDUCATION ALIMENTAIRE

2022 a permis de mettre en œuvre les premières interventions dans les collèges et lycées du projet « Jamais trop de fruits et légumes dans l'assiette des ados des Hauts-de-France ». Projet porté par le Comité et lauréat à l'Appel à Projets du Programme National de l'Alimentation / DRAAF Hauts-de-France en 2021 (financement de 70%). L'objectif était d'inciter les établissements scolaires à mettre en place des projets pédagogiques sur les fruits et légumes en lien avec le chef de la restauration collective, les enseignants, l'encadrement et les éco-délégués ! 11 établissements ont bénéficié de ces ateliers en 2022, le projet se poursuit en 2023.

## DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE

Le Comité a pu bénéficier en 2022 d'un financement par la région d'un stage de fin d'études d'Ingénieurs de 6 mois pour travailler sur l'offre actuelle en fruits et légumes régionaux et les pistes de diversification dans le cadre du projet de développement de la filière des fruits et légumes frais remis par le Comité régional et la Chambre d'Agriculture à la région Hauts de France.

<sup>1</sup>-Meilleurs Apprentis de France



# COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL CENTRE-VAL DE LOIRE

Créé en juillet 2021, le Comité régional d'Interfel en Centre-Val de Loire a déployé en 2022 les différents projets afférents aux trois axes de sa feuille de route :

## DÉVELOPPER DURABLEMENT LES FILIÈRES

Par leur souhait de tenir les réunions statutaires en présentiel et de les associer à des visites d'entreprises de la filière, les membres du conseil d'administration ont pu découvrir les métiers des uns et des autres, et en comprendre quelques facettes parfois méconnues. Ainsi des visites terrain d'entreprises de l'amont (Cadran de Sologne dans le Loir et Cher) et de l'aval (grossiste dans le Loiret et plateforme GMS dans le Cher) ont été organisées. Ces rencontres offrent aussi l'opportunité aux administrateurs de mieux se connaître.



2022 fut l'année de la réalisation et publication de la monographie de la filière régionale des fruits et légumes frais, par le CTIFL. Un document précieux permettant de nourrir les rendez-vous institutionnels avec des données concrètes et réalistes.

Le Centre-Val de Loire se caractérise par une politique agricole régionale administrée via les dispositifs des CAP Filières, dispositifs que le Comité Interfel Centre-Val de Loire a intégrés avec une première année en tant qu'observateur avant de proposer des actions concrètes.

Enfin, la connaissance de la filière régionale s'enrichit aussi au contact des autres interprofessions : c'est ainsi que le Comité Interfel CVdL travaille de concert avec les autres filières régionales (Interbev, CRIEL caprin et bovin, filières viandes blanches, SEMAE).

## COMMUNIQUER, EXPLIQUER, ÉDUIQUER



Le Comité Interfel Centre-Val de Loire a été représenté à plusieurs reprises en 2022 lors des grands événements phares en région Centre-Val de Loire. Que ce soit par une présence autour des animations portées par le réseau des diététiciens (Printemps de Bourges, Terres de Jim) ou par une organisation plus centrée sur les spécificités régionales (Ferme Expo Tours, Journées Nationales de l'Agriculture à Orléans, Open Agrifood), les

administrateurs d'Interfel CVdL ont pu représenter le Comité. Le travail en lien avec 5 autres interprofessions régionales a été concrètement illustré par la réalisation d'un stand commun de 350m<sup>2</sup> sur le salon Ferme Expo à Tours, réel succès mesurable par la diversité des rencontres (grand public et politiques) durant 3 jours en novembre.

L'événement phare de fin d'année pour le Comité Interfel CVdL s'est tenu au cœur du forum Open Agrifood en novembre 2022, avec l'intervention à trois niveaux :

- Animation d'un déjeuner thématique sur la végétalisation de l'assiette en RHD ;
- Organisation d'une conférence avec Aprifel sur les apports d'une assiette plus végétale ;
- Organisation du cocktail anniversaire d'Interfel CVdL.

L'actualité d'Interfel CVdL a été valorisée tout au long de 2022 par une stratégie de relations presse portée par une agence mandatée par le Comité. Cela a permis de légitimer Interfel CVdL dans les médias régionaux professionnels et politiques.



## REPRÉSENTER ET INFLUENCER

Initiées par des remises de corbeilles de fruits en début d'année aux têtes de réseaux régionales (CCI, CMA, Chambre régionale d'agriculture, DRAAF, Conseil régional), les rencontres institutionnelles se sont succédées durant 2022. En juin, la Préfète de région a dédié une demi-journée à une visite organisée par le Comité Interfel CVdL sur le terrain : grossiste, arboriculteur en conventionnel et maraîcher Bio. L'occasion d'évoquer la transversalité de la filière, tant par les produits que par les modes de production et de commercialisation.

Des visites terrain (production d'oignons, supermarché, expéditeur) ont aussi été organisées pour 2 députés de la région, au cours desquelles les enjeux du moment de la filière (loi AGECE, hausse des charges, emploi, consommation du bio, etc.) ont été présentés et débattus.



# COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL NOUVELLE-AQUITAINE

Pour sa 3<sup>ème</sup> année d'activité, le Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine a poursuivi la mise en œuvre de ses actions visant à développer les interactions et les liens entre entreprises de la filière sur le territoire, mais également avec l'écosystème agri/agro régional, les collectivités territoriales et les élus régionaux. Une année chargée et rythmée par de nombreuses actions portées par ses administrateurs ! Focus sur 2 actions marquantes de l'année 2022 !

## En chiffres

### 12 LYCÉES

de Nouvelle-Aquitaine répartis sur 10 départements ;

### 5 700 LYCÉENS

concernés par la distribution sur la pause matinale ;

### 250 KG

de pommes distribués le matin ;

### 1 600

questionnaires pour le jeu remplis > 1 600 lycéens sensibilisés directement ;

### OPÉRATION FINANCÉE

à 80% par la Région Nouvelle-Aquitaine.

## ACTION DE DISTRIBUTION DE FRUITS DANS LES LYCÉES DE NOUVELLE-AQUITAINE

Le Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine a fait des heureux dans 12 lycées néo-aquitains ! Près de 5 700 lycéens ont bénéficié entre le 8 novembre et le 6 décembre 2022 d'une action exceptionnelle « Les fruits et légumes frais, c'est jamais trop ! ».



Un fruit de Nouvelle-Aquitaine leur a été offert à la pause de la matinée et ils ont pu bénéficier d'une animation pédagogique menée par le réseau des diététiciens d'Interfel sur la pause déjeuner !



Cette opération co-construite et co-financée par le Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine et la Région Nouvelle-Aquitaine s'inscrit pleinement dans les objectifs et le déploiement opérationnel du « Pacte alimentaire pour une alimentation locale et durable en Nouvelle-Aquitaine ».

**Elle vient appuyer la candidature de la Région Nouvelle-Aquitaine pour mettre en place une expérimentation pour une gestion régionale avec des acteurs néo-aquitains du programme européen « Lait et fruits à l'école ».**

L'opération a bénéficié d'une bonne mise en avant dans les médias régionaux.

2022, a également vu la mise en place par le Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine d'un GTR « Lait et fruits à l'école en Nouvelle-Aquitaine » avec l'ensemble des parties prenantes sur le territoire. Le principal objectif de ce GTR est de préparer une éventuelle expérimentation régionale autour de ce dispositif européen.

## LE COMITÉ RÉGIONAL D'INTERFEL NOUVELLE-AQUITAINE PARTENAIRE DES 91<sup>ÈME</sup> CONGRÈS-ASSISES DES DÉPARTEMENTS DE FRANCE (DF) À AGEN !

Du 12 au 14 novembre 2022, 2 000 congressistes, élus et acteurs socio-économiques du Lot et Garonne se sont retrouvés à Agen afin de travailler et débattre au sein d'ateliers et de réunions plénières, mais également parcourir le village des partenaires organisé pour la première fois dans le cadre d'un Congrès des Départements de France.

Saisissant l'opportunité de faire partie des 80 partenaires présents sur l'évènement, le Comité régional d'Interfel Nouvelle-Aquitaine, épaulé par le Réseau des diététiciens d'Interfel Nouvelle-Aquitaine, s'est mobilisé pour accueillir les visiteurs sur le stand aux couleurs de la campagne « Jamais trop ! ». Une belle occasion de présenter l'interprofession, ses objectifs et ses outils, notamment ceux concernant le secteur de la restauration hors domicile aux présidents, vice-présidents, conseillers départementaux, directeurs de cabinet et des services des Départements.



Ce sont ainsi 16 délégations venues des quatre coins de France métropolitaine mais également des territoires d'Outre-mer qui ont été accueillies sur le stand et sensibilisées aux actions menées par Interfel. Ceci dans une ambiance conviviale grâce aux vélos-smoothies qui n'ont pas manqué d'attirer l'attention de l'ensemble des visiteurs présents et ont permis de régaler + de 150 personnes sur les 2 jours. Notons également la visite sur le stand d'Alain ROUSSET, Président de la Région Nouvelle-Aquitaine, mais aussi de collégiens qui ont été sensibilisés à la diversité des métiers proposés par la filière des fruits et légumes frais.



# LE RÉSEAU DES DIÉTÉTICIENS

Un réseau national de diététiciens mobilisé au quotidien 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 17 diététiciens (dont 6 responsables de secteur) est secondé d'une cinquantaine de diététiciens prestataires pour déployer des actions sur l'ensemble du territoire national. Le réseau est chargé de décliner la stratégie nationale d'Interfel sur chaque secteur en mettant en œuvre des actions opérationnelles adaptées. Il intervient également aux côtés des Comités régionaux d'Interfel et auprès d'Aprifel sur des actions spécifiques.

À l'échelle locale, les diététiciens proposent 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 2022, les diététiciens ont sensibilisé 230 000 personnes à travers 2 000 actions menées partout en France.

## À LA RENCONTRE DES MILLÉNIALS !

Lors du lancement de la nouvelle campagne de communication « Jamais trop », les diététiciens ont sensibilisé 9 500 millénials sur les mois d'avril et mai.

Dès le début de cette campagne, le réseau a su s'adapter pour aller à la rencontre de cette nouvelle cible :

- Des animations et défis ont été spécialement conçus pour ce public sous consommateur de fruits et légumes frais ;
- Sur l'ensemble des temps forts « Jamais trop » de

l'année 2022, les diététiciens ont investi une grande diversité de lieux fréquentés par les 25-34 ans : espaces de coworking, clubs sportifs, festivals, guinguettes, marchés, accrobranches, bases de loisirs, campings, stations de ski, etc.

## UNE FÊTE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS JAMAIS TROP BRANCHÉE !

Le top départ des actions du réseau sur ce temps fort a été donné le 7 juin avec un jeu « Jamais trop glouton » animé par un diététicien lors de la soirée de lancement à la Villa Montmartre (Paris 18).

Grâce à la mobilisation des acteurs de la filière et de nombreuses parties-prenantes en région, les diététiciens ont ensuite emmené les 25-49 ans dans l'univers du rétro gaming pendant les 10 jours de la Fête :

- Plus de **100 villes concernées**
- **30 000 adultes et familles** sensibilisés
- **500 partenaires** mobilisés

## LES DIÉTÉTICIENS EN MODE JAMAIS TROP MIXÉS : UN SUCCÈS ESTIVAL !

Sur juillet et août, la campagne « Jamais trop mixée » a trouvé son public avec de nombreux atouts :

- Un visuel coloré, fun, facile à comprendre qui a plu aux millénials et aux partenaires ;
- Des recettes de saison simples à réaliser : smoothies, tartines ;
- une saison propice pour rencontrer les millénials sur leurs lieux de vacances ;
- Un public réceptif, en mode détente sur les festivals et fêtes de village (SummerVibes Festival, Melon en fête...), les plages et autres lieux de loisirs.

Bilan : un succès pour les actions du réseau !

- **150 journées d'animation** avec des ateliers « Jamais trop mixés » sur juillet et août ;
- Près de **14 000 personnes** sensibilisées aux fruits et légumes frais.



## UNE RENTRÉE JAMAIS TROP LIBÉRÉE !

Une fin d'année placée sous le signe du changement d'habitudes pour des consommateurs invités par le réseau à découvrir des fruits et légumes frais méconnus et des recettes classiques revisitées :

- Près de **180 animations** sur les 10 semaines de la campagne ;
- Plus de **27 000 adultes** de 25 à 49 ans rencontrés.

## FRAICH' COOK TOUR & CO : JAMAIS TROP DE RENCONTRES AVEC LES DIÉTÉTICIENS !

Les diététiciens se sont rapprochés des millénials lors de la tournée du foodtruck organisée par Interfel et pendant les événements phares qui ont ponctué l'année 2022 : Toulouse à table (31), Terres de Jim (45), Printemps de Bourges (18) et bien d'autres !

## LES ENFANTS À LA DÉCOUVERTE DU MONDE MERVEILLEUX DE FRUTTI ET VEGGI

Sur la tournée événementielle « Le jardin extraordinaire de Frutti et Veggi », les diététiciens ont apporté leurs connaissances sur les fruits et légumes frais aux enfants, à travers des activités ludiques autour des 5 sens.

Sur les 2 campagnes 2022, le réseau a également fait vivre

la Fraich'Force en région à travers diverses animations : ateliers culinaires et animations ludo-pédagogiques organisés sur la pause méridienne dans les restaurants scolaires, dans les centres de loisirs et lors d'événements publics à destination des familles.

### Fraich'Force printemps

- Plus de **160 animations**
- **10 700 enfants** sensibilisés aux fruits et légumes frais phares de la Fraich'Force : artichaut, asperge, radis, fraise, rhubarbe et avocat.

### Fraich'Force automne

- Plus de **290 animations**
- **24 000 enfants** sensibilisés aux fruits et légumes frais phares de la Fraich'Force : panais, céleri rave, chou de Bruxelles, épinard, kaki, ananas, pomme et poire.

Fort de son expérience auprès des enfants, le réseau est également intervenu sur des mises en situation lors de formations dédiées aux animateurs intervenant en RHD scolaire.

## DÉPLOIEMENT DES ACTIONS APRIFEL

### En 2022, les diététiciens boostent le petit déjeuner des écoliers

L'opération « Booste ton petit déjeuner », développée conjointement par Aprifel et le réseau Canopé, s'est poursuivie sur 2022 dans les écoles élémentaires.

L'enjeu des ateliers est de faire évoluer les pratiques alimentaires des enfants en partant de leurs habitudes.

Sur 2022, ce sont :

- **400 journées d'intervention** déployées partout en France ;
- Plus de **37 500 enfants du CP au CM2** sensibilisés à un petit déjeuner équilibré.



Pour clôturer l'année 2022, une diététicienne a participé en tant que membre du jury à la sélection des lauréats du concours « J'en mange 5 ! ».

### Sensibiliser pendant Mars Bleu

Au cours de ce mois dédié à la prévention et au dépistage du cancer colorectal, 2<sup>ème</sup> cancer le plus mortel en France, le réseau s'est mobilisé pour déployer une animation co-construite avec Aprifel.

Le concept : faire prendre conscience de la quantité de fibres présentes dans les fruits et légumes frais ainsi que leur importance dans l'alimentation.

En quelques chiffres :

- **18 interventions ;**
- Plus de **1100 personnes** sensibilisées à une alimentation équilibrée.

### Des ateliers pour les jeunes parents

Des ateliers pilotes ont été proposés par les diététiciens aux PMI (centres de Protection Maternelle et Infantile) pour inciter les futurs parents et parents de jeunes enfants à consommer plus de fruits et légumes selon la théorie des petits pas. L'objectif : initier un changement de comportement pour instaurer de nouvelles habitudes alimentaires.

- **21 ateliers** testés sur 6 régions ;
- **115 personnes** touchées.

### UN RÉSEAU SOLlicitÉ PAR LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

En lien étroit avec les délégués régionaux, les diététiciens interviennent sur des actions spécifiques émanant des feuilles de route de chaque Comité.

- Interfel Centre-Val de Loire – Anniversaire de lancement du Comité lors du forum Open Agrifood à Orléans : **animation d'un déjeuner thématique** autour des protéines végétales.
- Interfel Hauts-de-France – Festival « Le Goût en Couleurs » à Lille : **parcours « Jamais trop ! »** conçu et animé par les diététiciens pour la journée grand public.
- Interfel Nouvelle-Aquitaine – « Les fruits et légumes frais,



c'est Jamais trop ! » dans les lycées : **animations pédagogiques** menées par un diététicien sur la pause déjeuner.

### LE RÉSEAU DES DIÉTÉTICIENS, C'EST AUSSI...

- **Les « paniers malins »** : idées de recettes équilibrées élaborées chaque semaine par les diététiciens, publiées sur le site [lesfruitsetlegumesfrais.com](http://lesfruitsetlegumesfrais.com) et les réseaux sociaux d'Interfel ;
- **Une expertise sur le Salon de l'Agriculture** : quiz, accompagnement des chefs sur le pôle culinaire, participation à des enregistrements (vidéo sur l'ail, interview Village Semence) ;
- **Des animations sur mesure** pour les lauréats du Concours des **Talents des fruits et légumes 2021**. 8 lauréats ont bénéficié de l'animation co-construite avec un diététicien d'Interfel. Sur l'ensemble des magasins, plus de 640 visiteurs ont participé aux ateliers proposés ;
- **Une présence au Congrès des Maires de France** pour expliquer aux élus les actions développées par le réseau des diététiciens sur leurs territoires ;
- **Une capacité de mobilisation immédiate lors de crises conjoncturelles** : mise en avant de produits dans le panier malin et sur les ateliers (exemple du raisin : 160 actions fin 2022).





# JAMAIS TROP OPÉRATIONNEL

FONCTIONNEMENT ET ORGANISATION INTERNE



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

La direction générale a choisi de placer la communication interne au cœur de sa stratégie, afin de garantir aux organisations professionnelles membres d'Interfel d'avoir une information globale et, par conséquent, une meilleure visibilité des actions menées, tant au niveau national, que régional et international. Il s'agit-là d'un véritable enjeu dans un contexte en perpétuelle évolution.

La communication interne se décline également auprès des collaborateurs qui participent activement à l'enrichissement des rubriques.

L'année 2022 fut placée sous le signe du retour à une activité normale, permettant ainsi à la communication interne de mettre en place des actions qui étaient restées en suspens jusque-là.

## LES PROFESSIONNELS

### Jamais trop formé : Les formations des élus

Les formations des élus ont pu reprendre en avril et mai 2022 avec une déclinaison régionale, nouveau format proposé aux élus des comités régionaux d'Interfel. La première journée de formation en région s'est déroulée le 26 avril en Auvergne-Rhône-Alpes, au sein du restaurant Interadministratif de Lyon où les participants ont été accueillis chaleureusement par Philippe Muscat, directeur du RIA et Juliette Tamboise-Dumoulin, déléguée régionale du Comité régional d'Interfel AURA.

La seconde formation s'est déroulée, le 10 mai 2022 à la Maison des Fruits et Légumes.

C'est, au total, une vingtaine de professionnels qui ont ainsi pu être accompagnés dans leur mandat d'élus au sein d'Interfel.

Initiées en 2020, ces formations ont pour objectif d'aider les représentants des organisations professionnelles membres d'Interfel au sein d'Interfel à mieux comprendre le fonctionnement de l'interprofession et leurs rôles au sein de ses instances. Quelles sont les missions de l'interprofession et son fonctionnement ? Quels sont ses enjeux au service de la filière ? Voici les quelques thèmes développés lors de chacune des journées de formation.

### Jamais trop informé : les newsletters

La newsletter Fraich'Infos a poursuivi en 2022 sa mission d'information des professionnels, tous les dimanches matin. Plusieurs thématiques sont développées dans cette newsletter : Vie institutionnelle, Stratégie Filière, À l'international, Communication, Actualités Régionales et la Revue de Presse.



En 2022, la newsletter a été lue par plus de 205 professionnels, avec un taux de lecture moyen de 41%, en forte augmentation depuis son lancement. En fonction de l'actualité, des newsletters sont également envoyées tout au long de l'année. Lors du Salon de l'agriculture, chaque jour, les professionnels ont été informés des grands événements sur le stand des fruits et légumes frais ainsi que des rencontres institutionnelles (ministres, députés, délégations, etc.). Il en fut de même pour le salon SIVAL, le lancement de la campagne « Jamais trop », la fête des fruits et légumes frais et le lancement du nouveau site [interfel.com](http://interfel.com).

## LES COLLABORATEURS

### Jamais trop bien accueillis

Le livret d'accueil des collaborateurs a vu le jour en septembre 2022. Les nouveaux arrivants au sein d'Interfel pourront à présent découvrir un guide complet présentant l'interprofession et les organisations professionnelles qui la composent, les différentes directions, ainsi qu'un guide de la Maison des fruits et légumes. Ce livret d'accueil s'inscrit dans le processus d'intégration du nouveau collaborateur. Ce processus comprend un kit complet remis à leur arrivée, dans lequel les collaborateurs retrouvent tous les documents qui faciliteront leur intégration. De plus, la direction générale organise une réunion d'information

permettant de comprendre les rouages de l'interprofession et d'échanger sur leurs premières impressions.

### Jamais trop réunis : les événements internes

La période covid, cumulant les confinements et les couvre-feux, a profondément marqué les collaborateurs et modifié les habitudes de travail. C'est dans ce contexte que la direction générale et la communication interne en soutien des ressources humaines ont souhaité organiser un séminaire des retrouvailles sur le thème : « Retrouvons-nous et réinventons nos recettes en 2022 ! ». À travers différents ateliers orchestrés par des animateurs, les collaborateurs ont pu échanger sur leur vécu et proposer de nouveaux axes pour l'avenir.

Cet événement fut aussi l'occasion pour Louis Orenge de remettre les clés de la Maison des Fruits et Légumes à Alexis Degouy, nouveau directeur général d'Interfel et du CTIFL.

La fin d'année a également réuni tous les collaborateurs lors de la journée du personnel, coordonnée par la communication interne et le CSE. Après un discours d'Alexis Degouy sur cette année pleine de défis à relever, les collaborateurs ont pu partager un déjeuner puis se challenger lors d'un rallye au Musée d'Orsay.





# LA DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES 2022

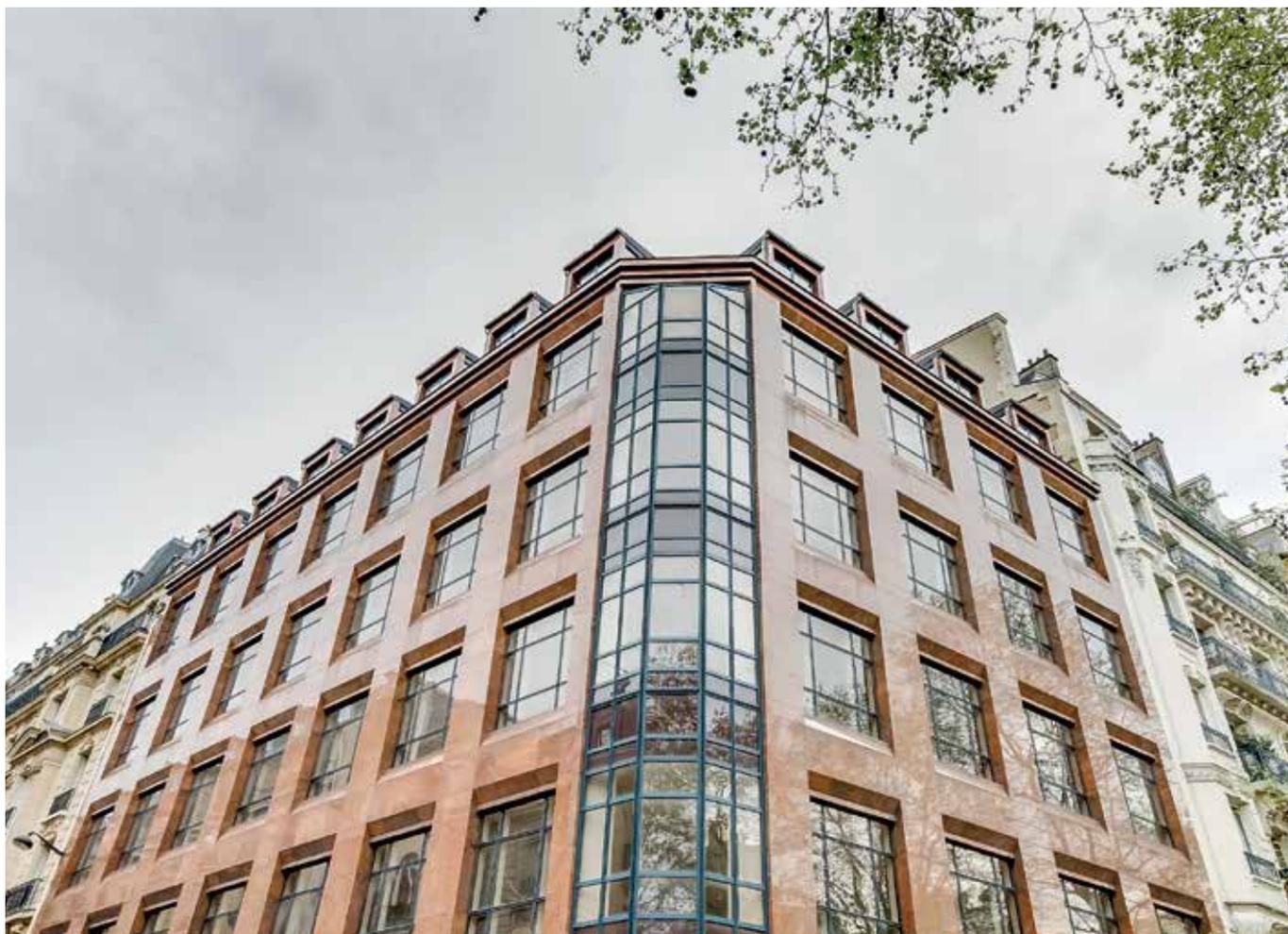
**L'exercice 2022 aurait pu être l'année du retour « à la normale », on aurait pu l'espérer du moins d'un point de vue sanitaire. 2022 aura été, pour l'interprofession, une année aussi intense que riche, une année surtout de renforcement, de constante adaptation face à un marché du travail en radicale évolution. Seule stratégie (et enjeu RH) pour la structure : conserver nos talents, tout en gérant au mieux le turn-over « naturel ».**

Une année qui tenait tout du « chamboule tout », qui a débuté par le symbolique départ en retraite de Louis ORENGA, laissant la place à Alexis DEGOUY, après près de dix ans passés à la tête de la structure. D'un point de vue « politique » RH, cette passation de pouvoir a aussi esquissé une évolution. Du sens du collectif et de l'absolue transversalité voulus par Louis Oronga, dans cette même continuité, la structure - sous l'impulsion de la nouvelle Direction Générale - continue de creuser ce même sillon, celui du service « filière » associé à un haut niveau d'exigence, une orientation « bis » souvent résumée en deux mots : « Pro & Sympa », deux mots qui ont beaucoup raisonné au sein de la Maison des Fruits & Légumes en 2022.

Pro & Sympa, donc. Le « ton » est donné dès l'orée du printemps par Alexis DEGOUY lui-même, au bout de quelques jours à peine de prise de poste, lors d'un séminaire de travail post-COVID (28 mars) de quasi « retrouvailles ». L'occasion surtout de réunir les équipes, de tirer les bonnes leçons de la période pandémique pour jeter les bases de nouveaux modes de fonctionnement. Le travail à distance notamment, sa gestion et son encadrement, qui a aussi été un sujet au cœur des débats d'une Plénière RH à la rentrée (19 septembre) dont l'objet a été également de projeter les grandes lignes d'un nouvel Accord d'entreprise. L'ensemble

de ces échanges ont également permis à la DRH d'entamer des démarches avec l'ensemble des prestataires sociaux (épargne, retraite, santé) pour remettre à plat et optimiser les contrats passés.

En termes de recrutements, 2022 aura été une année de régulation, de suivi-gestion active du « turn over naturel ». Pour l'essentiel, du remplacement « poste pour poste » et maintien de la politique « main tendue vers les jeunes » (renforcement de l'alternance 2022/2023). Sur le terrain, en région, avec le développement des Comités régionaux, une réflexion globale suivie de la mise en place d'un nouveau schéma directeur ont abouti à une optimisation de tout le réseau de nos diététiciens avec à la clé une nouvelle cartographie de responsabilités, une meilleure organisation et une nouvelle couverture nationale. Un travail de fond nécessaire pour renforcer l'action terrain dans les années à venir et ce, afin de mieux répondre aux demandes en région. L'année 2022 se termine à l'équilibre budgétairement parlant, conformément aux prévisions pour un millésime bonifié, qui tire sa révérence avec une équipe au grand complet, toujours plus performante, et plus que jamais motivée pour répondre « présent » aux côtés de nos familles professionnelles et pour l'ensemble de la filière.



# LA MAISON DES FRUITS ET LÉGUMES

**La Maison des Fruits et Légumes rassemble depuis 2019, les trois structures au service de la filière : INTERFEL, CTIFL et APRIFEL. Elle accueille également, à ce jour, six organisations professionnelles en son sein.**

Ce bâtiment de 4200m<sup>2</sup> dans le 17<sup>ème</sup> arrondissement parisien a aujourd'hui pleinement atteint son objectif premier : devenir une structure accueillante tant pour ses résidents, que pour nos organisations professionnelles et leurs professionnels. En 2022, plus de 1000 réunions en présentiel, soit en moyenne 20 réunions par semaine ! Sans compter les nombreuses réunions en visioconférence que les installations techniques, suivies de très près par la DDSI, nous permettent de tenir en présence du plus grand nombre. La taille et la disposition des locaux de la MFL favorisent, pour l'ensemble de ses occupants, la possibilité d'interagir dans des conditions privilégiées. En effet, le bâtiment ne compte que cinq étages, ce qui permet une proximité qui facilite les échanges entre ses occupants, et propose également pour l'ensemble des organisations professionnelles une spacieuse salle de conseil (60 personnes en capacitaire) et près de 8 salles de réunions, petites et moyennes.

Depuis 2019, l'organisation de la Maison des Fruits et Légumes n'a cessé d'évoluer. Après l'épisode COVID en 2020 et 2021, l'année 2022 a été marquée par plusieurs événements (ramsonware et intrusions notamment) qui nous ont obligé à revoir notre organisation interne. Les Services Généraux se sont donc restructurés pour apporter

un support constant aux occupants de la MFL et de nouvelles procédures pour sécuriser notre immeuble.

D'un point de vue juridique, outre la passation de la gérance de la SCI de Louis ORENGA à Alexis DEGOUY, plus « symboliquement » le départ en retraite de Mme Martinovic, notre femme de ménage historique, a marqué le point de départ de l'externalisation complète par notre prestataire de nettoyage. De même, pour le sujet « accueil & standard » avec le recours à Chloé Prestige, la MFL est ainsi passée d'une intendance classique pour se doter d'un véritable support aux résidents, vers des services généraux directement gérés et suivis par la Direction Administrative et Financière. Cette évolution a notamment permis l'émergence des projets d'amélioration de l'immeuble tels que la pose de la vitrophanie ou encore la mise aux normes du local haute tension.

La Maison des Fruits et Légumes est le bâtiment où chacun des professionnels travaillant pour la filière est accueilli dans les meilleures conditions et où améliorer le bien-être de ses occupants est une volonté de chaque jour.

Cette année pivot encre la volonté des Services Généraux d'être de vrais acteurs au service des occupants et nul doute que 2023 connaîtra également son lot de beaux projets.

# LA DIRECTION DIGITAL ET SYSTÈMES D'INFORMATION

**S'appuyant sur la réorganisation engagée en 2021, la DDSI améliore le support et les services informatiques pour Interfel et les acteurs de la filière des fruits et légumes.**

La réorganisation de la direction s'est finalisée en 2022. Le pôle support, mutualisé avec le CTIFL, permet de renforcer la qualité et d'améliorer les temps de réponse. Ce sont plus de mille demandes de supports traitées par an avec un taux de résolution inférieur à quatre heures pour la majorité d'entre elles. Le pôle d'assistance à maîtrise d'ouvrage et pilotage projet a également été renforcé d'un équivalent temps plein. Là aussi les ressources humaines d'Interfel et du CTIFL sont mutualisées. De par cette mutualisation et ré internalisation, l'appui aux directions internes sur les projets informatiques s'est renforcé.

La mutualisation des infrastructures et des réseaux est finalisée. Cette mutualisation est toutefois pensée pour garantir l'indépendance fonctionnelle des différentes structures. Interfel bénéficie maintenant de services de sauvegarde et de continuités d'activités performants. L'ensemble des matériels réseaux sont supervisés et la proactivité sur incidents est en place. La mutualisation inclut une synergie entre les outils et matériels permettant une réduction des coûts mais surtout une plus grande mutualisation des compétences et donc une plus grande réactivité et qualité de service.

Ces dernières années, marquées par la pandémie de COVID, ont fait émerger de nouvelles pratiques. La digitalisation des services proposée par la DDSI s'est également accélérée. Interfel bénéficie maintenant d'outils permettant de travailler à distance avec le même niveau de qualité qu'en présentiel. Les salariés sont joignables où qu'ils soient. La téléphonie fixe est portée directement sur les ordinateurs et l'ensemble des salariés ont des outils de visioconférence

et de connexion à distance. En cas de rupture de lien réseau côté utilisateurs, ceux-ci peuvent utiliser un mode de connexion de secours ou travailler sur leurs documents en mode déconnecté. L'ensemble des services de messagerie sont externalisés.

Un audit du système d'information a permis de cartographier les différents services digitaux existant à Interfel. De cet audit, un plan d'action d'amélioration a été établi. Celui-ci, se déroulant sur 3 ans va permettre d'automatiser et faire évoluer les outils externes et internes. Un suivi qualité est également en place.

De nombreuses actions sont engagées que ce soit pour la mise en place de processus, de rationalisation, d'industrialisation ou simplement d'évolution de l'existant. Des bonnes pratiques ont vu le jour que ce soit sur des parties techniques, comme la gestion des noms de domaines ou les hébergements des sites Web, ou sur des méthodes en mettant, par exemple, en place un mode projet définissant les étapes clés d'un projet. Le support aux entités métiers est actif sur les projets existants comme les outils de contrôle des accords interprofessionnels, suivi de marchés ou les outils pour les cotisants. Des actions fortes ont été entreprises sur la cybersécurité par la formation des utilisateurs mais aussi par la mise en place de nombreuses bonnes pratiques.

Pour les années à venir, des évolutions techniques, comme l'externalisation des hébergements vont être étudiées. Des outils de gestion de la relation avec les professionnels de la filière vont être mis en place.



# LE COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE)

L'année 2022 a d'abord été marquée par un changement de Président à la tête du CSE, à la suite du départ de Louis Orenga et l'arrivée d'Alexis Degouy, et le départ d'un membre titulaire du CSE.

Au cours de l'année plusieurs travaux ont été suivis par le CSE, en lien avec la Direction générale et la Direction des ressources humaines : un travail sur les projets de charte de télétravail, de règlement intérieur et d'accord d'entreprise. Le CSE a également été consulté à la suite des changements de certains prestataires (mutuelle et carte ticket restaurant).

Avec la participation financière de la Direction, les CSE du CTIFL et d'Interfel ont pu inscrire plus de 40 salariées au challenge entreprise de La Parisienne. Cette course qui se tient au mois de septembre, permet de collecter de l'argent afin de financer la recherche médicale pour lutter contre le cancer du sein.

## SANTÉ, SÉCURITÉ ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Au mois de septembre, le CSE a suivi une première partie de sa formation obligatoire en matière de santé, sécurité et condition de travail (SSCT). Une seconde partie se déroulera en 2023.

Au mois de décembre, le CSE a accompagné la Direction générale qui a fait réaliser par la MSA une nouvelle enquête périodique sur le bien-être au travail (BEAT), dont les 2 précédentes vagues avaient eu lieu en 2010 et en 2015. Cette

enquête a été administrée par la MSA au mois de décembre, et les résultats sont attendus pour 2023.

Pour l'année 2023, le CSE avec la Direction générale et les moyens généraux, ont prévu de travailler sur la mise à jour du Document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP), document obligatoire pour l'entreprise et mis à disposition de l'ensemble des salariés, visant à recenser l'ensemble des risques pour la santé et la sécurité des travailleurs, et les actions mises en place et à mettre en place pour les prévenir. À la suite de la mise à jour de ce DUERP, le CSE procédera sur sa base à une visite des locaux en 2023, dans le cadre de la seconde partie de sa formation SSCT, et pourra être accompagné par la MSA également.



*Avec la participation financière de la Direction, les CSE du CTIFL et d'Interfel ont pu inscrire plus de 40 salariées au challenge entreprise de La Parisienne. Cette course permet de collecter de l'argent afin de financer la recherche médicale pour lutter contre le cancer du sein.*





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



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



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